

Global express

A actualidade na aula

¡Viaje con nosotros... si quiere gozar!

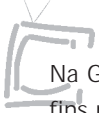


Nos últimos 15 anos, o número de viaxeiros multiplicouse por dous e as viaxes interiores, por 10. Talvez quen antes viaxaban, agora o fagan máis; mais, sobre todo, creceu o número de quen practicamos o tráfico turístico. A alegre face do turismo acocha, porén, realidades mais complexas.

Esta edición de *Global express* aproxímanos da realidade do turismo, presenta elementos para analizar o seu potencial e as consecuencias do modelo turístico dominante, e axúdanos a reflexionar sobre a nosa responsabilidade como turistas.

"Con 842 millóns de chegadas e un crecemento de 4,5%, 2006 superou todas as expectativas: o turismo continuou a obter resultados superiores á media e o converteuno nun novo ano record para o sector". Así presentaba a Organización Mundial do Turismo (OMT) o seu relatorio anual sobre a situación do turismo mundial, anunciando que a previsión para 2007 parece seguir a mesma liña.

Un pouco de historia



Na Grecia clásica, os Xogos Olímpicos motivaban viaxes con fins parecidos aos turísticos; e os ricos da Roma Imperial ían tomar as augas termas e veraneaban nas súas vilas. Porén, o turismo, tal como o concibimos actualmente, nace no século XIX como unha consecuencia da Revolución Industrial, con viaxes cuxa finalidade principal é o lecer, o descanso, a cultura, a saúde, os negocios ou as relacións familiares.

O máis parecido ao turismo durante a Idade Media eran as peregrinacións, especialmente o Camiño de Santiago, que creaban unha gran ruta que, en certa medida, vertebraba Europa. As grandes expedicións marítimas de portugueses, británicos e españois despertaron e responderon ás ansias viaxeiras, dando paso a algúns dos sinais de identidade do Renacemento. O precedente máis claro do turismo, porén, poderíamos encontralo no costume da aristocracia inglesa de enviar os mozos a faceren o gran-tour (de aí o termo "turismo"): unha viaxe de longa duración (entre tres e cinco anos) por diferentes países europeos ao concluíren os estudos, cuxo fin era o de complementaren a súa formación e adquiriren experiencias.

A Revolución Industrial proporcionou á burguesía recursos económicos e tempo libre para viaxar, actividade moito menos incómoda que nos séculos anteriores grazas ao mesmo invento que define a época: a máquina de vapor. O ferrocarril estendeuse por toda a Europa e América do Norte, ao tempo que se reducía espectacularmente a duración dos desprazamentos marítimos.

En 1841, Thomas Cook, inventor do turismo moderno, emprendeu a primeira viaxe organizada da historia. Aínda que a viaxe en si foi un fracaso económico, considérase un rotundo éxito no tocante a precedente do "paquete turístico", xa que Cook se apercebiu das enormes posibilidades económicas que podería chegar a ter esta actividade, e creou en 1851 a primeira axencia de viaxes do mundo: *Thomas Cook and son*.

Cando estourou a Primeira Guerra Mundial (en 1914), na Europa había cerca de 150.000 turistas americanos. Tras finalizar a guerra, comezou a fabricación en masa de autobuses e automóviles, e as praias e os ríos convertéronse no centro do turismo na Europa. O avión, utilizado por minorías para longas distancias, foise desenvolvendo timidamente, para acabar por se impor sobre as compañías armadoras.

A Segunda Guerra Mundial paralizou completamente o turismo no mundo, e os seus efectos estendéronse até o ano 1949. Entre 1950 e 1973, comezouse a falar do **boom turístico**. O turismo internacional creceu a un ritmo superior ao que o fixera ao longo de toda a historia. Este desenvolvemento foi consecuencia da nova orde internacional, a estabilidade social e o desenvolvemento da cultura do lecer no mundo occidental. Nesta época, comezouse a legislar sobre o sector.

