



Global express

La actualidad en el aula

¡Viaje con nosotros... si quiere gozar!



En los últimos 15 años, la cifra de viajeros se ha multiplicado por dos y los viajes interiores, por 10. Tal vez, quienes antes viajaban, ahora lo hagan más; pero, sobre todo, ha crecido el número de quienes practicamos el tráfico turístico. La alegre cara del turismo esconde, sin embargo, realidades más complejas.

Esta edición de *Global express* nos acerca a la realidad del turismo, presenta elementos para analizar su potencial y las consecuencias del modelo turístico dominante, y nos ayuda a reflexionar sobre nuestra responsabilidad como turistas.

- Un poco de historia
- ¿A quién beneficia el turismo?
- Algunos malentendidos y confusiones
- Un turismo que beneficie de forma equitativa
- Cómo viajar sin invadir

"Con 842 millones de llegadas y un crecimiento del 4,5%, 2006 superó todas las expectativas: el turismo ha seguido obteniendo resultados superiores a la media, y lo ha convertido en un nuevo año récord para el sector". Así presentaba la Organización Mundial del Turismo (OMT) su informe anual sobre la situación del turismo mundial, anunciando que las previsiones para 2007 parecen seguir la misma tónica.

Un poco de historia

Un poco de historia



En la Grecia clásica, los Juegos Olímpicos motivaban viajes con fines parecidos a los turísticos; y los ricos de la Roma Imperial iban a tomar las aguas termales y veraneaban en sus villas. Sin embargo, el turismo tal como lo concebimos actualmente, nace en el siglo XIX como una consecuencia de la Revolución Industrial, con viajes cuya finalidad principal es el ocio, el descanso, la cultura, la salud, los negocios o las relaciones familiares.

Lo más parecido al turismo durante la Edad Media eran las peregrinaciones, especialmente el Camino de Santiago, que creaban una gran ruta que, en cierta medida, vertebraba Europa. Las grandes expediciones marítimas de portugueses, británicos y españoles despertaron y respondieron a las ansias viajeras, dando paso a algunas de las señas de identidad del Renacimiento. El precedente más claro del turismo, sin embargo, lo podríamos encontrar en la costumbre de la aristocracia inglesa de enviar a los jóvenes a hacer el **gran-tour** (de ahí el término *'turismo'*): un viaje de larga duración (entre tres y cinco años) por distintos países europeos al finalizar los estudios, cuyo fin era el de complementar su formación y adquirir experiencias.

La Revolución Industrial proporcionó a la burguesía recursos económicos y tiempo libre para viajar, actividad mucho menos incómoda que en siglos anteriores gracias al mismo invento que define la época: la máquina de vapor. El ferrocarril se extendió por toda Europa y América del Norte, al tiempo que se reducía espectacularmente la duración de los desplazamientos marítimos.

En 1841, Thomas Cook, inventor del turismo moderno, emprendió el primer viaje organizado de la historia. Aunque el viaje en sí fue un fracaso económico, se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del "paquete turístico", ya que Cook se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, y creó en 1851 la primera agencia de viajes del mundo: *Thomas Cook and son*.

Cuando estalló la Primera Guerra Mundial (en 1914), en Europa había cerca de 150.000 turistas americanos. Tras finalizar la guerra, comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles, y las playas y los ríos se convirtieron en el centro del turismo en Europa. El avión, utilizado por minorías para

largas distancias, se fue desarrollando tímidamente, para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras.

La Segunda Guerra Mundial paralizó completamente el turismo en el mundo, y sus efectos se extendieron hasta el año 1949. Entre 1950 y 1973 se comenzó a hablar del **boom turístico**. El turismo internacional creció a un ritmo superior al que lo había hecho a lo largo de toda su historia. Este desarrollo fue consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comenzó a legislar sobre el sector.

Son los tiempos en los que surge la **sociedad del bienestar**, en la que, una vez cubiertas las necesidades básicas, aparece el interés por desarrollar el nivel de formación, y por viajar y conocer otras culturas. Por otra parte, la nueva legislación laboral (vacaciones pagadas, semana laboral de 5 días, reducción de la jornada a 40 horas semanales, ampliación de las coberturas sociales de jubilación, desempleo, invalidez, etc.) potenció en gran medida el desarrollo del ocio.

Asimismo, éstos fueron los años en los que se desarrollaron los grandes núcleos urbanos y se hizo evidente la masificación y, con ella, el deseo de evasión, de escapar del estrés de las ciudades y de despejar las mentes de presión.

La producción en cadena de automóviles los hizo más asequibles, y la construcción de carreteras y autopistas facilitó los desplazamientos. El avión de hélice fue sustituido por el de reacción, lo que supuso un golpe definitivo para las compañías navieras, que se vieron obligadas a destinar sus barcos a los cruceros o al desguace.

Todos estos factores llevaron a la estandarización del producto turístico. Los grandes operadores turísticos lanzaron al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utilizó el vuelo chárter, que abarató el producto y lo popularizó. Al principio de este período (1950) había 25 millones de turistas; en 1973 había 190 millones.

No obstante, esta etapa también se caracterizó por la falta de experiencia, lo que implicó consecuencias como la falta de planificación urbanística: se construyó sin ninguna previsión, sin tener en cuenta ni la demanda ni los impactos

medioambientales y sociales que podía conllevar la llegada masiva de turistas.

En los años setenta, la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte, ocasionaron un nuevo período de crisis para la industria turística, que se extendió hasta 1978. Esta recesión supuso una reducción de la calidad para abaratar costes y precios, apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

En los años ochenta, el nivel de vida se volvió a elevar y el turismo se convirtió en el motor económico de muchos países, facilitado por la mejora de los transportes y la consolidación de los vuelos chárter.

En estos años se produjo una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los operadores turísticos, que buscaban nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud...) y aplicaban técnicas de *marketing*, pues el turista cada vez tenía mayor experiencia y buscaba nuevos productos y destinos turísticos, lo que creó una fuerte competencia. Las tecnologías multimedia y las comunicaciones transformaron el sector, modificando el diseño de los productos y la prestación del servicio, y haciendo más fluida la comercialización. En los últimos años se ha producido un nuevo abaratamiento de los viajes por vía aérea gracias a las compañías de bajo coste, a la liberación del sector en muchos países y, por lo tanto, a la feroz competencia.

¿A quién beneficia el turismo?

¿A quién beneficia el turismo?



Puesto que la generalización del turismo está relacionada con la del "estado del bienestar", la extensión del privilegio de hacer turismo llega hasta los límites de éste: según la Organización Mundial del Turismo (OMT) sólo entre un 3 y un 5% de la población mundial puede darse el placer de realizar un viaje al extranjero. Se trata, generalmente, de habitantes de los países ricos industrializados o de las capas adineradas de los países del Sur.

Hay tres partes implicadas en estas prácticas: quienes hacen turismo, los países de origen y sus empresas, y los países de destino y sus empresas. ¿Todas ellas se benefician por igual?

Quienes hacen turismo se enriquecen con el conocimiento de nuevos lugares, de nuevas culturas, de otros grupos humanos; con el disfrute de la belleza, de la novedad, con el estímulo que significa vivir nuevas experiencias.

Para los **países de destino**, ¿representa el turismo un maná? No del todo y no en todos los casos. Los efectos son muy diferentes según se trate de países ricos o de países empobrecidos, con sus diferencias de infraestructuras e industria turística. Para las poblaciones receptoras, son una oportunidad de nuevos horizontes. En tiempos de la dictadura de Franco, por ejemplo, el *boom* turístico supuso una apertura: conocimos que había otra manera de vivir, que nuestra realidad no era, cuanto menos, la única realidad posible. Sin embargo, el turismo no es el maná, como ya veremos, aunque sí una apuesta reciente, pero firme por parte de los países más pobres.

"Esto no tiene precio", exclama el turista ante las bellezas de los exóticos destinos. Pero tiene precio, y bastante alto. Suelen

cobrarlo unos cuantos **consorcios transnacionales**, en cuyas manos está el negocio turístico completo: desde que el aspirante a turista franquea la puerta de la agencia de viajes hasta que regresa a casa cargado de fotos y recuerdos (transporte, alojamiento,...). Estas empresas sacan provecho y comercian gratuitamente con el medio ambiente global y local, cuyo "desgaste" nunca se suma al precio del viaje. El precio lo pagan, de manera inmediata, quienes hacen turismo.