Son os tempos nos que xorde a **sociedade do benestar**, na que, unha vez cubertas as necesidades básicas, aparece o interese por desenvolver o nivel de formación, e por viaxar e coñecer outras culturas. Por outro lado, a nova lexislación laboral (vacacións pagas, semana laboral de 5 días, redución da xornada a 40 horas semanais, ampliación das coberturas sociais de xubilación, desemprego, invalidez, etc.) potenciou en gran medida o desenvolvemento do lecer.

Igualmente, estes foron os anos nos que se desenvolveron os grandes núcleos urbanos e se fixo evidente a masificación e, con ela, o desexo de evasión, de escapar do estrés das cidades e de despexar as mentes de presión.

A produción en cadea de automóviles fíxoos máis accesibles, e a construción de estradas e autoestradas facilitou os desprazamentos. O avión de hélice foi substituído polo de reacción, o que significou un golpe definitivo para as compañías marítimas, que se viron obrigadas a destinar os seus barcos aos cruceiros ou ao desmantelamento.

Todos estes factores levaron á estandarización do produto turístico. Os grandes operadores turísticos lanzaron ao mercado millóns de paquetes turísticos idénticos. Na maior parte dos casos utilizouse o voo chárter, que abaratóu o produto e o popularizou. Ao principio deste período (1950) había 25 millóns de turistas; en 1973, había 190 millóns.

Non obstante, esta etapa caracterizouse tamén pola falta de experiencia, o que implicou consecuencias como a falta de planificación urbanística: construíuse sen ningunha previsión, sen ter en conta nin a procura nin os impactos medioambientais e sociais que podía implicar a chegada masiva de turistas.

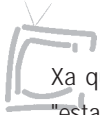
Nos anos setenta, a crise enerxética e a conseguinte inflación, especialmente sentida no transporte, ocasionaron un novo período de crise para a industria turística, que se estendeu até 1978. Este recesión significou unha redución da calidade para abaratar custos e prezos, apostando por unha masificación da oferta e da procura.

Nos anos oitenta, o nivel de vida volveuse elevar e o turismo converteuse no motor económico de moitos países, facilitado pola mellora dos transportes e a consolidación dos voos chárter.

Neste anos, tivo lugar unha internacionalización moi marcada das grandes empresas hoteleiras e dos operadores turísticos,

que procuraban novas formas de utilización do tempo libre (parques temáticos, deporte, risco, saúde...) e aplicaban técnicas de *mercadotecnia*, pois o turista cada vez tiña maior experiencia e procuraba novos produtos e destinos turísticos, o que creou unha forte competencia. As tecnoloxías multimedia e as comunicacións transformaron o sector, modificando o deseño dos produtos e a prestación do servizo, e facendo máis fluída a comercialización. Nos últimos anos, tivo lugar un novo abaratamento das viaxes por vía aérea grazas ás compañías de baixo custo, á liberación do sector en moitos países e, por tanto, á feroz concorrència.

A quen beneficia o turismo?



Xa que a xeneralización do turismo está relacionada coa do "estado do benestar", a extensión do privilexio de facer turismo chega até os límites deste: segundo a Organización Mundial do Turismo (OMT) só entre un 3 e un 5% da poboación mundial pode darse o pracer de realizar unha viaxe ao estranxeiro. Trátase, xeralmente, de habitantes dos países ricos industrializados ou das clases adiñeiradas dos países do Sur.

Hai tres partes implicadas nestas prácticas: quen fan turismo, os países de orixe e as súas empresas, e os países de destino e as súas empresas. Benefíciáanse todas elas por igual?

Quen fan turismo enriquecécese co coñecemento de novos lugares, de novas culturas, doutros grupos humanos; co gozo da beleza, da novidade, co estímulo que significa vivir novas experiencias.

Para os **países de destino**, representa o turismo un maná? Non por completo e non en todos os casos. Os efectos son moi diferentes segundo se tratar de países ricos ou de países empobrecidos, coas súas diferenzas de infraestruturas e industria turística. Para as poboacións receptoras, son unha oportunidade de novos horizontes. En tempos da ditadura de Franco, por exemplo, o *boom* turístico significou unha abertura: coñecemos que había outra maneira de vivir, que a nosa realidade non era, polo menos, a única realidade posible. Porén, o turismo non é o maná, como xa veremos, aínda que si unha aposta recente, mais firme, por parte dos países máis pobres.

"Isto non ten prezo", exclama o turista perante as belezas dos exóticos destinos. Porén, ten prezo, e bastante alto. Acostuman

cobralo uns cantos **consorcios transnacionais**, en cuxas mans está o negocio turístico completo: desde que o aspirante a turista entra pola porta da axencias de viaxe até que regresa á casa cargado de fotos e recordos (transporte, aloxamento...). Estas empresas tiran proveito e comercian gratuitamente co medio ambiente global e local, cuxo "desgaste" nunca se suma ao prezo da viaxe. O prezo págano, de maneira inmediata, quen fan turismo.

Mais o prezo máis alto corre a cargo das poboacións locais que, por un lado, non benefician na mesma medida dunhas riquezas que, de moitos puntos de vista, lles pertencen; e, por outro, sofren a deterioración que o turismo pode causar. E, nalgũa medida, pagamos o prezo, todos, debido ás consecuencias ecolóxicas globais.

Cara ao Cumio Río+10, varias organizacións centroeuropeas constituíron o Grupo de Traballo para un Desenvolvemento Sustentable do Turismo (DANTE), que asinou o documento *Cartón vermello para o turismo?* Este documento sinala claramente cómo se distribúen os lucros e as perdas do turismo: "Os perdedores son os pequenos ofertantes no Norte e no Sur que loitan reiteradamente por formas de viaxe máis compatibles co medio ambiente e coa Humanidade, que teñen unha posición máis débil no mercado turístico globalizado. Con todo, os máis prexudicados son as poboacións discriminadas das rexións turísticas, sobre todo no Sur: as mulleres, as crianzas, as minorías étnicas e os pobos indíxenas. Por causa do desmesurado consumo de recursos polo turismo, teñen que soportar outras restricións nos seus medios de subsistencia, sen se poder defender ou ser indemnizados por iso".

Algúns malentendidos e confusións



O turismo foi presentado tradicionalmente como un eficiente motor do **desenvolvemento económico**. Porén, mesmo prescindindo do pouco prescindible dato de que practicamente a metade das divisas por turismo acaba por regresar aos países de orixe dos viaxeiros ou das empresas turísticas, este "maná" ten o mesmo problema, por un lado, que o bíblico, que non dura para mañá; e por outro, que non se distribúe equitativamente. Implica algunhas melloras, como as de certas infraestruturas, mas estas lévanse a cabo en función das prioridades do turismo, non da poboación autóctona. A OMT indica que 80% dos pobres – cunha renda de menos de 1 € por día – viven en 12 países; en 11 deles, o turismo é a principal fonte de ingresos.

O emprego xerado pola actividade turística adoita ser estacional, inestable e pouco cualificado, e acostuma implicar unhas condicións laborais precarias, e mesmo abusivas. A explotación infantil é especialmente dura nas rexións turísticas, onde ten características propias; segundo estimacións da Organización Internacional do Traballo (OIT), entre 13 e 19 millóns de menores de 18 anos traballan no sector do turismo. Aínda que non todos os menores traballan baixo condición de explotación, os seus salarios son ínfimos e moitos abandonan a escola. Habería que facer unha mención especial dunha das máis infames formas de explotación de nenos, nenas e mozos: a sexual. Segundo a UNICEF, cada ano un millón de nenos, nenas e mozos convértese en vítimas deste tipo de explotación.