Pero el precio más alto corre a cargo de las poblaciones locales que, por una parte, no se benefician en la misma medida de unas riquezas que desde muchos puntos de vista les pertenecen; y, por otra, sufren el deterioro que puede causar el turismo. Y, en alguna medida, pagamos el precio, todos, debido a las consecuencias ecológicas globales.

De cara a la Cumbre Rio+10, varias organizaciones centro-europeas constituyeron el Grupo de Trabajo para un Desarrollo Sostenible del Turismo (DANTE), firmante del documento *¿Tarjeta roja para el turismo?*. Dicho documento señala claramente cómo se reparten los beneficios y las pérdidas del turismo: "Los perdedores son los pequeños ofertantes en el Norte y Sur que luchan reiteradamente por formas de viaje más compatibles con el medio ambiente y con la humanidad, que tienen una posición más débil en el mercado turístico globalizado. Sin embargo, los más perjudicados son las poblaciones discriminadas de las regiones turísticas, sobre todo en el Sur: las mujeres, los niños, las minorías étnicas y los pueblos indígenas. Debido al desmesurado consumo de recursos por el turismo, tienen que soportar otras restricciones en sus medios de subsistencia, sin poder defenderse o ser indemnizados por ello".

Algunos malentendidos y confusiones

Algunos malentendidos y confusiones



El turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del **desarrollo económico**. Sin embargo, incluso prescindiendo del poco prescindible dato de que prácticamente la mitad de las divisas por turismo termina regresando a los países de origen de los viajeros o de las empresas turísticas, a este "maná" le pasa, por un lado, como al bíblico, que no dura para mañana; y por el otro, que no se reparte equitativamente. Supone algunas mejoras, como las de ciertas infraestructuras, pero éstas se llevan a cabo en función de las prioridades del turismo, no de la población autóctona. La OMT señala que el 80% de los pobres –con una renta de menos de 1 € al día– viven en 12 países; en 11 de ellos, el turismo es la principal fuente de ingresos.

El empleo que genera la actividad turística suele ser estacional, inestable y poco cualificado, y suele implicar unas condiciones laborales precarias, cuando no abusivas. La explotación infantil es especialmente dura en las regiones turísticas, donde tiene características propias: según estimaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), entre 13 y 19 millones de menores de 18 años trabajan en el sector del turismo. Si bien no todos los menores trabajan bajo condiciones de explotación, sus salarios son ínfimos y muchos abandonan la escuela. Mención aparte merece una de las más infames formas de explotación de niños, niñas y jóvenes: la sexual. Según UNICEF, cada año un millón de niños, niñas y jóvenes se convierten en víctimas de este tipo de explotación.

El **impacto ambiental** que ocasiona el turismo es de orden global y local. En primer lugar, procede del derroche energético que los viajes turísticos suponen: el turismo consume casi la mitad de los 130 millones de toneladas de combustible para aviones que se utilizan a escala mundial con fines civiles. Y también es resultado de las "necesidades" de los turistas, acostumbrados a servicios a los que las poblaciones locales no tienen acceso, y a derroches insostenibles. En países de climas calurosos y escasez de agua, las infraestructuras turísticas (hoteles, campos de golf, etc.) suponen un inmenso gasto de agua, mientras que la agricultura y otras actividades productivas no pueden desarrollarse satisfactoriamente por la escasez del mismo recurso. Georges Cazes, experto en turismo y luchador

por un turismo justo, es partidario de incluir en las políticas y las prácticas turísticas el concepto de **capacidad de carga** de los destinos.

Todo esto no niega algunas consecuencias positivas. Monumentos históricos y especies vivas reciben, en algunos lugares, una protección que, sin el valor económico que les confiere el turismo, no se habrían planteado

Hay un impacto del turismo que llama poderosamente la atención: el deterioro de aquello que en gran medida lo motiva, es decir, el paisaje. No es necesario trasladarse a regiones exóticas para ver y sentir el impacto ambiental del turismo de masas: basta con dar una vuelta por el litoral mediterráneo español, o simplemente no cerrar los ojos ante las fotografías y anuncios de ciudades de vacaciones y otros paraísos por doquier, que suponen la urbanización de zonas naturales, el uso abusivo del recurso agua, los problemas relacionados con el tratamiento de las basuras, la contaminación del agua por los residuos líquidos, los cambios en el paisaje para favorecer actividades de ocio como el golf o el esquí, etc. Estos procesos son aún más graves en países donde las normativas medioambientales son más permisivas para favorecer la industria turística.