O **impacto ambiental** que provoca o turismo é de orde global e local. En primeiro lugar, procede da dilapidación enerxética que as viaxes turísticas implican: o turismo consume case a metade dos 130 millóns de toneladas de combustible para avións que se utilizan á escala mundial con fins civís. E tamén é resultado das "necesidades" dos turistas, acostumados a servizos aos que as poboacións locais non teñen acceso, e a dilapidacións insustentables. En países de climas calorosos e escaseza de auga, as infraestruturas turísticas (hoteis, campos de golf, etc.) representan un inmenso gasto de auga, mentres que a agricultura e outras actividades produtivas non se poden

desenvolver satisfactoriamente pola escaseza do mesmo recurso. Georges, especialista en turismo e loitador por un turismo xusto, é partidario de incluír nas políticas e nas prácticas turísticas o concepto de **capacidade de carga** dos destinos.

Todo isto non nega algunhas acusacións positivas. Monumentos históricos e especies vivas reciben, nalgúns lugares, unha protección que, sen o valor económico que lles confire o turismo, non se tería formulado.

Hai un impacto do turismo que chama poderosamente a atención: a deterioración daquilo que en grande medida o motiva, isto é, a paisaxe. Non é necesario viaxar a rexións exóticas para ver e sentir o impacto ambiental do turismo de masas: basta dar unha volta pola costa mediterránea española, ou simplemente no pechar os ollos perante as fotografías e anuncios de cidades de vacacións e outros paraísos por toda a parte, que significan a urbanización de zonas naturais, o uso abusivo do recurso da auga, os problemas relacionados co tratamento do lixo, a contaminación da auga polos residuos líquidos, as mudanzas na paisaxe para favorecer actividades de lecer como o golf ou o esquí, etc. Estes procesos son mesmo máis graves en países onde as normativas medioambientais son máis permisivas para favorecer a industria turística.

O turismo pode ter beneficios positivos, ao permitir a interrelación entre culturas diferentes. Non obstante, o seu **impacto sociocultural** tamén ten a súa cruz. A tendencia a acelerar as mudanzas, ademais de destruír elementos culturais importantes, ás veces impide unha evolución que responda ás necesidades e aos desexos das poboacións anfitriñas. Igualmente, dun punto de vista cultural, e sobre todo nas comunidades máis pequenas e illadas, é normal que se verifique un fenómeno claro: a cultura convértese en mercadoría, privando moitas manifestacións do seu significado nun claro proceso de prostitución. As danzas rituais, que teñen un papel determinado na vida da comunidade, represéntanse para amenizar as sobremesas en hoteles de luxo; os obxectos de artesanado perden o seu valor de uso para se converter en mercadoría, en "Recordo de...", etc.

Un turismo que beneficie de forma equitativa



Teremos que renunciar ao turismo? Debemos volver aos tempos en que era un luxo aínda máis propio de elites? Non, mais da mesma forma que acontece noutros ámbitos, non é posible vivir sen ter en conta que somos moitos e que somos iguais en dereitos. Hai que mudar o modelo e os comportamentos. Como reivindicaban os ecoloxistas:

"Si ao turismo, mais non a calquera custo: non todo está en venda".

O **turismo sustentable**, afirma a OMT, "responde ás necesidades dos turistas e das rexións anfitriñas presentes, ao mesmo tempo que protexe e mellora as oportunidades do futuro. Está enfocado

para a xestión de todos os recursos de maneira que satisfagan todas as necesidades económicas, sociais e estéticas e, ao mesmo tempo, que respecten a integridade cultural, os procesos ecolóxicos esenciais, a diversidade biolóxica e os sistemas de soporte da vida".

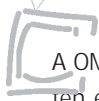
Existe unha crecente oferta de turismo sustentable. Empresas do sector e comunidades locais únense co fin de mellorar o modelo de turismo de masas e incentivar outros modelos que tentan paliar os seus aspectos negativos. Así, apareceron – a pesar de que aínda están en estado incipiente – o turismo baseado na comunidade, o ecoturismo, o turismo responsable, o turismo xusto ou o chamado "turismo solidario". Aínda que representan neste momento nichos de mercado marxinais, constitúen unha aposta especialmente favorable para os países do Sur.