El turismo puede tener beneficios positivos, al permitir la interrelación entre culturas diferentes. No obstante, su **impacto sociocultural** también tiene su cruz. La tendencia a acelerar los cambios, además de destruir elementos culturales importantes, a veces impide una evolución que responda a las necesidades y los deseos de las poblaciones anfitrionas. Asimismo, desde el punto de vista cultural, y sobre todo en las comunidades más pequeñas y aisladas, suele darse un fenómeno claro: la cultura se convierte en mercancía, privando a muchas manifestaciones de su significado en un claro proceso de prostitución. Las danzas rituales, que tienen un papel determinado en la vida de la comunidad, se representan para amenizar sobremesas en hoteles de lujo; los objetos de artesanía pierden su valor de uso para convertirse en mercancía, en "Recuerdo de...", etc.

Un turismo que beneficie de forma equitativa

Un turismo que beneficie de forma equitativa



¿Tendremos que renunciar al turismo? ¿Debemos volver a los tiempos en los que era un lujo aún más elitista? No, pero al igual que sucede en otros ámbitos, no es posible vivir sin tener en cuenta que somos muchos y que somos iguales en derechos. Hay que cambiar el modelo y los comportamientos. Como

reivindicaban los ecologistas: "Sí al turismo, pero no a cualquier coste: no todo está en venta".

El **turismo sostenible**, señala la OMT, "responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez

que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas y, a la vez, que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida".

Existe una creciente oferta de turismo sostenible. Empresas del sector y comunidades locales se unen con el fin de mejorar el modelo de turismo de masas y potenciar otros modelos que intentan paliar sus aspectos negativos. Así, han aparecido –pese a que están aún en estado incipiente– el turismo basado en la comunidad, el ecoturismo, el turismo responsable, el turismo justo o el llamado "turismo solidario". Aunque representan aún nichos de mercado marginales, constituyen una apuesta especialmente favorable para los países del Sur.

El turismo de masas, tan denostado, significa el acceso al turismo –con todos sus beneficios– de grandes grupos de

población, lo que representa, en alguna medida, mayores cotas de igualdad en el disfrute de derechos. Por tanto, la solución no puede venir por restringir este acceso, sino por crear las condiciones para minimizar los impactos negativos y potenciar los positivos.

Es imprescindible que las empresas –especialmente las grandes– y los gobiernos asuman sus responsabilidades. Las primeras, no incrementando sus cuentas de resultados a costa de los derechos de las poblaciones de los lugares de llegada, especialmente de los trabajadores, o de dañar el entorno. Los segundos, con legislaciones adecuadas que garanticen unas condiciones sostenibles y el justo reparto de los beneficios del turismo. Todo ello debe tener lugar sin dejar de lado el importante papel de la educación de las poblaciones, de modo que la ciudadanía de a pie adquiramos hábitos de comportamiento respetuosos, que no dañen el entorno ni produzcan explotación, y que sin duda enriquecerán la experiencia.

Cómo viajar sin invadir



La OMT ha elaborado un *Código Ético Mundial para el Turismo*, uno de cuyos objetivos es ayudar a quienes quieren ser turistas y viajeros responsables:

"Los viajes y el turismo deben concebirse y practicarse como un medio de desarrollo personal y colectivo. Si se llevan a cabo con una mente abierta, son un factor insustituible de auto-educación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.

Todos tenemos una función que cumplir en la generalización de unos viajes y un turismo responsables. Los gobiernos, las empresas y las comunidades deben procurararlo –sin duda– por todos los medios, pero usted también, en su calidad de visitante, puede apoyar sensiblemente este objetivo de muchas maneras:

1. Ábrase a las culturas y tradiciones distintas de las suyas: su experiencia se verá transformada, usted se ganará el respeto de la población local, y ésta lo acogerá más fácilmente. Sea tolerante y respete la diversidad; observe las tradiciones y las prácticas sociales y culturales del lugar.
2. Respete los derechos humanos. Cualquier forma de explotación vulnera los objetivos fundamentales del turismo.
3. Ayude a conservar el entorno natural. Proteja la flora y la fauna silvestres y su hábitat, y no compre productos elaborados a partir de plantas o animales en peligro.

4. Respete los recursos culturales. Las actividades turísticas deben practicarse con respeto por el patrimonio artístico, arqueológico y cultural.
5. Su viaje puede contribuir al desarrollo económico y social. Compre artesanía y productos locales para apoyar la economía del lugar, y atégase a los principios del comercio justo. Cuando regatee, tenga presente el concepto de salario justo.
6. Antes de salir de viaje, infórmese sobre la situación sanitaria efectiva de su destino y sobre el acceso en él a servicios consulares y de emergencia, y asegúrese de que su salud y su seguridad personal no correrán peligro.
7. Reúna toda la información posible sobre su destino y dedique tiempo a entender sus costumbres, normas y tradiciones. Evite los comportamientos que puedan ofender a la población local.
8. Infórmese de la legislación vigente para no cometer ningún acto que se considere delictivo en el país visitado".

El código también contiene disposiciones aplicables a las empresas turísticas, que son las que tienen directamente la sartén por el mango, y cuyo cambio en las prácticas de negocio puede suponer un impacto de gran envergadura para la sostenibilidad de esta industria en los países del Sur.

Entre los puntos más destacables se encuentran declaraciones tan importantes como que las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas, teniendo una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta del empleo. También reconoce el derecho de los trabajadores a que se garanticen sus derechos fundamentales,

entre ellos, recibir una formación inicial y continua adecuada, una protección social suficiente, limitándose en todo lo posible la precariedad en el trabajo. Respecto a las empresas multinacionales, se indica que no abusarán de la posición dominante que puedan ocupar, evitando convertirse en transmisoras de modelos culturales que impongan artificialmente a las comunidades receptoras.

"Para armonizar los tres pilares del desarrollo sostenible –el bien común, la economía y el medio ambiente– en el turismo, primero hay que detectar y señalar claramente las contradicciones de sus prácticas económicas actuales. Sólo entonces se podrá realizar una estrategia que siempre tendrá que ser de doble vía: se trata de paliar los impactos negativos, como el deterioro de las condiciones de trabajo o el excesivo consumo de recursos, a través de medidas concretas, tales como, cláusulas de protección social o tecnologías ecoeficientes. A la vez, hay que luchar contra las causas de la pobreza y la crisis medioambiental, es decir, hay que eliminar las estructuras que provocan pobreza y destrucción del medio ambiente".

¿Tarjeta roja para el turismo?

CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE

1. El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, debe ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.

El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, y que permita conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende.

2. El turismo debería contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, y respetando los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos turísticos, en particular, a las pequeñas islas y áreas ambientalmente sensibles. La actividad turística deberá prever una evolución aceptable respecto a su incidencia sobre los recursos naturales, la biodiversidad y la capacidad de asimilación de los impactos y residuos producidos.
3. La actividad turística debe considerar los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural y sobre los elementos, las actividades y las dinámicas tradicionales de las comunidades locales. El reconocimiento de estos factores locales y el apoyo a su identidad, cultura e intereses, deben ser referentes obligados en la formulación de las estrategias turísticas, especialmente en los países en vías de desarrollo.
4. La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone necesariamente la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en el proceso, tanto públicos como privados. Esta concertación debe basarse en mecanismos eficaces de cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional.
5. La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural representan un ámbito privilegiado para la cooperación. Por parte de todos los responsables, esta actitud implica un auténtico reto de innovación cultural, tecnológica y profesional, que además exige realizar un gran esfuerzo para crear y desarrollar instrumentos de planificación y de gestión integrados.
6. Los criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, determinados conjuntamente con las comunidades locales y basados en los principios del desarrollo sostenible, deberían ser objetivos prioritarios en la formulación de las estrategias y los proyectos turísticos.