O turismo de masas, tan mal considerado, significa o acceso ao turismo – con todos os seus beneficios – de grandes grupos

de poboación, o que representa, nalgunha medida, maiores cotas de igualdade no gozo de dereitos. Por tanto, a solución non pode vir por restrinxir este acceso, senón por crear as condicións para minimizar os impactos negativos e incentivar os positivos.

É imprescindible que as empresas – especialmente as grandes – e os gobernos asuman as súas responsabilidades. As primeiras, non incrementando as súas contas de resultados á custa dos dereitos das poboacións dos lugares de chegada, especialmente dos traballadores, ou de danar o contorno. Os segundos, con lexislacións adecuadas que garantan unhas condicións sustentables e a distribución xusta dos beneficios do turismo. Todo isto debe ter lugar sen deixar de lado o importante papel da educación das poboacións, de modo que a cidadanía de a pé adquiramos hábitos de comportamento respectuosos, que non danen o contorno nin produzan explotación, e que sen dúbida enriquecerán a experiencia.

Cómo viaxar sen invadir Como viaxar sen invadir



A OMT elaborou un *Código Ético Mundial para o Turismo*, que ten entre os seus obxectivos o de axudar a quen queren ser turistas e viaxeiros responsables:

"As viaxes e o turismo deben concibirse e practicarse como un medio de desenvolvemento persoal e colectivo. Se se levan a cabo cunha mente aberta, son un factor insubstituíble de auto-educación, tolerancia mutua e aprendizaxe das lexitimas diferenzas entre pobos e culturas e da súa diversidade.

Todos temos unha función que cumprir na xeneralización dunhas viaxes e dun turismo responsables. Os gobernos, as empresas e as comunidades deben procuralo – sen dúbida – por todos os medios, mas vostede tamén, na súa calidade de visitante, poden apoiar sensiblemente este obxectivo de moitas formas:

1. Ábrase ás culturas e tradicións diferentes das súas: a súa experiencia verase transformada, vostede ganará o respecto da poboación local, e esta acollerao máis facilmente. Sexa tolerante e respecte a diversidade; observe as tradicións e as prácticas sociais e culturais do lugar.
2. Respecte os dereitos humanos. Calquera forma de explotación vulnera os obxectivos fundamentais do turismo.
3. Axude a conservar o ambiente natural. Protexa a flora e a fauna silvestres e o seu hábitat, e non compre produtos elaborados a partir de plantas ou animais en perigo.

4. Respecte os recursos culturais. As actividades turísticas deben practicarse con respecto polo patrimonio artístico, arqueolóxico e cultural.
5. A súa viaxe pode contribuír para o desenvolvemento económico e social. Compre artesanado e produtos locais para apoiar a economía do lugar, e respecte os principios do comercio xusto. Cando regatee, teña presente o concepto de salario xusto.
6. Antes de saír de viaxe, infórmese sobre a situación sanitaria efectiva do seu destino e sobre o acceso nel a servizos consulares e de emerxencia, e asegúrese que a súa saúde e a súa seguridade persoal non correrán perigo.
7. Reúna toda a información posible sobre o seu destino e dedique tempo a entender os seus costumes, normas e tradicións. Evite os comportamentos que poidan ofender a poboación local.
8. Infórmese da lexislación en vigor para non cometer ningún acto que se considere delituoso no país visitado".

O código tamén contén disposicións aplicables ás empresas turísticas, que son as que teñen o porco polo rabo, e cuxa mudanza nas prácticas de negocio pode implicar un impacto de grande envergadura para a sustentabilidade desta industria nos países do Sur.

Entre os puntos máis destacables encóntranse declaracións tan importantes como que as poboación e comunidades locais se asociarán ás actividades turísticas, tendo unha participación equitativa nos beneficios económicos, sociais e culturais que reporten, especialmente na creación directa e indirecta do emprego. Tamén reconece o dereito dos traballadores a que sexan garantidos os seus dereitos fundamentais, entre eles,

recibir unha formación inicial e continua adecuada, unha protección social suficiente, limitándose en todo o posible a precariedade no traballo. Con relación ás empresas multinacionais, indícase que non abusarán da posición dominante que poidan ocupar, evitando converterse en transmisoras de modelos culturais que impoñan artificialmente ás comunidades receptoras.