7. Para participar en el desarrollo sostenible, el turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, garantizando su plena integración y contribuyendo positivamente al desarrollo económico local.
8. Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población, e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino.
9. Los gobiernos y las autoridades competentes, con la participación de las ONG y las comunidades locales, deberán acometer acciones orientadas a la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible.
10. Reconociendo que la cohesión social y económica entre los pueblos del mundo es un principio fundamental del desarrollo sostenible, urge impulsar medidas que permitan un reparto más equitativo de los beneficios y las cargas producidos por el turismo. Ello implica un cambio en los modelos de consumo y la introducción de métodos de fijación de precios que permitan la internalización de los costes medioambientales.

Los gobiernos y las organizaciones multilaterales deberían priorizar y reforzar las ayudas directas o indirectas a los proyectos turísticos que contribuyan a la mejora de la calidad medioambiental. En este marco, es necesario investigar en profundidad sobre la aplicación de instrumentos económicos, jurídicos y fiscales internacionalmente armónicos que aseguren el uso sostenible de los recursos en materia turística.

11. Las zonas vulnerables desde el punto de vista ambiental y cultural, tanto las actuales como las futuras, deberán recibir prioridad especial en materia de ayuda financiera y cooperación técnica al desarrollo turístico sostenible. También deben recibir tratamiento especial las zonas degradadas por los modelos turísticos obsoletos y de alto impacto.
12. La promoción de formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible, así como el fomento de la diversificación de los productos turísticos, constituyen una garantía de estabilidad a medio y largo plazo. Para perseguir este fin, es necesario asegurar y reforzar de forma activa la cooperación regional, particularmente en el caso de pequeñas islas y áreas de mayor fragilidad ecológica.
13. Los gobiernos, la industria turística, las autoridades y las ONG responsables del turismo deberán impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles.
14. La definición de una política turística de carácter sostenible requiere necesariamente el apoyo y la promoción de sistemas de gestión turística ambientalmente compatibles, de estudios de viabilidad que permitan la transformación del sector, así como la puesta en marcha de proyectos de demostración y el desarrollo de programas en el ámbito de la cooperación internacional.
15. La industria turística, en colaboración con los organismos y las ONG con actividades relacionadas con el turismo, deberá diseñar los marcos específicos de acciones positivas y preventivas que garanticen un desarrollo turístico sostenible, estableciendo programas que apoyen la ejecución de dichas prácticas. Realizarán el seguimiento de los logros alcanzados, informarán de los resultados e intercambiarán sus experiencias.
16. Se deberá prestar especial atención al papel del transporte y sus efectos sobre el medio ambiente en la actividad turística, así como al desarrollo de instrumentos y medidas orientadas a reducir el uso de energías y recursos no renovables, fomentando además el reciclaje y la minimización de residuos en las instalaciones turísticas.
17. Con el fin de que el turismo pueda ser una actividad sostenible, es fundamental que se adopten y pongan en práctica códigos de conducta que favorezcan la sostenibilidad por parte de los principales actores que intervienen en la actividad, en particular por los miembros de la industria turística. Dichos códigos pueden constituir instrumentos eficaces para el desarrollo de actividades turísticas responsables.
18. Deberán ponerse en práctica todas las medidas necesarias para sensibilizar e informar al conjunto de las partes implicadas en la industria del turismo, ya sea en el ámbito local, nacional, regional o internacional, sobre el contenido y los objetivos de la Conferencia de Lanzarote.

Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Lanzarote, abril de 1995.

Buenas prácticas

Mucho más reciente que el auge del turismo es la conciencia de la necesidad de que éste se ajuste a unos parámetros que garanticen que es un factor de desarrollo sostenible en todos los aspectos: respeto ambiental, justo reparto de beneficios, participación de la población local, etc. Poco a poco, surgen iniciativas, tanto en forma de códigos éticos y normativas como de proyectos, que ponen en práctica tales normas.

A veces, estos proyectos están vinculados a trabajos de ONG (ver páginas web recomendadas en "Para saber más") y otros colectivos sociales. En otras ocasiones, hay empresas que ponen algunos medios para que los beneficios repercutan en alguna medida en las poblaciones locales. En la República Dominicana (donde abundan los ejemplos de las prácticas contrarias) pueden citarse dos empresas que actúan en este sentido:

El Grupo Punta Cana Resort & Club, una empresa de capital dominicano que en la Cumbre de Desarrollo Sostenible de Johannesburgo fue declarada "ejemplo y modelo de desarrollo sostenible del turismo", ha puesto en marcha una fundación que promueve investigaciones y proyectos de protección ambiental, y construye viviendas y escuela para las familias de los trabajadores; a su vez, ha hecho posible un centro de salud para la población local.

La Asociación de Hoteles Romana-Bayahíbe lleva adelante iniciativas en sentido similar, y procura que los beneficios alcancen en alguna medida a las poblaciones locales. Son algunas buenas prácticas, aisladas e incipientes que, aunque sea de forma tímida, se mueven en la dirección de unas condiciones de desarrollo justas y sostenibles.

Viajeros, turistas, peregrinos

El poeta Kavafis escribió –y Lluís Llach lo canta– que lo mejor que le pasó a Ulises no fue llegar a Itaca, sino el viaje, que le hizo "rico en aventuras y en sabiduría". Eso requiere, claro, viajar de una manera determinada. Si respetamos las palabras, turismo es algo así como darse una vuelta. Viajar es una experiencia más amplia y más profunda que acumular fotos o sellos en el pasaporte. El Camino de Santiago, una tradición que recorre la historia y la geografía de Europa, es, para quien entiende su sentido y en él se embarca, una experiencia que afecta a quien así lo emprende. Y todos los viajes pueden ser un camino. El equipaje más importante para viajar así es la mirada; una mirada no de turista –superficial, depredadora, consumista–, sino de quien visita: contemplativa, comunicativa. Es la que permite disfrutar de los paisajes y de lo mejor de ellos: las personas que los habitan.

Para saber más... Para saber más...

Informes

Código ético de responsabilidad social.

Sector de hostelería en Europa

ETHOS, Red para la promoción de la responsabilidad social en empresas de hostelería. Federación Estatal de Comercio, Hostelería y Turismo de Comisiones Obreras (DECOHT CCOO). <http://www.proyectoethos.org/codigo.pdf>

Guía para un consumo responsable

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. HISPACOO, Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y usuarios. Marzo 2007. <http://www.IntermonOxfam.org/consumoresponsable>

Directrices para el desarrollo del turismo comunitario

WWF Internacional. Julio 2001. www.icrtourism.org/Publications/WWF3spa.pdf

Películas

Babel

Dir.: Alejandro González Iñárritu. USA, 2006 (143').

El turista accidental

Dir.: Lawrence Kasdan. USA, 1988 (121').

Propuestas didácticas

Turismo responsable. Propuesta didáctica para las escuelas

Roberto Varone. Traducción del italiano: Paola Sarti. Acsud Las Segovias. <http://www.edualter.org/material/turisme/responsable.htm>

Páginas web: Paginas web:

Código ético mundial para el turismo. Resolución adoptada por la ONU en diciembre de 2001. http://www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm

Organización Mundial del Turismo (OMT). <http://www.world-tourism.org>

Turismo responsable. Proyecto de Acsud-Las Segovias (Asociación de Cooperación con el Sur). <http://www.turismoresponsable.net/>

Turismo Justo. ONG especializada en turismo y desarrollo. www.turismojusto.org

ECPAT Internacional. Red de organizaciones y individuales que trabajan en conjunto para la eliminación de la prostitución infantil, la pornografía infantil y el tráfico de niños y niñas con propósitos sexuales. Entre otros tiene un programa para la prevención del turismo sexual infantil. <http://www.ecpat.net/es/index.asp>

Tourism Concern. Organización que lucha contra la explotación en el turismo (en inglés). <http://www.tourismconcern.org.uk/>



Visita nuestra web
y descarga el
¡¡Global express!!

www.IntermonOxfam.org/educar/global

Global express pretende generar preguntas entre los alumnos y las alumnas sobre lo que cuentan los medios de comunicación. Se trata de promover una visión crítica de la realidad que les permita comprender el estado del mundo y, en especial, la situación del mundo en desarrollo.

Global express nació como una iniciativa de: Centrum voor Mondiaal Onderwijs (Holanda), Curriculum Development Unit (Irlanda), Centro Educazione Mondialità (Italia) e Intermón Oxfam (España).

Global express está financiado por :