"Para harmonizar os tres piares do desenvolvemento sustentable – o ben común, a economía e o medio ambiente – no turismo, primeiro hai que detectar e sinalar claramente as contradicións das súas prácticas económicas actuais. Só entón se poderá realizar unha estratexia que sempre terá de ser de dupla vía: trátase de paliar os impactos negativos, como a deterioración das condicións de traballo ou o excesivo consumo de recursos, a través de medidas concretas, como cláusulas de protección social ou tecnoloxías ecoeficientes. Ao mesmo tempo, hai que loitar contra as causas da pobreza e da crise medioambiental, isto é, hai que eliminar as estruturas que provocan pobreza e destrución do medio ambiente".

Cartón vermello para o turismo?

CARTA DO TURISMO SUSTENTABLE

1. O desenvolvemento turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sustentabilidade, isto é, debe ser soportado ecoloxicamente a longo prazo, viable economicamente e equitativo desde unha perspectiva ética e social para as comunidades locais.

O desenvolvemento sustentable é un proceso orientado que contempla unha xestión global dos recursos co obxectivo de asegurar a súa durabilidade, e que permita conservar o noso capital natural, a incluír as áreas protexidas. Sendo o turista un potente instrumento de desenvolvemento, pode e debe participar activamente na estratexia do desenvolvemento sustentable. Unha boa xestión do turismo esixe garantir a sustentabilidade dos recursos dos que depende.

2. O turismo debería contribuír para o desenvolvemento sustentable, integrándose no contorno natural, cultura e humano, e respectando os fráxiles equilibrios que caracterizan moitos destinos turísticos, en particular, as pequenas illas e áreas sensibles do punto de vista ambiental. A actividade turística deberá prever unha evolución aceptable con respecto á súa incidencia sobre os recursos naturais, a biodiversidade e a capacidade de asimilación dos impactos e residuos producidos.
3. A actividade turística debe considerar os efectos inducidos sobre o patrimonio cultural e sobre os elementos, as actividades e as dinámicas tradicionais das comunidades locais. O recoñecemento destes factores locais e o apoio á súa identidade, cultura e intereses, deben ser referentes obrigados na formulación das estratexias turísticas, especialmente nos países en vías de desenvolvemento.
4. A contribución activa do turismo para o desenvolvemento sustentable presupón necesariamente a solidariedade, o respecto mutuo e a participación de todos os actores implicados no proceso, tanto públicos como privados. Esta concertación debe basearse en mecanismos eficaces de cooperación a todos os niveis: local, nacional, rexional e internacional.
5. A conservación, a protección e a posta en valor do patrimonio natural e cultural representan un ámbito privilexiado para a cooperación. Por parte de todos os responsables, esta actitude implica un auténtico desafío de innovación cultural, tecnolóxica e profesional, que ademais esixe realizar un grande esforzo para crear e desenvolver instrumentos de planificación e de xestión integrados.
6. Os criterios de calidade orientados para a preservación do destino turístico e para a capacidade de satisfacción do turista, determinados conxuntamente coas comunidades locais e baseados nos principios do desenvolvemento sustentable, deberían ser obxectivos prioritarios na formulación das estratexias e dos proxectos turísticos.

7. Para participar no desenvolvemento sustentable, o turismo debe asentarse sobre a diversidade de oportunidades ofrecidas pola economía local, garantindo a súa plena integración e contribuíndo positivamente para o desenvolvemento económico local.
8. Toda opción de desenvolvemento turístico debe repercutir de forma efectiva na mellora da calidade de vida da poboación, e incidir no enriquecemento sociocultural de cada destino.
9. Os gobernos e as autoridades competentes, coa participación das ONG e das comunidades locais, deberán acometer acción orientadas para a planificación integrada do turismo como contribución para o desenvolvemento sustentable.
10. Recoñecendo que a cohesión social e económica entre os pobos do mundo é un principio fundamental do desenvolvemento sustentable, é urxente impulsar medidas que permitan unha distribución máis equitativa dos beneficios e das cargas producidos polo turismo. Isto implica unha mudanza nos modelos de consumo e a introdución de métodos de fixación de prezos que permitan a internalización dos custos medioambientais.

Os gobernos e as organizacións multilaterais deberían colocar como prioritarias e reforzar as axudas directas ou indirectas aos proxectos turísticos que contribúan para a mellora da calidade medioambiental. Neste contexto, é necesario investigar en profundidade sobre a aplicación de instrumentos económicos, xurídicos e fiscais internacionalmente harmónicos que aseguren o uso sustentable dos recursos en materia turística.

11. As zonas vulnerables do punto de vista ambiental e cultural, tanto as actuais como as futuras, deberán recibir prioridade especial en materia de axuda financeira e cooperación técnica ao desenvolvemento turístico sustentable. Tamén deben recibir tratamento especial as zonas degradadas polos modelos turísticos obsoletos e de alto impacto.
12. A promoción de formas alternativas de turismo coherentes cos principios do desenvolvemento sustentable, así como o fomento da diversificación dos produtos turísticos, constitúen unha garantía de estabilidade a medio e longo prazo. Para perseguir este fin, é necesario asegurar e reforzar de forma activa a cooperación rexional, particularmente no caso de pequenas illas e áreas de maior fragilidade ecolóxica.
13. Os gobernos, a industria turística, as autoridades e as ONG responsables polo turismo deberán impulsar e participar na creación de redes abertas de investigación, difusión, información e transferencia de coñecementos en materia de turismo e tecnoloxías turísticas ambientalmente sustentables.
14. A definición dunha política turística sustentable require necesariamente o apoio e a promoción de sistemas de xestión turística ambientalmente compatibles, de estudos de viabilidade que permitan a transformación do sector, así como a implementación de proxectos de demostración e o desenvolvemento de programas no ámbito da cooperación internacional.
15. A industria turística, en colaboración cos organismos e as ONG con actividades relacionadas co turismo, deberá deseñar os contextos específicos de accións positivas e preventivas que garantan un desenvolvemento turístico sustentable, establecendo programas que apoién a execución das referidas prácticas. Realizarán o seguimento dos éxitos alcanzados, informarán dos resultados e intercambiarán as súas experiencias.
16. Deberá prestarse especial atención ao papel do transporte e dos seus efectos sobre o medio ambiente na actividade turística, así como o desenvolvemento de instrumentos e medidas orientadas a reducir o uso de enerxías e recursos non renovables, fomentando ademais a reciclaxe e a minimización de residuos nas instalacións turísticas.
17. Co fin de que o turismo poida ser unha actividade sustentable, é fundamental que se adopten e poñan en práctica códigos de conduta que favorezan a sustentabilidade por parte dos principais actores que interveñen na actividade, en particular polos membros da industria turística. Os referidos códigos poden constituír instrumentos eficaces para o desenvolvemento de actividades turísticas responsables.
18. Deberán pórse en práctica todas as medidas necesarias para sensibilizar e informar ao conxunto das partes implicadas na industria do turismo, quer no ámbito local, nacional, rexional ou internacional, sobre o contido e os obxectivos da Conferencia de Lanzarote.

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

Boas prácticas

Moito máis recente que o auxo do turismo é a consciencia da necesidade de que este se axuste a uns parámetros que garantan que é un factor de desenvolvemento sustentable en todos os aspectos: respecto ambiental, xusta distribución de beneficios, participación da poboación local, etc. Pouco a pouco, xorden iniciativas, tanto en forma de códigos éticos e regulamentos como de proxectos, que poñen en práctica esas normas.

Ás veces, estes proxectos están vinculados a traballos de ONG (ver páxinas web recomendadas en "Para saber máis") e outros colectivos sociais. Noutras ocasións, hai empresas que poñen algúns medios para que os beneficios repercutan nalgunha medida nas poboacións locais. Na República Dominicana (onde abundan os exemplos das prácticas contrarias) poden ser citadas dúas empresas que actúan neste sentido:

O Grupo Punta Cana Resort & Club, unha empresa de capital dominicano que no Cumio do Desenvolvemento Sustentable de Johannesburgo foi declarada "exemplo e modelo de desenvolvemento sustentable do turismo", puxo en marcha unha fundación que promove investigacións e proxectos de protección ambiental, e constrúe vivendas e escolas para as familias dos traballadores; ao mesmo tempo, fixo posible un centro de saúde para a poboación local.

A Asociación de Hoteis Romana-Bayahibe leva adiante iniciativas nun sentido similar, e procura que os beneficios alcancen dalgún xeito as poboacións locais. Son algunhas boas prácticas, illadas e incipientes, que, aínda que sexa de forma tímida, se moven na dirección dunhas condicións de desenvolvemento xustas e sustentables.

Viaxeiros, turistas, peregrinos

O poeta Kavafis escribiu – e Lluís Llach cántao – que o mellor que aconteceu a Ulíses non foi chegar a Itaca, senón a viaxe, que o fixo "rico en aventuras e en sabedoría". Iso require, claro, viaxar dun modo determinado. Se respectamos as palabras, turismo é algo así como dar unha volta. Viaxar é unha experiencia máis ampla e máis profunda que acumular fotos ou selos no pasaporte. O Camiño de Santiago, unha tradición que percorre a historia e a xeografía da Europa, é, para quen entende o seu sentido e nel se embarca, unha experiencia que afecta a quen así o emprende. E todas as viaxes poden ser un camiño. A equipaxe máis importante para viaxar así é a ollada; unha ollada non de turista – superficial, depredadora, consumista – senón de quen visita: contemplativa, comunicativa. É a que permite gozar das paisaxes e dos mellor deles: as persoas que os habitan.

Para saber máis...

Para saber máis...

Relatorios

Código ético de responsabilidade social.

Sector de hostelería en Europa

ETHOS, Rede para a promoción da responsabilidade social en empresas de hostalaría. Federación Estatal de Comercio, Hostalaría e Turismo de Comicións Obreiras (DECOHT CC.OO.).
<http://www.proyectoethos.org/codigo.pdf>

Guía para un consumo responsable

Observatorio de Responsabilidade Social Corporativa. HISPACCOP. Confederación Española de Cooperativas de Consumidores e Usuarios. Marzo 2007.
<http://www.intermonoxfam.org/consumoresponsable>

Directrices para el desarrollo del turismo comunitario

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

Filmes

Babel

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

El turista accidental

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

Propostas didácticas

Turismo responsable. Propuesta didáctica para las escuelas

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

Páxinas web:

Paxinas web:

Código ético mundial para o turismo. Resolución adoptada pola ONU en decembro de 2001.
http://www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm

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

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

Turismo Justo. ONG especializada en turismo e desenvolvemento.
www.turismojusto.org

ECPAT Internacional. Rede de organizacións e individuos que traballan en conxunto para a eliminación da prostitución infantil, a pornografía infantil e o tráfico de nenos e nenas con propósitos sexuais. Entre outros, ten un programa para a prevención do turismo sexual infantil.
<http://www.ecpat.net/es/index.asp>

Tourism Concern. Organización que loita contra a explotación no turismo (en inglés).
<http://www.tourismconcern.org.uk/>

Visita a nosa web
e descarga o
Global express!!

www.intermonoxfam.org/educar/global

Global express pretende xerar preguntas entre os alumnos e as alumnas sobre o que contan os medios de comunicación. Trátase de promover unha visión crítica da realidade que lles permita comprender o estado do mundo e, en especial, a situación do mundo en desenvolvemento.

Global express naceu como unha iniciativa de: Centrum voor Mondiaal Onderwijs (Holanda), Curriculum Development Unit (Irlanda), Centro Educazione Mondialità (Italia) e Intermon Oxfam (España).
Global express é financiado por:

