



el turismo en el inicio del milenio:

una lectura crítica a tres voces

joan buades
ernest cañada
jordi gascón

colección thesis

3

f/TR

foro turismo responsable



La colección **thesis** pretende ser una herramienta útil para el análisis crítico del turismo y el conjunto de implicaciones e impactos que tiene en todo el planeta.

Esta colección, que recoge aspectos del sector turístico, en lo público y privado, en el ámbito económico, político, social y ambiental, tiene como principales destinatarios a especialistas en turismo y la cooperación internacional para el desarrollo, a investigadores de diversas disciplinas, a activistas sociales y, en general, a cualquier persona interesada en reflexionar sobre la relación entre los modelos turísticos y el desarrollo.

thesis es una colección editada por el Foro de Turismo Responsable que tiene como una de sus líneas principales de actuación el análisis del turismo y su uso como instrumento de cooperación.



el turismo en el inicio del milenio:

una lectura crítica a tres voces

joan buades
ernest cañada
jordi gascón

colección thesis

3



foro turismo responsable

el turismo en el inicio del milenio:

una lectura crítica a tres voces

joan buades
ernest cañada
jordi gascón

Colección Thesis, número 3

Editan: Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario,
Picu Rabicu y Espacio por un Comercio Justo
Madrid, 2012

Autores: Joan Buades, Ernest Cañada, Jordi Gascón

Fotos de la portada: Matt H. Wade, Jorge Quinteros, Jean Louis y Mabor

Diseño y maquetación: El Gos Pigall

Imprime: Imprenta Romeu

Esta publicación ha sido realizada con el apoyo de la Agencia Asturiana de Cooperación al Desarrollo. El contenido de dicha publicación es responsabilidad exclusiva de sus autores y de las organizaciones que lo editan, y no refleja necesariamente la opinión de la Agencia Asturiana de Cooperación al Desarrollo

Depósito legal: V-235-2012

ISBN: 978-84-615-6489-7



ÍNDICE

PRÓLOGO, por Macià Blázquez	7
INTRODUCCIÓN	
Apuntes para un análisis crítico del turismo, por Jordi Gascón	11
SECCIÓN 1	
Turismo, neoliberalismo y capital transnacional	23
SECCIÓN 2	
El turismo considerado desde la Soberanía Alimentaria y la Justicia Ecológica	83
SECCIÓN 3	
Turismo y cooperación al desarrollo	133

PRÓLOGO

MACIÀ BLÁZQUEZ SALOM

Universitat de les Illes Balears - Grup d'Investigació sobre Sostenibilitat i Territori - GIST

Ernest, Joan y Jordi investigan por convicción y con autonomía, sin caer en el utilitarismo tan propio de la academia que es propensa a la obra autoreferencial. Los textos que aquí se presentan son una muestra de su capacidad de análisis mordaz de la actualidad, con proyección crítica política y sobre el fundamento de la búsqueda de la calidad científica.

Desde la universidad hemos seguido sus investigaciones vanguardistas, empíricas y rigurosas. Porque los tres se caracterizan por su gran capacidad de trabajo, el contacto directo con los retos cotidianos de pueblos del Sur Global (especialmente en Centroamérica y el Área andina, así como en el apoyo a población inmigrante), la proximidad asertiva a los poderosos (por ejemplo desde la militancia política con la negociación con la clase capitalista transnacional)¹ y la visión holística de la crisis socioambiental, que la enraiza en los bloques de poder que utilizan la economía como instrumentos de disciplina y explotación.

La divulgación científica a la que se dedican es una muestra de su generosidad. Han abierto nuevas fronteras de difusión del conocimiento crítico y colaboración entre investigadores y activistas mediante su creación de asociaciones como Alba Sud y Acció per un Turisme Responsable. Su búsqueda de plataformas colectivas nos han unido en el Grup d'Investigació sobre Sostenibilitat i Territori - GIST de la Universitat de les Illes Balears.

Mediante el pensamiento crítico, que promueven con sus textos, se combate ante todo la docilidad ignorante. Pero la esperanzada ambición intelectual querría vacunarnos contra el cinismo de la propaganda retórica. Por ejemplo de la perversión cosmética de la responsabilidad social corporativa, y contra el refuerzo del poder de la clase capitalista

1 Sklair, L. (2001) *The transnational capitalist class*. Oxford: Blackwell.

transnacional, que se consolida mediante la creación de un bloque histórico ecocrático² del desarrollo sostenible³.

Juntos compartimos la necesidad de desvelar las funciones que el turismo le proporciona al capitalismo. En primer lugar, resolver su principal contradicción, que es dar salida al capital excedente, como se hace patente durante la actual crisis sistémica de sobreproducción y estancamiento económico. Éste exceso de capital puede ser reabsorbido por el sistema en forma de arreglos (fix) espaciales o temporales⁴, mediante el endeudamiento, la expansión hacia las nuevas periferias de placer, o con la opulencia de las clases capitalistas y la autocomplacencia sedante de las clases medias que proporciona la economía de los servicios⁵. En segundo lugar, queda por desvelar la capacidad del turismo para superar la segunda contradicción del capitalismo, el desfase metabólico entre la necesidad del capitalismo de crecer continuamente frente a la finitud de la biosfera y de su capacidad para proveer a la humanidad de recursos naturales⁶.

Entendemos que el turismo se fundamenta en el desarrollo desigual y combinado de diferentes partes de la humanidad, que es inherente al capitalismo, entre la emergencia de concentraciones de bienestar y capital por un lado, y pobreza y opresión por otro⁷. Neil Smith⁸ enlaza la diferenciación de capital, que fundamenta el desarrollo desigual, con la aparición generalizada de la división del trabajo. El apogeo de los mercados financieros durante las crisis capitalistas de superproducción agrava la desigualdad⁹. Esta y otras contradicciones —la relación capital-trabajo, las barreras en la naturaleza o el aumento ilimitado del valor—, se resuelven mediante la explotación, la no asunción de dichos límites, la acumulación de capital, la compresión espacio-temporal, la producción de espacio, la innovación tecnológica y organizativa, o su regulación mediante crisis¹⁰. En este sentido, la respuesta a la actual crisis sistémica consiste, entre otras, en la profundización de la desigualdad social —que se refleja espacialmente en los espacios de reproducción social—, la privatización de los comunes, el mantenimiento del dogma del crecimiento o

2 Murray, I. (2012) *Geografies del capitalisme balear: Poder, metabolisme socioeconòmic i petjada ecològica d'una superpotència turística*. Tesis doctoral. Universitat de les Illes Balears.

3 Igoe, J & Neves, K & Brockington, D. (2010) "A spectacular eco-tour around the historic bloc: Theorising the convergence of biodiversity conservation and capitalist expansion" *Antipode* 42(3): 486-512.

4 Harvey, D. (1989) *The condition of postmodernity: An inquiry into the origins of cultural change*. Oxford: Basil Blackwell.

5 Fletcher, R. (2011). "Sustaining tourism, sustaining capitalism? The tourism industry's role in global capitalist expansion" *Tourism geographies* 13 (3): 443-461.

6 O'Connor, J. (2008) "Capitalism, nature, socialism: a theoretical introduction" *Capitalism, nature, socialism* 1(1): 11-38.

7 Marx, K. (1867-1894) *El Capital* (Disponible en <http://www.ucm.es/info/bas/es/marx-eng/capital.htm>). Trotsky, L. (1905) *Results and prospects* (Disponible en <http://www.marxists.org/archive/trotsky/1931/tpi/rp-index.htm>)

8 Smith, N. (1984) *Uneven Development: Nature, Capital and the Production of Space*. Oxford: Basil Blackwell.

9 Bond, P. (1998) *Uneven Zimbabwe: A study of finance, development and underdevelopment*. Trenton: Africa World Press.

10 Harvey, D. (2010) *The enigma of capital*. Londres: Profile Books.

la aplicación de políticas que lo promuevan¹¹. En este último caso, nos fundamentamos en el carácter dual de la acumulación de capital: los mecanismos de “acumulación primaria”¹² y los de acumulación por desposesión; estos últimos ejemplificados en la mercantilización de la naturaleza y bienes comunes, privatización de lo público, recursos y territorio, que aún conservaban un carácter de “bien común” en distintos grados y particularidades¹³. Nuestra investigación se centra en el estudio de estos conflictos socioambientales, basándonos en la atención a la comunidad de evaluadores¹⁴ en lugar de evaluar los impactos sólo a partir del criterio de paneles de expertos.

Ernest, Joan y Jordi seguirán proponiéndonos retos que asumir desde la ciencia y la divulgación, para desvelar los mitos del turismo y del capitalismo. Este libro muestra el producto de su obra más reciente, que de buen seguro constituirá un recurso divulgativo y científico de difusión profusa.

11 GIST (2011) “La profundización de la vía urbano-turística-financiera en Palma (2007-2011): políticas, materialización y resistencias” *Jornadas contra la depredación de los bienes comunes: Ciudad, territorio y capitalismo*. Madrid, 10-12 de diciembre de 2011. Centro Complutense de Estudios e Información Medioambiental - CCEIM & CIP-Ecosocial (FUHEM) Espacio de reflexión, encuentro y debate & Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía & Observatorio Metropolitano Colectivo de investigación. (Disponible en <http://stop-depredacion-territorio.net/?p=121>)

12 Luxemburgo, R. (1913) *Die Akkumulation des Kapitals* (Disponible en: <http://www.marxists.org/deutsch/archiv/Luxemburg/1913/akkkap/index.htm>)

13 Harvey, D. (2004) *El nuevo imperialismo*. Madrid: Akal.

14 Funkowitch, S. & Ravetz, J. (2000) *La ciencia postnormal: Ciencia con la gente*. Barcelona: Icaria.

INTRODUCCIÓN

APUNTES PARA UN ANÁLISIS CRÍTICO DEL TURISMO

JORDI GASCÓN

No hay industria legal que pueda exhibir un crecimiento más acelerado y exponencial en los últimos 60 años como el turismo, si excluimos tal vez el sector informático: sólo en la década que va de 1997 a 2007, y en lo que se refiere al turismo internacional, el número de viajeros anuales pasó de 594 millones a 898¹⁵. Pero a diferencia del sector informático, el turismo ha sido capaz, no sólo de crecer, sino también de sortear crisis¹⁶. Ha superado con endiablada rapidez varias de tipo coyuntural, como la condicionada por los atentados del 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos, que atacó directamente su línea de flotación: el transporte aéreo¹⁷. Pero lo que es especialmente llamativo es que parece inmune a fenómenos de carácter estructural que, por la propia naturaleza del sector, tendría que haberle dañado irreversiblemente. Este es el caso del encarecimiento del petróleo, del que depende por el factor transporte, en un contexto amenazado por el temido Peak-Oil o Pico de Hubbert¹⁸. El precio del crudo se incrementó un 1.000% entre 1998 y 2010: el barril pasó de aproximadamente 10 a 100 dólares. Y sin embargo, para ese mismo periodo, el número de viajes aéreos internacionales realizados aumentó más de un 500%: de 458 a 2.563 millones¹⁹.

15 WTO-OMT (2011) *Compendium of Tourism Statistics*. Madrid: WTO-OMT. El turismo internacional, no obstante, sólo supone el 10% aproximadamente de los movimientos turísticos totales. UNCTAD (2007) *FDI in Tourism: the Development Dimension* (Doc. UNCTAD/ITE/IIA/2007/5). Nueva York: Naciones Unidas

16 Recordemos el pinchazo de la burbuja especulativa de los *punto com* a principios de la década del 2000.

17 Tras este atentado, el transporte de pasajeros cayó sustancialmente. Se calcula que en el 2002 las compañías aéreas norteamericanas dejaron de ganar unos 58.000 millones de euros, y las europeas unos 7.000. En el 2003 el sector ya se había recuperado.

18 La teoría del Pico de Hubbert predice que la producción mundial de petróleo llegará a un cénit a partir del cual iniciará un declive al mismo ritmo como creció. Actualmente ya no se pone en duda que se alcanzará ese cénit, pero si existe un debate sobre la fecha en que tendrá lugar.

19 ICAO (2000) "Annual Civil Aviation Report 1999" *ICAO Journal* 55(6): 10-36. ICAO (2011) *Annual report of the Council 2010* (Doc. 9952). Chicago: ICAO-OACI

Este rápido crecimiento y esta capacidad de enfrentar contextos económicamente desfavorables, sumado al convencimiento de que el turismo genera beneficios sin requerir grandes inversiones (al fin y al cabo, el paisaje, el sol, la cultura o la gastronomía son insumos turísticos preexistentes), lo han envuelto en un halo mitológico que lo presenta como un eficaz motor del desarrollo. Pero cuando los mitos se enfrentan a la realidad, muchas veces se descubren simples quimeras.

La estrategia de infravalorar costos y sobredimensionar beneficios

El caso de la República Dominicana, cuya economía es adicta al turismo internacional, es paradigmático. El turismo pasó de suponer prácticamente un 0% del PIB nacional a mediados de los 80 al 7,6% dos décadas después, convirtiéndose en la actividad económica más dinámica del país junto con el desarrollo de las zonas francas²⁰. Durante la década pasada, el turismo fue el sector que generó más volumen económico, con un promedio anual de 3.500 millones de dólares USA²¹. Entre 1998 y 2010, gracias en buena medida al impulso del turismo, el PIB per cápita dominicano pasó de 4.598 a 8.087 dólares USA. Y eso, padeciendo durante el periodo una fuerte crisis financiera. Sin embargo, en este mismo periodo la República Dominicana cayó del puesto 87 al 98 en la relación de países por su Índice de Desarrollo Humano (indicador elaborado por el PNUD que mide el nivel de vida de la población de un país), cuando de acuerdo con su PIB tendría que ocupar el lugar 85. Y su índice Gini, que determina el nivel de desigualdad económica, se mantenía especialmente alto²².

¿Cómo se explica esta contradicción entre crecimiento del Producto Interior Bruto en base al turismo y bajo nivel de vida?

En parte, se debe a que indicadores macroeconómicos como el citado PIB reflejan los beneficios monetarios que se producen en un territorio, pero no dicen nada de si esos beneficios se quedan en el país o “emigran”. La Tasa o Índice de Retorno (también denominada *fuga* o, en su acepción inglesa, *leakage*) cuantifica el volumen económico generado por la actividad turística que no se queda (o no llega) en el lugar de destino²³. Si contraponemos el citado PIB de la República Dominicana con su Tasa de Retorno, empezaremos a entender por qué los beneficios del turismo, en rápido crecimiento, no concuerdan con una mejora en la calidad de vida de su población: esta Tasa era del 80% a mediados de la década de 2000. Esto quiere decir que, de cada cien euros que se gastó

20 Fanelli, J.M. & Guzmán, R. (2008) *Diagnóstico de crecimiento para la República Dominicana*. Washington: BID

21 La segunda fuente de generación de divisas fue las remesas, que supusieron algo más de 3.000 millones por año, y en tercer lugar la producción en zonas francas, que generaron exportaciones netas de entre 2.000 y 2.500 millones por año. Isá Contreras, P. (2011) “Expansión y agotamiento del modelo turístico dominicano: El turismo en los Informes de Desarrollo Humano en la República Dominicana”, en Blázquez, M. & Cañada, E. (eds.) *Turismo placebo: Nueva colonización turística: del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe*. Managua: Edisa. pp. 11-28

22 Datos obtenidos de: PNUD (2000) *Informe sobre el desenvolupament humà 2000*. Barcelona: ANUE; PNUD (2006) *Informe sobre el desenvolupament humà 2006*. Barcelona: Angle editorial; PNUD (2011) *Informe sobre el desarrollo humano 2011*. Madrid: Mundi-Prensa

23 Mowforth y Munt diferencian entre tres vías de *leakage*: a) la compra de bienes y servicios importados por los turistas; b) los bienes y servicios importados por hoteles y otros establecimientos turísticos; c) La repatriación de beneficios por propietarios extranjeros. Mowforth, M. & I. Munt (2003) *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*. London & New York: Routledge.

cada turista extranjero ese año, en la República Dominicana sólo se quedaron, o llegaron, veinte²⁴. En otros destinos esta Tasa de Retorno es aún más exagerada: en la también caribeña Bahamas alcanza el 90%²⁵. Las Tasas de Retorno elevadas no es un fenómeno exclusivo de los destinos de enclave de sol y playa. En la reserva Massai Mara (Kenia), por ejemplo, se calculó que era del 85% a mediados de los 90²⁶. Pero sí parece tratarse de un fenómeno distintivo de los países empobrecidos: un documento del Banco Mundial descubría como la Tasa de Retorno era muy baja en los países de la OCDE, y muy elevada en los eufemísticamente denominados “países en desarrollo”²⁷.

Las razones que explican esta situación son numerosas. En algunos casos, se habla de la escasa o nula vinculación del turismo con otros sectores productivos autóctonos: el turismo, a la hora de cubrir sus necesidades de suministros, no se nutre de mercancías locales, sino que los importa²⁸. Pero esto no explica por qué la Tasa de Retorno ha tendido a aumentar en las dos últimas décadas en los países del Sur. El crecimiento de este indicador se ha de explicar en el contexto global de liberalización del sector servicios, promovido por la Organización Mundial del Comercio con la inestimable ayuda de la Organización Mundial del Turismo²⁹. La imposición de estas medidas liberalizadoras, entre ellas el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, han dejado indefensos a los países frente al capital transnacional, al impedirles establecer políticas que favorezcan al tejido empresarial autóctono³⁰. Y si las reglas del juego son las mismas para todos los contendientes, los más poderosos ganan. De hecho, en las últimas dos décadas la industria turística se ha caracterizado por la integración vertical y corporativa de la cadena de valor turística; es decir, por la concentración del capital³¹. También ha contribuido al aumento de la Tasa de Retorno el surgimiento de modalidades turísticas como el Todo Incluido o el incremento del turismo de crucero. O la apuesta de muchos países por un turismo de enclave que requiere fuertes inversiones privadas, sólo al alcance de capitales transnacionales. O la reducción continuada de los impuestos aplicados a la actividad turística para, supuestamente, mantener la competitividad del destino ante el surgimiento

24 Bentley, R. (2005) *Un nuevo enfoque en el comercio de servicios turísticos en la República Dominicana*. USAID

25 Jayawardena, C. & Ramajeessingh D. (2003) “Performance of tourism analysis: A Caribbean perspective” *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 15: 176–179.

26 Duterme, B. (2006) “Expansion du tourisme international: gagnants et perdants” *Alternatives Sud* 13(3): 7-22

27 Lejárraga, I. & Walkenhorst, P. (2007) “Diversification by Deepening Linkages through Tourism” (Paper presented at the World Bank workshop on Export Growth and Diversification: Pro-active Policies in the Export Cycle). Washington, DC: World Bank

28 Meyer, D. (2008) “Pro-Poor Tourism: From Leakages to Linkages. A Conceptual Framework for Creating Linkages between the Accommodation Sector and ‘Poor’ Neighbouring Communities” *Current Issues in Tourism* 10(6): 558-583; Lacher, R.G. & Nepal, S.K. (2010) “From Leakages to Linkages: Local-Level Strategies for Capturing Tourism Revenue in Northern Thailand” *Tourism Geographies* 12(1): 77-99

29 Pleumaron, A. (2006) “Tourisme, mondialisation, consumérisme et développement durable en Asie du Sud-Est” *Alternatives Sud* 13(3): 133-148

30 Equations (2006) “Expansion du tourisme international et libéralisation des sevcies” en *Alternatives Sud* 13(3): 23-51.

31 Buades, J. (2006) *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*. Palma de Mallorca: La Lucerna; Fernández Miranda, R. (2011) *Viajar perdiendo el Sur. Crítica del turismo de masas en la globalización*. Madrid: Libros en Acción

de nuevas propuestas turísticas de características similares³²... medidas, todas éstas, que también se han de enmarcar en ese proceso de liberalización antes señalado.

El desplazamiento de los beneficios del turismo desde los países periféricos a los centrales (¡y a paraísos fiscales!)³³ no es el único factor que explica la contradicción que en ocasiones se observa entre fuerte crecimiento del PIB por el turismo y niveles elevados de pobreza. Otro es que el PIB es un indicador que, además de no diferenciar entre beneficio local y foráneo, también se desentiende de cómo se distribuye la riqueza que se queda en el país. Volviendo al caso dominicano, diversos informes del PNUD publicados en los últimos años han evidenciado que el porcentaje de población que vive bajo el nivel de pobreza es mayor en las dos provincias en las que se concentra el turismo que en el resto del país. Aunque en estas provincias los ingresos medios son superiores, tales ingresos acaban concentrados en pocas manos³⁴. Y es que el turismo se caracteriza por una marcada tendencia a la distribución inequitativa de sus beneficios y costos, tanto cuando hablamos de turismo de masas como cuando nos referimos a modalidades de pequeño formato³⁵.

Finalmente, no se puede dejar de denunciar la incapacidad del PIB y del sistema de contabilidad neoclásico para incorporar en sus cálculos parte de los costos de inversión y funcionamiento. Este es el caso del trabajo no asalariado, especialmente el femenino³⁶, o de la depreciación del medio ambiente, al partir del (erróneo) principio de que los recursos naturales son inagotables o sustituibles³⁷. En esta línea, es especialmente interesante la crítica al PIB que hace Joan Martínez-Alier por contabilizar como beneficios lo que Fred Hirsch denominó “gastos defensivos o compensatorios”³⁸. Martínez-Alier afirma que parte del gasto público y privado se destina a cubrir las consecuencias negativas del proceso productivo: gastos de sanidad dirigidos a paliar los efectos de la contaminación, gastos de la industria para reducir sus efectos contaminantes, gastos de construcción

32 Hace poco un informe del Banco Interamericano de Desarrollo describía una curiosa situación sobre el turismo en la República Dominicana. Los impuestos eran bajos para los turistas que llegaban en paquetes organizados, pero se mantenían altos para quienes venían por cuenta propia. El resultado es que se desanimaba a estos segundos, que tendrían más posibilidades de gastar en empresas locales, en favor de los primeros, que llegaban en viajes gestionados y controlados por conglomerados empresariales transnacionales. Agosin, M. et al. (2010) *La ruta hacia el crecimiento sostenible en la República Dominicana: Fiscalidad, competitividad, institucionalidad y electricidad*. New York: BID.

33 Buades, J. (2006) *op. cit.*; Buades, J. (2009) *Do not disturb Barceló: Un viaje a las entrañas de un imperio turístico*. Barcelona: Icaria

34 Isá Contreras, P. (2011) *op. cit.* Destaquemos que los equipos de investigadores que realizaron estos informes acabaron siendo expulsados del PNUD por presiones políticas. “Consideran destitución un mal precedente para el pensamiento crítico” *7 Días*, 15 de junio de 2011 (Accesible en: www.7dias.com.do/app/article.aspx?id=100985). “Destituciones en el PNUD de República Dominicana” *Alba Sud*, 23 de junio de 2011 (Accesible en: www.albasud.org/noticia/es/198/destituciones-en-el-pnud-de-republica-dominicana).

35 Gascón, J. (2005) *Gringos como en sueños: Diferenciación y conflicto campesino en los Andes Peruanos ante el desarrollo del turismo*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos; Cañada, E. & Gascón, J. (2007) *Turismo y Desarrollo: Herramientas para una mirada crítica*. Managua: Enlace; Gascón, J. (2011) “Turismo rural comunitario y diferenciación campesina: Consideraciones a partir de un caso andino” *Mundo Agrario* 11 (22)

36 Waring, M. (1988) *If women counted: A new feminist economics*. San Francisco: Harper and Row.

37 Martínez-Alier, J. (1994) *De la Economía Ecológica al Ecologismo Popular*. Barcelona: Icaria; Martínez-Alier, J. (2002) *The Environmentalism of the Poor: A Study of Ecological Conflicts and Valuation*. Cheltenham: Edward Elgar.

38 Martínez-Alier, J. (1998) *Curso de Economía Ecológica*. México: PNUMA

de infraestructuras para la gestión de residuos... Lo lógico sería considerar estos gastos (los gastos defensivos) como costos. Pero como detrás de estas actividades hay empresas que, legítimamente, obtienen una compensación económica por sus servicios, la economía neoclásica considera estos beneficios como crecimiento y los añade al PIB. De esta manera, por arte de birlibirloque, el PIB convierte los costos en beneficios y lo que tendría que ser restas, en sumas.

En el 2000, la Organización Mundial del Turismo estableció el sistema de Cuenta Satélite del Turismo (CST). La CST se creó para solucionar un problema contable: las cuentas nacionales no identifican el turismo como una industria independiente, y por ello no permiten descifrar su papel en la economía del país. La CST agrupa la información estadística de los diferentes rubros (sectores) que participan de la actividad turística, y de esta manera permite compararla con otros sectores e industrias del país en términos de tamaño, crecimiento y contribución a la economía nacional³⁹. Desde su aprobación, no ha dejado de aumentar el número de países que lo han adaptado a su sistema de cuentas nacionales. El Estado español fue el primero. El problema es que es un sistema de contabilidad que adolece del problema detectado por Martínez-Alier con el PIB: no refleja como gasto determinados costos necesarios para el funcionamiento de la industria turística. Por ejemplo, los deportes de nieve conllevan un número nada despreciable de accidentes que obliga al sistema sanitario nacional a destinar cuantiosos recursos: ambulatorios y equipos sanitarios en zonas de esquí, atención médica en urgencias, etc. E igual sucede con el de sol y playa. El turismo también requiere un número de centros educativos donde formar a gestores o trabajadores del sector. Por ejemplo, Cataluña tiene once escuelas universitarias de turismo. El CST no los considera gastos propios, y obviándolos, los externaliza, ya sea al erario público o a los individuos que hacen uso de esos servicios. Aún más: la CST no sólo externaliza gastos, sino que incluso puede llegar a contabilizarlos como beneficios. Por ejemplo, el desarrollo turístico requiere un sistema de recogida y tratamiento de residuos mayor que el que se necesitaría si este sector no existiese en una determinada localidad. O una mayor infraestructura para el tratamiento del agua. O la construcción de infraestructuras necesarias para el desarrollo turístico (aeropuertos, puertos deportivos, etc.). O más efectivos de seguridad. Si tales requerimientos los cubren empresas privadas, como éstas obtienen beneficios por sus servicios, sus ganancias se consideran también beneficios del sector en la CST. Aunque, obviamente, para quien los sufra (las instituciones públicas o los ciudadanos) supone un costo.

Aún se tendría que añadir otro elemento de crítica a la CST: su incapacidad de asumir el rol que tiene el turismo como vector de procesos inflacionarios. El turismo comporta una presión sobre el precio de productos y servicios, que se materializa en un incremento del Índice de Precios al Consumo. En Cataluña, por ejemplo, un estudio encargado por la Generalitat, preocupado por la histórica inflación catalana, siempre superior a la media española y europea, concluía que la primera causa externa era el turismo⁴⁰. El sistema de CST no sólo no contempla el papel inflacionario del turismo, sino que se aprovecha de la inflación ya que le permite abultar los resultados económicos del sector, de tal manera

39 CEE et al. (2001) *Compte satellite du tourisme: Recommandations concernant le cadre conceptuel*. Luxemburg & Madrid & New York & Paris.

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

que lo que es un problema económico (para la economía nacional y para la mayoría de la población que ve como pierde capacidad adquisitiva) acaba mejorando las cifras de la CST.

La infravalorización de los costos y la sobredimensión de los beneficios que hace el sector turístico de su propia actividad es un tema recurrente en los textos compilados en el presente libro. Pero intentan llegar más allá: pretenden inquirir qué intereses se esconden detrás de estas estrategias. En algunos casos son obvios: difuminar la responsabilidad del sector en procesos caracterizados por su insostenibilidad social o ecológica. En otros, no lo son tanto. Por ejemplo, ¿qué interés puede tener la industria turística en exagerar el cómputo de su actividad a través del sistema de la CST? Es tentador aventurar que el objetivo último es fortalecer su capacidad de *lobby* frente al Estado: cuanto mayor sea la cuenta de resultados, mayor será el convencimiento de que el turismo es una actividad esencial en la economía del país, y por lo tanto es de esperar que los requerimientos y exigencias del sector serán atendidos con mayor premura e interés por parte de las instituciones públicas correspondientes. Y no olvidemos que la CST está legitimada por Naciones Unidas, ya que su creador y supervisor es uno de sus organismos especializados, la OMT, por lo que sus cálculos no pueden ser puestos en duda por esas instituciones. De hecho, el gran logro del *lobby* turístico en las últimas décadas ha sido introducir su industria (una industria del ocio, no un sector del que dependa ningún Derecho Humano) en la estructura de Naciones Unidas a través de la OMT, organismo que siempre se ha avenido a defender sus intereses⁴¹.

Conflictos redistributivos

Ligado estrechamente a los costos y beneficios del turismo, otro tema reiterado en los textos que componen el libro es la conflictividad que genera su desarrollo.

En otra parte hemos argüido que el turismo, como cualquier otro sector económico, no es ni malo ni bueno *per se*. Depende del modelo aplicado y de su gestión. Pero que históricamente ha tendido a provocar más problemas que soluciones⁴². Actualmente a nadie se le escapa la capacidad que tiene el turismo de dañar ecosistemas, malbaratar recursos naturales, mercantilizar expresiones culturales, crear marcos favorables para la corrupción o vulnerar derechos laborales. Los ejemplos abundan. De hecho, instituciones multilaterales como la OMT y plataformas empresariales como la World Travel & Tourism Council (WTTC)⁴³, cuyo objetivo programático es favorecer el crecimiento del sector, han terminado aceptando esta realidad e implementando políticas de atenuación bajo programas de responsabilidad social corporativa o de creación de fondos para la cooperación al desarrollo.

Pero estas políticas no parecen ser muy efectivas. Por ejemplo, el papel del turismo como vector en el cambio climático, especialmente el que requiere del transporte aéreo,

41 Diversos investigadores ya han planteado que la institucionalización de la OMT ha conferido autoridad a la industria turística a la hora de legitimizar su discurso sobre turismo y desarrollo. Cheong, S.M. & Miller, M. (2000) "Power and tourism: a foucauldian observation" *Annals of Tourism Research* 29 (2): 312-336; Hannam, K. (2002) "Tourism and development I: Globalization and power" *Progress in Development Studies* 2 (3): 227-234.

42 Gascón, J. & Cañada, E. (2005) *Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria

43 La WTTC es una plataforma empresarial que agrupa más de 100 grandes transnacionales que participan en la industria turística.

no ha dejado de aumentar en las últimas décadas. En un informe específico sobre la aviación civil⁴⁴, el Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) estableció que su responsabilidad en la emisión de CO₂ era aún de sólo un 2% en 1992, pero con una clara y acelerada tendencia a aumentar. De hecho un estudio del gobierno británico evidenció que entre 1990 y 2003 la emisión de gases invernaderos en Gran Bretaña por parte de la aviación había aumentado casi un 90%, mientras que las emisiones industriales y domésticas se redujeron en un 21% y un 3% respectivamente⁴⁵. El citado informe del IPCC también identificaba la contribución de otros factores específicos del transporte aéreo en el calentamiento global, como la emisión de óxido de nitrógeno y dióxido de nitrógeno, el aumento de nubes cirrus o la formación de estelas de condensación. Estas estimaciones, por eso, han quedado superadas por estudios más recientes: a mediados de la década de los 2000, las valoraciones de la contribución del turismo al calentamiento global se movían en una horquilla que iba del 5% al 14%⁴⁶. Por otro lado, la bibliografía científica pone en duda la eficacia de las políticas de mitigación (desarrollo de biocombustibles, participación en los mercados de carbono, mejoras tecnológicas y logísticas en el transporte aéreo, etc.) planteadas por unas industrias turística y aeronáutica que se niegan a limitar el crecimiento del sector⁴⁷. Incluso la OCDE ha puesto en duda recientemente la seriedad y efectividad de las medidas que los países ricos implementan para frenar el impacto medioambiental del transporte aéreo⁴⁸.

Aún con todas estas evidencias, el discurso y la política de organismos de Naciones Unidas como la OMT o la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) se ha caracterizado por una defensa a ultranza de los intereses de la industria. Es difícil olvidar al histórico secretario general de la OMT, Francesco Frangialli⁴⁹, acusando de injustas las críticas al turismo por su contribución al cambio climático y enfrentándose a la aplicación de tasas ecológicas al transporte aéreo⁵⁰.

El conflicto medioambiental alrededor del rol del turismo en el efecto invernadero es sólo un aspecto de todo el abanico de conflictos generados por el desarrollo de esta industria. A lo largo del presente libro se identifican y analizan varios de ellos. De hecho, sus autores

44 IPCC (1999) *La aviación y la atmósfera global: Resumen para responsables de políticas*. Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático.

45 Nowicka, P. (2008) *Vacaciones en el paraíso: turismo y desarrollo*. Barcelona: Intermon OXFAM

46 Simpson, M.C. et al. (2008) *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*. Paris: UNEP&University of Oxford&UNWTO&WMO.

47 Gössling, S. & Peeters, P. (2007) "It Does Not Harm the Environment!: An Analysis of Industry Discourses on Tourism, Air Travel and the Environment" *Journal of Sustainable Tourism* 15 (4): 402-417; Scott, D. Et al. (2009) "Can Tourism 'Seal the Deal' of its Mitigation Commitments?: The Challenge of Achieving 'Aspirational' Emission Reduction Targets". Background study for the symposium *Tourism & Travel in the Green Economy* (14th to 15th September, Gothenburg); Brunnengraber, A. (2009) "Kyoto's flexible mechanisms and the right to pollute the air" *Critical Currents* 6: 26-35; Scott, D. & Becken, S. (2010) "Adapting to climate change and climate policy: progress, problems and potentials" *Journal of Sustainable Tourism* 18 (3): 283-295; Weaver, D. (2011) "Can sustainable tourism survive climate change?" *Journal of Sustainable Tourism* 19 (1): 5-15.

48 OECD&UNEP (2011) *Climate Change and Tourism Policy in OECD Countries*. Paris: OECD&UNEP

49 Secretario General de la OMT entre 1998 y 2009.

50 "Intervención de Francesco Frangialli, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo, con ocasión de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. Nusa Dua, Bali (Indonesia), 12 de diciembre de 2007" (Disponible en: www.unwto.org)

entienden el turismo como un espacio de conflicto social; lo que en sociología se denomina una “arena política”. Y es que en torno a la gestión y a la elección del modelo de la actividad turística entran en competencia y contradicción diferentes intereses de sectores sociales diversos.

Los conflictos redistributivos que genera el turismo se dan a dos niveles.

Por un lado, el turismo surge como un nueva actividad económica cuyo funcionamiento requiere hacer uso de diferentes recursos: naturales (agua, tierra), energéticos, fuerza de trabajo, capital público y privado para la inversión, etc. Pero el turismo no surge nunca en espacios social y económicamente desérticos. Al contrario: cuando aparece, estos recursos ya están siendo utilizados por otros sectores económicos. La llegada del turismo comporta una reestructuración en la asignación de esos recursos. En ocasiones, puede que esta reasignación se haga de forma equilibrada, y que tras el reajuste todos los sectores económicos puedan acceder a los recursos necesarios para asegurar su buen funcionamiento. Pero puede ser que esto no suceda así, que lo que acontezca es que el nuevo sector sustraiga a los ya existentes recursos por encima del mínimo necesario para asegurar su viabilidad. En las aún escasas décadas de desarrollo del turismo, esta segunda alternativa acontece con mayor asiduidad que no la primera. Allá donde se establece el turismo, por ejemplo, tiende a decrecer la agricultura, ahogada por el monopolio que el primero hace de recursos como la tierra, el agua, las prioridades de inversión pública, la fuerza de trabajo o los planes de desarrollo gubernamentales⁵¹. Igualmente, el turismo tiende a favorecer procesos especulativos del suelo habitable, dificultando o excluyendo a la población local de su derecho a una vivienda digna⁵².

Decíamos que hay un segundo nivel de conflictividad alrededor del fenómeno turístico. Si toda la población participara de forma equitativa en el control y gestión de los diferentes sectores económicos, entre ellos el turismo, el conflicto anterior tal vez no lo sería tanto: todos se beneficiarían por igual de todos los sectores económicos, estuvieran en crisis o en expansión. Pero generalmente esto no sucede así. Lo que predomina es una escena en el que el control y gestión, y el acceso a los beneficios, de cada sector económico corresponde a sectores de población diferentes; incluso a sectores de población que no son locales. En esta situación, que un sector económico entre en crisis por perder acceso a recursos necesarios para su sostenibilidad comporta que la población que lo gestiona y vive de él se empobrezca. Cuando esto sucede, el turismo comporta importantes costos sociales: segmentación étnica, acentuación de la desigualdad social, erosión cultural, empobrecimiento del capital humano, etc.⁵³

Se puede aducir que la población adscrita tradicionalmente a un determinado sector económico, si ésta entra en crisis, puede cambiar al nuevo sector en expansión. Nadie está atado de forma innata a un determinado sector laboral. Y que incluso este cambio puede

51 Gascón, J. & Cañada, E. (2005) *op. cit.* Véase también la ponencia “Turismo y Soberanía Alimentaria” presentada en el VI Foro por un Mundo Rural Vivo (Teruel, 2008) que se reproduce en el presente libro.

52 Macià Blázquez *et al.* hablan de “gentrificación rural” para referirse a este proceso de monopolización del espacio para usos turísticos que expulsa a la población local. Blázquez, M. *et al.* (2011) “Búnker playa-sol: Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en el Caribe y Centroamérica” *Scripta Nova* 15 (368)

53 Buades, J. (2006) *op. cit.*

conllevar una mejora de su calidad de vida. De hecho, el discurso de la industria turística es ese. No se puede negar que esto sucede en algunos casos. Pero mayoritariamente todo indica que no, ya que ese cambio laboral suele venir acompañado de una pérdida de control sobre los medios de producción. Pensemos en un campesino que abandona la actividad agraria para emigrar a un destino turístico en desarrollo. Este campesino pasa de trabajar en una actividad en la que es un especialista y controla los medios de producción (o al menos, parcialmente), a otro en el que es mano de obra no cualificada (y por tanto, fácilmente sustituible) y sobre el que no tiene ningún tipo de dominio ni capacidad para participar en su gestión. La actividad turística se caracteriza por requerir grandes contingentes de este tipo de mano de obra en sus primeras fases, para expulsarla cuando el desarrollo turístico de un enclave alcanza el nivel de madurez, etapa en la que suele requerir trabajadores cualificados para no entrar en crisis.

Los artículos que componen el presente libro reflejan diferentes aspectos de conflicto, conflictos que pasan por la voluntad de las poblaciones locales por asumir mayores niveles de control sobre sus territorios y recursos⁵⁴.

SOBRE EL LIBRO Y LOS AUTORES

El libro recopila artículos publicados por sus tres autores en diversos medios de diferentes países en los últimos años. Son textos de naturaleza variada: desde artículos periodísticos e incluso panfletos de denuncia, a otros de carácter científico. Pero todos tienen una característica en común: visibilizar los impactos no deseados que el turismo tiene en ecosistemas y sociedades, yendo más allá de los discursos comunes sobre turismo y sostenibilidad.

Los autores participan de lo que se ha venido a denominar el “giro crítico” (*Critical Turn*) en los estudios de turismo. Una línea de investigación que, como la definen Irena Ateljevic *et al.*⁵⁵, no se queda sólo en la crítica ontológica o académica del turismo, sino que tiene explícitamente un compromiso político a favor de la justicia social, la equidad y la lucha contra la opresión. Es esta una línea de trabajo en proceso de desarrollo, casi marginal en un contexto en el que predomina la investigación de carácter técnico o relativamente complaciente con la industria turística de la que suele depender económicamente⁵⁶.

Joan Buades (Mallorca, 1963) es filólogo y geógrafo por la Universitat de les Illes Balears, y actualmente trabaja como formador del profesorado. Como investigador está especializado en turismo, ecología y globalización desde una perspectiva crítica. Es miembro del GIST (Grup d’Investigació sobre Sostenibilitat i Territori) de la Universitat de les Illes Balears y de Alba Sud. Entre 1999 y 2003 fue diputado verde en el Parlamento

54 Una interesante tipología de los conflictos asociados al turismo en zonas rurales se puede encontrar en: Cañada, E. (2010) “Turismo en Centroamérica, un nuevo escenario de conflictividad”, en Cañada, E. (coord.) *Turismo en Centroamérica*. Managua: Luciérnaga. pp. 7-59

55 Ateljevic, I. *et al.* (2007) “Editors introduction: Promoting an Academy of Hope”, en Ateljevic, Irena & Morgan, Nigel & Pritchard, Annette (eds.) *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies*. Amsterdam: Elsevier. pp. 1-8

56 Tribe, J. (2008) “Tourism: A Critical Business” *Journal of Travel Research* 46: 245-255; Thomas, R. (2011) “Academics as policy-makers: (not) researching tourism and events policy formation from the inside” *Current Issues in Tourism* 14 (6): 493-506

Balear y *conseller* de medio ambiente del Consell d'Eivissa. Desde estos cargos fue uno de los impulsores de la introducción de la fiscalidad ecológica sobre el turismo en las Islas Baleares. Entre sus libros más destacados cabe señalar *On brilla el sol: Turisme a Balears abans del boom* (Eivissa, 2004), *Exportando paraísos: La colonización turística del planeta* (Palma de Mallorca, 2006), y *Do not disturb Barceló: Un viaje a las entrañas de un imperio turístico* (Barcelona, 2009), a parte de numerosos artículos en publicaciones nacionales e internacionales. Como traductor, ha vertido al catalán obras de Vandana Shiva (*Terra: Superar l'era del petroli, per una nova justícia ambiental*. València, 2010) y Ernest Callenbach (*Ecologia: Una guia de butxaca*. València, 2012).

Ernest Cañada (Barcelona, 1968) es historiador por la Universitat Autònoma de Barcelona y comunicador social. Su ámbito de investigación y activismo es el desarrollo rural, el turismo y la comunicación para el desarrollo. Después de trabajar en diferentes organizaciones no gubernamentales, actualmente es coordinador de Alba Sud desde Managua, donde reside desde 2005, y forma parte del GIST de la Universitat de les Illes Balears. También es miembro fundador de Acció per un Turisme Responsable. Entre otras publicaciones cabe destacar *Turismo y Desarrollo: Herramientas para una mirada crítica* (con Jordi Gascón. Managua, 2007), *Turismo en Centroamérica: Nuevo escenario de conflictividad* (Managua, 2010) y *Turismo Placebo: Nueva colonización turística: del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe* (con Macià Blàzquez. Managua, 2011), además de la elaboración de diferentes materiales de educación para el desarrollo como *Nicaragua es un país de colores* (Madrid, 2010). Ha producido documentales videográficos como *Y me fui* (Nicaragua, 2011), *Sol y Sombras* (Nicaragua, 2008) o *Turismos* (Nicaragua, 2004),

Jordi Gascón (Barcelona, 1966) es doctor en antropología social por la Universitat de Barcelona, y está especializado en estudios rurales. Sus ámbitos de investigación y de activismo político son los impactos del turismo en el mundo campesino, el turismo como instrumento de cooperación, y las políticas agrarias en América Latina. Miembro de la Xarxa de Consum Solidari y coordinador de Acció per un Turisme Responsable, es también docente universitario. Entre otros libros es autor de *Gringos como en sueños: Diferenciación y conflicto campesino en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo* (Lima, 2005), *Viajar a todo tren: Turismo, desarrollo y sostenibilidad* (con Ernest Cañada. Barcelona, 2005), *El turismo en la cooperación internacional* (Barcelona, 2009) y *¿Cambio de rumbo en las políticas agrarias latinoamericanas?: Estado, movimientos sociales y soberanía alimentaria* (con Xavier Montagut. Barcelona, 2010. Reeditado por FLACSO-Ecuador en 2011), además de artículos en revistas científicas internacionales. Recientemente ha publicado el juego de rol *Un resort en Dubinda: una comunidad de pescadores* (2010), material educativo para el ámbito universitario.

Los textos se han agrupado en tres secciones que coinciden con las principales líneas de trabajo e investigación de sus autores. La primera (“Turismo, neoliberalismo y capital transnacional”) se centra en las políticas del crecimiento del sector. Además de por su rapidez y constancia, como ya se señaló previamente, este crecimiento se ha caracterizado en las tres últimas décadas por basarse en la internacionalización del capital turístico de determinados países (uno de ellos, el Estado español) y por la tendencia a la concentración de ese capital en unas pocas empresas transnacionales. La generalización de las políticas neoliberales tras las crisis de los 70 explican este tipo de desarrollo. Este proceso, pero

también sus consecuencias en las poblaciones locales y las resistencias de éstas, son los temas tratados en los textos que componen el apartado.

La segunda sección (“El turismo considerado desde la Soberanía Alimentaria y la Justicia Ecológica”) enfrenta la conflictividad generada por el turismo a través de dos de los paradigmas altermundistas más desarrollados y bajo cuyas banderas actúan potentes movimientos sociales de abasto mundial. Por un lado la Soberanía Alimentaria, propuesta que defiende los derechos campesinos y su modelo de producción, y que fue concebida y es abanderada por La Vía Campesina, movimiento que agrupa centenares de miles de campesinos, campesinas, pescadores, pescadoras e indígenas de los cinco continentes. La Justicia Ecológica o Ambiental es un movimiento que surgió en los 80 evidenciando, como también lo hace la Economía Ecológica o propuestas como la Ecología de los Pobres, que el uso y sobreexplotación de los recursos naturales afecta de forma diferenciada según factores como la clase social, el sexo, la nacionalidad o la etnia, y que se ensaña con los sectores política, cultural, social y económicamente subordinados.

La tercera sección (“Turismo y cooperación al desarrollo”) hace una lectura crítica de la conversión del turismo en un instrumento de cooperación internacional. La cooperación en turismo es un ámbito de la cooperación relativamente reciente, al menos cuando lo comparamos con otros más tradicionales y con un importante acumulado histórico como la cooperación en sanidad, en educación o en desarrollo agropecuario. Pero en este tiempo ha generado propuestas e instrumentos que han tenido una rápida difusión, como el Turismo Rural Comunitario o la metodología Pro-Poor Tourism. Los textos que se agrupan en esta última sección analizan las posibilidades y limitaciones de estas propuestas. Y especialmente los variados y contrapuestos planteamientos ideológicos que se ocultan detrás de ellas, lo que demuestra que la cooperación en turismo es también una arena política, un espacio de conflicto entre diferentes propuestas y modelos de desarrollo.

En cada sección, los textos se presentan por orden cronológico de su publicación original.

Para terminar, sólo queda agradecer el interés de las organizaciones y plataformas sociales que han apoyado y publicado esta compilación, y que trabajan por la difusión de las ideas que se plantean en el libro. Y al profesor Macià Blázquez, del Grup d’Investigació sobre Sostenibilitat i Territori - GIST de la Universitat de les Illes Balears, por su prólogo.

SECCIÓN 1. TURISMO, NEOLIBERALISMO Y CAPITAL TRANSNACIONAL

Turismo, la globalización invisible (2006)	25
Empresas transnacionales turísticas de capital español: el neocolonialismo discreto (2007)	28
Sugestivo título para un estudio pobre. Una crítica al informe “Turismo sin desarrollo: Los intereses creados como amenaza al sector turístico de República Dominicana” de Intermón Oxfam (2007)	31
Campañas catalanas de denuncia de las actividades no éticas y de las violaciones de los DD.HH. de las empresas transnacionales: el sector turístico (2008)	34
Organización sindical frente a las cadenas hoteleras españolas en América Latina (2008)	37
Migraciones: el imán de la especulación turística y residencial (2008)	41
Grupo Barceló, una ‘empresa familiar’ de rapiña. Entrevista de Giorgio Trucchi (2009)	43
Turismo y desarrollo: una visión crítica (2010)	46
La transnacionalización del capital hotelero balear y de las resistencias ciudadanas (2010)	49
Geopolítica, neoliberalismo y turismo en los Países Catalanes (2010)	59
Responsabilidad Social Corporativa en turismo o la estrategia de esconder cadáveres en el armario: el ejemplo de Sol Meliá (2010)	71
Paraísos turísticos, contruidos sin derechos (2011)	75
Es necesario que la industria turística decrezca. Entrevista de Mariona Ortiz (2011)	78

Sección 1

TURISMO, NEOLIBERALISMO Y CAPITAL TRANSNACIONAL

TURISMO, LA GLOBALIZACIÓN INVISIBLE ⁵⁷

JOAN BUADES

No aparece casi nunca en las páginas de economía de los grandes medios, sólo la rellena de publicidad. Simétricamente, en el debate sobre la globalización y sus alternativas, suele pasar desapercibido ante el saqueo sin escrúpulos de los recursos energéticos y los bienes ambientales en el Sur. Mientras tanto, el turismo sigue su progresión hacia la conversión de todo el planeta en un paraíso del ocio. Sin fronteras.

Porque el turismo constituye hoy la mayor industria legal del mundo. Si incluimos las actividades auxiliares como el transporte, genera el 11 por ciento del Producto Mundial Bruto y de las exportaciones. Como comparación, la industria del motor, el petróleo y sus refinados, alcanza un 7 por ciento a escala global. En segundo lugar, es un sector “joven” cuyo crecimiento, exponencial, ha cuadruplicado el de la economía mundial en los últimos cinco decenios. Si en 1950 hubo apenas 25 millones de turistas internacionales, en 2004 la Organización Mundial del Turismo (OMT) contabilizó 28 veces más: 763 millones.

A su expansión se dedica cerca de un 10 por ciento de las inversiones públicas y privadas legales y genera un 8 por ciento de los puestos de trabajo en todo el planeta. Como puede intuirse por este cuadro, el peso del turismo en el Sur es creciente. De hecho, su aumento en Estados del mundo empobrecido superó durante la década pasada al experimentado en el Norte. Así, entre los diez primeros destinos mundiales encontramos en 2004 a China en tercer lugar (con 41,8 millones de turistas), Hong-Kong en el séptimo (21,8 millones más) y México detrás (con 20,8 millones). La previsión de crecimiento para 2010 es de un 4,1 por ciento; se alcanzarían entonces 1.018 millones de turistas.

América Latina: el gran negocio

El peso de América Latina es muy importante, ya que alcanza unos 70 millones de visitantes, aproximadamente un 9 por ciento del turismo mundial. Casi el 45 por ciento se localiza en México y América Central (donde destaca Costa Rica), el Caribe representa cerca del 32 por ciento (Dominicana, Puerto Rico, Cuba, Jamaica y Bahamas, por este orden, registran las mayores entradas) y el resto visita Suramérica (Brasil, Argentina, Chile

57 Artículo publicado en el número 22 (julio de 2006) de la revista *Pueblos* (www.revistapueblos.org).

y Uruguay fundamentalmente). Claro que, si nos fijamos en los ingresos turísticos, la rentabilidad latinoamericana era sensiblemente inferior a la norteamericana: con sólo el 52 por ciento de los turistas, Canadá y EE UU recogían el 66 por ciento del negocio turístico de las Américas...

Buena parte de esta turistización es de origen transnacional. El dominio corresponde a las de origen español, mayoritariamente catalán. Hay que tener presente que las Cataluñas española y francesa, el País Valenciano, las Baleares y Andorra reciben el 4 por ciento del turismo mundial (unos 35 millones), y serían la quinta potencia mundial en recepción y cuarta en ingresos, si fueran consideradas independientemente. Fueron intensamente colonizadas por la industria turística a partir de mediados de los años 50 y hoy alcanzan una intensidad anual (2,1 turistas por habitante) muy superior a la media mundial (0,1).

Como “destino” turístico maduro, desde mediados de los 80 la industria catalana (especialmente de matriz balear) ha ido clonando su modelo en nuevos “paraísos”. Sol Meliá ocupa el primer lugar. Es la primera cadena hotelera en España y Latinoamérica. Asociada al régimen castrista, controla al menos el 20 por ciento de la oferta de Cuba y posee hoteles en 11 Estados más de América Latina (destacando Brasil, México y Dominicana). Barceló gestiona 30 hoteles en la región (básicamente en Dominicana, México y Costa Rica, pero también en Cuba y Uruguay). RIU está presente con 28 hoteles (11 en México y 8 en Dominicana). Iberostar presume de ser el primer *grupo* turístico español, con 12 millones de turistas y 29 destinos, de los cuales cuatro están en América Latina (Brasil, Cuba, México y Dominicana) y abre este año su primer hotel en Jamaica. Mantiene un hotel flotante en la Amazonia brasileña. Fiesta Hotels, de la mano de Abel Matutes, ex Comisario europeo para América Latina y África, tiene ya 9 hoteles en la zona (5 en la “Riviera Maya” y 4 en Punta Cana) y abre este año también un hotel en Jamaica. Aparte del peso de estas cadenas, hay que resaltar la entrada muy relevante (más del 10 por ciento del capital) de RIU, Matutes/Fiesta y la Caja de Ahorros del Mediterráneo (valenciana) en TUI, el mayor consorcio turístico europeo y 13º del mundo, en una muestra de la creciente integración vertical de las empresas transnacionales turísticas.

Puertas abiertas a la nueva colonización

Este impresionante despliegue de las ETN turísticas catalano-españolas en América Latina se beneficia, como en todo lo que concierne a la industria turística, de un marco operativo que colma los sueños ultraliberales. Así, en Estados como México, Cuba o Dominicana, las autoridades promueven ingentes inversiones en infraestructuras muy costosas para fomentar la expansión turística (aeropuertos, puertos, autopistas y carreteras, centrales eléctricas y potabilizadoras) a costa de inversiones en desarrollo social (educación, sanidad, servicios sociales, cultura, etc.).

Además, hay una extraordinaria desregularización en cuanto a la transparencia de las transacciones financieras, la fiscalidad soportada a nivel local e internacional, la sostenibilidad ambiental, los derechos sociales de trabajadores y trabajadoras así como los derechos democráticos de las comunidades colonizadas.

La Agenda de la OMC (Marrakech 1994) se ha impuesto aquí como en ningún otro sector sobre la Agenda 21 (Río de Janeiro 1992). De hecho, a través del GATS (Acuerdo General sobre Comercio y Servicios), ratificado por 120 Estados de los 140 miembros de la OMC,

las inversiones foráneas no pueden ser frenadas con “pretextos” fiscales, administrativos o ambientales. La máxima expansión de las ETN está así garantizada, erosionando la precaria autonomía local en la toma de decisiones y favoreciendo el intercambio desigual a favor del Norte de las divisas generadas por el turismo en el Sur. Éste se efectúa a través de mecanismos como la asignación ficticia de pagos de deudas de las filiales en el Sur de las ETN o la compra de bienes de equipo y mercancías exclusivas en el Norte para la satisfacción en América Latina de las “necesidades” del turismo nórdico. Algunos Estados (como México, a través de Fonatur o la Bolsa Mexicana de Inversión Turística) han puesto el acelerador a favor de la conversión de su país en un paraíso turístico liberal.

En un desarrollo paralelo al que experimentaron las Baleares hace 20 años, la próxima frontera es la transferencia de inversión del sector turístico al de la construcción residencial, donde la falta de control y la expectativa de beneficios se maximizan. Prueba de ello ha sido la modificación de la Ley mexicana del Impuesto sobre la Renta en 2004 para favorecer los llamados “fideicomisos inmobiliarios” cobijados en el atractivo turístico.

Alternativas

En los últimos años, han sido cada vez más frecuentes las protestas ciudadanas en América Latina contra este modelo de industrialización. Una de las más llamativas, quizás, es la oposición a la compra de 164 hectáreas en Xcacel (Yucatán), cerca de Tulum, por parte de cinco grupos inversores, encabezados por Sol Meliá. También, la protesta ecologista por la reducción del Parque Nacional del Este en la República Dominicana a fin de favorecer los intereses inmobiliarios de Globalia, otra ETN española. Menos visibles quizás, pero igualmente relevantes, son las crecientes tensiones entre comunidades populares y autoridades por el uso de la tierra, la prioridad en el consumo del agua o la falta de capacidad de decisión democrática local. Por no hablar de las consecuencias de la entrada, vía turismo, de estas sociedades tradicionales en el consumo industrial de masas.

De camino hacia una alternativa global, en ambos lados del océano tenemos, pues, un amplio campo de cooperación para hacer visible el turismo como modelo ultraliberal y antiecológico de industrialización y, de paso, proponer proyectos de desarrollo turístico transparentes, atentos a la sostenibilidad ambiental, las necesidades y derechos sociales así como al reforzamiento de la democracia y la economía locales. ¿Quién se apunta a la red?

EMPRESAS TRANSNACIONALES TURÍSTICAS DE CAPITAL ESPAÑOL: EL NEOCOLONIALISMO DISCRETO⁵⁸

Jordi Gascón

Las políticas neoliberales dominantes aseguran a los países empobrecidos que sólo pueden ofrecer mano de obra barata y recursos naturales a una economía globalizada. Al abrigo de este marco ideológico, el turismo aparece como una vía rápida, sencilla y barata hacia el desarrollo. Ciertamente, el nuevo sector ha permitido a muchos de estos países mejorar sus datos macroeconómicos. Así, el PIB per cápita de un país tan turístico como la República Dominicana pasó de 4.598 a 7.449 dólares USA entre 1998 y 2004⁵⁹. Y eso, sufriendo durante el periodo una fuerte crisis financiera.

Pero muchos de los indicadores que se utilizan para medir el crecimiento económico no parecen reflejar las condiciones de vida de la población. Y es que índices como el mencionado Producto Interior Bruto, tan utilizado, no consideran si los beneficios se han distribuido equitativamente, como tampoco diferencian si la riqueza generada es de capital local o extranjero.

Volviendo al caso dominicano, en el mismo periodo señalado el país cayó del lugar 87 al 94 en el Índice de Desarrollo Humano (indicador que pretende revelar el nivel de vida de la población de un país), cuando de acuerdo con su PIB tendría que ocupar el lugar 73. Y su índice Gini, que determina el nivel de desigualdad económica, es especialmente alto⁶⁰.

El hecho cierto es que el turismo que reciben los países del Sur se caracteriza por un Grado de Retorno muy elevado. O sea, que sólo una parte marginal del desembolso termina en el lugar de destino; la mayor parte acaba en las arcas de empresas de los países ricos. Por contra, sus impactos en el nivel de vida de la mayoría de la población anfitriona y en su ecosistema suelen ser altamente perjudiciales: crecimiento del Índice de Precios al Consumo por encima de los ingresos; aumento de las diferencias socio-económicas; sobreexplotación y contaminación de recursos naturales; desvío de los usos tradicionales del agua para cubrir las necesidades de infraestructuras turísticas; incremento del precio de la tierra; deterioro de las condiciones laborales; sustitución de sectores productivos tradicionales; etc.

El estado mexicano de Quintana Roo, donde encontramos los famosos centros turísticos de Cancún y Cozumel, es un buen ejemplo de este fenómeno. Cancún, con una población de medio millón de habitantes, dispone de unos 140 hoteles con 24.000 habitaciones y recibe tres millones de visitantes al año. Diariamente llegan alrededor de 190 vuelos. Su desarrollo turístico se basa en grandes hoteles, en el Todo Incluido y en una amplia oferta nocturna. Pero al lado de este mundo de lujo y ocio destinado a clases medias de países ricos, la población autóctona se amontona en enormes guetos sin las condiciones de salubridad y habitabilidad más básicas. Las laborales son igualmente deplorables: Quintana Roo es el estado mexicano que presenta un promedio de horas trabajadas por

58 Artículo publicado en el número 30 (verano de 2007) de la revista *ONGC*. Original en catalán.

59 PNUD (2000) *Informe sobre el desenvolupament humà 2000*. ANUE: Barcelona. Y PNUD (2006) *Informe sobre el desenvolupament humà 2006*. Angle editorial: Barcelona.

60 PNUD (2006) *Op. cit.*

personas y día más elevada, si bien cada una de estas horas se paga por debajo del euro y medio⁶¹. La prostitución, incluida la practicada con menores, es un sello característico del territorio. La degradación de los recursos naturales es constante: acuíferos contaminados y sobreexplotados, lagunas desecadas para obtener más terreno donde construir infraestructuras turísticas, destrucción de manglares para edificar en primera línea de mar, etc.

En este proceso, especialmente en determinadas regiones como el Caribe o el litoral sur del Mediterráneo, el papel del capital español no es trivial. Algunas de las principales empresas transnacionales turísticas a nivel mundial, y de las de más rápido crecimiento, tienen este origen: Sol Meliá, Barceló, Iberostar, Río, Optursa, Husa, Oasis, Gala, Globalia, NH, etc. La mayoría, concretamente, de origen balear: empresas que nacieron y crecieron con el boom turístico de las Islas y que a partir de los 90, llegado al límite del modelo en el territorio y aprovechando la popularización de los viajes en avión, comenzaron a buscar nuevos espacios para su expansión.

Esta expansión se realiza mediante diversas estrategias. En algunos casos, las transnacionales del sector apuestan por centrarse en la gestión hotelera, ya sea adquiriendo, arrendando, construyendo o estableciendo contratos de gestión de un gran número de establecimientos. Sol Meliá, de la familia Escarrer, es un ejemplo de este modelo, con cerca de 350 hoteles segmentados mediante *branding* en diversas marcas (Meliá, Tryp, Sol, Paradisus, etc.) y distribuidos en 30 países⁶².

Otro mecanismo de crecimiento consiste en participar en diversos ámbitos del sector turístico y controlar así un mayor número de eslabones de la cadena de valor (*trust vertical*). Posiblemente Globalia, controlada por la familia Hidalgo, es el grupo empresarial español del sector que más apuesta por esta política corporativa: posee cadenas hoteleras (Globalia Hoteles & Resorts), compañías aéreas (Air Europa), agencias de viajes (Viajes Ecuador y Halcón Viajes), touroperadores (Travelplán), servicios de *handling* (Globalia handling), cruceros (Globalia cruceros), automóviles de alquiler (Pepecar), inmobiliaria (Century 21), etc.⁶³

Paralelamente a la cumbre de jefes de estado de la Unión Europea y América Latina celebrada en Viena en mayo de 2006, se organizó un Tribunal de los Pueblos a las empresas transnacionales en el seno del Encuentro “Enlazando Alternativas II”, vinculado al Foro Social Mundial. Una de las ponencias giró alrededor de las condiciones laborales en Quintana Roo, y en ella se “juzgaron” las prácticas de diversas empresas transnacionales turísticas, la mayoría de capital hispano⁶⁴.

Y es que las denuncias de las políticas corporativas de estas empresas se multiplican: construcciones ilegales (Globalia en el Parque Nacional del Este, República Dominicana), enajenación de espacios públicos (Oasis en Akumal, México), vulneración de la legislación

61 Martocia, Hugo (2006) “Cancún, la vida tras el oropel”, *La Jornada*, 27 de diciembre de 2006.

62 Datos de la empresa: Sección “Acerca de Sol Meliá” de la web corporativa (<http://www.solmelia.com>).

63 Datos de la empresa: Sección “Sobre Globalia” de la web corporativa (<http://www.globalia-corp.com>).

64 Movimiento de Cultura Popular (2006) *Informe preliminar al TPP sobre la presentación del caso del Caribe Maya Mexicano, comercialmente llamado Riviera Maya*. Viena.

nacional (Río en Cancún, México), dolosas condiciones laborales (Barceló en Managua, Nicaragua), urbanización de zonas protegidas (Globalia en Cozumel, México), competencia desleal frente a empresas locales y comunitarias (Barceló en Puntarenas, Costa Rica); apropiación de tierra y agua (FADESA en Saidia, Marruecos), etc.

Mientras que la denuncia de las consecuencias en el Sur de las políticas de empresas transnacionales de origen español de sectores como el energético, el textil o el bancario-financiero ya forma parte de la agenda de los movimientos sociales del Estado, el sector turístico está aún invisibilizado, lo que le ha permitido trabajar impunemente en su internacionalización. Y no sólo hay empresas transnacionales hoteleras detrás de este modelo de expansión. Numerosas empresas constructoras españolas han iniciado su internacionalización de la mano de políticas de desarrollo turístico; el mencionado caso de FADESA en Marruecos, muy apoyada por la monarquía alauita, es un ejemplo meridiano⁶⁵.

Pero la crítica y la denuncia no puede limitarse a las políticas empresariales. También es necesario hacer seguimiento de las políticas públicas de apoyo a la internacionalización de todo este capital, nada escasas, y que incluso utilizan fondos destinados a la cooperación internacional:

“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**”⁶⁶.

La tarea de estudiar y denunciar las consecuencias de las políticas corporativas de las empresas transnacionales turísticas de capital español aún está, por lo tanto, en sus inicios, pero ya ha empezado. Portales web como *turismo-responsable.org*, publicaciones como la reciente e ineludible “Exportando paraísos” de Joan Buades⁶⁷ o la creación de consorcios como el “Foro de Turismo Responsable” conformada por diversas ONG del Estado español y que asume este tema como una de sus líneas de trabajo prioritarias, así lo evidencian.

65 Fierro, José Daniel (2006) “Empresarios españoles al asalto del mercado marroquí: La deslocalización de los especuladores inmobiliarios” *Rebelión*, 1 de diciembre de 2006 (Disponible en: www.rebelion.org/noticia.php?id=42280).

66 Secretaría de Estado de Turismo y Comercio (2000) *Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006* (Disponible en: www.mcx.es/turismo/picte2000). El subrayado es nuestro.

67 Buades, Joan (2006) *Exportando paraísos: la colonización turística del planeta*. Palma de Mallorca: La Lucerna.

SUGESTIVO TÍTULO PARA UN ESTUDIO POBRE.

UNA CRÍTICA AL INFORME “TURISMO SIN DESARROLLO: LOS INTERESES CREADOS COMO AMENAZA AL SECTOR TURÍSTICO DE REPÚBLICA DOMINICANA” DE INTERMÓN OXFAM ⁶⁸

JORDI GASCÓN

Aprovechando el periodo estival, el Departamento de Campañas y Estudios de la ONG Intermón Oxfam ha publicado el informe *Turismo sin desarrollo: Los intereses creados como amenaza al sector turístico de República Dominicana* (López Gómez, M.D. Intermón Oxfam, agosto del 2007), que busca profundizar en las consecuencias del desarrollo turístico de este país caribeño tan visitado por el viajero español y en el que tanto capital hotelero transnacional, también de origen hispano, hay invertido.

Desgraciadamente el título del informe promete más que ofrece. Si bien el estudio afirma, como indica su título, que en la República Dominicana el turismo no ha generado desarrollo, incomprensiblemente se muestra optimista tanto en las posibilidades del sector como en el modelo dominante de gestión (crecimiento del sector basado en el capital transnacional, con una fuerte inversión pública en infraestructuras y planteado como el principal sector económico, entre otras características), al que sólo termina reclamando algunos cambios más o menos sustanciales pero al que no pone en tela de juicio.

El documento presenta elementos de interés, como colegir que el “crecimiento económico” favorecido por el sector turístico no implica la mejora en el nivel de vida de la población, o evidenciar algunos de los impactos negativos de la actividad turística en la República Dominicana (destrucción de la costa, turismo sexual infantil, pésimas condiciones laborales, etc.). Sobre estos últimos, cabe destacar que el trabajo centra su interés en los generados por las empresas hoteleras de capital español.

Pero el informe padece de errores y confusiones de fondo. El principal, asumir como certeza, en un acto de fe que no se intenta justificar en ningún momento, la polémica premisa de que “el turismo es (una) fuente de riqueza” (pág. 2) que favorece el desarrollo de los países pobres. Resultado de esta afirmación, al modelo turístico dominante en República Dominicana (y en el resto del mundo) sólo hay que corregirle algunos elementos distorsionadores, como la estrategia empresarial del “todo Incluido” o la destrucción de espacios naturales. La autora no se plantea la posibilidad de que muchas de estas “distorsiones” sean consustanciales al modelo, así como otras igual o más negativas que el informe no identifica: entre otros, la alteración que genera en otros sectores económicos esenciales como la agricultura campesina, el endeudamiento público del país para costear las infraestructuras que el desarrollo turístico requiere (entre ellos, los aeropuertos, puertos y carreteras... ¡que la autora considera como un resultado positivo del desarrollo turístico! pág. 19), o el riesgo que supone para la economía nacional la dependencia de una fuente de ingresos con un elevado grado de inestabilidad.

El resultado es que a la hora de buscar las razones de que el notable crecimiento del PIB que vive la República Dominicana gracias al turismo coincida con la pérdida de puestos en la clasificación del PNUD sobre Desarrollo Humano, la única explicación que encuentra la

68 Artículo publicado el 13 de septiembre de 2007 en el diario *online Rebelión* (www.rebelion.org).

autora es la débil institucionalidad del Estado frente a las empresas transnacionales y su deficiente gestión del recurso.

Siendo esto incuestionable, también lo es que sólo se trata de una parte del problema. Es en la naturaleza del modelo turístico en la que se encuentra la otra cara del fenómeno: un modelo cuyo funcionamiento se basa en externalizar costos que asume el Estado (muchas veces ahondando en su deuda externa), la población y el medio ambiente, y que a la vez presenta un elevado nivel de “retorno” (es decir, que es escaso el porcentaje del gasto del turista que se queda en el país). Poner en duda el modelo en su totalidad, y no sólo algunos elementos distorsionadores, le habría abierto a la autora un resquicio por donde adentrarse en los mecanismos que permiten que esto suceda.

Hay que destacar la aseveración de que “las cadenas hoteleras no parece que practiquen salarios discriminatorios de género, ya que las retribuciones se establecen en función de la tarea encomendada y de la categoría profesional del trabajador” (pág. 32), y que se contradice con numerosos estudios que demuestran que en el sector turístico las condiciones laborales son peores en el caso de la mujer, pues tiende a acceder a los empleos más inestables, peor pagados y de status inferior. La misma Organización Internacional del Trabajo afirma que las mujeres que trabajan en la industria turística reciben de media el 79% del sueldo que reciben los hombres⁶⁹. ¿Será la República Dominicana una excepción, aún cuando es el principal ejemplo latinoamericano del modelo turístico dominante que propicia esa discriminación de género?.

El informe termina haciendo una serie de recomendaciones que, como no podía ser de otra manera tras el estudio realizado, son meras recetas dirigidas a solucionar esos elementos distorsionadores del modelo. Algunas tan idílicas como la siguiente:

“En la fase de prospección en la que se determinará la ubicación de la instalación hotelera, el Sector Privado debería establecer contactos previos con la comunidad local, ong, municipalidad y cualquier otra parte interesada, con el fin de informar de los impactos que su actividad pueda generar y poder conocer e incorporar en el proyecto sus expectativas y preocupaciones. El dialogo entre empresa y las partes interesadas es fundamental de cara a abrir una vía bidireccional y honesta de dialogo, que asegure que existe entendimiento y facilite un beneficio mutuo” (pág. 39)

Desgraciadamente, el informe sólo propone recomendaciones a los diferentes actores: empresas, Estado dominicano y gobiernos del Norte. Por ejemplo, en ningún momento se reclama la denuncia, ante los tribunales y los gobiernos dominicano y español, de la violación de los derechos laborales o medioambientales de las empresas hoteleras de capital hispano afincadas en ese país que, sin embargo, el informe detalla. Por el contrario, sólo plantea para enfrentar estos problemas, y a modo de sugerencia para el sector empresarial transnacional, “asumir y garantizar el cumplimiento de estándares internacionales en materia laboral, medioambiental y de derechos humanos” (pág. 39) o “la asunción de responsabilidades expresadas en términos de Responsabilidad Social Corporativa” (pág. 26) que, como se sabe, es sólo una **contribución voluntaria** de la empresa a la mejora social, económica y ambiental de sus actividades. Cabe señalar que el informe

69 UNED-UK (1999) “Género y Turismo: Empleo y Participación de las Mujeres en el Turismo” *Foro para el Turismo Sostenible*.

no cita, ni a la hora de tratar las condiciones laborales de los trabajadores hoteleros ni en ningún otro momento, a la Organización Internacional del Trabajo (OIT), agencia de las Naciones Unidas que anualmente presenta informes en el que evidencia la precariedad laboral que se da en el sector turístico. Ni a los estudios de la plataforma sindical Rel-UITA (Regional Latinoamericana de la Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación, Agrícolas, Hoteles, Restaurantes, Tabaco y Afines) que también denuncian esta situación.

Por otra parte, el informe padece también de errores que ponen en duda su validez desde el punto de vista científico-social, como utilizar sin aplicar crítica externa determinadas fuentes que no se pueden considerar desinteresadas e imparciales. Este es el caso de la World Travel & Tourism Council, la plataforma que reúne a las cien principales transnacionales del turismo: ¿puede ser creíble el dato que esta plataforma ofrece, y que la autora recoge sin plantearse su validez, de que el turismo “genera” el 23% del empleo en la República Dominicana?. O el embrollo en el que cae la autora al intentar clasificar modelos de turismo alternativo que considera diferentes entre sí (turismo justo, turismo sostenible, turismo alternativo, turismo responsable, turismo solidario, ecoturismo...), sin darse cuenta que son términos que se utilizan muchas veces como sinónimos, lo que le lleva a establecer definiciones análogas de modelos turísticos que considera distintos.

Es de agradecer, por eso, que una ONG como Intermón Oxfam, de las mayores del Estado español y cuyos informes suelen ser insumos recurrentes para la labor de las organizaciones sociales, empiece a interesarse por el tema del turismo y sus consecuencias en el Sur. Es una evidencia más de que, dado el auge y los impactos de este sector, poco a poco está entrando en las agendas de las organizaciones y movimientos sociales. Confiemos que sus próximos informes sean más certeros.

CAMPAÑAS CATALANAS DE DENUNCIA DE LAS ACTIVIDADES NO ÉTICAS Y DE LAS VIOLACIONES DE LOS DD.HH. DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES: EL SECTOR TURÍSTICO ⁷⁰

ACCIÓ PER UN TURISME RESPONSABLE - ATR

Parece evidente el impacto ecológico de Repsol-YPF cuando opera en reservas de la biosfera en diferentes puntos de América Latina, pero ¿qué impacto ecológico puede tener una cadena hotelera?

El turismo es un gran maquinaria de destrucción del medio ambiente aunque, curiosamente, vive del paisaje, que es una de los principales elementos de atracción de los viajeros. Pero en realidad el turismo lo que hace es “civilizar” el paisaje a los supuestos gustos y comodidades del turista: vivir unos días en primera línea de mar, sobre un acantilado, entre campos de golf considerados “espacios naturales”, etc. No hace falta ir al Sur para ver estos impactos: están bien presentes en nuestra casa.

Querriamos destacar, no obstante, dos temas que a menudo no son tan evidentes. El primero es el papel del capital inmobiliario. Cuando hablamos de turismo no sólo nos tenemos que referir a las cadenas hoteleras, sino también a las empresas de ese otro sector. En realidad, y especialmente en lo que al tema del paisaje se refiere, son éstas las más violentas: las que buscan nuevos espacios donde construir, no sólo hoteles, sino también segundas residencias, por no hablar de infraestructuras como puertos deportivos, autopistas, aeropuertos, etc. Son las grandes especuladoras del territorio que crecen a la sombra del desarrollo turístico. Y en estos últimos años estas empresas de capital español están dando el salto a su internacionalización debido a dos fenómenos. Por un lado, la crisis del sector inmobiliario en el Estado Español (que ha dejado de ser un territorio “rentable”). Y por otro, los planes de desarrollo turístico en zonas eufemísticamente llamadas “emergentes”, como el Este de Europa o el África Mediterránea, deseosas de atraer este capital.

Éste es el caso de FADESA (ahora MARTINSA-FADESA después de una reciente fusión) o de Marina D’Or, por indicar dos empresas inmobiliarias de gran capital y especialmente denostadas por su papel en la destrucción del litoral español. El primero ha sabido aprovechar la nueva política “aperturista” del régimen marroquí, muy interesado en la creación de un foco de desarrollo turístico en el Rif, y la buena relación de su antiguo presidente y principal accionista, Manuel Jové, con el rey alauita. Con estas ventajas pudo adjudicarse sustanciosos contratos como el del complejo de Saidia (cerca a la frontera con Argelia) en consorcio con transnacionales hoteleras como la cadena Barceló. El caso de Saidia es especialmente significativo porque el impacto medioambiental es tan grande (supone la destrucción de más de ocho kilómetros de costa prácticamente virgen y de los bosques próximos) que ha generado una fuerte oposición social en un país donde enfrentarse al régimen y a los intereses del rey es muy arriesgado. La apuesta de Marina D’Or se dirige más al Este del Mediterráneo (Egipto, Rumanía y Bulgaria), donde pretende replicar el modelo del macrocomplejo situado en la costa de Castellón que fue el origen

⁷⁰ Intervención en la mesa “Campañas catalanas de denuncia de las actividades no éticas y de las violaciones de los DDHH de las empresas transnacionales: el sector turístico” del *Foro Social Català* (enero de 2008). Original en catalán.

de la empresa, y que está considerado por Greenpeace como uno de los diez principales puntos negros de la costa española (informe “Destrucción a toda costa 2008”).

El segundo elemento que queríamos destacar es la capacidad del sector turístico de generar impactos ecológicos no sólo en las áreas donde se establece, sino también a centenares y miles de kilómetros de distancia para cubrir sus necesidades de agua y energía. El aumento de la demanda de estos recursos requiere muchos veces la construcción de termoeléctricas y/o pantanos en lugares alejados del centro de atracción turística.

El turismo ha sabido venderse como una industria limpia, sin chimeneas. Pero en realidad sus impactos ecológicos son muy considerables y de difícil rectificación. Pensemos que el coste de desmantelar una fábrica es relativamente bajo, pero el de expropiar, tirar abajo y reconstruir el paisaje de treinta kilómetros lineales de construcciones en primera línea de mar es inasumible para las arcas de cualquier institución pública.

Si en vuestras campañas presionáis para que los niños no trabajen, ¿no puede suceder que queden en situaciones de exclusión social más graves, como por ejemplo la prostitución?

La prostitución es consustancial al turismo. Cuando se desarrolla el turismo en un determinado lugar, los niveles de prostitución aumentan por una simple razón: hay turistas que lo demandan, y por lo tanto, aparece la oferta. La ciudad de Barcelona es un ejemplo de ello.

Pero podemos imaginar que cuando el turismo se entrecruza con las relaciones Norte-Sur y con diferencias entre enriquecidos y empobrecidos, este proceso es mucho más fuerte y alcanza situaciones extremas. Una de ellas, la prostitución infantil.

Las empresas transnacionales del sector turístico son parte, indiscutiblemente, del problema, porque promocionan el turismo que es la causa de esta situación. Incluso en determinados destinos especialmente significativos, se benefician, porque la prostitución, incluyendo la infantil, es uno de los principales reclamos turísticos de la zona. Sin embargo, es una relación indirecta: ellos no tienen una participación activa en el negocio.

Lo que nos interesa ahora destacar, no obstante, es como la prostitución infantil si les sirve para promocionar su solidaridad. Aún con reticencias, muchas cadenas hoteleras están firmando cartas y decálogos contra la prostitución infantil surgidas a partir de campañas de la Organización Mundial del Turismo o de ECPAT (plataforma internacional de organizaciones sociales que lucha contra la explotación infantil). Incluso lo integran en sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa. En realidad, la mayoría de estos decálogos sólo les obliga a impedir que en sus instalaciones puedan darse casos de prostitución infantil o a denunciarlos; es decir, simplemente les pide que acaten las leyes existentes en todos los países y en acuerdos internacionales.

Conclusión: si bien éstas empresas transnacionales son corresponsables del fenómeno de la prostitución infantil al ser agentes de desarrollo del turismo internacional, que es uno de sus principales vectores, utilizan este fenómeno como estrategia de marketing. Estrategia de marketing que no los obliga más que a acatar las normas legales nacionales e internacionales, pero que les lava la imagen de una manera convincente.

Los países empobrecidos necesitan financiación para hacer inversiones productivas y en infraestructuras. ¿Por qué criticáis que el Estado español ofrezca préstamos con condiciones ventajosas?

Nosotros no hablaríamos sólo de ayuda reembolsable, sino también de otros tipos de políticas de “cooperación” que hace el Estado español relacionadas, directa o indirectamente, con los intereses de empresas transnacionales españolas del sector turístico.

Querriamos comenzar citando un texto del *Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006*:

“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”

Es muy obvio, en esta cita, el uso que se quiere hacer de la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD): apoyar la internacionalización de las empresas transnacionales del sector de capital español. El mecanismo es externalizar a cargo de ésta AOD parte de su gasto de inversión y funcionamiento. Por ejemplo, fondos de cooperación pueden ir destinados a la formación de recursos humanos como cuadros gestores medios o mano de obra especializada (camareros, cocineros, guías, etc.), necesarios para el desarrollo de la actividad turística... una inversión que de otra manera tendría que ser costeada por el capital transnacional.

Pero el elemento más sustancioso es el de las infraestructuras. La actividad turística requiere aeropuertos, carreteras, puertos, canalización de aguas, redes energéticas, etc. Y muchas veces estas obras, que se encargan a empresas españolas, se hacen con ayuda reembolsable a través de instrumentos como los créditos FAD o préstamos de instituciones multilaterales como el Banco Mundial.

Este endeudamiento se excusa, normalmente, como una necesidad de crear infraestructuras para el desarrollo del país o región. Pero en realidad no es cierto, ya que muchas veces las infraestructuras no son multifuncionales, sino que tienen un uso exclusivo o dominante para una determinada actividad. Estas infraestructuras acaban generando polos de desarrollo dependientes de actividades económicas foráneas y no benefician las endógenas. Incluso va en detrimento de éstas. Por poner un ejemplo, la construcción de puertos o carreteras puede favorecer la llegada de productos de importación que hagan *dumping* a la producción local.

ORGANIZACIÓN SINDICAL FRENTE A LAS CADENAS HOTELERAS ESPAÑOLAS EN AMÉRICA LATINA ⁷¹

ERNEST CAÑADA

En 1985 el Grupo Barceló abrió un hotel en la República Dominicana. Era su primera incursión fuera de territorio español, donde se había asentado fundamentalmente en Baleares y Canarias. Con esta decisión, Barceló se situaba a la cabeza de la conquista de los mercados turísticos latinoamericanos por parte de las empresas hoteleras españolas. Iniciaban así los primeros pasos de un acelerado proceso de internacionalización del capital hotelero español. Desde entonces, y en poco más de veinte años, 19 cadenas hoteleras españolas han pasado a operar 228 hoteles en 13 países de Latinoamérica y El Caribe. Su presencia es especialmente fuerte en México (67 hoteles), Cuba (52), República Dominicana (52), Brasil (19) y Costa Rica (12) y Argentina (12 hoteles). Las principales cadenas que han protagonizado este proceso han sido Sol Meliá (61 hoteles en 11 países), Barceló (38 hoteles en 7 países), Oasis (22 hoteles en 3 países), Riu (15 hoteles en 3 países), Occidental (13 hoteles en 3 países), Iberostar (13 hoteles en 3 países), Bahía Príncipe (12 hoteles en 2 países), Fiesta (12 hoteles en 2 países)⁷².

Con el fin de mejorar su capacidad de negociación y lograr condiciones de favor para sus empresas, once cadenas españolas (Sol Meliá, Barceló, Iberostar, Globalia, Fiesta, Sirenis, H-10, Princess, Catalonia y Bahía Príncipe) crearon en enero de 2008 la Asociación de Inversores Hoteleros de Ámbito Internacional (INVEROTEL). Con esta iniciativa trataban de interceder ante las autoridades públicas de los países en los que estaban operando en cuestiones como la mejora de infraestructuras o el mantenimiento de playas, así como “hacerse escuchar”, según declaró su presidente, Jesús Favieres, en el desarrollo de normativas que afectaran, a su entender, a las inversiones turísticas. En definitiva, con INVEROTEL el empresariado hotelero español se dotaba de una potente herramienta de coordinación para las labores de incidencia internacional.

Una expansión de estas características en tan poco tiempo ha provocado, sin duda, un fuerte impacto. En los últimos meses han salido a la luz pública diversos escándalos relacionados con el comportamiento de estas empresas y el apoyo que le han brindado las autoridades españolas en el exterior. Así, por ejemplo, en diciembre de 2007, Ecologistas en Acción denunció la presión ejercida por el embajador español en México, Carmelo Angulo, a favor de empresas españolas. Según dicha organización, el embajador hizo gestiones ante la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) en relación con la “Ley General de Vida Silvestre”, por cuanto consideraba que tal como se estaba interpretando afectaba los intereses de las inversiones españolas en la Riviera Mayo. En febrero de 2008, las autoridades sanitarias costarricenses se vieron en la obligación de clausurar temporalmente el Hotel Occidental Allegro Papagayo, en Guanacaste, después de las fuertes presiones del movimiento ecologista y pobladores locales, por los vertidos ilegales de aguas negras del hotel en una comunidad rural cercana. Durante el pasado mes de junio de 2008, el Procurador General de la República de Nicaragua, Hernán Estrada,

⁷¹ Artículo publicado el 9 de noviembre de 2008 en el diario brasileño *online Adital* (www.adital.org.br).

⁷² Rel-UITA (2008) *Las cadenas hoteleras españolas en América Latina y las libertades sindicales*. Buenos Aires (Disponible en: www.rel-uita.org). Estos datos no incluyen Jamaica y otros países de lengua no española o portuguesa.

inició un proceso civil contra el Grupo Barceló, por el incumplimiento del contrato de compra del Hotel Montelimar, que la empresa española adquirió aprovechando la fiebre privatizadora del gobierno nicaragüense en los años noventa.

Para analizar las consecuencias que esta expansión ha generado en las condiciones de empleo y en los derechos de trabajadores y trabajadoras y, a su vez, diseñar una estrategia de acción sindical para hacerles frente, dirigentes sindicales de Latinoamérica y El Caribe se reunieron en Buenos Aires durante los días 24, 25 y 26 de septiembre de 2008. Convocados por la Regional Latinoamericana de la Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación, Agrícolas, Hoteles, Restaurantes, Tabaco y Afines (Rel-UITA), se congregaron 15 delegaciones de diferentes sindicatos de Argentina, Brasil, Chile, México, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. También participó una delegación de Comisiones Obreras (CCOO), de España, que apoyó la organización del evento, y asistió como invitada la asociación catalana Acción por un Turismo Responsable (ATR).

En el Taller-Conferencia se presentó y discutió el Informe “Las cadenas hoteleras españolas en América Latina y las libertades sindicales”, elaborado por Enildo Iglesias, ex-secretario regional de la Rel-UITA entre 1967 y 2000. El Informe detalla la presencia de las cadenas españolas país por país, aportando también datos pormenorizados sobre la existencia o no de sindicatos en cada uno de los hoteles de capital español en la región. Los principales aspectos en los que el Informe y las delegaciones sindicales mostraron una especial preocupación y ante los cuales decidieron centrar su atención, fueron los siguientes:

Hostilidad hacia la presencia sindical en los hoteles de cadenas españolas

El Informe pone en evidencia, con testimonios y datos, el comportamiento fuertemente antisindical de las empresas españolas. Entre ellas destaca el Grupo Barceló: de los 38 hoteles que dispone en la zona sólo en 9 existen sindicatos. Además, hay que tomar en cuenta que 4 de ellos se encuentran en Cuba, donde la sindicación es prácticamente obligatoria, y así deben aceptarlo los inversionistas cuando se instalan en la isla. Igualmente se destacó por comportamientos similares a Sol Meliá. En algunos países como Costa Rica, Chile, Nicaragua o Uruguay no hay presencia sindical en ninguno de los hoteles de las cadenas españolas. En otros, como México o la República Dominicana, con frecuencia se llevan a cabo lo que se conoce como “contratos colectivos de protección” entre la empresa y supuestos sindicatos que, aunque legales, no tienen ninguna representatividad ni vida sindical real. De hecho esta modalidad no es más que una estrategia empresarial para evitar la presencia de organizaciones sindicales en sus hoteles. En otros países, si bien la situación no es tan grave, sí se constata el rechazo de las empresas españolas a la presencia y organización sindical. En contraste, se valoró positivamente la situación de Argentina, donde la UTHGRA ha logrado implantarse en la totalidad de los hoteles de capital español. Una de las principales conclusiones del Taller-Conferencia fue la necesidad de reforzar la organización y presencia sindical dentro de los hoteles de las cadenas españolas. A su vez, se vio con preocupación la posibilidad que el sistema de “contratos colectivos de protección” pudiera extenderse a otros países.

- **Separación entre propiedad y gestión hotelera.** Una de las tendencias que más inquieta a las organizaciones sindicales es que, a través de los contratos de gestión, o *management contract*, se consolide la tendencia a la separación entre la propiedad de los terrenos, edificios, infraestructuras, etc. de los hoteles y su gestión. Este modelo permite a las empresas con una posición e imagen consolidada exportar su marca gestionando hoteles que no necesitan adquirir. De este modo logran ampliar los hoteles que funcionan bajo su marca sin necesidad de invertir para hacerse con la propiedad de los inmuebles y sin que sus activos se deprecien significativamente. Esta situación dificulta lógicamente los canales de interlocución para los representantes sindicales y constituye un paraguas en el que se escudan las grandes empresas para no asumir su responsabilidad ante cualquier problema o conflicto existente en alguno de sus hoteles. La posición del movimiento sindical es que mientras se mantenga la marca de una determinada empresa es a ella a la que hay que dirigir la atención y exigir responsabilidades y, en su caso, debilitar su imagen.
- **Terciarización de la empresa hotelera.** Cada vez con mayor frecuencia las empresas hoteleras están subcontratando a otras empresas parte de su personal. Encargan a terceros servicios como la vigilancia y seguridad o la limpieza, por ejemplo. Esta estrategia divide a los trabajadores dentro de un mismo hotel y los sitúa en distintas situaciones contractuales, al mismo tiempo que diluye las responsabilidades de la empresa. Ante esta práctica, la Rel-UITA mostró su frontal oposición, considerando que atenta gravemente los intereses de los trabajadores. En este sentido, el Taller-Conferencia saludó la iniciativa del Presidente de Ecuador, Rafael Correa, que a través del Mandato Constituyente número 8, firmado el 30 de abril de 2008, trataba de poner fin a este tipo de modalidad contractual. En su Artículo 1º dispuso que “se elimina y prohíbe la terciarización e intermediación laboral y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo en las actividades a las que se dedique la empresa o empleador. La relación laboral será directa y bilateral entre el trabajador y empleador”⁷³.
- **Expansión del sistema de “todo incluido”.** El sistema “todo incluido” se inició en el Caribe y progresivamente se ha ido propagando por diversas partes del mundo como una de las modalidades preferidas para la gestión de grandes hoteles, especialmente en destinos de “sol y playa”. En este sistema cuando el cliente contrata su alojamiento, su pago ya incorpora los servicios de alimentación y bebidas, diversiones, etc. Este sistema ha provocado fuertes críticas allá donde se ha instalado desde múltiples sectores. Por parte de empresarios locales se ha remarcado que éste reduce drásticamente la derrama que dejan los clientes en otros negocios próximos a los hoteles donde se alojan los turistas. Por su parte, los sindicatos han centrado la crítica en el hecho que con la aplicación del auto-servicio, modalidad común en el “todo incluido”, los hoteles reducen el número de personal requerido. Además pueden contratar a personal con una menor calificación que así “puede ser explotado más fácilmente” (Informe Rel-UITA, pág. 70). Otro de los problemas señalados es que el huésped, al haber realizado ya todos los pagos en origen, reduce en gran proporción las propinas por servicio, con lo cual los trabajadores ven menguados también sus ingresos. La oposición sindical a este sistema es frontal y se considera que sólo debería permitirse cuando el hotel

73 Mandato Constituyente Núm. 8 (Eliminación de la terciarización). Puede verse el texto completo en: <http://www.puenteasociados.com/noticias/circular1.html>

esté ubicado en lugares en los que no haya ningún otro tipo de negocio cercano que permita la atención de los huéspedes.

- **Impactos socio-ambientales del desarrollo turístico.** Desde las organizaciones sindicales presentes en el Taller-Conferencia se mostró una especial preocupación por el impacto socio-ambiental de una hotelería tan agresiva como la española. Se mostró una especial preocupación por el incremento del coste de la vida que genera el predominio de la actividad turística en un determinado territorio, que afecta tanto a la población local como a los mismos trabajadores y trabajadoras de los hoteles. También se manifestó inquietud por el impacto medioambiental que está comportando el crecimiento turístico. En este sentido se señalaron afectaciones como la pérdida de suelo y arenas costeras, la degradación del paisaje, la sobreexplotación y contaminación de acuíferos, el aumento exagerado del consumo energético. El Informe identifica también la contribución directa del sector turístico en el cambio climático, a consecuencia de los desplazamientos masivos de turistas en avión y el transporte de larga distancia de alimentos e infraestructuras diversas utilizadas en los hoteles. Frente a discursos que enfatizan el hecho que el turismo genera empleo y que, por tanto, hay que hacer todo lo posible para atraer la inversión extranjera, resulta especialmente significativo que el movimiento sindical latinoamericano esté incorporando una visión clara de los impactos socio-ambientales que comporta la expansión turística.

El Taller-Conferencia fue clausurado con la aprobación de una declaración en la que se denuncia la vulneración de los derechos de trabajadores y trabajadoras empleados en las cadenas hoteleras españolas en América Latina y El Caribe y se anima a dar una respuesta sindical ante los múltiples atropellos y afectaciones que ha provocado esta expansión internacional del capital español en el sector turístico.

Desde los distintos sectores que nos sentimos preocupados por las características del crecimiento de la industria turística, es clave entender la importancia del fortalecimiento de las organizaciones sindicales en el sector hotelero. Su participación es estratégica para hacer frente y parar los estragos que está provocando una industria que, hasta la fecha, sigue beneficiándose de una imagen pública positiva.

MIGRACIONES: EL IMÁN DE LA ESPECULACIÓN TURÍSTICA Y RESIDENCIAL ⁷⁴

JOAN BUADES

Las migraciones constituyen el primer factor de temor colectivo en las sociedades occidentales en los albores del siglo 21. Sorprenden los prejuicios sobre su magnitud real⁷⁵: sólo uno de cada 40 habitantes del Sur tiene la condición de emigrante y los 191 millones de migrantes mundiales actuales han crecido por debajo de lo que lo hecho la población humana desde 1970. Más relevante, en cambio, es su vistosidad: si a principios del siglo xx nueve de cada diez migrantes se dirigían a sólo cinco estados (EUA, Argentina, Brasil, Canadá y Australia) y habitualmente en dirección norte-sur o con el proyecto de constituir “nuevas Europas”⁷⁶, ahora se les han añadido Europa occidental, el Golfo Pérsico y el Pacífico occidental, y entre las áreas de origen, dominan Asia, América Latina y África. En esta creciente transformación multicultural hay que buscar la raíz de la psicosis securitaria que corroe Europa occidental.

Quisiéramos llamar aquí la atención sobre las interrelaciones entre la globalización liberal, el auge de la economía especulativa y la localización desigual de mano de obra barata emigrante allá donde el turismo y el boom constructor marcan el paso. Ayer, por ejemplo, en Baleares y hoy también en el Sur.

Boom turísticos y mareas humanas

Si la población mundial se ha triplicado desde 1950, la economía se ha multiplicado por siete. Dentro de ella, destaca poderosamente que el número de turistas internacionales sea treinta veces mayor que a mitad del siglo pasado (808 millones en 2005 frente a 25 millones en 1950). Es decir, crece cuatro veces más rápidamente que la economía general en un contexto de explosión demográfica⁷⁷.

Lejos de constituir mundos aparte, el turismo y las migraciones interactúan cada vez con más fuerza. Así, desde el fin de la convertibilidad del dólar en oro a principios de los 70, se desencadenó una auténtica lluvia de capitales especulativos, la cual acabará teniendo su principal destinatario en la expansión hotelera e inmobiliaria a partir de los 90. Ello ha permitido la creciente constitución de “clústers” de negocios nucleados en torno a complejos hoteleros y residenciales allí donde las autoridades favorecen su implantación y hacen su agosto las empresas transnacionales y los fondos de inversión. El este de la República Dominicana (Bávaro, Punta Caná, Bayahíbe), el Yucatán (Cancún), la costa pacífica (Acapulco) y Baja California (“Mar de Cortés”) mexicanos, el Nordeste (Recife, Fortaleza, Salvador de Bahía) brasileño o en los múltiples polígonos turísticos en construcción en Marruecos (como el de Saïdia-Ras el Ma en Oujda), son botones de muestra en el Sur. Las zonas de turistización rápida constituyen un creciente foco de atracción de mano de obra barata emigrante. Paradigmáticamente, al menos 10.000 albañiles emigrantes del resto

74 Artículo publicado en el número 33 (2008) de la revista *Ecología Política*

75 Arango, J. (2007) “Las migraciones internacionales en un mundo globalizado”, *Vanguardia Dossier*, núm. 22: 6-15.

76 Crosby, A. (1988) *Imperialismo ecológico: La expansión biológica de Europa (900-1900)*. Crítica: Barcelona.

77 Buades, J. (2006) *Exportando paraísos: La colonización turística del planeta*. Palma de Mallorca: La Lucerna.

de México estarían trabajando en condiciones muy precarias para construir 4.000 nuevas habitaciones de hotel en la “Riviera Maya” en el verano pasado. Tales desplazamientos humanos coinciden con la creciente colonización inmobiliaria norteamericana y europea en el propio Yucatán, donde adquieren una residencia secundaria⁷⁸. Faltas de toda previsión, estas migraciones tienden a desestructurar y envejecer la población de las comunidades campesinas (que se tornan insostenibles) y generan el hacinamiento en la periferia turística de importantes contingentes de trabajadores migrantes jóvenes. Así, por imposición de las ETN hoteleras españolas, la República Dominicana ha creado en 2006 POLITUR, una policía turística especial, que permita aislar a los turistas de los *slums* donde sobreviven los albañiles haitianos y de la prostitución y la venta de souvenirs en competencia “desleal” con la que aquellas controlan.

En los países de inmigración reciente la gran mayoría de los trabajadores extranjeros legales trabajan en el sector servicios y en la construcción, es decir, a lomos de la explosión turística⁷⁹. Allí es fácil encontrar trabajo o algo parecido, incluso para los sin papeles, ya que el dinero circula abundantemente y se requiere muy poca cualificación (servicio doméstico, cuidado personal, etc.). Para poder entender qué puede estar pasando en los nuevos Paraísos turísticos en el Sur, podemos mirarnos en el espejo de las islas Baleares, el conocido paraíso turístico de donde son originarias 5 de las 8 mayores ETN españolas (Sol Meliá, Riu, Barceló, Iberostar y Fiesta/Sirenis). En 2006, el archipiélago balear, la región más turistizada de España (11 turistas por habitante y año frente a los apenas 1,3 para el conjunto de España) y también la primera región en porcentaje de acogida migratoria exterior (15,6%) con una capacidad de atracción casi el doble que la media española (8,7%) y superior a la de la UE-25 (10%). Desde 1960 la población ha pasado de poco más de 400.000 personas a superar el millón de habitantes.

El éxito turístico-residencial arrastra, pues, una notable sobrepresión demográfica. Ello se traduce en crecientes costes sociales: el índice de presión humana en verano se sitúa en 363 habitantes por km² y se acerca al más densamente poblado de Europa, el de los Países Bajos (393). Paralelamente, esta capacidad de atracción desigual provoca un choque cultural extremo: unida a la inmigración desde otras regiones de España, el porcentaje de población alóctona es ya mayoritaria y, con ello, el riesgo de minorización de la cultura y lengua tradicionales (en este caso, la catalana) es más grave que nunca. Todo ello en un contexto más multicultural que en ninguna otra región y sin que haya ningún tipo de acción social y cultural de descubierta intercultural mutua. La fragmentación social por comunidades de origen está, pues, a la orden del día. Además, la especulación con las residencias turísticas genera escasez de vivienda disponible para los residentes permanentes: aproximadamente un tercio del parque construido no está ocupado mientras que prácticamente no hay mercado de alquiler y el coste de la compra de una vivienda es un 30% más cara que la media española.

La colonización turística del Planeta debería ser, pues, un espacio privilegiado y común de trabajo entre quienes, en el Sur y en el Norte, soñamos alternativas de fraternidad y sostenibilidad ecosociales.

⁷⁸ Véase www.fincascorral.com o www.gruponicolasmateos.com.

⁷⁹ Dehoorne, O. (2002) “Tourisme, Travail, migration: interrelations et logiques mobilitaires”, *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 18, n. 1: 7-36.

GRUPO BARCELÓ, UNA ‘EMPRESA FAMILIAR’ DE RAPIÑA ⁸⁰

JOAN BUADES

Entrevista realizada por Giorgio Trucchi

En el marco del seminario *Entre Baleares, el Caribe y Centroamérica: luces y sombras en la construcción de paraísos turísticos* que se realizó recientemente en Nicaragua, el investigador y activista del Grupo de Investigación en Sostenibilidad y Territorio (GIST), Joan Buades, presentó su último libro *Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico* (Barcelona: Icaria. 2009). La actividad fue promovida por Alba Sud y la Confederación Sindical de Trabajadores “José Benito Escobar” (CST-JBE), que integra FUTATSCON. Sirel conversó con el autor para conocer los elementos que caracterizan a una de las más importantes empresas transnacionales del turismo.

¿Por qué un libro sobre el Grupo Barceló?

La organización Acción por un Turismo Responsable (ATR) de Barcelona me propuso hacer, como investigador crítico en turismo, una biografía de una transnacional hotelera española, y yo sabía que Barceló es un grupo muy especial porque, aunque no es la primera transnacional turística española, es la que utiliza un “saber hacer” empresarial muy acorde con lo que es el “turbocapitalismo”. Es decir, tiene un modelo de empresa basado en la idea de que cualquier cosa es posible si sirve para hacer dinero, y no hay que preocuparse demasiado por las leyes, el medio ambiente y las personas. El resultado de esta investigación superó las expectativas, porque me di cuenta de que el Grupo Barceló se hizo de renombre en el mundo porque había utilizado trucos y astucias impropios de una empresa que se vanagloria de ser socialmente responsable.

¿Cuál es el objetivo del libro?

El libro intenta desmontar el mito de Barceló como una empresa familiar hecha a sí misma, que a lo largo de 75 años se habría dedicado a un sector económico absolutamente neutro y puro como sería el turismo. El libro trata de reconstruir la historia del Grupo Barceló, sus zonas erróneas, demostrando que hasta bien entrados los años sesenta no entra en el negocio turístico y lo hace de la mano de la dictadura franquista en España, y que en todos los mercados donde han abierto hoteles han intentado no adaptarse a las leyes del país, ni a las condiciones ambientales y a los deseos de las comunidades locales, sino creando *clusters* de negocios en donde las leyes, el medio ambiente y las comunidades deben someterse a ellos.

En los años 80 fue en las Canarias, en España, después fue la construcción de Bavaro cerca de Punta Cana, en República Dominicana, y el siguiente paso fue hacia América Latina y en 2010 podría situarse entre las 20 principales cadenas hoteleras a nivel mundial. Podríamos resumir diciendo que esa transnacional tiene un único valor que es el dinero, que está absolutamente integrada en los circuitos financieros del turbocapitalismo y que sus aliados son siempre dictadores o regímenes democráticos corruptos, utilizando todos los

⁸⁰ Entrevista publicada el 25 de febrero de 2009 en Info HRCT, órgano *online* de comunicación de la plataforma sindical Rel-UITA (<http://www.rel-uita.org/sectores/hrct/>).

trucos fiscales y todos los vehículos financieros que están más de moda en el mundo y que nos han llevado a la catástrofe actual propia de la burbuja financiera. Es decir, los fondos soberanos de Estados sin democracia, e incluso, en el caso de Farallón Capital, su relación con la Halliburton, una de las empresas que más se han beneficiado con la guerra en Irak.

¿Cómo se articula el libro?

El libro empieza con una especie de ficha actualizada de empresa del Grupo Barceló, para después reconstruir su historia y terminar con un análisis del tema de la Responsabilidad Social Corporativa. La conclusión demuestra que incluso en el tema de la Fundación Barceló el trabajo social y medioambiental es irrelevante, en cuanto lo sustancial de su trabajo es el lobby financiero para sacar el máximo provecho de las “minas turísticas” en donde se implanta.

A ese propósito quiero resaltar que recientemente se supo que la Fundación Bill Clinton tuvo que hacer público el listado de sus donantes, y que el Grupo Barceló había contribuido con 714 mil euros. Esto no es más que la demostración de su capacidad de lobby para conseguir en el futuro facilidades en medio mundo, mientras que el total del dinero invertido en su Fundación es inferior a lo que donó a la fundación del ex presidente estadounidense.

¿Cuáles son los elementos más significativos en la parte del libro que reconstruye la historia del Grupo Barceló?

Destacaría los capítulos referidos al modelo franquista, es decir cómo en la España franquista lanzan un modelo de producto que se llamaba “Barceló pueblo” que implantan en las Islas Baleares, en la Costa del Sol, en las Canarias y en el País Valenciano. Ese modelo ya estaba constituido por hoteles enormes, con piscinas artificializadas y un conjunto de servicios de “todo incluido” que en aquel tiempo era muy novedoso. Es importante porque intenta demostrar que esta es la semilla de los actuales *resorts* que Barceló tiene en todo el mundo. Otro capítulo muy importante es el que demuestra cómo los Barceló han tratado de ser alguien en Estados Unidos. Actualmente tienen 70 hoteles y son la primera cadena española en este país, con el deseo de ser grande entre los grandes.

¿Cuál es la relación de Barceló con la política? ¿Hacen como muchas empresas que buscan quedar bien con todos independientemente del tipo de gobierno que hay?

Es peor, porque no es que intenten quedar bien, sino que son ellos que crean la política. Su oferta es: yo invierto en este país si el actual gobierno se pone a mis pies. Ellos comenzaron a entrar en turismo en los años 60 en España porque estaban bajo el paraguas del dictador de la época, y lo mismo pasó en República Dominicana con un personaje como Frank Ranieri en el proyecto de Punta Cana, intermediado por fondos de pensiones estadounidenses. Hacen inversiones relevantes solamente cuando las condiciones de entrada en el país son seguras para sacar el máximo beneficio posible. Una parte relevante de su negocio es de alquiler, de franquicia, y lo que hacen es probar países; si no les conviene simplemente se van.

¿Qué tipo de experiencia de resistencia popular existe en contra de proyectos del Grupo Barceló?

En Costa Rica hubo mucha resistencia en Tambor, en la Península de Nicoya, en donde desde el principio de los 90 las comunidades y grupos ecologistas de aquella zona han recurrido ante la Procuraduría de la República contra los proyectos de Barceló. A ese propósito vale la pena recordar que el objetivo de este libro y del seminario que acaba de concluir es llamar la atención sobre el hecho de que el turismo internacional en sí mismo no es bueno, porque para serlo debe tomar en cuenta los derechos sociales y ambientales, y que dentro de este contexto Barceló actúa como una de las empresas de vanguardia que no duda en pisotear sociedades, gobiernos y el medio ambiente. Ha habido resistencia, pero tiene que haber mucho más. El libro es una herramienta para que los movimientos sociales y las comunidades entiendan qué está pasando, para promover un cambio radical hacia un turismo que esté congestionado, participado y controlado por las comunidades que van a ser “turistizadas”, porque de lo contrario no hay ninguna esperanza de que estas sociedades puedan sacar provecho de ello. El Grupo Barceló es un ave de rapiña que llega a un lugar, lo devora y no deja desarrollo humano ni beneficios económicos a la gente.

¿Qué opina de la demanda que la Procuraduría General de la República de Nicaragua interpuso en contra del Grupo Barceló por el caso de Montelimar?

Es una situación que tiene mucho mérito, porque es el primer precedente de un Estado que decide defender los derechos generales de su ciudadanía. No sabemos en este momento si el gobierno sandinista resistirá las presiones del Grupo Barceló, pero es un precedente importante, porque los gobiernos deben estar al servicio de los pueblos y de la ley.

La Rel-UITA expresó su interés para que se edite el libro en América Latina. ¿Cree que pueda ser viable y cuál podría ser la importancia de esa publicación?

Me encantaría que se concretara este proyecto, y me pongo al servicio de la Rel-UITA para que esto sea posible. Tomando en cuenta que Barceló tiene la mayoría de su oferta en América, creo que tendría mucho interés que la ciudadanía crítica de estos países conociera esta biografía, porque podría ayudar a entender por qué lo que pasa en Nicaragua no es diferente de lo que pasa en Costa Rica, Estados Unidos o en Ecuador. Una edición americana del libro podría ayudar a crear conciencia y reforzar las resistencias en los países donde opera Barceló y, por extensión, otras transnacionales turísticas, porque Sol-Meliá, NH, Riu, Iberostar, Matutes/Fiesta-Sirenis, Occidental Hotels & Resorts y Husa son más de lo mismo.

TURISMO Y DESARROLLO: UNA VISIÓN CRÍTICA ⁸¹

JORDI GASCÓN

Ningún sector económico ha tenido un crecimiento tan rápido como el turístico en las últimas 6 décadas. En 1950 el número de turistas internacionales no sobrepasaba los 25 millones al año en todo el mundo. Actualmente, sólo el Estado Español recibe anualmente 60 millones de visitantes foráneos. Y los lugares de desplazamiento son cada vez más distantes: de la costa mediterránea para los europeos centrales o nórdicos, o México y Cuba para los estadounidenses, en esos lejanos años 50, a exóticos parajes situados en el Caribe, el Índico o la Polinesia que caracterizan hoy en día el imaginario del modelo de turismo internacional. El desarrollo tecnológico de los medios de transporte y los extraordinarios subsidios que recibe este sector a través de acuerdos internacionales (entre otros, la exención de impuestos que desde 1949 tiene el combustible destinado a vuelos transfronterizos, o la no incorporación de la contaminación aérea en el Protocolo de Kyoto) facilitaron este fenómeno, al propiciar una continua disminución del precio del viaje en términos reales.

A este fenómeno se le ha denominado *democratización del turismo*. Pero se trata, a todas luces, de una acepción errónea: los beneficiados sólo han sido clases medias y populares con cierta capacidad adquisitiva de los países centrales, pero no así la inmensa mayoría de la población mundial. En el Estado Español, situado en el grupo de países privilegiados que forman parte de la OCDE, sólo un 4% de ciudadanos practica el turismo internacional cada año según datos del Instituto de Turismo de España. Ya podemos imaginar cual debe ser el porcentaje en los países empobrecidos. En realidad lo que se dio fue una dilatación del sector privilegiado que podía practicar este tipo de turismo al que, antes de la II Guerra Mundial, sólo tenía acceso sectores de clase (muy) alta. Pero no obstante sigue tratándose de una minoría privilegiada.

¿Y las consecuencias de este rápido desarrollo en los lugares de destino? Cuanto menos, se pueden definir como complejas.

La expansión del turismo internacional permitió inicialmente el surgimiento de empresas dependientes de este nuevo sector de propiedad local, tanto públicas como privadas. En los 70 y 80 muchos países del Sur contaban con, al menos, una compañía aérea propia (las denominadas *aerolíneas de bandera*). También era de capital local la mayoría de los hoteles en los que el turista acababa hospedándose.

Esta situación empezó a cambiar con la crisis de los 80 que padecieron los países del Sur como reflejo de la llamada Crisis del Petróleo, y que dio pie, especialmente tras la caída del bloque socialista, a la expansión del modelo económico neoliberal. La receta del llamado Consenso de Washington (privatización, liberalización y desregularización) se impuso sobre estos países. Y ello supuso la cesión a manos privadas extranjeras de los recursos estatales; entre ellos, la propiedad de las compañías aéreas públicas o el control de puertos y aeropuertos. Y también dejó el camino expedito para la entrada del capital transnacional hotelero.

⁸¹ Artículo publicado en CERAI (2010) *Guía de Consum Responsable del País Valencià*. València: CERAI & ACSUD & UPV & ASM

En relación a este tema, un punto de inflexión lo encontramos con el establecimiento del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), ya en la presente década. Impulsado por la Organización Mundial del Comercio, el AGCS equipara en derechos el capital transnacional con el local, prohibiendo cualquier tipo de regulación que prime o defienda al segundo. Esto, obviamente, favorece al primer tipo de capital, que suele tener un mayor control de la *cadena de valor* (la suma de los subsectores que forman parte del proceso turístico: transporte, hospedaje, tour-operadores, etc.) y que tiene suficiente capacidad económica como para establecer precios a pérdida hasta eliminar la competencia local.

Todo este proceso ha propiciado un aumento del índice de retorno. El índice de retorno o *leakage* hace referencia al porcentaje del dinero que destina un turista en su viaje que no llega o no se queda en el país anfitrión. Hoy en día hay destinos que presentan un índice del retorno que supera el 95%, como es el caso extremo de la costa egipcia del Mar Rojo. Todo indica que los lugares con un desarrollo turístico más reciente, como el anteriormente citado, nacen ya con un elevado índice de retorno, evidenciando que ese desarrollo está totalmente controlado por capital foráneo. Mientras que los lugares más “maduros” ven como aumenta progresivamente este porcentaje a medida que el desarrollo del modelo neoliberal expulsa al capital local del negocio.

Estas condiciones favorece lo que parece una paradoja: países en los que el rol del turismo es muy importante son capaces de presentar un Producto Interior Bruto exitoso, pero dado que la mayor parte de los beneficios son expatriados a los países centrales o a paraísos fiscales, el provecho de ese indicador es escaso para el lugar de destino. No olvidemos que el PIB sólo mide los beneficios que se generan en un país, pero no nos dice nada de si estos beneficios permanecen dentro de sus fronteras, ni tampoco cómo se distribuyen los que se quedan.

República Dominicana es un buen ejemplo de esta situación. Su PIB per cápita, a rebufo de un crecimiento exponencial del sector turístico, ha sido muy rápido en los últimos años: de 1.750 dólares norteamericanos en 1987 a 8.217 en 2006. Sin embargo, esto no ha impedido que su clasificación en el Índice de Desarrollo Humano (indicador establecido por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo que busca estimar las condiciones de vida de la población de un país) haya bajado, en el mismo periodo, del puesto 63 al 79. Si nos atenemos a lo que el PNUD denomina *clasificación según el PIB per cápita menos la clasificación según IDH*, esta situación aún es peor: mientras que en 1991 la República Dominicana mostraba una clasificación de IDH 12 puestos superior al que marcaba su PIB, en el 2006 está 10 veces por debajo⁸².

Si los beneficios para los países anfitriones del Sur están sobredimensionados, cuando no falseados, la evaluación de los costos padece el fenómeno inverso: el turismo se ha sabido vender como una industria limpia con escasos impactos negativos a nivel medioambiental, social, económico y cultural, y a todo caso, siempre inferiores a los beneficios que genera.

La realidad es distinta: destrucción de ecosistemas que, más allá de su valor intrínseco, son esenciales para el desarrollo de las actividades tradicionales (pesca, agricultura, etc.) y para la seguridad de la población local (la eliminación de manglares para establecer complejos

82 Datos obtenidos de los informes de desarrollo humano del PNUD de los años 1991 y 2008

hoteleros en primera línea de mar, por ejemplo, está aumentando las consecuencias de fenómenos naturales como los huracanes o los tsunamis); creación de áreas urbano-marginales de población atraída por los focos turísticos y expulsada cuando su fuerza de trabajo se hace innecesaria; enajenación de recursos esenciales para la población (tierra y agua) para cubrir las necesidades del sector turístico; desviación de fondos públicos para favorecer el desarrollo turístico; aumento de la corrupción y de la especulación inmobiliaria; etc.

Esta situación nos exige una REFLEXIÓN que se dirige a nuestra conciencia como consumidores: ¿Es posible destinar nuestro tiempo de ocio a actividades más sostenibles? La respuesta no puede ser más que SI, aunque ello nos obligue a dejar de disfrutar de cómodos y paradisíacos *resorts* ubicados en playas tropicales que privatizan espacios de vocación pública, y en el que el atractivo precio de la oferta se establece en parte gracias al uso de una mano de obra que carece de unas condiciones laborales mínimamente exigibles.

Pero también nos obliga a la DENUNCIA: ¿Es lícita la maximización de beneficios a favor de un cada vez más pequeño grupo de compañías transnacionales a cuenta de ecosistemas y del empeoramiento de las condiciones de vida de buena parte de la población local? La respuesta ha de ser, obviamente, no. Y aquí tenemos que dirigir la mirada hacia nuestras instituciones públicas que, por favorecer un modelo económico librecambista, han olvidado su papel de reguladoras de las reglas del juego económico, y de supervisoras de las prácticas empresariales que puedan afectar ecosistemas y sociedades.

LA TRANSNACIONALIZACIÓN DEL CAPITAL HOTELERO BALEAR Y DE LAS RESISTENCIAS CIUDADANAS ⁸³

MACIÀ BLÀZQUEZ⁸⁴, ERNEST CAÑADA y JORDI GASCÓN⁸⁵

Geohistoria de la turistización capitalista

El orden internacional está determinado por las finanzas y por el marco institucional interestatal. Éste deviene de la hegemonía socioeconómica del capitalismo y del libre mercado, en una sucesión de ciclos sistémicos de acumulación⁸⁶ ostentados por estados hegemónicos que encabezan el dominio del armamento, las finanzas, la información y la tecnología⁸⁷. Las corporaciones empresariales (ETN) adquieren poder al rebufo de los Estados que se sitúan en la cúspide del orden internacional (EEUU, UE, Japón, Rusia, China... que componen el G8 o el Consejo de Seguridad de la ONU), con su apoyo crediticio y en pro de la desregulación internacional para facilitar su expansión e integración en economías de escala⁸⁸. La financiarización de la economía, y la mutación del dinero en que se fundamenta, favorece a las ETN que atraen el ahorro mundial hacia sus derechos sobre valores –acciones, futuros y otros derivados–, que, como el propio dinero, son pasivos no exigibles que se consolidan como un potente instrumento de control y dominio socioterritorial, ostentado por los espacios centrales, sus corporaciones y sus élites⁸⁹. La cobertura institucional de los Estados para con las ETN alcanza la paradoja de consentir, o fomentar, los paraísos fiscales, como máximo exponente de la liberalización que cancela la función fiscalizadora pública⁹⁰. Más allá de su función promotora de la opacidad financiera, los paraísos fiscales hacen competencia discriminatoria –*dumping*–, promoviendo la rebaja de la presión fiscal y el descontrol de la criminalidad por parte de los Estados, a favor del dominio del capital.

83 Comunicación presentada en el I Congreso COODTUR (Tarragona, octubre 2009) y publicado en Nel-lo, M. & Beas, L. (2010) *Turismo, cooperación y desarrollo: Actas I Congreso COODTUR*. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili.

84 Profesor Titular del Departamento de Ciencias de la Tierra de la UIB. Es miembro del Grup d'Investigació sobre Sostenibilitat i Territori - GIST, de la Universitat de les Illes Balears, y del Grup Balear d'Ornitologia i Defensa de la Naturales - GOB.

85 La investigación que dio lugar a este texto fue financiada con los proyectos: “La funcionalización turística de las Islas Baleares (1955-2000): adaptación territorial y crisis ecológica del archipiélago” (SEJ2006-07256/GEOG) del Ministerio de Ciencia y Tecnología; y “Formación para el turismo responsable en Centroamérica” de la Dirección General de Cooperación del Gobierno de las Islas Baleares (España) y de la Oficina de Cooperació al Desenvolupament i Solidaritat de la Universitat de les Illes Balears (España).

86 Arrighi, G. (1999) *El largo siglo xx*. Barcelona: Akal.

87 Amín, S. (1999) *El capitalismo en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.

88 Rigg, J. *et al.* (2009) “The World Development Report 2009 ‘reshapes economic geography’: geographical reflections”. *Transactions of the Institute of British Geographers* 34: 128–136.

89 Carpintero, O. (2009) “El poder financiero de los grandes grupos empresariales. Los nuevos “creadores” de dinero”, en Aguilera, F. y Naredo, J.M. (eds.) *Economía, poder y megaproyectos*. Lanzarote, Fundación César Manrique.

90 Chavagneux, C. y Palan, R. (2007) *Los paraísos fiscales*. Barcelona: El Viejo Topo.

El negocio turístico-inmobiliario extiende la acumulación capitalista hacia las “periferias de placer”⁹¹, promueve la especulación con el precio del suelo, el endeudamiento crediticio para la acumulación de “bienes raíces” y la búsqueda de entornos institucionales menos exigentes. Este último aspecto se concreta en forma de autoridades corruptibles, entornos ambientales contaminables, recursos naturales sobreexplotables, población subcontratable, estatalización de los gastos en infraestructuras (de transporte, abastecimiento, dotaciones, equipamiento, etc.) o exenciones fiscales, por ejemplo, en zonas francas de exportación. La emergencia del neoliberalismo favorece a este negocio turístico-inmobiliario mediante la financiarización internacional, la libre movilidad de capitales, la libre implantación geográfica de las actividades productivas y especulativas, o la privatización de empresas y propiedades públicas; que se solapan, sin recato de su incongruencia, con medidas de proteccionismo estatal favorecedoras de “sus” corporaciones empresariales. Se trata del Consenso de Washington⁹², promovido por el neoliberalismo por medio de la Organización Mundial del Comercio y que consiste, al fin y al cabo, en la maximización de los beneficios individuales y la socialización de las pérdidas⁹³.

El turismo contribuye a la expansión acumulativa del capital con la construcción de nuevos enclaves. No se trata, por lo tanto, de una actividad neutra, sino que agrava las inequidades por tratarse de una actividad elitista, de anfitriones laboriosos que hospedan a huéspedes ociosos que se lo pueden permitir porque pertenecen a los “Nortes globales” donde se acumula el máximo beneficio del negocio⁹⁴. Erdmann Gormsen⁹⁵ definió este desarrollo espacio-temporal como una sucesión de “periferias” turísticas. Estas periferias turísticas tienden a alejarse de los focos emisores de capitales y de turistas –ubicados en los Centros de la economía-mundo capitalista que ostentan la hegemonía– y a mutar tornándose más complejos con la adición de usos, especialmente el inmobiliario-especulativo en el régimen de acumulación flexible caracterizado por las burbujas y las crisis especulativas⁹⁶. Este proceso expansivo sigue los principios propios del capitalismo y del libre mercado, al promover que las empresas maximicen sus beneficios desplazándose a la búsqueda de las condiciones que les sean más favorables. Así buscan entornos institucionales con el mínimo de exigencias tributarias, sociales o ambientales, es decir marcos desregulatorios.

La funcionalización turística supone la elitización del espacio, en el que se privilegia a los usuarios ricos, que pueden acceder a la propiedad del suelo, desentendiéndose o marginando al resto. Así sucede con la privatización de los recursos –como el agua– y del espacio, en la costa o del medio rural, para usos turísticos o residenciales privados

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

92 Harvey, D. (1976) “Un comentario de los comentarios” *Geocritica, Cuadernos Criticos de Geografía Humana* 5:19-26.

93 Medialdea García, B. y Álvarez Peralta, N. (2008) “Liberalización financiera internacional, inversores institucionales y gobierno corporativo de la empresa” *Documentos de Trabajo, ICEI - Instituto Complutense de Estudios Internacionales*, n. 7

94 Britton, S.G. (1982) “The political economy of tourism in the Thrid World” *Annals of Tourism Research* 9: 331-358. Mowforth, M y Munt, I. (2008) [1998] *Tourism and Sustainability. Development, globalisation and new tourism in the Third World*. Londres: Routledge.

95 Gormsen, E. (1997) “The impact of tourism on coastal areas” *GeoJournal* 42 (1): 39-54.

96 Murray, I. y Blázquez, M. (en prensa). “El dinero, la aguja del tejido de la globalización capitalista”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*.

excluyendo el acceso público. Con lo cual, el deterioro socioecológico va acompañado de un deterioro social y democrático. Los movimientos sociales de resistencia a estos procesos se encuadran en el concepto de justicia ambiental, de defensa ante su desposesión, del denominado ecologismo de los pobres⁹⁷.

A lo largo del tiempo, las sociedades huésped adquieren protagonismo y asumen el intento de mantenimiento del destino turístico mediante la reconversión, la contención, el “esponjamiento” urbano... para su rejuvenecimiento como producto mercantil ampliado del negocio turístico-inmobiliario. La regeneración encubre así a la elitización, aprovechándose retóricamente de los argumentos de justicia ambiental, anteponiendo la habitabilidad local a la sostenibilidad global.

Las islas Baleares, de periferia a centro

Las islas Baleares (España) emergen a mediados del siglo xx como un destino turístico de masas. Se incorporan con firmeza y continuidad a este carrusel de periferias turísticas en los años cincuenta, al socaire del despegue postbélico europeo⁹⁸. La incorporación de España a la Unión Europea, en 1986, otorga ventajas geopolíticas a su empresariado, al acogerlo en el seno de esta fortaleza económica y militar. El empresariado –por ejemplo hotelero, especulador inmobiliario, constructor, urbanizador o de obra pública– se ve favorecido por la incorporación de España a la superpotencia europea, política de la UE y militar de la OTAN⁹⁹. La integración financiera europea –o “Consenso de París”: Tratado de Maastricht, Directiva 88/361 para la aplicación del artículo 67 del Tratado, etc.– supuso la liberación de movimiento de capitales, la liberación de servicios financieros y la unificación monetaria¹⁰⁰. Las cadenas hoteleras (CCHH) baleares iniciaron entonces la “recolonización” de América Latina, junto a otras empresas mayores de telecomunicaciones, extracción petrolera, energía, financieras, de construcción y gestión de obras públicas e infraestructuras¹⁰¹. Las CCHH se convierten en empresas transnacionales (ETN) que integran operadores turísticos, agencias de viajes y compañías aéreas, enfocadas a implantar nuevos polos de desarrollo turístico-inmobiliario. Su europeidad las sitúa en la cúspide de las estructuras de dominio internacional, especialmente financiero (del Euro), mediático y militar. La desregulación del denominado Consenso de Washington y la connivencia estatal –característica del neoliberalismo¹⁰²– determinan su mayor ventaja.

97 Martínez Alier, J. (2009) [2005] *El ecologismo de los pobres: Conflictos ambientales y lenguajes de valoración*. Barcelona: Icaria.

98 Rullan, O. (2008). “Reconversión y crecimiento de las zonas turísticas: del fordismo al postfordismo” en Troitiño, M. A., García, J. S. y García, M. (coord.) *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones? X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*. p. 587-626

99 Fernández-Durán, R. (2005) *La compleja construcción de la Europa superpotencia. Una aportación al debate sobre el futuro del Proyecto Europeo y las resistencias que suscita*. Barcelona: Virus.

100 Abdelal, R. (2006) “Writing the Rules of Global Finance: France, Europe, and Capital Liberalization” *Review of International Political Economy* 13 (1): 1-27.

101 Gavalda, M. (2004) *La Recolonización. Repsol en América Latina: invasión y resistencias*. Barcelona: Icaria.

102 Harvey, D. (2006). *Spaces of Global Capitalism. Towards a Theory of Uneven Geographical Development*. Londres: Verso.

El territorio balear muta con la madurez turística, amortizados ya los establecimientos y agotado buena parte de su potencial de “acumulación por desposesión”¹⁰³; cuyo resultado es su insostenibilidad biofísica, que sólo es factible por su encastillamiento del lado favorecido de la brecha socioeconómica de la polarización¹⁰⁴. El sobredimensionamiento de su huella ecológica, seis veces por encima de la capacidad endógena, constata su reconocimiento como una sociedad depredadora, que se apropia de la capacidad proveedora de recursos y de asumir sus residuos de otros territorios periféricos: “Lo cual atestigua que el *desarrollo* es hoy un fenómeno posicional, en el que los países ricos trascienden las posibilidades que les brindan sus propios recursos (y los sumideros) disponibles a escala planetaria, por lo que no cabe generalizar sus patrones de vida y de comportamiento al resto de la población mundial”¹⁰⁵.

Sus veinticinco años de gobierno democrático se caracterizan por el ensayo de políticas públicas de autocontención del crecimiento urbanístico¹⁰⁶, atravesando fuertes controversias sociales: la protección de espacios naturales, las “moratorias” urbanística y turística, los “esponjamientos” urbanos, la “ecotasa” e incluso el intento de pautar el crecimiento urbanístico con cuotas a la concesión de licencias de obras¹⁰⁷. Más allá de la concienciación individual y el cambio de hábitos voluntario, el acuerdo social ha propiciado esta normativa por “coerción institucional”, autoimpuesta colectivamente, para seguir el estatus moral superior de la frugalidad y de no derrochar¹⁰⁸. Pero esta autocontención y regeneración de los propietarios privilegiados de las islas Baleares contribuye a la mejora de su habitabilidad, elitizando su entorno, más que a contribuir a la sostenibilidad que se agrava por la intensificación de su metabolismo socioeconómico¹⁰⁹. El ecologismo, encarnado especialmente por el *Grup Balear d'Ornitologia i Defensa de la Naturalesa*, GOB, aúna los anhelos ciudadanos en pro de ambas metas, la habitabilidad y la sostenibilidad, mediante la reconversión ecológica y urbana, la autocontención y el antagonismo, por la justicia ambiental. Pese a las tensiones derivadas de la amplitud de sus objetivos, el GOB asume postulados de radicalidad democrática al acusar a las ETN hoteleras baleares

103 Havey, D. (2004) “El “nuevo” imperialismo. Acumulación por desposesión” *The Socialist Register*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

104 Murray, I.; Rullan, O. y Blázquez, M. (2005) “Las huellas territoriales de deterioro ecológico. El trasfondo oculto de la explosión turística en Baleares”. *Geo Crítica / Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 199. Barcelona: Universidad de Barcelona. Accesible en <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-199.htm>.

105 Naredo, J. M. (2006) *Raíces económicas del deterioro ecológico y social: Más allá de los dogmas*. Madrid: Siglo XXI.

106 Blázquez, M. (2006) “Calmar, contenir i decreïxer. Politiques provades (1983-2003) i possibles de planificació urbanística”. *Territoris. Revista del Departament de Ciències de la Terra* 6: 159-172. Blázquez, M. (2008) “Las “moratorias” baleares” *Ecología política* 35: 69-72. Blázquez, M.; Murray, I. y Rullan, O. (2009) “El consumismo territorial i els gestos d'autocontenció a les Illes Balears” en Mayol, J.; Manera, C.; Muntaner, M. y Rullan, O. (coords.) *Homenatge al Dr. Bartomeu Barceló Pons*. Palma: Editorial Leonard Muntaner.

107 Rullan, O. (2005) “Una técnica urbanística para contener el crecimiento residencial en espacios con fuerte presión inmobiliaria”. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales* 194. Accesible en <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-194-32.htm>.

108 Sempere, J. (2007) “¿Es posible la austeridad voluntaria en un mundo que se hunde en la insostenibilidad ecológica?” en Linz, M.; Riechmann, J. y Sempere, J. *Vivir (bien) con menos. Sobre suficiencia y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria. pp. 19- 32.

109 Murray, I.; Rullan, O. y Blázquez, M. (2005) *op. cit*

de exportar la “balearización”, por ejemplo mediante su “distinción” con un “premio” a la destrucción a las ETN Sol-Meliá y Barceló el año 1998.

Por otro lado, el capital balear ya ha acabado de amortizar sus inversiones turísticas en las islas Baleares. Sus nuevas inversiones consiguen mucha más rentabilidad en las nuevas periferias; mientras en las islas Baleares se desprende de su stock inmobiliario, conservando en algún caso su gestión hotelera o en las más promoviendo su conversión residencial en forma de segundas residencias, oferta turística no reglada, minipisos de infravivienda, condoteles, etc. Cual si fuese de una caja de caudales, las islas Baleares atesoran la acumulación de capital en forma de inversiones inmobiliarias y especulativas¹¹⁰.

Los sucesivos “booms” turísticos de la explosión capitalista balear¹¹¹ sitúan sus ETN en la cúspide de la “curva del notario”¹¹², asumiendo el trabajo de menor penosidad y mayor retribución, pero con mayor déficit en términos físicos, por precisar extraer materiales y energía de las regiones periféricas. La elevación de esta función hotelera en la “curva del notario” se ejemplifica en la atracción del ahorro inversor hacia las economías del centro, por ejemplo con la financiación de las ETN¹¹³, o en su tendencia a desprenderse de la propiedad de los inmuebles de alojamiento turístico, para pasar sólo a gestionarlos, porque “Las marcas de tales cadenas les ofrecen credibilidad y confianza entre la demanda, activo intangible, indispensable y efectivo en un mercado turístico de crecimiento en sus flujos y con avidez por nuevos destinos”¹¹⁴. Este nuevo orden mundial neoliberal promueve la exportación del modelo de explotación turística por parte de las ETN hoteleras de matriz balear: Sol Meliá, Riu, Barceló, Iberostar y Fiesta¹¹⁵; a las que se añaden las que han adoptado con posterioridad la radicación de sus sedes en las islas Baleares, como son Globalia o el Grupo Piñero, por tratarse de cadenas turísticas especializadas en el turismo de sol y playa o de “masas”, que se ha convertido en la característica fundamental de la “marca balear”. Es decir, las islas Balears han pasado de ser sólo un destino en la periferia, a convertirse en un nuevo centro difusor de turistización, hacia nuevas periferias, y a albergar las sedes sociales, que no financieras, de las ETN turísticas especializadas en “sol y playa” más importantes del mundo: cadenas hoteleras (CCHH) en el *ranking* de las mayores del mundo, con participación en aerolíneas, agencias de viaje, operadoras turísticas, promotoras inmobiliarias o entidades financieras.

110 Blázquez, M. y Murray, I. (2009) “El efecto isla Tortuga La explotación turístico-inmobiliaria de islas Baleares”, en AA. VV. *El negocio inmobiliario en destinos turísticos maduros. Residencialización turística en España y México*. Managua: Editorial Enlace (en prensa).

111 Rullan Salamanca, O. (1999). “De la Cova de Canet al Tercer Boom turístic. Una primera aproximació a la geografia històrica de Mallorca” en Alenyà, M. et al. *El medi ambient a les Illes balears. Qui és qui?*. Palma de Mallorca: Sa Nostra. pp. 171-213.

112 Naredo, J. M. (2006) *op. cit*

113 Murray, I. y Blázquez, M. (en prensa) *op. cit*.

114 Jiménez-Martínez, A. de J. (2008) “Las cadenas hoteleras en el mundo y evolución de su operación en México al inicio del siglo XXI”. *Innovar*, 18 (32): 167-194.

115 Buades, J. (2006) *Exportando paraísos: La colonización turística del planeta*. Palma de Mallorca: La Lucerna.

La expansión del modelo de acumulación por desposesión. El caso de El Caribe y Centroamérica

Las ETN turísticas maximizan sus beneficios empresariales en los nuevos destinos, por ejemplo caribeños y centroamericanos, que les ofrecen condiciones privilegiadas: de competencia discriminatoria, con el apoyo estatal que asume el desarrollo de las infraestructuras, crea zonas francas para eximirlos de fiscalidad y de regulaciones fiscales –favoreciendo su expatriación de beneficios (*leakage*)–, ambientales o sociales; donde amortizar la inversión sea cuestión de tan sólo tres años¹¹⁶. Con la ventaja añadida del interés de los Estados empobrecidos por paliar la deuda externa, dispuestos –paradójicamente– a gastar sus pocos recursos, la ayuda internacional al desarrollo o incluso a endeudarse, para construir las infraestructuras de acogida que vayan a convertir su territorio en más apetecible a la inversión extranjera directa (IED): aeropuertos y puertos internacionales, autopistas, abastecimiento de agua, energía o playas en detrimento de la población local, represión militar y policial para “bunkerizar” los enclaves turísticos... El capital puede “promover” este favoritismo, por ejemplo mediante la adquisición de la deuda externa de todo un país, tal como relata Joan Buades¹¹⁷ respecto de las CCHH baleares y la República Dominicana. Otros apoyos institucionales a la IED turística consisten en la devaluación de la moneda local, la privatización de las empresas públicas, que junto a las potenciales competidoras locales se venden a las “fusiones y adquisiciones” de las ETN hegemónicas, como también se les permite precarizar las condiciones laborales de los trabajadores, enajenarse tierras, agua y ecosistemas expulsando a sus comunidades locales¹¹⁸.

Uno de los destinos privilegiados de esta expansión de las CCHH baleares ha sido El Caribe, con una especial concentración en países como República Dominicana, Cuba, Jamaica o en el caribe mexicano, Cancún y la Rivera Maya. Su presencia ha sido tan dominante que en lugares como Quintana Roo el 60% de la planta hotelera de 70.000 habitaciones es de origen español, con una presencia predominante de cadenas como Sol Meliá, Barceló, Riu o Iberostar (Hosteltur, 28/01/2009). Centroamérica, un destino turístico mucho menos maduro que el caribeño, va posicionándose progresivamente entre los mercados internacionales emergentes. Aquí el capital de origen balear tiene menor peso en comparación con las CCHH e inversiones inmobiliarias de otros países, entre los que destacan los EEUU, pero gradualmente incrementa su presencia a medida que logran condiciones favorables, como en Costa Rica, Panamá y, poco a poco, en el resto de la región.

El fuerte protagonismo de la actividad turística en toda esta área ha comportando fuertes impactos sociales, ambientales, económicos, políticos y culturales. Como resultado el turismo ha dado paso a un nuevo escenario de conflictividad asociado a múltiples causas¹¹⁹ entre las que destacan: 1) el acceso, uso, control de los recursos naturales, principalmente

116 Castro, F. (1991). “Discurso en la inauguración del IV Congreso del PCC, dictado en Santiago de Cuba el 10 de octubre de 1991”. Citado en Buades (2006), *op. cit.*

117 Buades, J. (2006) *op. cit.*

118 Gascón, J. (2009) *El turismo en la cooperación internacional*. Barcelona: Icaria. León, Y. M. (2007) “The impact of tourism on rural livelihoods in the Dominican Republic’s coastal areas” *Journal of Development Studies* 43 (2): 340-359.

119 Cañada, E.; coord. (en prensa) *Turismo en Centroamérica: un nuevo escenario de conflictividad*. Managua: Editorial Enlace.

la tierra y el agua, y en menor medida los bosques, en el que las comunidades rurales han tratado de resistir o reducir los alcances de los procesos de desplazamiento, usurpación y elitización de sus territorios¹²⁰; 2) las condiciones laborales precarias y las fuertes actitudes antisindicales de la patronal, como señala la Rel-UITA¹²¹, con un protagonismo singular del sector de la construcción que ha movilizó mano de obra inmigrante en muchos casos en situación de ilegalidad en enorme vulnerabilidad y con condiciones de vida extremadamente insalubres; 3) la dinámica de degradación del entorno, corrupción y erosión democrática generada por el capital turístico e inmobiliario que ha provocado reacciones de grupos ciudadanos y movimientos sociales e, incluso, de algunas autoridades públicas para frenar o corregir los abusos e ilegalidades cometidas; 4) el choque de intereses entre diferentes grupos de capital en competencia por su predominio en un determinado territorio, implicando tanto a pequeñas y medianas empresas de capital local desplazadas por capitales foráneos mucho más poderosos, como a grupos de mayores dimensiones en una clara disputa por esos mercados.

Las CCHH de origen balear han tenido un especial protagonismo en esta dinámica de conflictividad creciente. En Costa Rica, Nicaragua, México, República Dominicana y Jamaica, principalmente, estas empresas han enfrentado fuertes conflictos con diversos sectores de las sociedades anfitrionas, llamando la atención de los medios de comunicación repetidas veces¹²².

Hacia una cooperación transformadora en el ámbito turístico

En este contexto de expansión del capital de origen balear hacia El Caribe y Centroamérica se vuelve urgente apelar a una cooperación que pueda acompañar los procesos de transformación de las causas del empobrecimiento e incremento de las desigualdades. Uno de los ámbitos de esta solidaridad y cooperación es el del análisis que aportan las ciencias sociales. Sin entender bien las dinámicas, características y responsabilidades de la expansión de la turistización y elitización del espacio, la resistencia y construcción de alternativas a este modelo es mucho más complicada y limitada. La generación de conocimiento al servicio de las mayorías desfavorecidas debe ser una prioridad de una cooperación internacional que pretenda ser transformadora ¹²³.

Los investigadores independientes, desde movimientos sociales o academias y universidades, establecemos vínculos de cooperación y solidaridad para asumir este diagnóstico de insostenibilidad y de acumulación por desposesión. La repolitización de la cooperación implica visibilizar los inconvenientes del turismo, que sus voceros

120 Bellet, C. (2007). "Los espacios residenciales de tipo privativo y la construcción de la nueva ciudad: visiones de privatopía". *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales* 245. Accesible en www.ub.es/geocrit/sn/sn-24508.htm. Smith, N. (2002) "New Globalism, New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy". *Antipode*, 34 (3): 427-450.

121 Iglesias, E (2008) *Las cadenas hoteleras españolas en América Latina y las libertades sindicales*. Montevideo: Rel-UITA.

122 Buades, J. (2006) *op. cit.*, y (2009) *Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico*. Barcelona: Icaria.

123 Bebbington, A.; ed. (2007) *Investigación y cambio social. Desafíos para las ONG en Centroamérica y México*. Ciudad de Guatemala: Editorial de Ciencias Sociales.

esconden, para sensibilizar a la ciudadanía y reclamar la corrección de sus abusos. Nuestra finalidad es contribuir a la democratizar el conocimiento y convertir estas ideas en un discurso público que promueva la libertad de acción entre iguales, como entes políticos contestatarios e independientes, promotores de la democracia discursiva o deliberativa¹²⁴. Se asumen así los objetivos de la denominada ciencia postnormal, que propone la asunción de la pluralidad metodológica, de perspectivas, compromisos y estructuras intelectuales y sociales, orientada a la resolución de problemas políticos complejos¹²⁵. Éste objetivo solidario y cívico promueve la felicidad pública y el optimismo para modificar el mundo, propio del abandono del autointerés, para preocuparse por el mundo de manera activa¹²⁶. Más allá del análisis, nos orientamos a la acción: “Un movimiento social se convierte en un movimiento académico y un movimiento académico se convierte en un movimiento social cuando todos los elementos de la población reconocen la necesidad de reconciliar el análisis y la acción”¹²⁷.

A su vez, el planteamiento de alternativas desde el ámbito turístico debe orientarse especialmente hacia el empoderamiento y la emancipación mediante el control de los recursos naturales y el territorio desde estructuras comunitarias y de base local que prioricen la soberanía alimentaria y la sostenibilidad, adoptando el turismo como actividad complementaria, apostando por la diversificación económica frente a la total monetarización de la economía¹²⁸.

Pero más importante aún es la perspectiva repolitizadora de la cooperación desde los movimientos sociales de las economías del Centro de la economía mundo, que son los emisores de turistas y acumuladores hegemónicos de capital. En este ámbito, se promueven la autocontención que priorice el turismo de proximidad¹²⁹ y el lobby contra las ETN, que son parte del problema y no de la solución¹³⁰.

La relación de cooperación basada en aspiraciones de transformación en el ámbito del análisis y la investigación social conlleva la capacidad de establecer relaciones horizontales entre colectivos sociales que se desarrollan en contextos diferentes, de intercambio y enriquecimiento mutuo, con voluntad de dejarse contaminar por miradas de la realidad social construidas en la diversidad. E implica desplazar el objeto de estudio hacia las preocupaciones de los más desfavorecidos y, a su vez, voluntad de “traducir” los resultados de la investigación hacia esos mismos sectores.

Durante el año 2009 varios actores de España, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Costa Rica, México y la República Dominicana llevamos a cabo una experiencia piloto de organización de un primer seminario de análisis y debate sobre las características del

124 Valdivielso, J. (en prensa) *Políticas de la naturaleza. Embates y debates en torno a la crisis ecológica*. Barcelona: Anthropos.

125 Funtowicz, S.O. y Ravetz, J. R. (1990) *La ciencia postnormal: Ciencia con la gente*. Barcelona: Icaria.

126 Arendt, H. (2003). *Entre el pasado y el futuro: ocho ejercicios sobre la reflexión política*. Barcelona: Península.

127 Harvey, D. (1976) *op. cit.*

128 Gascón, J. y Cañada, E. (2005) *Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria.

129 León, Y.M. (2007) *op. cit.*

130 Gascón, J. (2009) *op. cit.*

modelo turístico balear y los riesgos derivados de su proceso de expansión internacional hacia nuevas periferias turísticas. Este tipo de actividad centrada en el análisis del fenómeno turístico en forma de taller con visitas de campo paralelas y la movilización de una pluralidad de actores vinculados a diversas instituciones tenía como precedente en la región el trabajo desarrollado por Fundación PRISMA, un centro de investigación salvadoreño con un ámbito de actuación centroamericano. PRISMA lleva años potenciando el encuentro entre investigadores, académicos y activistas sociales en diferentes campos vinculados a los procesos de cambio económico que se dan en la región. Esta metodología ha permitido movilizar conocimientos y articular redes informales de investigación. Buena parte de los participantes en el Seminario de Managua habían participado ya en este tipo de encuentros.

La actividad a la que se hace referencia fue organizada de forma conjunta por el Grup d'Investigació sobre Sostenibilitat i Territori (GIST) de la Universitat de les Illes Balears (UIB), Alba Sud, una ONG catalana especializada en investigación y comunicación para el desarrollo con presencia permanente en Centroamérica, y Fundación PRISMA. Tuvo lugar en Managua y contó con la colaboración de la Carrera de Turismo Sostenible de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN). Participaron una treintena de personas entre profesores universitarios, investigadores vinculados a centros privados, técnicos de ONG locales, sindicalistas y activistas de movimientos sociales. Los participantes del GIST presentaron resultados de sus estudios sobre el desarrollo turístico en las islas Baleares, y de su expansión al resto del mundo de la mano de las mencionadas ETN. Se hizo especial referencia al protagonismo del capital balear, especialmente de sus CCHH¹³¹ y a sus implicaciones inmobiliarias, a los indicadores de sostenibilidad del turismo, al balance ecológico y social, los análisis del metabolismo socioeconómico y a la importancia de la intervención ciudadana, a partir especialmente de las experiencias baleares¹³². Todos los contenidos del Taller están disponibles en el portal web de AlbaSud (www.albasud.org).

El desplazamiento de los investigadores a Centroamérica posibilitó el desarrollo de trabajo de campo y el establecimiento de contactos académicos y con organizaciones ecologistas y sindicales en Costa Rica y República Dominicana, además de en Nicaragua. Se visitaron y mantuvieron diversas reuniones vinculadas al caso del conflicto en aquel momento abierto entre el Grupo Barceló y el gobierno de Nicaragua; desarrollos de turismo residencial en San Juan del Sur, también en Nicaragua; un proyecto en construcción de la cadena Riu en Guanacaste, Costa Rica; dinámicas de turistización en Boca Chica y Samaná en la República Dominicana, vinculados a emprendimientos de Globalia y el Grupo Piñero respectivamente. Por otro lado, también se pudo compartir y discutir ejemplos de Turismo Comunitario y de base local en San Juan del Sur y Catarina –todos ellos en Nicaragua–, que ejemplarizaron propuestas concretas de control o intentos de control local frente a la turistización corporativa. Como parte del trabajo de difusión de los contenidos del Seminario-Taller y las conferencias impartidas se publicó un documento dentro de la colección de publicaciones de Alba Sud *Opiniones en Desarrollo* ¹³³.

131 Buades, J (2006) *op. cit.* y (2009) *op. cit.*

132 Blázquez, M.; Murray, I. (2009) *op. cit.*

133 Cañada, E. (2009a). "El Imperio Turístico Balear, donde "nunca se pone el sol". Entrevista a Macià Blázquez y Joan Buades". *Opiniones en desarrollo. Programa Turismo Responsable 2*. Accesible en <http://www.albasud.org/publ/docs/14.pdf>

Prospectivas

El capitalismo financiero y el Estado neoliberal han reforzado las ETN, de entre las que se estudia la internacionalización de las CCHH de matriz balear en Centroamérica y el Caribe. Su actividad extractiva y acumulativa de capital determina escenarios de conflictividad socioambiental por la privatización de tierras y agua, precariedad laboral, degradación democrática y del empresariado local. Estos procesos son comunes y sus resultados pueden ser contrastados entre destinos más o menos “turistizados”, como es el caso de las islas Baleares respecto de Centroamérica y el Caribe. Dado Al igual que las ETN exportan su “modelo balear” de acumulación por desposesión, que cosméticamente denominan *know-how*, se plantea que la cooperación entre investigadores, académicos y de movimientos sociales, consista en democratizar sus conocimientos al respecto y alimentar el discurso político público. Así se alcanza el doble objetivo de analizar el proceso de la transnacionalización del capital hotelero balear y de actuar para combatirlo promoviendo las resistencias ciudadanas.

GEOPOLÍTICA, NEOLIBERALISMO Y TURISMO EN LOS PAÍSES CATALANES ¹³⁴

JOAN BUADES

La del turismo internacional en el último medio siglo constituye una de las grandes historias de éxito de la economía contemporánea. Los Países Catalanos¹³⁵, y muy especialmente Baleares, constituyen aquí una auténtica superpotencia global. Los orígenes radican en el marco de negocio creado en tiempos de Guerra Fría y la revolución neoliberal. En plena crisis planetaria, la metamorfosis de colonia vacacional fascista a líder turístico sin fronteras pone en evidencia la radical disparidad de intereses entre las empresas transnacionales y las comunidades supuestamente más beneficiadas, especialmente en relación al drenaje de recursos a través de los paraísos fiscales y la extraordinaria contribución al calentamiento global.

I

El turismo es una de las grandes historias de éxito popular de nuestra época. Si en 1950 había unos 25 millones de viajeros internacionales, el número se había multiplicado por 35 en 2009, cuando rozaron los 900. Comparado con la economía legal o la población, el volumen de las cuales “sólo” ha crecido unas 7 y 3 veces respectivamente en el mismo período, las cifras son colosales.

En términos macroeconómicos, las dimensiones adquiridas por el sector revelan su carácter central en el actual sistema de vida. Así, aporta la décima parte del Producto Mundial Bruto, 1 de cada 12 puestos de trabajo y un 11% de las exportaciones. De hecho, un 30% de la exportación de los servicios serían de origen turístico y el 45% de las exportaciones de los estados del Sur dependerían de éste. A pesar del descalabro económico que vivimos, el optimismo de hierro sigue marcando los pronósticos. El escenario para 2020 prevé triplicar el número de turistas de 1995 hasta los 1.500 millones¹³⁶. Es más, para Naciones Unidas, dar prioridad al sector es una de las claves para salir de la crisis, ya que, a la vez, permitiría transitar hacia una economía verde percibida como uno de los retos ineludibles a afrontar en el siglo XXI¹³⁷.

La sociedad catalana tiene bien poca conciencia de haberse convertido en un actor clave en la economía turística internacional, muy por encima de lo que harían presumir sus reducidas dimensiones físicas y demográficas, por no decir su peso político global. Por un

134 Este ensayo fue publicado originalmente en catalán en la revista *L'Espill* de la universidad de València (número 35, otoño de 2010).

135 Entendemos por Países Catalanos a los territorios en los cuales la lengua catalana es autóctona, o bien los territorios que forman parte de unidades geohistóricas de predominio lingüístico catalán, esto es: Cataluña, Islas Baleares, País Valenciano y la Franja de Poniente, una parte de Aragón limítrofe con Cataluña, en España; el Rosellón, en Francia; Andorra y la ciudad sarda de Alguer en Italia. A efectos del presente documento nos estamos refiriendo básicamente al área comprendida entre Islas Baleares, Cataluña y País Valenciano.

136 Ver <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>

137 UNWTO (2009) *Roadmap for Recovery. Tourism and Travel: a Primary Vehicle for Job Creation and Economic recovery*. Madrid: UNWTO. (Accesible en: www.tourismroi.com/Content_Attachments/30842/File_633740944420906523.pdf); WTTC (2010) *Progress and Priorities 2009/2010*. Londres: WTTC. (Accesible en www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/pandp_final2_low_res.pdf)

lado, los Países Catalanes son una potencia receptora de primer orden. Con apenas 70.000 km² de superficie (equivalente al lugar 118 a escala global) y 13,5 millones de habitantes (alrededor de un 0,2% de la población mundial), en 2009 habrían recibido cerca del 3% del turismo internacional, con unos 27 millones de visitantes¹³⁸. La región más turistizada la constituye las Islas Baleares¹³⁹. Con sus 9,2 millones de visitantes extranjeros en 2009 para una población que se acerca al 1,1 millones, la intensidad turística representa 8,4 turistas por habitante y año, más del doble que en la Cataluña Norte, seis veces más que en la Cataluña sur y 9 veces superior a la soportada por el País Valenciano.

Paralelamente, Baleares ostenta también un llamativo liderazgo en cuanto a las empresas transnacionales (ETN) catalanas en el tablero global. Así, si España (tercera potencia global en recepción) sitúa 5 ETN entre las 30 grandes del mundo, 4 de ellas tienen domicilio en el archipiélago (Sol Meliá, Barceló, Riu e Iberostar, por este orden). En conjunto, a finales del 2008 ofertaban unas 200.000 habitaciones a través de cerca de 700 hoteles. Además, otras cuatro empresas de origen catalán (Husa, Oasis, Fiesta y H10) se encontrarían también entre las primeras 10 ETN hoteleras, con unas 57.000 habitaciones adicionales en cerca de 300 hoteles¹⁴⁰. Esto se traduce en una creciente deslocalización de la oferta turística hacia el exterior. De hecho, hace tiempo que la mayoría de estas plazas ya se sitúan lejos de los Países Catalanes, con preferencia en el “Gran Caribe” (el estricto, más México, Florida y Centroamérica).

Así, la industria turística catalana tiene sus intereses estratégicos fuera porque hace rato que ha empezado a desinvertir en casa por los mismos motivos de rentabilidad que lo han hecho otras ramas industriales. Cualquier análisis serio sobre el éxito turístico catalán deberá partir de esta paradoja: seguir siendo el destino físico de una parte muy relevante del turismo global, mientras que sus principales empresas se marchan del país sin complejos para construir nuevos paraísos en Sur¹⁴¹.

138 Instituto de Estudios Turísticos (2010) *Balance del turismo. Año 2009*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Para la Cataluña Norte, faltados de datos desagregados para el Departamento de Lengadoc-Rosselló, consideramos en torno a 1,5 millones de turistas internacionales. Ver http://www.insee.fr/fr/insee_regions/languedoc/themes/synthese/syn1003/tourisme.pdf

139 Buades, J. (2004) *On brilla el sol: Turisme a Balears abans del Boom*. Eivissa: Res Publica.

140 Ver http://www.hosteltur.com/61852_cinco-espanolas-30-hoteleras-grandes-mundo.html y <http://www.hosteltur.com/fdb/Ranking%20Hosteltur%20Global.pdf>

141 Buades, J. (2006) *Exportando paraísos: La colonización turística del planeta*. Palma: La Lucerna.

II

Aunque existe una multitud de estudios sobre el turismo en España¹⁴², ninguno de ellos responde una pregunta obvia: ¿cómo es posible que este país, en plena dictadura fascista, se convirtiera en el líder turístico del Mediterráneo?. A este enigma podríamos añadir el de la simultánea conversión del Mediterráneo en la primera piscina del mundo¹⁴³. Así, en 1955 recibía ya 12 millones de huéspedes, cerca de una cuarta parte del mercado internacional, y asumía un liderazgo que ha mantenido hasta la actualidad. Teniendo en cuenta que la región no tenía un peso político y económico relevante en la posguerra, esta rutilante ascensión requiere aún de una explicación convincente.

CUADRO 1: RECEPCIÓN DE TURISTAS EN LA EUROPA MEDITERRÁNEA (1949-1964)

	FRANCIA	ITALIA	ESPAÑA	OTROS	
1949	2,8	1,8	0,5	0,1	
1955	4,0	5,6	2,1	0,9	
1962	5,9	9,9	7,1	2,3	
1964	6,6	10,1	11,6	3,8	2,5 Yugoslavia 0,8 Grecia 0,2 Turquía

Fuente: Fernández Fuster, 1991¹⁴⁴

Entre los límites explicativos, destacan tres huecos colosales. Seguimos sin conocer el montante, el origen y la rentabilidad acumulada de las inversiones turísticas reales. Tampoco sabemos casi nada sobre uno de los actores centrales, los famosos touroperadores¹⁴⁵. Más grave aún: carecemos de una “economía política internacional del turismo”¹⁴⁶. En mi opinión, hay dos pilares largamente subestimados, ligados a las condiciones “exteriores”, que explican la apuesta ciega del Franquismo por el turismo.

De entrada, es necesario prestar atención al contexto de la Guerra Fría porque las geografías del *boom* turístico y de los bloques capitalista y soviético prácticamente coinciden en el Mediterráneo entre los 50 y los 70. El Mediterráneo turístico estaba localizado en los Estados de la orilla Norte, todos ellos aliados de EEUU (desde España a Turquía, pasando por Francia, Italia y Grecia). Los del Sur y del Levante (inmersos en procesos de independencia) quedan al margen, mientras que en el bloque comunista el turismo apenas despunta.

142 Pack, S. (2009) *La invasión pacífica: Los turistas y la España de Franco*. Madrid: Turner.

143 Para una argumentación en profundidad de este argumento, véase Buades, J. (2009) *Mare Nostrum: la geopolítica de la Guerra Fría, la Mediterrània i les geografies del complex militar-turístic*. Palma: UIB. (Accesible en <http://ibdigital.uib.cat/greenstone/collect/memoriesUIB/index/assoc/HASH0123.dir/doc.pdf>).

144 Fernández Fuster, L. (1991) *Historia general del turismo de masas*. Madrid: Alianza.

145 Battilani, P. (2005) “El turismo en el Mediterráneo. Una perspectiva comparativa”, en AA. VV. *Mediterráneo e historia económica*, pp. 374-389. (Accesible en www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/meo718.pdf)

146 Hazbun, W. (2008) *Beaches, Ruins, Resorts: The Politics of Tourism in the Arab World*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Este alineamiento tiene un referente primordialmente militar vinculado al estallido de la Guerra Civil en Grecia y el temor al acceso de los comunistas al poder en Francia e Italia. La “contención” ante el peligro comunista impulsada por el presidente Truman tiene un fuerte componente ideológico. En palabras de Averell Harriman, embajador estadounidense en Moscú a finales de los 40, se trataba de defender “una cierta forma de civilización que nos es común”.

A pesar de la retórica liberal, el mínimo común denominador lo constituía el anticomunismo. Para la dictadura franquista, que rozaba el colapso económico, el abandono de la exigencia de democracia fue crucial para poder sobrevivir. A cambio de convertirse en centinela de Occidente en la frontera oeste del Mediterráneo, como rubricaba el tratado de vasallaje con los EEUU de 1953, Franco no tuvo inconveniente en abandonar la autarquía y abrir España a las inversiones exteriores según el dictado de Washington.

El alineamiento atlántico llevaba aparejado el apoyo económico. Para la mayor parte de los aliados europeos, el grueso de las ayudas vino a través del Plan Marshall. Ahora bien, contrariamente a lo que se suele creer, el problema económico más importante a resolver no era la reconstrucción industrial sino hacer frente al déficit europeo de dólares con respecto a los propios EEUU debido a los empréstitos de guerra. Las aportaciones del Plan Marshall no daban alcance para subvencionar las necesidades de crédito de la periferia de la Europa mediterránea ante la prioridad otorgada a la RFA, el Reino Unido o Francia. Fue entonces cuando, promovido por pesos pesados como Nelson Rockefeller (de la familia propietaria del primer banco privado del imperio, así como American Express), la Administración estadounidense convirtió el turismo en una especie de Plan B para que afluyesen divisas con una inversión mínima, a menudo de carácter privado, a las precarias economías del sur del continente. En 1950, por ejemplo, American Express anunciaba en prensa que “cuando la falta de dólares ahoga las arterias del comercio internacional, el turista americano juega un papel vital en la economía de las naciones libres. El dinero dejado por los turistas estadounidenses en Europa en 1949 equivale a una vez y medio el valor de la exportación de las mercancías de los países de Europa Occidental en EEUU. Esto indica claramente la gran importancia del papel que los viajes al extranjero juegan a la hora de aliviar el déficit de dólares en Europa y de facilitar el apoyo del contribuyente al Plan Marshall”¹⁴⁷.

La funcionalidad de la herramienta turística para afirmar el imperio estadounidense en Europa se articuló mediante dos mecanismos claves. En 1948 se pone en marcha la European Travel Commission (ETC), la cual, significativamente, constituía el primer organismo creado por el Economic Cooperation Administration (ECA), esto es, la gestora estadounidense del Plan Marshall en suelo europeo. Paralelamente, se dio prioridad al desarrollo de los vuelos intercontinentales y la implantación de las grandes cadenas hoteleras estadounidenses en Europa (empezando por Hilton, que abrió un establecimiento en Madrid en 1953). El resultado fue un espectacular récord de turistas norteamericanos en la Europa mediterránea, donde a menudo, tuvieron una importancia crucial para activar nuevos “destinos” como Mallorca, las islas griegas o la costa turca:

147 Goldstone, P. (2001) *Making the World Safe for Tourism*. New Haven: Yale University Press. pp. 21-44

CUADRO 2: EVOLUCIÓN DE LA LLEGADA DE TURISTAS ESTADOUNIDENSES EN EL MEDITERRÁNEO

AÑO	NÚMERO DE TURISTAS NORTEAMERICANOS
1952	327.000
1959	800.000
1965	1.400.000
1970	2.900.000

Fuente: Endy, 2004¹⁴⁸; Schipper, 2005¹⁴⁹.

Christopher Endy ha llegado a hablar de un “complejo militar-turístico” estadounidense sin el cual no se entiende el papel que adquirió el turismo internacional en la Europa de la posguerra¹⁵⁰. Entre los beneficiarios directos, por si fuera poco, estaban los miles de pilotos y aviones estadounidenses y británicos que se encontraban en dique seco después de la Segunda Guerra Mundial, que ahora podrían ser recolocados en el nuevo sector estratégico. Esta combinación de geopolítica y liderazgo privado del mundo de los negocios estadounidense en la apuesta turística explica el repentino *boom* del turismo en países tan diferentes como la España fascista o la Yugoslavia socialista.

A pesar de que ambos no cumplían con el requisito ideológico básico, ser democracias liberales con una amplia libertad para la iniciativa privada, se convirtieron en la primera y cuarta potencia turística en el Mediterráneo con un generoso apoyo desde el otro lado del Atlántico. El inicio de la Guerra Fría posicionó al franquismo como bastión anticomunista, a la vez que la disidencia titista respecto a Moscú catapultó la conversión de Yugoslavia en una gran potencia turística mediterránea, con dos tercios de visitantes provenientes del Oeste capitalista que permitieron multiplicar por cinco los turistas extranjeros entre 1948 y 1965.

Un segundo factor decisivo tiene que ver con el olvido de que el régimen de Bretton Woods no agotaba los instrumentos de dominación económica en el imperio estadounidense. Si nos fijamos, desde mitad de los años 50 se iba conformando una pujante economía turística que operaba en una especie de “zona franca” internacional. Entre los elementos catalizadores, destacaba la exención de tasas sobre el combustibles para la aviación internacional, instituida en 1944 (y hasta hoy) por la llamada Convención de Chicago de la International Convention on Aviation Organization (ICAO)¹⁵¹. Estas “vacaciones fiscales” suponían un incentivo muy poderoso para hacer progresivamente más rentables y populares las rutas transatlánticas a la posguerra. De hecho, están en la base de la

148 Endy, C. (2004) *Cold War Holidays: American Tourism in France*. Chapel Hill : University of North Carolina Press.

149 Schipper, F. (2005) *You too can be like us: Americanising European (road) transport after WWII*. Eindhoven: Transnational Infrastructures of Europe. (Accesible en <http://cms.tm.tue.nl/tie/files/pdf/WD.10.Schippers.pdf>)

150 Endy, C. (2004) *op. cit.* p. 35

151 Meijers, D. (2005) *Tax Flight. An Investigation into the Origins and Developments of the Exemption from various kinds of Taxation of International Aviation*. Maastricht: International Center for Integrative Studies i Faculteit der Cultuurwetenschappen (Accesible en: www.student.unimaas.nl/d.meijers/uni/taxflight.pdf)

implantación de la “clase turista” a partir de 1952, que hará accesible a un público cada vez más amplio el desplazamiento en avión.

A las facilidades en transporte, hay que sumar unos “estímulos” financieros masivos. Estos derivaban de la conversión de la City de Londres en 1950 en un paraíso fiscal sin la tutela del Estado británico, lo que atrajo los capitales de muchas ETN estadounidenses, así como la creación en 1957 del nuevo mercado de “eurodólares”. Esto creó un negocio basado en el tráfico de moneda extranjera, básicamente dólares radicados fuera de EEUU, en Europa occidental. Vehiculado a través de la City londinense en un 80%, este fabuloso mercado pasó de gestionar 1.000 millones de dólares en 1960 a 46.000 una década después.

Sin ningún tipo de supervisión pública, el resultado fue que muchas pequeñas empresas, de repente, eran capaces de manejar cantidades ingentes de dinero. Entre los 7 grandes bancos de negocio británicos que controlaban el mercado, destaca el Kleinwort Benson. Cabe recordar que el Kleinwort era el banco en el Reino Unido de Juan March, el contrabandista mallorquín que financió el golpe militar de Franco.

El *boom* de este mercado coincide con la aparición fulgurante de decenas de touroperadores mayoritariamente británicos y, a menudo, domiciliados en paraísos fiscales filiales de la City, especialmente Jersey. Mientras 30 bancos internacionales abrían sucursal entre 1962 y 1967, entre los cuales el Kleinwort, el número de *offshore funds* (fondos de inversión especulativa de nuevo cuño) se disparó.

Simultáneamente, la isla de Jersey experimentó un notable *boom* hotelero. Al quebrar numerosos touroperadores británicos a raíz de la primera crisis del petróleo en 1973, se hizo evidente para quien quisiera darse cuenta que estos poderosísimos agentes de la turistización del Mediterráneo Norte vivían de la opacidad fiscal y que existía una enorme desproporción entre su escaso capital y su imponente capacidad de negocio. Al caer la Court Line, se supo que en 1969, con sólo 400.000 libras de capital propio, había sido capaz de facturar 14 millones de libras y había prestado 4.4 millones libras más a operadores locales (básicamente catalanes y españoles) para que construyeran hoteles.

En este marco, la España fascista logró el liderazgo indiscutido del turismo de masas en el Mediterráneo. Como sabemos, el apadrinamiento liberal del Franquismo vivió su punto álgido a finales de los 50, cuando ingresó en el Fondo Monetario Internacional (1958) y puso en marcha un “Plan de Estabilización” (1959) asesorado por el Banco Mundial que priorizaba el turismo y la atracción de inversiones extranjeras. En el proceso, se abarató drásticamente la peseta frente al dólar y se permitió el dominio mayoritario de empresas españolas por parte de extranjeros. La depreciación de un 42% de la moneda española venía precedida por un acuerdo de compensación cambiaria entre la firma estadounidense radicada en el paraíso fiscal panameño World Commerce Corporation (WCC), un consorcio de bancos británicos, y la dictadura. Significativamente, volvemos a encontrar el Kleinwort de March entre los segundos. La idea era poner orden al desbarajuste monetario que había engordado la enorme contrabando de divisas en el paraíso fiscal de Tángier gracias al cambio artificialmente bajo de la peseta.

Ambas “mejoras” allanaron el camino hacia el *boom* hotelero y residencial de la década de los 60. Vale la pena darse cuenta de cómo su localización no sólo fue litoral, sino que tuvo una especial preferencia por las islas y zonas alejadas del desarrollo industrial. Lo

vemos en Baleares, Canarias y la “Costa del Sol” en el *boom* español, pero también en la apuesta principal por los espacios insulares en el Egeo, tanto por parte de las dictaduras griega (1967-1974) y turca (desde el primer plan de desarrollo del turismo de 1963 - 1967). El resultado era un doble dividendo: los experimentos turísticos se hacían en laboratorios pequeños y aislados de fácil control interno y, a la vez, garantizaban el dominio absoluto de los touroperadores externos sobre el negocio, ya que el turismo quedaba prisionero de sus facilidades de transporte aéreo. La intervención de los estados quedaba reducida, a parte de asegurar la “paz social” (léase, dar seguridad de inversión especulativa a touroperadores y promotores inmobiliarios), a proveer de infraestructuras de crecimiento que hacían las delicias de los inversores privados y los touroperadores: aeropuertos, centrales eléctricas, presas y distribución de agua potable preferente para el consumo vacacional o carreteras y autopistas para hacer accesibles las playas a los extranjeros. A veces, como en la construcción de la primera autopista en Baleares, la del aeropuerto en Palma, la financiación provino del Banco Mundial bajo el pretexto de la ayuda al desarrollo (Buades, 2004). En otros ámbitos, como la inversión inmobiliaria, el apadrinamiento exterior adquirió dimensiones colosales. Así, la revisión de la Ley de Ayuda al Desarrollo (Entwicklungshilfe Steuer-Gesetz) en 1968 en la RFA de la gran coalición dirigida por Willy Brandt (el estado europeo más vasallo de Washington durante la Guerra Fría por motivos obvios) permitió desgravar ante la hacienda alemana occidental el equivalente a un tercio de las inversiones en viviendas turísticas como España o Grecia. El impacto en favor del *boom* residencial en litorales como el catalán será enorme en un contexto donde la dictadura se ocupaba de que no hubiera “problemas fiscales” locales para los inversores.

Naturalmente, nada hubiera cuajado si no hubiera habido participación en el botín turístico en el litoral catalán y español de sectores importantes de las elites locales y oportunidades de enriquecimiento rápido para los “empresarios de oportunidad” que caracterizarán buena parte de la nueva clase de negocios en Baleares y el conjunto de los Países Catalanes¹⁵². Señalaremos dos ganadores evidentes, aparte del propio franquismo, que aguantará dos décadas más hasta la muerte natural del dictador. Primero, Juan March y su intermediación financiera en el crédito turístico privado, absolutamente crucial para entender cómo podía funcionar la alianza entre touroperadores salvajes, inversores sin ningún interés en la transparencia financiera y unos actores turísticos locales sin ninguna cultura empresarial o simplemente cultura *tout court*¹⁵³. Después, los nuevos empresarios que se inician en el negocio turístico y residencial a la sombra del franquismo representando localmente los intereses de poderosos touroperadores nórdicos, como los Riu con Dr. Tigges en 1960 (uno de los cuatro fundadores de TUI en 1968), los Barceló con Sir Henry Lunn Ltd., que constituía el tercer operador turístico británico ya en 1962 o los Fluxá con Neckermann en 1972. Gabriel Escarrer (líder actual de Sol Meliá, la primera ETN española a escala global) creará “Hoteles Mallorquines, SA” en 1965 para aprovechar al máximo las posibilidades de crecimiento rápido en plazas hoteleras que provenían de los préstamos en dinero negro de los touroperadores nórdicos. Este paraíso de negocios con actores internacionales relevantes con una capacidad financiera extraordinaria y emprendedores locales ambiciosos con apadrinamiento político clave constituye, ciertamente, un magnífico laboratorio de la “globalización antes de la globalización”.

152 Amer i Fernández, J. (2006) *Turisme i política: L'empresariat hotelier de Mallorca*. Palma: Documenta Balear.

153 Ver <http://www.guardian.co.uk/business/2010/jul/29/spain-strongest-bank-banca-march>

III

Este “saber hacer” aprendido a salvo de buenos padrinos locales e internacionales es lo que permitirá a estas ETN baleares superar el “escollo” del advenimiento de la democracia a partir de 1975. Porque la progresiva vertebración de ésta deterioraba la rentabilidad fabulosa del negocio a la que estaban acostumbradas. A parte de sucesivas crisis petroleras que provocaron una evidente reducción de la demanda turística, las empresas hoteleras tuvieron que afrontar el despertar de las reivindicaciones laborales, de un punzante movimiento ambientalista atento a la defensa de un litoral cada vez más saqueado y la aparición de instituciones locales que pretendían hacer cumplir las leyes. El resultado fue la contracción de la inversión hotelera en beneficio de un “segundo boom” turístico, caracterizado por la hegemonía de la inversión residencial, que se acentuará con la entrada en la Comunidad Económica Europea en 1986 al equiparar el derecho de compra de terrenos entre ciudadanos españoles y comunitarios sin que hubiera una paralela armonización y transparencia fiscales¹⁵⁴.

Esta etapa coincide con la profunda “revolución neoliberal” que encabezarán Ronald Reagan en EEUU y Margaret Thatcher en el Reino Unido. La esencia de sus políticas la representa la desregulación radical de las estructuras de supervisión pública de los flujos de capital a escala global así como el desmantelamiento de los servicios del Estado del bienestar. En este nuevo turbocapitalismo, las facilidades de tráfico financiero global se multiplican y se convierten en centrales, en un ciclo que tiene un primer descalabro sistémico con el *crash* de 2007. Producto de la ruptura del presidente Nixon en 1971 con la paridad dólar-oro propia del sistema de Bretton Woods, el exceso de dólares impresos sin correspondencia con las reservas de oro alimentó la búsqueda compulsiva de nichos de inversión rentables en el mundo. A esto hay que sumar la orgía de dólares en manos de las petromonarquías del Golfo Pérsico, fabulosamente enriquecidas por los dos choques petroleros de los 70, en busca de destino¹⁵⁵.

Reagan empezará su mandato convirtiendo la Bolsa de Nueva York en una especie de paraíso fiscal, con el fin de competir con la City de Londres para atraer el máximo de eurodólares y capitales extranjeros en busca de opacidad. Si esto se suma la irrupción decisiva de Internet a partir de finales de los 80, la palanca tecnológica que permitirá un manejo prácticamente instantáneo, sin fronteras ni supervisión fiscal de las transacciones financieras en todo el Planeta, el camino hacia el *boom* de la especulación financiera estaba allanado. Todo ello facilitó enormemente la permeabilidad de la economía legal a la entrada de dinero de origen criminal o, al menos, acumulado a partir del fraude fiscal¹⁵⁶.

Dentro de esta nueva estructura económica y geopolítica internacional, la hostelería adquiere una importancia estratégica¹⁵⁷. Su ventaja competitiva es que crece a base de vender servicios en todo el Planeta y no *in situ* a una capa más homogénea de los consumidores ricos. De hecho, poco más del 2% de la Humanidad, unos 135 millones de personas, se pudo

154 Rullan, O. (2007) *L'ordenació territorial a les Balears (segles XIX-XX)*. Palma: Documenta Balears.

155 Gowan, P. (1999) *The Global Gamble: Washington's Faustian Bid for World Dominance*. Londres: Verso.

156 Palan, R. & Murphy, R. & Chavagneux, C. (2010) *Tax Havens: How Globalization Really Works*. Nova York: Cornell University Press.

157 Buades, J. (2006) *op. cit*

permitir en 2008 un viaje internacional. Esta “vocación” internacionalizadora incrementa su atractivo económico cuando nos damos cuenta de su sinergia con otras industrias de servicios como el transporte aéreo, las telecomunicaciones y, sobre todo, la promoción inmobiliaria y las finanzas. Así, la revolución neoliberal que engorda a base de bulimia financiera y su apuesta por la residencialización descubrió en el turismo una herramienta perfecta. Mientras el hotel actúa de reclamo de prestigio, en realidad, el producto incluye un *clúster* de negocio donde aparecen de manera estandarizada complejos residenciales, campos de golf, puertos deportivos y megacentros comerciales. Gracias a la buena imagen del turismo en las sociedades opulentas como sinónimo de evasión del estrés cotidiano, la inversión aquí, hecha vía bolsas o artefactos financieros dominados por sociedades localizadas en paraísos fiscales, permite el lavado al por mayor de dinero negro. Y, por si fuera poco, los incentivos legales firmados por los estados del Sur miembros de la Organización Mundial del Comercio permiten reexportar prácticamente todos los beneficios a través de estos agujeros negros de las finanzas globales. Es así como se cruzan los pasos del turbocapitalismo y de las ETN hoteleras. Entre 1989 y 2005, hubo un crecimiento del 50% de las plazas hoteleras a escala global. Asimismo, el proceso de concentración había alcanzado un récord: una de cada cinco plazas era administrada ya por las diez primeras cadenas internacionales. Entre éstas, 8 eran estadounidenses, 1 británica y 1 francesa.

Llegados aquí, hay que preguntarse quién era experto en este “saber hacer” en la Europa mediterránea que pudiera sacar provecho de la nueva economía política internacional. Curiosamente, justo en Baleares, donde la intensidad de explotación turística era la más grande de la región, comienzan a emerger transnacionales turísticas de tamaño global. Por ello, desde mitad de los 80, las empresas hoteleras baleares más “flexibles” empezaron a salir hacia el Sur en busca de nuevos paraísos vacacionales que les permitieran recuperar los astronómicos márgenes de beneficio conocidos en la España franquista y que el nuevo marco democrático había rebajado considerablemente. Las primeras fueron Barceló en Bávoro y Sol Meliá en Bali¹⁵⁸. Los padrinos políticos habían cambiado: Franco ya no estaba pero aparecían en el horizonte de negocio las garantías ofrecidas por figuras tan variadas como el dictador Suharto en Indonesia, la larga mano de la familia Rainieri y sus socios estadounidenses a una costa Este de la República Dominicana prácticamente virgen, un solícito presidente como Óscar Arias en Costa Rica o el líder comunista Castro en una Cuba socialista en quiebra técnica.

Para las Cuatro Hermanas (Sol Meliá, Barceló, Riu e Iberostar) y el resto de ETN catalanas que tienen importancia hoy en el mundo, el nuevo escenario neoliberal les abría un escenario de crecimiento sin precedentes, si eran suficientemente ambiciosas como para deslocalizar la mayor parte de los sus activos del litoral catalán y español, e ir a conquistar mundo aprovechando la experiencia aprendida con touroperadores y padrinos locales durante los 60 y principios de los 70. Si seguimos sus trayectorias, resulta aleccionador observar cómo la estructura del negocio y el crecimiento deriva del mismo tipo de factores que marcaron su origen y años de aprendizaje durante el primer “boom” turístico: la sombra de padrinos políticos poderosos capaces de garantizar la seguridad de los beneficios, la cooperación con touroperadores nórdicos que permitiera ganar escala en cuanto a transportes y

158 Morales Aimar, M. & Ruiz Collado, J. L. (2008) *Los visionarios del Caribe: 25 años del inicio de la expansión internacional hotelera española*. Palma: Editorial y Marketing Turístico.

clientela, un marco fiscal apoyado en la opacidad y la certidumbre de que los beneficios podrán transitar sin merma hacia paraísos fiscales.

En el caso de Barceló, este esquema de negocio ha hecho que la empresa se convirtiera en una transnacional con un peso relevante a los propios EEUU, el corazón financiero del Planeta, donde hace tiempo que tiene más oferta hotelera que en España. Esto ha sido posible gracias a su hábil sinergia con socios tan diversos y a la moda neoliberal como Hedges funds (MattlinPaterson Global Opportunities o Farallon Capital, con vínculos con Halliburton, una de las principales empresas privadas enriquecidas con la última guerra en Irak), fondos soberanos nutridos por la renta petrolera del Pérsico (como el de Abu Dhabi), nuevos grandes bancos globales (como el Santander) e incluso casas reales (como la de Mohammed VI en Marruecos). La característica común de todo este abanico es que su red financiera transita por los paraísos fiscales que constituyen las autopistas del dinero que hace funcionar la actual globalización¹⁵⁹.

Es así como, aún hoy más que hace cuatro décadas, el negocio de la hotelería tiene poco que ver con el número de clientes sino con la habilidad para atraer y manejar sin preocupación por la supervisión pública el máximo de capitales, vengan de donde vengan. He aquí cómo los Países Catalanes, a través de este conjunto de transnacionales vacacionales, nos hemos convertido en punta de lanza del turbocapitalismo.

IV

A pesar de todo esto, un cuarto de siglo después de su exitosa globalización, el turismo internacional y las ETN catalanas empiezan a ser percibidas como una amenaza para la justicia social y la salud del Planeta. Estamos quizá ante un nuevo cambio de ciclo donde su “saber hacer” choca con la evidencia de que no sale a cuenta para la mayoría. Veamos algunos ejemplos relevantes.

En primer lugar, está la crisis financiera, que da alas al intento de una mayor regulación pública e internacional de los flujos de capital y los infinitos inventos de la ingeniería financiera, y que tiene en la eliminación de los paraísos fiscales su principal objetivo global. El *crash* del 2007 ha dejado patente que, o hay un cambio de tendencia hacia la transparencia con regulador público de los movimientos de capital, o bien la crisis supondrá salvar transnacionales privadas a base de suprimir servicios esenciales del Estado del bienestar en los estados del Norte. Cualquier avance en esa dirección supondrá un colapso en el negocio básico, el turismo monetario, de las ETN catalanas.

Otro vector de preocupación lo constituye el fin del mito de que el “turismo es el pasaporte al desarrollo” tanto en el Sur como en el Norte. En el caso balear, a pesar de que el número de turistas se ha duplicado de media entre 1990 y la década actual, es evidente la pérdida incluso de renta y la herencia que deja el modelo de máximo turismo y máxima residencialización (el tercer *boom*) ha generado una socialización de pérdidas (como el deterioro de la Playa de Palma, una de las zonas originarias del milagro turístico) absolutamente injusta para la mayoría de la comunidad. Es más, la huella socioambiental se ha disparado hasta niveles inauditos para una sociedad sin producción industrial

159 Buades, J. (2009) *Do not disturb Barceló: Viaje a las entrañas de un imperio turístico*. Barcelona: Icaria.

reseñable: harían falta al menos la superficie y los recursos de cinco archipiélagos para que el nivel de consumismo actual de Baleares fuera sostenible¹⁶⁰.

En el caso del Sur, las evidencias en el Caribe, la principal mina turística de las empresas catalanas, del desarrollo supuestamente inducido por la industrialización turística son inexistentes si relacionamos el progreso en el Índice de Desarrollo Humano de la ONU y el crecimiento del número de turistas internacionales a lo largo del tiempo (cuadro 3).

CUADRO 3: EVOLUCIÓN DEL TURISMO Y DEL IDH EN MÉXICO, EL CARIBE Y CENTROAMÉRICA (1990-2008)¹⁶¹

ESTADO	Turistas extranjeros en 1990 (millones)	Turistas extranjeros en 2007 (millones)	Posición en el IDH 1990	Posición en el IDH 2008	Progreso en IDH (posición)
MÉXICO	17.1	19.9	54	53	+ 1
R. DOMINICANA	1.3	3.9	93	90	+ 3
CUBA	0.3	2.1	53	51	+ 2
COSTA RICA	0.4	1.9	37	54	- 17
JAMAICA	0.9	1.7	59	100	- 41

Fuente: Elaboración propia a partir de diversas fuentes

Queda aún una nube letal para los intereses de las ETN turísticas que han hecho su agosto con el turismo transcontinental: el cambio climático. La propia Organización Mundial del Turismo reconoce haber infravalorado la responsabilidad del turismo en el incremento de los gases invernadero que deterioran el clima¹⁶². Así, las emisiones derivadas del sector no alcanzan un 5% sino hasta un 14% del total de gases letales. Buena parte de la responsabilidad habría que atribuirle al transporte aéreo. Por supuesto, la factura climática de los vuelos a larga distancia, transcontinentales, es proporcionalmente mucho más elevada. La previsión es que, en base a los paquetes turísticos estándares como los que comercializan las ETN catalanas, el tráfico aéreo de pasajeros crezca un 188% entre el 2008 y el 2035, lo que supondría un grave obstáculo al cumplimiento de los objetivos globales mínimos de reducción del clima. Ante esto, y a pesar del sonoro fiasco de la Cumbre sobre el Clima de Copenhague, es verosímil que pronto estas ofertas de “todo incluido” en el Caribe, en Brasil o China empiecen a ser penalizadas fiscalmente por motivos ambientales. El gobierno alemán, una coalición de conservadores y liberales, acaba de romper un tabú aprobando un impuesto aéreo por motivos climáticos que encarecerá a partir de enero de 2011 los billetes aéreos distinguiendo según la duración (corta, media o larga) de los

160 Murray, I. & Rullan, O. & Blázquez, M. (2005) “Las huellas territoriales de deterioro ecológico. El trasfondo oculto de la explosión turística en Baleares” *GeoCrítica-Scripta Nova* 9(199) (Accesible en: www.ub.es/geocrit/sn/sn-199.htm)

161 El cálculo para 1990 incluía solamente 130 estados, mientras que para 1990 alcanzaba 181, por lo cual las cifras han sido homogeneizadas.

162 Buades, J. (2009) *Copenhague y la justicia climática global*. Managua: Albasud. (Accesible en www.albasud.org/detallespublicacion.php?id=23§ion=3)

desplazamientos¹⁶³. El nuevo ejecutivo británico, de signo idéntico, ha hecho también programa de gobierno y este otoño decidirá si introducir esta variable en la llamada Air Passenger Duty¹⁶⁴.

De paraíso vacacional fascista a agente clave del turbocapitalismo global, el turismo ha cambiado la piel y el alma de los Países Catalanes y coloca hoy a nuestra sociedad ante el espejo de su extraordinaria responsabilidad planetaria. Cincuenta años después del inicio de la industrialización turística forzada del litoral catalán y un cuarto de siglo después de la migración explosiva de las principales empresas locales en el Sur, el balance, todo incluido, es inquietantemente magro aquí y allí. El *Eldorado* de desarrollo social, riqueza material e inocuidad ambiental se ha revelado un espejismo. Nunca como ahora, los intereses crematísticos de unas pocas transnacionales, un buen haz de ellas muy *nuestras*, han estado tan alejados de las necesidades básicas de tantos. En el horizonte del 2050, retos de civilización como la protección climática, la justicia Norte-Sur, la transparencia y democracia del mundo de las finanzas harán más y más oscuro el papel de este modelo de turismo neoliberal. Buen momento para que la experiencia balear y catalana se ponga también desde el ámbito académico y de investigación al servicio de nuevas formas de cooperación con la mayoría empobrecida de la Humanidad que garanticen mejor la suficiencia y soberanía alimentaria, el desarrollo social, la democracia económica sin descuidar el sostenimiento de los bienes ambientales comunes.

163 Ver <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,715126,00.html>

164 Ver <http://www.telegraph.co.uk/travel/travelnews/7846901/Chancellor-delays-decision-over-Air-Passenger-Duty-reform.html>

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN TURISMO O LA ESTRATEGIA DE ESCONDER CADÁVERES EN EL ARMARIO: EL EJEMPLO DE SOL MELIÁ ¹⁶⁵

JORDI GASCÓN

La imagen pública de la industria turística es paradójica. Por un lado a nadie se le escapa sus impactos negativos. Se trata de un fenómeno nada inocuo que afecta ecosistemas y desestabiliza sociedades. El Estado Español es un buen ejemplo. El turismo es uno de los principales factores del boom inmobiliario que recalentó la economía española hasta hundirla en la crisis, elevó el precio de la vivienda hasta empobrecer a buena parte de la población, y favoreció la expansión de la corrupción municipal. A nivel medioambiental es un factor generador de estrés hídrico y energético, así como de la destrucción de la costa mediterránea¹⁶⁶.

Pero por otra parte es difícil encontrar un sector empresarial con mejor prensa. O al menos, con menos mala prensa. De los fenómenos anteriores, el turismo pocas veces aparece como el culpable. El hecho de tratarse de una industria multisectorial le permite desviar las posibles acusaciones hacia otros sectores como la construcción, que ha crecido en buena medida a su sombra. Así, la cementación del litoral no aparece como resultado del turismo, sino de las segundas residencias o de los puertos deportivos... como si éstas no fueran infraestructuras turísticas. Los casos de “malas prácticas” que reciben atención por parte de los medios de comunicación generalistas, aún cuando son cada vez más numerosos, aparecen como casos concretos y aislados (el hotel de El Algarrobito, la corrupción del consistorio marbellí, el desarrollo inmobiliario en la Vall Fosca...), sin vislumbrar que son resultado de un mismo modelo de desarrollo turístico insostenible que genera pingües beneficios a un determinado entramado empresarial hotelero-transportista-inmobiliario-financiero. Resultado de ello, el turismo ha estado y sigue estando invisibilizado para los movimientos sociales. Mientras que otros sectores como el energético, el químico-farmacéutico, el agroindustrial, el financiero o incluso el textil han tenido que enfrentar campañas en su contra, el turismo presenta una cara amable que parece haberle exonerado hasta hoy de esta situación.

El éxito de presentarse como una “industria sin humos” y *soft* en sus impactos ha favorecido que el sector dedique pocos esfuerzos a políticas de RSC. En los últimos años, no obstante, la cosa parece estar cambiando. Una de las corporaciones del sector más activas es Sol Meliá Hotels & Resorts, que empezó su internacionalización en la década de los 80 y hoy es la principal transnacional hotelera de capital español. Hace un par de años inició una ambiciosa campaña dirigida a mejorar su reputación empresarial.

Una de sus últimas y más llamativas bazas ha sido establecer acuerdos de colaboración con organizaciones sociales. El caso más sonado ha sido el convenio firmado en junio del 2009 con Intermón-OXFAM para la venta de productos de comercio justo en los establecimientos de la cadena hotelera. De este acuerdo se hizo eco la prensa especializada¹⁶⁷. El acuerdo no

165 Artículo publicado en el número 41 (marzo de 2010) de la revista *Pueblos*.

166 Gascón, J. & E. Cañada (2005) *Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria.

167 “Sol Meliá e Intermón Oxfam promueven el comercio justo” *Cinco Días*, 22 de junio de 2009.

sólo se centraba en este tema, sino que abarcaba otros. Según reza la nota de prensa que distribuyó Intermón-OXFAM,

“La compañía Sol Meliá y la ONG Intermón Oxfam han firmado un acuerdo marco de colaboración para poner en marcha una serie de iniciativas conjuntas que reforzarán su labor en el ámbito de la cooperación, la acción humanitaria, la sensibilización del comercio justo, y actividades de soporte institucional”¹⁶⁸

En el acuerdo en ningún momento se plantea algún tipo de seguimiento por parte de la ONG de las consecuencias de la internacionalización de la corporación hotelera, o de las condiciones laborales de sus trabajadores, o de sus impactos medioambientales. Nada de esto entra en el convenio. Se trata, en fin, de una transacción mercantil. Intermón-OXFAM, que es una de las principales importadoras y distribuidoras de comercio justo del Estado Español, verá aumentadas sus ventas y obtendrá alguna financiación vía *fundraising*. A cambio Sol Meliá obtiene prestigio y reputación al pactar con una entidad de carácter social que crea, acumula (y transfiere) legitimidad.

Más recientemente Sol Meliá ha sido certificada con el sello *Biosphere*. Es la primera cadena hotelera que obtiene este sello, que hasta entonces sólo se había otorgado a instalaciones hoteleras e infraestructuras turísticas concretas¹⁶⁹.

Hay que destacar que el sello *Biosphere* fue creado y es gestionado por el Instituto de Turismo Responsable (ITR), una organización con sede en Tenerife surgida a mediados de los 90 que afirma promocionar “modelos turísticos que contribuyan de forma efectiva al mantenimiento y la protección de los bienes patrimoniales culturales y naturales de los destinos”¹⁷⁰. ITR define su sello como:

“un sistema de certificación privado, voluntario e independiente [que] tiene el atractivo de que no sólo establece requerimientos exclusivamente de calidad, como por ejemplo los exigidos por la ISO 9001, o sobre medio ambiente, como es el caso de la ISO 14001, EMAS, etc. sino que además de considerar requisitos de calidad y medio ambiente, incluye a su vez requerimientos de sostenibilidad, como son la responsabilidad social, la conservación de los bienes culturales, la satisfacción de las expectativas de los turistas sobre el destino, el aumento de la calidad de vida de la población de acogida, etc.”¹⁷¹

Aunque se trata de un sello que pretende vigilar especialmente el aspecto medioambiental, ITR no ha tenido problemas a la hora de concederlo a campos de golf tinerfeños como el

168 Intermón-OXFAM “Nota de prensa: Sol Meliá e Intermón Oxfam firman un acuerdo marco de cooperación y sensibilización en comercio justo”, 16 de junio de 2009.

169 “El ITR concede a Sol Meliá el primer certificado de compañía hotelera de la Biosfera” *Noticanarias*, 2 de diciembre de 2009. Accesible en: www.noticanarias.com

170 Extraído de su web institucional (www.biospherehotels.org)

171 Idem nota anterior.

de Buenavista y Golf del Sur, inmersos en graves acusaciones de delito ecológico¹⁷². O al de Las Américas, señalado por destrozar el territorio en su construcción¹⁷³. Para un sello que dice considerar “el aumento de la calidad de vida de la población de acogida”, también llama la atención que certifique instalaciones hoteleras que practican el sistema del Todo Incluido, tan criticado por sus nocivos efectos en el tejido económico local¹⁷⁴. Es el caso de diversos hoteles situados en las Islas Canarias de las cadenas Occidental y H10, u otros de Sol Meliá instalados en el Caribe. Obviamente, el sello *Biosphere* da derecho a la empresa que lo obtiene a hacer uso promocional de la certificación.

¿A qué se debe el interés de Sol Meliá por “adquirir” la legitimidad que supuestamente ofrece un marco de colaboración con una ONG grande y prestigiosa, o una certificación de calidad social y medioambiental?. Pues posiblemente a que necesita limpiar su imagen. Y es que tiene más de un frente abierto en países del Sur.

Entre otras cosas, Sol Meliá ha sido denunciado por presionar a las instituciones públicas del Sur para construir en zonas de alto valor ecológico, como fue el caso del *Costa Esmerald Resort* en Quintana Roo, México¹⁷⁵. O por enajenar el agua a la población local para cubrir las necesidades de sus campos de golf, como en el caso del *Paradisus Playa Conchal* en Guanacaste, Costa Rica¹⁷⁶. O por devastar manglares, primera y única línea defensiva frente a huracanes y tsunamis, como sucedió en la construcción del *Paradisus Resorts Playa del Carmen* y del *Paradisus Riviera Cancún* en México¹⁷⁷. Incluso presiona a los gobiernos para que deroguen leyes que defienden estos ecosistemas¹⁷⁸. El respeto a los derechos laborales de sus trabajadores tampoco es su fuerte, como denuncia la plataforma sindical latinoamericana Rel-UITA¹⁷⁹.

La certificación de Sol Meliá por parte de ITR no es especialmente significativa: esta organización y su sello, como hemos visto, tienen una bien ganada dudosa reputación. Mucho más doloroso es el convenio firmado entre Intermón-OXFAM y la transnacional. Intermón es una organización conocida y prestigiosa en el sector de las ONG, factores que le han permitido acumular ese bien preciado, la “legitimidad”, que ahora transfiere a una empresa con muchos cadáveres en el armario. Especialmente porque en este proceso hay terceros que pierden capacidad política: la población local afectada por la política empresarial de Sol Meliá y las organizaciones que lo denuncian. Sol Meliá suele tener

172 Buenavista Golf ha sido acusado de especulación urbanística y de riego ilegal (ATAN “el Cabildo de Tenerife riega de forma ilegal del campo de golf de Buenavista del Norte, con agua procedente del Organismo público BALTEN”. Disponible en: <http://www.atan.org/turismo/bvgolf/agua.htm>). Y la urbanización del Golf del Sur, de realizar vertidos ilegales de aguas fecales. Greenpeace (2006) *Destrucción a toda costa 2006*. Madrid.

173 C. Muñoz (2004) “Seguro de Sol”, en Santa Ana, M. (ed.) *Paisajes del placer, paisajes de la crisis: El espacio turístico canario y sus representaciones*. Lanzarote: César Manrique.

174 Alegre, J. & Ll. Pou (2006) *El paquete turístico de todo incluido*. Universitat de les Illes Balears.

175 ATR “Exitó de la cadena hotelera Sol Meliá en detrimento del ecosistema mexicano”. Accesible en www.turismo-responsable.org/denuncia/o807_solmelia_mexico.html.

176 Angulo, M. R. “Protección del Agua Subterránea: Caso Acuífero Nimboyores y el Conflicto entre Comunidades Costeras y Desarrollos Hoteleros de Guanacaste” Instituto de Políticas para la Sostenibilidad (www.ips.or.cr)

177 “Devastan manglar en Xcacel-Xcacelito para construir hotel sin permisos” *Noticaribe*, 13 de enero de 2009.

178 “Buscan echar abajo ley que protege el manglar, advierten” *Noticaribe*, 10 de octubre de 2007.

179 Rel-UITA (2008) *Las cadenas hoteleras españolas en América Latina y las libertades sindicales*. Buenos Aires.

mayor capacidad de *lobby* y más fondos para recursos judiciales que ellos, pero menos legitimidad social. En la medida que Sol Meliá obtiene legitimidad gracias a convenios como el firmado con Intermón-OXFAM, esas justas reclamaciones pierden credibilidad pública.

Es de esperar que las estrategias de RSC del sector turístico aumenten en los próximos años, a la par que las organizaciones y movimientos sociales vayan visibilizando sus impactos y arrecien las denuncias. Y es que es una industria especialmente vulnerable a éstas, ya que posiblemente se trate del sector económico que recibe más subvenciones y subsidios, directos e indirectos, evidentes o disimulados, de las instituciones públicas. ¿Cómo puede sentar a la opinión pública descubrir que, desde hace más de 50 años, el combustible de los vuelos internacionales no tiene ninguna carga impositiva mientras que el terrestre supone más de la mitad de su precio? ¿O que, como descubría un informe de la Generalitat de Catalunya hace unos años y que pasó hábilmente desapercibido, el turismo es la primera causa externa de la inflación; es decir, del aumento del encarecimiento de la vida¹⁸⁰? ¿O que el invento de los contratos fijos-discontinuos tiene como principal objetivo librar al sector del costo de mantener la mano de obra en temporada baja, presionando así los recursos estatales de la Seguridad Social y consolidando/legalizando el trabajo precario?. Los habitantes que tienen la dudosa suerte de vivir en poblaciones turísticas, ¿no acabarán sospechando que no es casual que sus municipios sean los más endeudados del Estado Español? ¿O que tal vez no es lógico que, mientras que el tejido empresarial del resto de sectores económicos tiene que destinar sus propios recursos a gastos de publicidad y promoción, en el turismo la mayor parte de este esfuerzo recae sobre el sector público, que es el encargado de dar a conocer al mundo las bondades y servicios que ofrece una ciudad, región o país?

Que se empiece a vislumbrar que el turismo no genera los beneficios que se le supone, y en cambio si costos muy elevados, puede suponer un problema para su sector empresarial. Especialmente si el rechazo social acaba presionando a la clase política al punto de resquebrajar el entramado de subsidios públicos del que vive. Mantener o generar una cierta credibilidad y buena imagen cuando ya no sea posible seguir pasando desapercibido se convierte para el sector en una necesidad. La adquisición de legitimidad pactando con entidades de la sociedad civil o a través del instrumento de la RSC es una estrategia muy socorrida en estos casos. Tarea de las organizaciones y movimientos sociales será desenmascarar este mercadeo de reputaciones.

¹⁸⁰ Generalitat de Catalunya (2005) *Evolució de la inflació a Catalunya i a Espanya 1995-2004*. Generalitat de Catalunya, DGPE.

PARAÍSO TURÍSTICOS, CONSTRUIDOS SIN DERECHOS¹⁸¹

ERNEST CAÑADA

Durante los últimos años el área comprendida entre el Sur de México, Centroamérica y el Caribe se ha convertido en uno de los principales destinos turísticos mundiales. Este fuerte crecimiento ha tenido lugar bajo el liderazgo y control estratégico del capital transnacional y los grandes grupos empresariales de la propia región, que han transitado hacia este nuevo nicho de negocio procedentes de otros sectores que tradicionalmente habían dominado su economía, fuertemente vinculada a la agroexportación. El modelo ha tenido un intenso carácter segregador y generador de desigualdad social, ya fuera a través de los complejos hoteleros “todo-incluido” o por medio de nuevas formas de promoción inmobiliaria de segundas residencias, lo que conocemos como “turismo residencial”. Con mayor o menor intensidad, según los países y en función del momento en el que se encuentra el sector en su particular evolución, **este tipo de turismo ha generado un proceso de transformación histórica radical** para esas sociedades, del que muchas veces no nos hemos dado suficiente cuenta.

Algunos de los impactos que ha provocado su expansión han empezado ya a llamar la atención: comunidades campesinas desposeídas de recursos esenciales como la tierra o el agua; restricciones a la población local para acceder a playas privatizadas o degradación ambiental por la urbanización de la franja costera. Son parte de esta profunda mutación en curso. Sin embargo, uno de los grandes fenómenos de la turistización, y que hasta el momento no ha sido suficientemente dimensionado, es la **movilización masiva de trabajadores de diferentes partes de la región para la construcción de esos enclaves**.

La creación de espacios turísticos emblemáticos como Punta Cana – Bávaro, en República Dominicana, Cancún y Riviera Maya en México o el litoral de Guanacaste en Costa Rica, se han llevado a cabo desplazando las actividades preexistentes. En la lógica de la agroexportación tradicional esas áreas habían estado destinadas al cultivo de caña de azúcar y otros monocultivos, la ganadería, o eran zonas de selva que se explotaban comercialmente en una fracción menor, como en el caso de la península de Yucatán, en México, con la extracción de chicle. Al mismo tiempo, algunos de esos lugares no estaban tan insertados en la dinámica del mercado internacional y habían quedado en manos de comunidades campesinas y pesqueras con economías orientadas fundamentalmente hacia el autoconsumo y los mercados locales. Cuando se pusieron en marcha estos nuevos centros de desarrollo turístico, en algunos casos de forma planificada por parte del Estado (como en México o Costa Rica), en otros en base a iniciativas privadas pero con diversos tipos de acuerdo con los respectivos gobiernos, en esos territorios no existía suficiente mano de obra para la construcción de las infraestructuras necesarias. De forma generalizada, esto ha requerido atraer trabajadores procedentes de otras zonas, fundamentalmente población campesina de áreas más empobrecidas: haitianos en República Dominicana, nicaragüenses en Costa Rica y centroamericanos (y chiapanecos) en México.

Este proceso de movilización social, a pesar de sus particularidades, reviste ciertas características comunes:

¹⁸¹ Artículo publicado el 8 de febrero de 2011 en la Web de Alba Sud (www.albasud.org).

- Los Estados se han desentendido de gestión de las necesidades de fuerza de trabajo para esta nueva actividad, que por otra parte sí han planificado y promovido como destinos turísticos, dejando que imperase el “laissez faire” en materia laboral, que sólo ha beneficiado a los grandes empresarios, confiriéndoles mayor poder de facto sobre los trabajadores. De este modo se impone el **recurso sistemático a la mano de obra inmigrante de origen extranjero**, que se moviliza sin contratos previos, y en muchas ocasiones en situación de ilegalidad. Estar en otro país sin la documentación en regla somete a los trabajadores a todo tipo de arbitrariedades y abusos, reduciendo los márgenes legales de su defensa y protección. Esto provoca un estado de permanente vulnerabilidad frente a los empleadores.
- Por norma general estos trabajadores obtienen **bajos salarios**, a menudo según el mínimo previsto como referencia y en dependencia del trabajo realizado, mayores sin embargo que los que logran en el sector agropecuario en sus lugares de origen. Aunque también es cierto que tienen que hacer frente a un coste de vida más elevado que de donde proceden, lo cual reduce el hipotético beneficio de esos mayores salarios. Dada su debilidad frente a la empresa, motivada por múltiples factores, a menudo son despedidos sin sus correspondientes liquidaciones o últimos salarios, ni las prestaciones que les corresponden. Oportunamente las autoridades policiales hacen operativos contra la inmigración ilegal, lo que mantiene en un estado de permanente inseguridad a los trabajadores. Frecuentemente los contratos son verbales y según las necesidades puntuales de las empresas y no se dispone de ningún tipo de prestación social. A esto hay que sumar unas **condiciones laborales especialmente duras, inseguras e insalubres**. Tanto los accidentes como las enfermedades laborales son habituales en el sector por cuanto son escasas las condiciones de vigilancia y protección en seguridad e higiene en el trabajo. El origen campesino de muchos de estos trabajadores, no acostumbrados a este tipo de actividad o a la altura de las obras, y la misma precariedad en sus condiciones de vida (mala alimentación, lugares para el descanso inapropiados, estrés) pone claramente en riesgo su salud y su vida.
- Cuando los trabajadores migrantes llegan a su destino, se encuentran que prácticamente **no existen condiciones para su alojamiento**, por lo que acaban viviendo en las mismas obras en las que están empleados o en campamentos informales con un elevado grado de provisionalidad y precariedad, hacinamiento y sin infraestructuras básicas necesarias. Esto da pie al nacimiento de nuevas **aglomeraciones urbanas insalubres**. En su mayoría son hombres solos, que se han desplazado sin sus familias. En este ambiente social y laboral, es muy difícil el arraigo en los nuevos territorios, lo que da pie al incremento de los niveles de alcoholismo y otras formas de drogadicción, como forma de superar la situación o evadirse de la realidad. Esta falta de integración en el territorio se puso más en evidencia con el estallido de la crisis económica internacional a partir de los años 2007 y 2008, y que supuso la paralización o redimensión de los proyectos constructivos en curso, provocando la desaparición de muchos de esos asentamientos, especialmente en Guanacaste.
- La maraña de **subcontrataciones** tras las que se encuentran las grandes cadenas hoteleras y proyectos inmobiliarios limitan que los trabajadores puedan plantear cualquier demanda o acusación frente a los grandes capitales. Para la construcción de un determinado proyecto, o incluso partes de él, se acostumbran a contratar a

diferentes empresas locales. Este tipo de práctica empresarial logra segmentar a los trabajadores y, en caso de cualquier incidente, desresponsabilizarse. Y si esto ocurre durante la construcción, se agudiza aún más en la fase de gestión del desarrollo turístico: las tendencias internacionales del sector hotelero apunta a una creciente separación entre la “marca” con la que opera un determinado establecimiento y la propiedad de sus inmuebles. En conjunto esta evolución dificulta cualquier acción colectiva por parte de los trabajadores. Incluso cuando las cadenas transnacionales adoptan estrategias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), esta lógica de subcontratación les permite evadir responsabilidades.

- **Las medidas de protección por parte del Estado son mínimas.** Resulta especialmente significativo el pobre papel que desempeñan los ministerios de trabajo, responsables de las inspecciones en este tipo de empresas, que en realidad no responden a los intereses de los trabajadores. Incluso cuando hay voluntad política en algunos funcionarios, los presupuestos disponibles hacen que su capacidad de incidencia sea mínima en relación a los intereses de las grandes corporaciones. En el mismo sentido, **la capacidad de organización sindical en este sector es muy limitada**, con lo cual las posibilidades de salvaguarda y defensa colectiva son escasas. Y si bien es cierto que la tradición y características del sindicalismo mexicano es muy distinta a la existente en Costa Rica o República Dominicana, donde hay escasa y débil presencia sindical, en ese caso la existencia de sindicatos de albañiles no significa necesariamente que los trabajadores dispongan de estructuras para su organización y defensa. De este modo, las formas de protección existente se reducen fundamentalmente a **organizaciones sociales con presencia en los territorios**, mayoritariamente iglesias, como el caso de Caritas y la Pastoral Social de Liberia, en la cabecera de la provincia de Guanacaste.

Todos estos factores configuran un escenario caracterizado por la precariedad y la vulneración de los derechos humanos sobre los que se asienta la industria turística, en connivencia de los respectivos Estados de la región, para rebajar costos en la construcción de sus enclaves. Unos paraísos turísticos contruidos, en definitiva, sin tomar en cuenta los derechos fundamentales de los trabajadores que los hicieron posibles.

ES NECESARIO QUE LA INDUSTRIA TURÍSTICA DECREZCA¹⁸²

ERNEST CAÑADA

Entrevista realizada por Mariona Ortiz

¿Qué importancia tiene el turismo en Centroamérica?

En Centroamérica el turismo se ha convertido, de manera acelerada, en un importante eje de acumulación de capital. Este protagonismo creciente forma parte, en realidad, de una transformación estructural en la economía de la región. En poco menos de 30 años, ésta ha pasado de insertarse en el mercado mundial a través de la exportación de productos agropecuarios tradicionales, especialmente café, azúcar, algodón, plátanos, carne, a hacerlo de una forma más compleja y diversificada. Ahora la entrada de divisas se debe a las remesas de los trabajadores y trabajadoras que se ven obligados a migrar al extranjero, las maquilas, los productos agropecuarios tradicionales, nuevos cultivos producidos de forma intensiva (como la piña o la palma africana) y el turismo, fundamentalmente. Este modelo económico sigue siendo muy vulnerable y basado en una intensa explotación de la fuerza de trabajo –tanto en el extranjero como a sus mismos países– y de los recursos naturales.

¿Cuáles son las características del modelo turístico?

En Centroamérica aún coexisten diversas estructuras turísticas. Las iniciativas más tradicionales de pequeña y mediana empresa local –e incluso de organizaciones comunitarias– siguen presentes. Pero son las empresas de gran capital transnacional y de la propia región las que realmente predominan y están protagonizando esta nueva dinámica. Desde el año 2008 la crisis económica internacional ha disminuido el ritmo de crecimiento turístico que se produjo de forma acelerada entre finales de los años 90 y en 2007, pero sus tendencias de fondo continúan. Las costas de Centroamérica –especialmente en el Pacífico de Costa Rica, Nicaragua y Panamá– y algunas ciudades coloniales –como Ciudad Antigua en Guatemala o Granada en la misma Nicaragua– se ven como un lugar ideal para atraer jubilados estadounidenses y canadienses, además de los sectores con más recursos de los propios países de la región. El resultado ha sido el impulso de nuevas formas de turismo residencial, que combina grandes complejos con hoteles de cadenas internacionales y viviendas de segunda residencia, puertos deportivos, centros comerciales y otros servicios para estos sectores acomodados. Este modelo, que es el que predomina hoy en día en la industria turística, se combina con la presencia creciente de cruceros y desarrollos inmobiliarios de carácter residencial que se van extendiendo por el litoral. Hay que decir que no todo lo que había proyectado y publicitado se ha acabado construyendo y poniendo en marcha pero la especulación del suelo ha estado presente como base de muchos negocios.

¿Qué impactos ha tenido el turismo de masas en las sociedades centroamericanas?

La concentración de este desarrollo turístico-residencial en determinados territorios ha provocado importantes impactos ambientales, sociales y económicos. La *turistización* de estos espacios se ha basado en un proceso de acumulación por desposesión, que ha

¹⁸² Entrevista publicada originalmente en catalán en la revista *La Directa* (núm. 215, 9 de febrero de 2011)

supuesto la apropiación de la tierra que estaba en manos de pequeños campesinos. El uso intensivo de agua para satisfacer las demandas turístico-residenciales ha entrado en competencia con los usos y necesidades comunitarias. Además, la presencia este nuevo tipo de actividad ha roto con la territorialidad tradicional de las comunidades rurales, al impedir el acceso a determinados caminos de paso o en las costas. De esta manera asistimos a un incipiente proceso de *elitización* del territorio rural costero. Esto es muy claro en lugares como Guanacaste, en Costa Rica. El espacio se transforma en función de los intereses de la acumulación de capital y satisfacción de los intereses de sectores sociales más pudientes, y no en función las necesidades de las propias poblaciones de donde se asienta este tipo de desarrollo. Si miramos destinos turísticos cercanos, como la Riviera Maya en México, o Bávaro-Punta Cana en la República Dominicana, donde este tipo de procesos está mucho más desarrollado, podemos ver hacia un apunta este modelo de urbanización.

¿Este proceso de transformación del territorio y de nuevas actividades genera puestos de trabajo para la población local?

La transformación territorial que está en curso no hubiera sido posible sin un proceso de movilización de mano de obra impresionante, aunque muy a menudo se recurre a población inmigrante. Y las condiciones de los trabajadores inmigrantes –en la mayoría de casos en condiciones de ilegalidad– se caracterizan por la precariedad, la escasa protección social y los impedimentos a su sindicación. Este es el caso, por ejemplo, de los trabajadores de la construcción nicaragüenses en Costa Rica, en zonas como Guanacaste. Encontramos un ejemplo claro en el triste episodio de la muerte por intoxicación de un obrero nicaragüense que trabajaba en la construcción del Hotel RIU Matapalo, en Costa Rica. En noviembre de 2008 más de 200 obreros cayeron enfermos debido a las condiciones insalubres del campamento donde vivían. Como respuesta, los trabajadores provocaron varios incidentes como la quema de un autobús, lo que provocó un gran escándalo que obligó al Ministerio de Salud a clausurar temporalmente la construcción. Ahora ya vuelve a funcionar como si nunca hubiera pasado nada. En realidad, el recurso a los trabajadores inmigrados en condiciones de vulnerabilidad es una constante en la construcción de los complejos hoteleros-residenciales. En República Dominicana este trabajo la hacen los trabajadores haitianos y, en la Riviera Maya, los centroamericanos.

¿Para apoderarse de partes enteras de un país, las multinacionales extranjeras consiguen agenciarse deben necesitar la complicidad de la clase gobernante y de unas leyes favorables, no?

Esto es totalmente cierto. Los gobiernos centroamericanos han apostado de forma decidida por el turismo y la atracción de inversión extranjera, como mínimo, desde mediados de los años 90. En 1996, los gobiernos de la región firmaron la *Declaración de Montelimar*, que situaba el turismo como un eje estratégico de la economía regional ya través de la cual se comprometían a sumar esfuerzos para proyectarse como un destino turístico única. Desde entonces, además de acciones de promoción conjunta, en todos los países del área se han sucedido una serie de políticas dirigidas a atraer esta inversión, ya fuera ofreciendo incentivos fiscales de todo tipo, dando facilidades a los jubilados extranjeros, confirmando mayor seguridad jurídica sobre la propiedad a los inversionistas, reordenando el estatus de las costas... Los beneficiarios de este proceso no han sido sólo

los capitales transnacionales, sino que cada vez hay más presencia y protagonismo de grandes grupos empresariales locales que actúan ya a una escala regional y que han puesto en marcha inversiones turístico-residenciales a gran escala. La venta de bancos de capital nacional en países como El Salvador donde, entre 2005 y 2007, cuatro de ellos pasaron a manos extranjeras –Comercio, Agrícola Comercial, Cuscatlán y Salvadoreño–, o Nicaragua –donde durante el año 2010 se vendió el Banco de Centroamérica–, ayudan a entender la disponibilidad de recursos de la burguesía local para emprender grandes inversiones turísticas residenciales.

¿Qué conflictos ha generado esta transformación de los países a través del turismo?

El proceso de transformación turística ha generado diferentes reacciones y formas de conflicto. Hemos identificado cinco grandes expresiones de conflictividad. En primer lugar, destaca la resistencia de algunas comunidades rurales ante los procesos de desposesión, principalmente de la tierra y el agua, así como la ruptura de su territorialidad, desarticulada por la nueva funcionalidad turística. Otro nivel de conflictividad surge cuando la actividad turística se pone en marcha y se llevan a cabo prácticas abusivas, e incluso ilegales. Esto provoca la reacción de diferentes agentes sociales, organizaciones de vecinos, grupos ecologistas y algunas autoridades locales que tratan de poner freno a los abusos que genera la urbanización turística. La presión impuesta por la industria turística para desregular las legislaciones y las políticas nacionales en cuestiones como fiscalidad, acceso a las costas, etc. representa un tercer escenario de conflicto. El cuarto ámbito de conflicto tiene que ver con la diversidad del capital turístico, sus diferentes intereses y contradicciones internas. La expansión de las actividades turístico-residenciales protagonizada por los grandes capitales, tanto de origen transnacional como regional, ha supuesto un progresivo desplazamiento del pequeño y mediano empresario, o su subordinación a los mismos. Finalmente, la reacción ante la degradación y precarización de la vida y las condiciones laborales de la fuerza de trabajo, tanto en la construcción como en los servicios turísticos, ha abierto otro frente de conflictividad.

¿Cuáles han sido las respuestas sociales ante este crecimiento turístico y sus consecuencias?

En términos generales, los conflictos turísticos en Centroamérica han sido localizados y los han protagonizado sectores muy directamente vinculados al impacto de una determinada iniciativa, o bien se plantean en términos muy reactivos, sin capacidad para evitar la dinámica global. En algunas zonas, como Guanacaste (en Costa Rica), donde más ha avanzado el desarrollo turístico residencial, hay una fuerte experiencia de lucha y resistencia ante determinados proyectos. Pero, en general, falta una visión de conjunto de la gravedad de las transformaciones que está comportando este proceso de turistización. El mismo movimiento altermundista –tan activo frente a otros sectores, como las actividades extractivas por ejemplo– ha tenido grandes dificultades para reconocer en el turismo una fuente de amenazas. Por otra parte, la industria turística, tanto internacionalmente como en la propia región, ha tenido una gran capacidad para mostrar una imagen amable y beneficiosa para el conjunto de la sociedad. Las estrategias de Responsabilidad Social Corporativa y de cooptación de autoridades y técnicos municipales, empresarios locales, cooperativas, etc. han contribuido a reducir la capacidad de resistencia de las poblaciones

locales. Realmente preocupa e inquieta que un proceso de transformación social tan profundo y lesivo con los intereses de la mayoría de la población se esté produciendo con una capacidad tan escasa de reacción y confrontación social.

¿Hay alguna posibilidad de que este proceso de transformación del territorio sea reversible? ¿Cómo se pueden reducir los impactos sociales y ambientales que se han generado?

Es realmente complicado. Sin embargo, hay experiencias de lucha y resistencia exitosas que nos animan a pensar que todavía se puede hacer algo. Encontramos un ejemplo en Sardinal, también en Guanacaste. El intento de construir un sistema de canalización de agua para atender las necesidades de la industria turística de la zona y garantizar su crecimiento, se topó con la movilización comunitaria y de organizaciones ecologistas que finalmente consiguieron que el Tribunal Constitucional de Costa Rica dictaminara en contra de la construcción propuesta. Desgraciadamente, estos casos no son mayoría en Centroamérica, pero sí hay muchos conflictos abiertos que se oponen al modelo de desarrollo turístico que se va imponiendo. Estas luchas, aunque se pierdan, son muy importantes. Si no hubiera ninguna forma de discrepancia, la avalancha turística todavía sería mayor.

¿Qué se puede hacer, desde nuestra casa, para contribuir a los procesos de resistencia?

Hay que tomar conciencia, en primer lugar, que el turismo es un fenómeno social que tiene unas dimensiones enormes, estar alerta ante los hechos que ocurren en esta industria, que no son cualquier cosa. Y por tanto, difundir y ayudar a las manifestaciones de resistencia social que van apareciendo. El protagonismo del capital turístico de origen balear y catalán en el ámbito internacional es muy grande y, por tanto, nos encontramos en un escenario privilegiado para informar, presionar y denunciar lo que hacen estas empresas a otros lados del planeta. Otra cosa que hay que hacer es repensar la forma de concebir el turismo y el tiempo de ocio. El modelo turístico basado en los vuelos internacionales a cualquier lugar del mundo, o por medio de cruceros, no es sostenible. La carga de gases de efecto invernadero que genera la industria turística es insostenible. Hay que decrecer. Por otra parte, el ocio de unos cuantos no puede basarse en la degradación de las condiciones sociales y ambientales de otros. Aquí hay un problema cultural de fondo. Creer que tenemos derecho a disfrutar, durante unos pocos días al año, de la sensación de poder y lujo que nos proponen las cadenas hoteleras internacionales es una trampa. Nadie tiene derecho de explotar otras personas y territorios. Ya lo decía Pasolini que, en realidad, la burguesía no era una clase social sino una enfermedad. Tenemos derecho al descanso y al ocio, pero nuestras opciones de consumo deben ser coherentes con un modelo social más equitativo y sostenible. Por lo tanto, deberíamos potenciar la proximidad y actores sociales arraigados en el territorio, iniciativas de pequeña escala. Y cuando, excepcionalmente, se programan viajes internacionales, apostar por las iniciativas de base comunitaria o en manos de pequeños y medianos empresarios con prácticas más cercanas a estas ideas.

SECCIÓN 2. EL TURISMO CONSIDERADO DESDE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA Y LA JUSTICIA ECOLÓGICA

Turismo, fiscalidad y sostenibilidad: el laboratorio balear (2003)	85
Turismo y Soberanía Alimentaria (2008)	98
Las guerras de las calculadoras de carbono de las emisiones aéreas y la dudosa sostenibilidad del turismo en avión (2008)	102
La Organización Mundial del Turismo se enfada por la ecotasa que el Reino Unido aplica a los vuelos comerciales (2009)	104
Copenhague y después: El turismo y la justicia climática global (2009)	106
Perspectivas del Turismo Comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales (2010)	119
¿Debe el Turismo Comunitario orientarse hacia el mercado de altos ingresos? (2011)	123
Turismo comunitario, un espacio en disputa (2011)	130

Sección 2

**EL TURISMO CONSIDERADO DESDE LA SOBERANÍA
ALIMENTARIA Y LA JUSTICIA ECOLÓGICA**

TURISMO, FISCALIDAD Y SOSTENIBILIDAD: EL LABORATORIO BALEAR ¹⁸³

JOAN BUADES

Cuando se habla de turismo, las islas Baleares constituyen una referencia obligada a escala mundial. No sólo son objeto de uno de los tránsitos vacacionales más intensos del planeta, sino que, desde hace poco más de una década, ejercen el liderazgo internacional en el impulso a la apertura de nuevos mercados, como son Cabo Verde, el Caribe o Bali. La percepción que tenemos de estas islas es la de una sociedad próspera, moderna, fuertemente internacionalizada y en la que, por fortuna, en lugar de tener que vivir de la industria tradicional, se ha sabido aprovechar el turismo para progresar, un progreso tan importante que, de manera sostenida, las Baleares comparten con Madrid la renta per cápita más elevada de España y se sitúan quince o veinte puntos por encima de la media comunitaria.

No obstante, el «éxito» económico balear no nació de la noche al día. Desde principios de los años cincuenta, las Baleares vienen dedicando esfuerzos ingentes a la especialización económica que se les había encomendado: aprovechar el sol y las playas de las que disponen por ubicación en pleno Mediterráneo norte para edificar una industria del ocio formidable, destinada a la rehabilitación psíquica y física de amplias capas de trabajadoras y trabajadores nordeuropeos afectados crónicamente por el estrés del ritmo de vida moderno.

Este monocultivo ha sobrevivido a la instauración de la democracia actual. De este modo, los dos hechos más significativos acaecidos en la economía balear de los últimos veinticinco años reflejan el grado de «madurez» que ha alcanzado el desarrollo turístico masivo: por un lado, su internacionalización en busca de inversiones más rentables en nuevos «yacimientos» turísticos y, por el otro, el trasvase de recursos para la transformación de las Baleares en la Florida de la Europa rica, es decir, el desplazamiento cada vez más obvio del negocio hotelero hacia la construcción residencial difusa en el territorio.

Esta historia de «éxito» se ha desarrollado en una ausencia casi total de mecanismos reguladores por parte del Estado. La economía turística es un paraíso liberal: prácticamente

¹⁸³ Artículo publicado en el número 34 (2003) de la revista *Medi Ambient, Tecnologia i Cultura*. Original en catalán.

no está sometida a regulación pública y la escasa regulación existente se incumple de manera generalizada. En concreto, la fiscalidad aplicada es anecdótica. Incluso en lo que concierne a las relaciones laborales, se ha generado un mercado cautivo legal de «fijos-discontinuos» cuyos derechos sociales y económicos se sitúan muy por debajo de los de cualquier otro trabajador o trabajadora de otros sectores de la economía europea.

La ausencia de regulaciones reales y la paz social conseguida se deben en gran medida a la notable contribución positiva del archipiélago a la balanza de pagos de España y a la hacienda pública, así como a la alimentación sistemática entre la ciudadanía de la creencia de que el turismo es más una suerte que una industria potentísima y de que siempre será mejor tener turismo que actividades pesadas, como la química o la automovilística, o tener que emigrar.

Esta triple caracterización de la balear como una economía turística puntera en el mundo, volcada a la exportación y al consumo intensivo de bienes naturales como el territorio y, al mismo tiempo, fuertemente desregulada, la convierte en un magnífico laboratorio de ensayo de las herramientas que pueden contribuir a lograr un equilibrio entre industrialización, fiscalidad y sostenibilidad en nuestro planeta. Conviene no olvidar que el turismo constituye hoy en día el primer sector económico legal del mundo. Según el Consejo Mundial de Viaje y Turismo (WCTT), su actividad generó aproximadamente 3,6 billones de dólares en el año 2000, lo cual representa un 11% de los ingresos brutos mundiales.

Asimismo, originó unos 200 millones de puestos de trabajo, el equivalente a la sorprendente cifra de uno de cada doce empleos legalmente retribuidos en el planeta. Se trata, por tanto, de una verdadera industria global, la cual ha experimentado un crecimiento vertiginoso en las últimas décadas. Mientras que en 1950 había unos 25 millones de turistas internacionales, en el año 2000 su número había aumentado a 700 millones y, antes del 11 de septiembre de 2001, la Organización Mundial de Turismo (OMT) preveía que dicha cifra se aproximara a los 1.600 millones en el año 2020.

Tal y como ocurre en las Baleares, esta industria del ocio es puntera en el contexto económico mundial, tiende a su localización en todo el planeta, consume cantidades ingentes de bienes naturales y carece de cualquier regulación relevante de cara a su sostenibilidad ambiental y social. Huelga decir que el turismo internacional, lejos de constituir un capítulo en el paquete de futuras «liberalizaciones» promovidas por la Organización Mundial del Comercio (OMC), constituye tal vez el ejemplo de liberalización por excelencia.

Cinco Baleares

Si estas islas fueran el planeta, sencillamente ya no se podría respirar. El investigador Ian Murray ha calculado que la huella ecológica de las Baleares requiere una explotación equivalente a cinco veces la superficie y los bienes naturales del archipiélago. O sea, que el modo de producción y consumo derivado del modelo turístico actual refleja el parasitismo ambiental extremo que padecen las Baleares en comparación con otras regiones del

planeta cuyo nivel de consumismo e industrialización está más acompasado con los ritmos de la Naturaleza¹⁸⁴.

Una descripción relevante sobre el estado del archipiélago permite situarlo como la región más turística del mundo, no sólo por la afluencia de visitantes (con 900.000 habitantes de derecho, acoge a unos 11 millones de turistas cada año, lo cual equivale a un índice de intensidad turística de unos 12 turistas por habitante y año), sino también por ser un exportador neto a escala planetaria de la comercialización de «nuevos paraísos» vacacionales en países del Sur, como el Caribe, Indonesia, Cabo Verde o el Mediterráneo oriental y el Magreb.

Este verdadero estatuto de primera potencia turística de vanguardia se ha conseguido merced a una explotación minera indiscriminada del paisaje y de los bienes naturales de las islas. En los últimos cuarenta años, la urbanización y la cimentación de las playas y montañas ha sido moneda corriente. La carrera por crecer cuantitativamente ha hecho caso omiso de los costes ambientales y sociales que implicaba hasta que, alcanzado un umbral crítico de masificación, las señales de agotamiento y de necesidad de cambio de orientación se multiplican.

La principal preocupación es ahora salvar los últimos restos de un paisaje mediterráneo, especialmente el costero y el montañoso, que hace pocas décadas constituía la carta de identidad de las Baleares. La lucha ciudadana y la propia evolución de todos los agentes sociales y políticos entre los años setenta y los noventa dan fe de la consolidación de un vastísimo consenso proteccionista, al margen de la posición ideológica de referencia.

Se padece un enorme estrés hídrico cuya superación no puede encararse sin la contención o reducción del número de turistas y la difusión entre la ciudadanía de un uso racional del agua. La supuesta solución tecnológica mediante desaladoras se revela como una huida hacia adelante puramente ilusoria, ya que implica agravar el problema del suministro energético y acentuar la contribución local, ya escandalosa en el presente, al efecto invernadero.

No es posible asimilar los residuos, ni por su volumen (cerca de dos kilos por persona y día) ni por su impacto venenoso acumulativo en la atmósfera a través del incremento del nivel de incineración.

La huella ecológica del consumo energético (que incluye tanto el suministro eléctrico como el transporte) equivale a 3,34 veces el territorio balear para absorber el CO₂ emitido en la atmósfera.

Las infraestructuras de entrada han alcanzado un nivel absolutamente incompatible con el reequilibrio con la naturaleza, con volúmenes de pasajeros que superan los 25 millones de entradas y salidas en los aeropuertos para una población residente inferior al millón de habitantes.

El sistema de transporte terrestre, que bate un récord prácticamente mundial con más de 900 coches por cada 1.000 habitantes, se halla al borde del colapso y no hace más

¹⁸⁴ Murray, I. *La huella ecológica de las Baleares* (inédito).

que exigir nuevos cuarteamientos de territorio rústico mediante la creación de nuevas autopistas y autovías.

El sector constructor se está convirtiendo en la actividad económica por excelencia de las islas, debido a la transacción especulativa del territorio litoral e interior no ocupado por hoteles y al fomento de una oferta residencial ilegal de alto rendimiento a corto plazo.

Onofre Rullan ha elaborado una teoría sobre esta evolución de la colonización turística e inmobiliaria del territorio en la que establece tres grandes olas de expansión¹⁸⁵:

El primer boom turístico, registrado en los años sesenta, se caracterizaría por la urbanización intensiva desde primera línea de mar de las playas más emblemáticas del litoral.

El segundo boom arrancarían en los años ochenta, ya en democracia, con un tímido corrector proteccionista de algunos parajes vírgenes que, no obstante, no logran evitar registrar un importante aumento de la capacidad de alojamiento derivado de la urbanización intensiva existente en el resto del territorio del archipiélago.

El tercer boom, al cual estaríamos asistiendo desde los años noventa, afectaría tanto al suelo rústico (vía chalets diseminados en Mallorca y urbanizaciones extensivas en Menorca), hasta ahora intocado por la economía turística, como a los núcleos urbanos de mayor calidad ambiental (enclaves tradicionales y cascos históricos). El resultado es una densidad demográfica de 175 habitantes/km² en temporada baja y más de 400 habitantes/km² en pleno verano, lo cual se deriva en un creciente estrés poblacional en el conjunto del archipiélago.

Como dato revelador diremos que, en 2001, había construidas en las Baleares el equivalente a 1,9 millones de plazas de vivienda principal, secundaria y hotelera, mientras que la planificación urbanística en vigor permitía un crecimiento de hasta cuatro millones de plazas. Más de un 10% de la población activa legal de las Baleares (casi una cuarta parte en Ibiza y Formentera) vive de trabajar en la construcción residencial, es decir, cimentando el paisaje balear. En conjunto, estas tendencias abocan a un colapso medioambiental por saturación de visitantes, agotamiento de los bienes naturales básicos (como el agua), demanda insaciable de nuevas y mayores infraestructuras de todo tipo para mantener el potencial de absorción del crecimiento turístico y de sus consumos asociados (aeropuertos, puertos, desaladoras, incineradoras, centrales eléctricas fósiles,...) financiadas por la población residente a costa de las inversiones en calidad de vida y formación, descenso de los precios por sobreoferta y desvalorización como destino turístico por pérdida de personalidad paisajística y masificación.

Esta radiografía debe completarse necesariamente con los costes sociales de la industrialización turística. Las Baleares mantienen un ritmo de crecimiento demográfico salvaje, difícilmente absorbible sin un sobre esfuerzo en inversiones sociales, educativas, sanitarias y culturales, hasta ahora pendientes por falta de financiación pública. Desde 1999 hasta la fecha, por ejemplo, la población censada ha aumentado en un 20% de promedio. El alud de inmigrantes ricos y pobres, en ausencia de toda política de interculturalidad,

¹⁸⁵ Rullan Salamanda, O. (1999) "De la cova de Canet al Tercer Boom turistic. Una primera aproximació a la geografia històrica de Mallorca", en *El medi ambient a les Illes Balears. Qui és qui?* Palma: Sa Nostra.

genera guetos étnicos y sociales y erosiona la cohesión social. Las Baleares son la última región de Europa en cuanto a calidad laboral y la primera en desescolarización: en ningún otro lugar es tan barata y precaria la mano de obra, se baten récords de siniestralidad laboral y el abandono escolar prematuro y la pérdida consiguiente de capital social hacen estragos¹⁸⁶.

La industrialización turística y constructora asfixia a la agricultura y la ganadería, al tiempo que deja sin posibilidad de disfrutar de una vivienda digna a la juventud autóctona, que se ve obligada a satisfacer precios especulativos sin parangón en España. Finalmente, el elevadísimo nivel de economía sumergida y la falta de un instrumento de control público del origen y los movimientos de capital especulativo erosionan la democracia y la autonomía en beneficio de mafias y oligopolios¹⁸⁷.

La “ecotasa” turística

Como muestra del incremento del influjo del paradigma ecologista en el sistema capitalista que globaliza como jamás lo había hecho, desde la década pasada la introducción de herramientas fiscales verdes ha ido ganando centralidad en el debate sobre la reforma del estado del bienestar en todas nuestras sociedades. Por un lado, hay quienes argumentan que, de hecho, establecer herramientas impositivas específicas para proteger el medio ambiente no deja de ser fruto de una cierta inmadurez de la reflexión global sobre la naturaleza y la función de los sistemas fiscales.

Así, abogan por «ambientalizar» sus herramientas actuales sin necesidad de generar nuevas herramientas específicas, entre otras cosas, porque se da alas a un discurso ideológico negativo que podría intentar combatir la fiscalidad ambiental como una mera engañifa al contribuyente para incrementarles, con tal excusa, los impuestos. Por regla general, desde esta posición se defiende que el gasto público en reparación ambiental debe provenir de los impuestos habituales pagados por la ciudadanía y no de impuestos especiales.

Por otro lado, encontramos defensores de influir en el comportamiento de la ciudadanía mediante tasas o impuestos que graven de manera desigual los consumos estratégicos en el balance ambiental, como por ejemplo: la energía, el agua o los residuos. La idea es subrayar los costes reales, completos, de ciertos modos de consumo masivo insostenible con el fin de corregir los excesos a través de un tratamiento fiscal que penalice su continuación y no incentive su evitación o minimización.

El debate sobre las ecotasas en las Baleares debe situarse a caballo de estas dos concepciones, en absoluto irreconciliables. Debemos valorar pragmáticamente si tiene sentido ambiental generar tasas específicas relacionadas con la insostenibilidad turística actual, al tiempo que se reflexiona sobre cómo reverdecer el conjunto del sistema fiscal existente en la actualidad.

186 Véase el documentado análisis de Joan Rosselló (1999) “El capital humà i social a les Illes Balears”, *Revista Econòmica*, núm. 117.

187 Para una visión detallada del fenómeno, léase: De Maillard, J. (1998) *Un monde sans loi. La criminalité financière en images*. París: Stock; y Violante, L. (1997) *No es 'la piovra': Doce tesis sobre la mafia*. Madrid: Anaya.

Antes de nada, conviene aclarar a qué nos referimos cuando hablamos de ecotasas. Actualmente, podemos establecer siete características comunes a cualquier propuesta de ecotasa coherente:

- Gravan servicios ambientales deteriorados con un fuerte impacto sobre la calidad de vida humana en el planeta, tanto a escala global como local. Por ejemplo, afectan a comportamientos humanos relacionados con la estabilidad climática, la calidad del agua o la capacidad de asimilación inocua de los residuos.
- Imputan responsabilidades nuevas a actores fiscales desatendidos hasta ahora desde el punto de vista de su huella ecológica, como son los automóviles, los aviones, los turistas, la industria química o las incineradoras.
- Son tasas, y no impuestos, es decir: su gestión debe comportar contraprestaciones al «usuario» tributario y al conjunto de la comunidad en forma de mejora de su sostenibilidad ecológica global.
- Por coherencia con su vocación de instrumento para la sostenibilidad ambiental global, pretenden disuadir y reducir los consumos peligrosos o potencialmente peligrosos para nuestra especie, en lugar de buscar convertirse en una nueva fuente de ingresos para la Administración con la excusa «verde».
- Tienen un carácter finalista. Los ingresos se asignan en su práctica totalidad a objetivos claramente ambientales, ya sea en forma de ahorro y eficiencia, ya sea bajo forma de inversiones en reparación y regeneración ecológica de servicios degradados.
- Deben garantizar una transparencia y una supervisión democráticas ejemplares, ya que la complicidad social se considera la mejor aliada para propiciar un cambio real del modelo de vida. Esto implica, entre otras cosas, la participación social plural en la evaluación y propuestas de mejora de las ecotasas de cara a su eficiencia ambiental.
- Se implantan de manera progresiva y tienen vocación de interconectividad con otras herramientas fiscales verdes. Su implantación no suele ser completa inicialmente y su utilidad únicamente tiene sentido en sinergia con la efectividad de otras ecotasas o estrategias de reforma fiscal de carácter ecológico y social. En conjunto, siempre toman como referencia la escala planetaria (y no la local), ya que la crisis ecológica no es superable dentro de los confines de regiones y fronteras separadas del resto del mundo.

Desde el punto de vista teórico, uno de los progresos más sugerentes lo encontramos en propuestas como la de Los Verdes alemanes (Bündnis 90/Die Grünen) de reforma integral verde de la fiscalidad, parcialmente iniciada en 1999 con la llamada ecotasa sobre la gasolina, según la cual el incremento escalonado de gravámenes sobre el precio final de este combustible fósil permite reducir también progresiva y paralelamente las cotizaciones sociales de empresarios y trabajadores.

Este reequilibrio impositivo debe por fin insuflar dinamismo económico a los actores sociales sin hipotecar la hacienda pública y, como resultado de la sostenibilidad creciente de los consumos afectados, aligerar las necesidades inversoras del Estado y el mundo económico en grandes infraestructuras. Así, el encarecimiento por etapas del precio final

de la gasolina a través de la ecotasa permite bajar puntos en las cotizaciones sociales, que pueden de este modo emplearse para efectuar nuevas inversiones e incrementar el bienestar personal, sin que las finanzas estatales salgan perdiendo. Si la ecotasa funciona tal y como se espera, el resultado será un descenso de la demanda de inversión en autopistas y de adquisición de vehículos en pro de la ampliación y mejora del transporte público, desarrollo que puede favorecer financieramente a la Administración pública. Gracias a esto, el ahorro podrá destinarse a cubrir déficits en infraestructuras y servicios sociales, culturales y educativos¹⁸⁸.

La ecotasa balear (que, en realidad, recibe el prosaico título de Ley del Impuesto sobre Estancias Turísticas de Alojamiento Destinado a la Dotación del Fondo para la Mejora de la Actividad Turística y la Conservación del Medio Ambiente)¹⁸⁹ constituye un ejemplo paradigmático de las dificultades y ambigüedades (e incluso del fraude) que plantea la idea de la fiscalidad verde, hecho desgraciadamente habitual en el panorama mundial después de la Cumbre de Río de 1992.

Sin duda, la aprobación en abril de 2001 de esta ley inauguró unas perspectivas inéditas en España por lo que respecta a plantear un debate serio en torno a la utilidad y la viabilidad de este tipo de herramientas fiscales. La ecotasa turística balear inició una línea innovadora en el estado español al relacionar la protección del medio ambiente con el uso de instrumentos de gestión tributaria. Vale la pena subrayar el hecho de que el tránsito desproporcionado de turistas por el archipiélago sea reconocido como un factor clave de insostenibilidad del modelo balear.

Que el tributo recibiera el consenso de cinco partidos, que van desde el insularismo de Unió Mallorquina hasta el ecologismo de Los Verdes, pasando por un PSOE que en 1996 aún era capaz de votar en contra de la primera propuesta de ecotasa turística planteada en el Parlamento de las islas Baleares, es revelador de cómo ha cambiado la percepción en algunos de los grandes partidos de poder en el archipiélago balear. Ha caído un tabú (el mito de que el turismo en las Baleares es intrínsecamente bueno, al margen de sus costes reales) y se ha optado por gravar fiscalmente parte de este turismo insostenible, hecho sin precedentes en el ámbito legal en España. Desde este punto de vista, la ecotasa turística balear es todo un éxito y constituye un primer paso en la dirección correcta de reciclar el sistema fiscal actual para que devenga simbiótico con los procesos de ir imponiendo medidas sostenibles a través de la aplicación de las Agendas 21 en toda la Tierra.

Pese a todo, un análisis exhaustivo del impuesto balear revela sus limitaciones e insuficiencias, todas ellas comunes a la falta de cambio estructural del modelo de consumo absolutamente insostenible que se encuentra en la base de la situación actual del planeta. Cuando no existe una decisión clara de emprender reformas profundas, se aplican medidas cosméticas. El *lifting* verde impositivo derivado de este tributo para la economía balear no debe maquillar la realidad de la progresiva decadencia ambiental general.

188 Véase López-Ortega, J. (2000) "Ecotaxes: la reforma fiscal ecológica i social com a resposta a la globalització", *Papers de sostenibilitat*, núm. 1. Barcelona: Ecoconcern.

189 Ley 7/2001 de 23 de abril de 2001, del *Impuesto sobre las Estancias en Empresas Turísticas de Alojamiento Destinado a la Mejora de la Actividad Turística y a la Preservación del Medio Ambiente* (BOIB nº 52 del 1 de mayo de 2001). Puede consultarse información oficial complementaria en www.ecotaxa.org

Al margen de la retórica que figura en la exposición de los motivos de la ley, el tributo incumple, en realidad, sea total o parcialmente, las siete características comunes al concepto de ecotasa que acabamos de exponer:

No grava el desgaste ecológico directo e indirecto generado por la masa de más de 11 millones de turistas anuales sobre un territorio de reducidas dimensiones (poco más de 4.000 km²) emplazado en un bioma pobre como es el Mediterráneo. El hecho imponible, la naturaleza y el objeto de este impuesto, es la estancia en las empresas turísticas del archipiélago, desatendiendo toda referencia a la huella ecológica (artículos 1, 4, 5 y 6).

Aunque se responsabiliza del tributo a los turistas, lo cierto es que éste no posee un carácter coherente, ya que quedan exentos quienes visitan las islas y se alojan en establecimientos no regulados o ilegales. Tal y como se ha reconocido ampliamente a raíz de la polémica vivida hasta la fecha, al menos un tercio del turismo real queda exonerado de abonarlo y, en su mayoría, se corresponde con el turismo residencial, que consume más paisaje y bienes naturales que el hotelero.

Pese a que se podría haber creado en forma de ecotasa aeroportuaria y portuaria¹⁹⁰, aplicando un modelo de tasas frecuente en el resto del mundo, los promotores de esta ley rechazaron de manera explícita tal posibilidad esgrimiendo pretextos poco convincentes. Así, el mayor beneficiario de esta decisión es el sector del alojamiento turístico no hotelero, en gran parte ilegal, que es el único que actualmente aumenta en las Baleares.

Cabe recordar asimismo que este error (?) ha condenado al sector hotelero a convertirse en un recaudador fiscal indirecto, lo cual explica la virulencia con que ha combatido la implantación del impuesto. Si el cobro se efectuara de manera general a través de las puertas de entrada a las islas (puertos y aeropuertos), sin discriminar a la hostelería legal con respecto al turismo residencial y con frecuencia ilegal, se inauguraría un campo de cooperación por interés mutuo entre hoteleros innovadores y administraciones con un mayor sentido de la responsabilidad ambiental.

No se trata de una tasa, sino de un impuesto, lo cual equivale a decir que no se da una contraprestación de servicios coherente con el hecho imponible, ya que las finalidades previstas constituyen un cajón de sastre en el que caben desde ayudas a la agricultura hasta provisiones de fondos para gestionar de manera ambientalmente sostenible los espacios naturales de las Baleares, pasando por la modernización y la extensión de la colonización turística.

Tiene una finalidad estrictamente recaudadora clásica y elude cualquier intento de propiciar, a través de la cuantía y la gestión, la contención o reducción paulatina del número de visitantes y de su consumo hasta alcanzar unos parámetros ambientalmente más tolerables. Una prueba irrefutable de ello es su adscripción administrativa a la Consejería de Turismo (artículos 19 y 20), un sistema de cuotas que ignora todo incentivo ambiental (artículo 14), y el establecimiento de un sistema sustitutivo de módulos contributivos gestionados por la Consejería de Hacienda y Presupuestos (disposición transitoria única).

¹⁹⁰ Es lo que propusieron Los Verdes en 1996 en el Parlamento de las islas Baleares a través de una proposición de ley, rechazada por los votos del PP y el PSOE.

Conviene recalcar que el impuesto establece la tipología de contribuyentes basándose exclusivamente en la clasificación hotelera convencional, dando por supuesto que la posesión de más estrellas o más llaves implica un mayor consumo antiecológico y, en consecuencia, debe gravarse con un importe superior. Sería mucho más razonable, de cara a alentar una moderación de la huella ecológica del turismo, que la tipología impositiva discriminara positivamente a aquellos establecimientos que demostrasen la implementación de certificaciones normalizadas de calidad ambiental, del tipo ISO 14001, en ámbitos como la energía, el agua, los residuos o los materiales. De este modo, un hotel de cinco estrellas con una certificación de excelencia ambiental en vigor debería abonar un tributo menor que un establecimiento de tres estrellas sin tal certificación, y viceversa.

Pese a la incorporación en el texto definitivo de algunas enmiendas destinadas a introducir finalidades ecológicas claras (gestión de espacios naturales protegidos, ahorro, eficiencia y reutilización terciaria del agua e iniciativas de despliegue solar), el destino de la mayor parte de los ingresos no contiene ninguna orientación ambiental positiva (artículo 19). Planes de embellecimiento turístico estándar, compra de fincas paisajísticamente valiosas para su valorización turística posterior, adquisición de inmuebles históricos o respaldo a una agricultura industrial son algunas posibilidades cuya instauración, en todo caso, decidirá unilateralmente la Consejería de Turismo.

De hecho, la gestión del impuesto se está traduciendo en una aportación mayoritaria de fondos a la compra patrimonial y a la habilitación de itinerarios culturales en el interior de las capitales insulares, mientras que sigue sin dotarse de presupuestos dignos a la gestión de los parques naturales.

No contempla ni la cogestión por parte de ninguna administración ambiental ni la participación amplia de las organizaciones sociales que suelen encontrarse en cualquier proceso digno de la Agenda 21. La Consejería de Turismo y una comisión mixta tecnocrática, con participación garantizada únicamente de Hacienda y del empresariado (artículo 20), se reservan todo el margen de propuesta y decisión sobre los detalles relativos al impuesto.

La implantación no se efectúa de manera progresiva, ya que la tasa no prevé la actualización periódica de las cuotas o los procedimientos de revisión en función de la consecución o no de los objetivos del impuesto. Por el contrario, no hallamos referencia alguna a la sinergia del tributo con otros tributos destinados a incentivar la reconversión verde de la actividad turística en las Baleares, más allá de la declaración genérica del artículo 3. La omisión del papel del canon del agua o la estructura tarifaria en materia de residuos son más que reseñables.

Así pues, la «ecotasa» balear, pese a su novedad, no pasará a la historia de la fiscalidad ambiental. Más bien, su destino puede asemejarse al de la Ley 12/1991, de 20 de diciembre, del Impuesto sobre Instalaciones que inciden en el Medio Ambiente, recientemente suspendida por el Tribunal Constitucional por fraude a sus supuestas intenciones ambientalistas¹⁹¹. En el mejor de los casos, la entrada en vigor del impuesto está revirtiendo en un ingreso de entre 40 y 50 millones de euros anuales suplementarios a la

191 BOIB nº 165, de 31 de diciembre de 1991.

hacienda autonómica, los cuales se destinan a satisfacer preferentemente proyectos de remodelación turística y adquisición patrimonial.

¿Cuál es el impacto previsible de este tributo por lo que respecta a la sostenibilidad ambiental en las Baleares a una década vista? Muy modesto, ya que está concebido como un nuevo impuesto con vocación recaudadora y finalidades varias bajo el control de la administración turística. La inversión de los ingresos en objetivos ecológicos no será importante y, sobre todo, al no tener que someterse a la supervisión de ninguna administración ambiental, carecerá de toda garantía de adecuación a los parámetros de sostenibilidad pretendidos.

Finalmente, es probable que, si la operación de marketing «verde» tiene éxito entre los touroperadores y los mercados, la ecotasa se convierta en un poderoso incentivo para incrementar aún más la afluencia turística. No sería de extrañar que muchos turistas actuales y futuros la esgrimiesen como excusa para seguir consumiendo territorio y naturaleza sin miramientos: «nosotros pagamos la ecotasa, así que ya contribuimos a la sostenibilidad ecológica de las islas». Así, paradójicamente, una herramienta buena, la ecotasa turística general, podría acabar convirtiéndose en un incentivo para incrementar la masificación y desnaturalización de las Baleares.

Hacia una reforma fiscal verde en las Baleares

La experiencia del debate político y social en torno a la ecotasa y las enseñanzas de sus primeros tiempos de gestión obligan a revisar a fondo la perspectiva para aplicar una reforma fiscal verde tan integral como sea posible en las Baleares. Su introducción puede servir para facilitar y acelerar la transición hacia un modo de vida y un consumo ecológicamente más sostenibles. Además, el reverdecimiento del sistema fiscal balear podría tener efectos sociales impensables hace pocos años, como trataremos de argumentar.

Las islas Baleares carecen de soberanía fiscal. Ello implica que el margen de las decisiones que adoptan las Administraciones autonómicas competentes en esta materia es reducido, en especial en lo concerniente a la fiscalidad directa. Pese a todo, el reciente incremento de la autonomía fiscal de las Comunidades Autónomas tanto en cuanto al porcentaje de recaudación del IRPF (hasta el 33%) y otros impuestos como, sobre todo, en cuanto a la nueva potestad de ejercer una amplia capacidad reglamentaria normativa, incrementa sensiblemente el margen de actuación a la hora de rediseñar el aparato fiscal.

Teniendo en cuenta, en particular, la fiscalidad indirecta, que ofrece mayor facilidad de operaciones, buena parte de estos cambios tributarios deberían guardar relación con los efectos de la expansión de la industrialización turística y la colonización residencial de las Baleares. Me gustaría destacar algunas de las figuras clave que se verían afectadas:

La tributación sobre el agua, actualmente vehiculada a través de un canon clásico totalmente deficitario y ajeno a los costes ecológicos y sociales del uso mayoritario del agua en las islas Baleares (cabe recordar que este canon únicamente afecta a la depuración, el ciclo final del proceso).

Los residuos: coexisten diversas realidades, pero básicamente podríamos hablar de una doble tasa, una referida al tratamiento, de carácter insular, y la tasa de recogida, por lo común municipal.

El impuesto de construcción y la tasa de obras, que gravan de manera lineal las licencias por ejecutar, así como las declaraciones de finales de obra.

Las transacciones inmobiliarias realizadas en el territorio balear, sometidas en el mejor de los casos sólo a una fiscalidad clásica (el Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados), ya que es donde se observan las mayores facilidades de fraude a la hacienda pública ¹⁹².

El propio impuesto sobre estancias turísticas que estamos comentando, por su inadecuación y carencia de garantías en cuanto a sus finalidades ambientales.

En los dos primeros casos, el objetivo sería modificar de raíz la fiscalidad de dos bienes naturales clave: el agua y los residuos. Para el primero de ellos, se requiere una ecotasa que cubra todo el ciclo del agua (desde el suministro hasta la depuración terciaria), que garantice una recaudación completa de las infraestructuras y servicios y que refleje una estructura de pagos basada en la creación de un tramo social de consumo a precio accesible para todo el mundo y umbrales de penalización marcadamente progresivos para usos mayores y suntuosos, como campos de golf, parques o piscinas. Además, y como ocurre en el caso de los residuos, dicha ecotasa debe ir acompañada de una nueva estructura tarifaria ecológica y social que permita obligar a pagar mucho más a quienes consuman desproporcionadamente más.

El segundo bloque está constituido por los impuestos relacionados con el comercio del suelo y con la cimentación insensata del país. Atendiendo a la capacidad de creación de tasas e impuestos no gravados anteriormente por ningún tributo, la Comunidad Autónoma podría establecer unas tasas que gravasen claramente la especulación inmobiliaria y que afectaran especialmente a la construcción turística no hotelera y a las segundas residencias en suelo rústico, el segmento de mercado más lesivo para el paisaje de las Baleares y para el ambiente en general, ya que comporta una demanda infinita de nuevas infraestructuras insostenibles, como el asfaltado completo del campo, el incremento de la distribución de agua y energía en lugares que podrían ser autónomos, etc.

En último lugar, convendría pensar en reformar totalmente el impuesto de estancias turísticas para convertirlo en una verdadera ecotasa. Aparte de los beneficios ambientales directos y, sobre todo, de su impacto a favor de la reducción paulatina del número total de visitantes, la ecotasa deberá constituir un potentísimo aliado para una Administración con una voluntad real de hacer aflorar y eliminar la oferta turística ilegal de las Baleares. El cobro a través de puertos y aeropuertos cuenta con una amplia tradición en muchos lugares y es difícilmente sostenible que AENA o la Autoridad Portuaria de Baleares puedan desobedecer una ley del Parlamento de las islas Baleares.

192 Seguí i Ramon, J. (1998) *Les Balears en venda. La desinversió immobiliària dels illencs*. Palma: Documenta Balear. De consulta imprescindible.

La reforma de la ley de estancias turísticas debería traducirse en garantizar el suministro exclusivo de fondos para programas de calidad ambiental de gran envergadura. A mi entender, tales programas deberían:

Dedicar al menos un tercio de los fondos a un amplio programa de ahorro, eficiencia y recuperación terciaria del agua utilizada por el sector turístico, agrícola y urbano.

Financiar un plan piloto para solarizar la planta turística y los edificios públicos, así como para conectar el máximo número de viviendas plurifamiliares en suelo urbano con placas solares fotovoltaicas a la red eléctrica convencional.

Implantar un programa de despliegue masivo de transporte público en las cuatro islas que contribuyese a reducir el uso cotidiano del vehículo particular tanto en los centros urbanos como en el conjunto del territorio.

Rescatar suelos urbanos no consolidados y urbanizables no ejecutados y transformarlos en suelo rústico con objeto de frenar la expansión del *urban sprawl* turístico y la devastación definitiva del paisaje característico que aún sobrevive.

Esta ecologización del impuesto de estancias turísticas actual implicaría también modificar al alza su importe, con el fin de que fuera verdaderamente relevante a la hora de desalentar la venida de determinados segmentos de turistas a las Baleares. Se pasaría así de una cuota media de un euro por turista y día a tres. Si efectuamos una simulación creíble, los resultados iniciales serían:

$3 \text{ euros} \times 10 \text{ días} \times 11 \text{ M turistas} = 330 \text{ M euros}$

Teniendo en cuenta que 3 euros diarios (por una estancia media de 10 días) ya empiezan a ser un coste monetario relevante para algunos segmentos turísticos, es evidente que el número de turistas iría mermando paulatinamente. El objetivo sería llegar, a 10 años vista, a niveles no superiores a los siete u ocho millones de turistas que había en las Baleares hace menos de una década. En su calidad de ecotasa verdadera, la nueva tributación iría reduciéndose como expresión de la creciente sostenibilidad del turismo en las islas Baleares. La traducción de su tendencia en números se asemejaría a la siguiente al final de la primera década del siglo:

$3 \text{ euros} \times 10 \text{ días} \times 7 \text{ M turistas} = 210 \text{ M euros}$

¿Cuál sería el resultado de esta reforma verde de la fiscalidad autonómica de las Baleares? Desde el punto de vista ambiental, sería espectacular. El maltrato y la cimentación del paisaje, el despilfarro de agua, la explosión de la generación de residuos y la saturación turística del archipiélago se combatirían a través de los precios y, por lo tanto, tendrían un estímulo fiscal a la baja que complementaría a la perfección los esfuerzos legislativos y normativos en marcha en otros campos.

En otro sentido, su repercusión a favor del bienestar y de la cohesión social de los residentes sería espectacular. De hecho, el giro fiscal verde comportaría dos fenómenos interesantes. Por un lado, evitaría consumos y comportamientos insensatos en materia de bienes naturales, como resultado de los precios ajustados al coste real de los servicios y de

la reducción progresiva de la presión humana hasta un techo de siete u ocho millones de turistas.

Así, encarecer muchísimo el agua para la segunda residencia turística conllevaría un ahorro sustancial de este recurso y, por otro lado, reportaría grandes beneficios económicos para la modernización ecológica de la sociedad de las Baleares, que pasaría por la generalización de dispositivos de ahorro y eficiencia de agua en todo el territorio, la reutilización terciaria del agua usada, el despliegue de un programa solar masivo, la creación de un plan de choque a favor del transporte colectivo que descongestionase las carreteras y los centros urbanos y redujese la contaminación, y la protección del suelo rústico y del paisaje frente al estrés urbanizador. Las islas Baleares recobrarían la paz de antaño y ganarían en calidad de vida y calidad turística. Habría futuro para el sostenimiento a medio plazo de los espacios naturales protegidos.

Además, la corresponsabilización fiscal real del sector turístico y residencial de los costes ecológicos que provoca tendría otro efecto positivo en el ámbito comunitario. En vista del enorme déficit de financiación de la Comunidad Autónoma que, con la mitad de población que Canarias, cuenta con un presupuesto cuatro veces inferior, conviene destacar que la disminución de la presión turística y residencial en demanda de nuevas infraestructuras (desde ampliaciones de aeropuertos, autopistas, desaladoras o incineradoras), así como los nuevos ingresos generados por la corresponsabilidad fiscal ecológica descrita permitirían a la hacienda pública liberar un volumen de fondos sin precedentes para superar lo que el Presidente de las islas Baleares, Francesc Antich, ha denominado «un país de doble velocidad».

El uso inteligente y ecológico de la fiscalidad autonómica haría viable, es decir, financiable, un cambio de prioridades presupuestarias a favor del bienestar y de la cohesión social en las Baleares. Una parte de las exigencias de macroinfraestructuras requeridas por el crecimiento turístico y residencial desaparecería, los nuevos contribuyentes turísticos financiarían con generosidad la reconversión ambiental de su impacto como consumidores sin afectar a las arcas regionales y, consecuentemente, la Comunidad Autónoma y el resto de Administraciones públicas con responsabilidades en las Baleares podrían destinar un amplio margen de su presupuesto a inversiones sociales, educativas, culturales y sanitarias.

Teniendo en cuenta que jamás había sido tan grande la disparidad entre el altísimo nivel de vida aparente y la baja calidad del estado del bienestar en las Baleares, la reforma fiscal verde contaría con un «doble dividendo», a un tiempo social y ecológico. Una perspectiva sugerente, original y necesaria a la hora de adecuar la gestión de la huella socioambiental de las Baleares y su turismo al conjunto de un planeta que busca a tientas y a contracorriente de las grandes potencias abrirse camino hacia una sostenibilidad duradera y justa.

TURISMO Y SOBERANÍA ALIMENTARIA ¹⁹³

JORDI GASCÓN y ERNEST CAÑADA

El balance de las consecuencias del desarrollo turístico no parece haber sido muy positivo para una parte importante de las poblaciones locales ni para el medio ambiente. Sin embargo, también es cierto que se han dado otras formas de turismo, en especial en zonas rurales, mucho más coherentes con criterios de sostenibilidad y con estrategias de desarrollo fundamentadas en el rol protagonista del campesinado.

La presente ponencia quiere identificar esta doble cara del turismo con dos objetivos indisimulados.

Por un lado, introducir el tema del turismo en la agenda de Plataforma Rural y consolidar el paradigma de la Soberanía Alimentaria en el Foro de Turismo Responsable¹⁹⁴ (así como otras organizaciones sociales que trabajan en el ámbito del turismo), dado que ese sector, allá donde se establece, afecta las actividades económicas preexistentes entre las que suele predominar las del sector primario.

Por otro lado, la ponencia quiere vislumbrar algunas de las posibles líneas de actuación conjunta para su priorización en el *VI Foro por un Mundo Rural Vivo* a celebrarse en Andorra (Teruel) en octubre de 2008.

El turismo en la confrontación entre Agroindustria y Soberanía Alimentaria

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

Por una parte encontramos el modelo dominante, de inspiración neoliberal, impulsado por las grandes empresas transnacionales de la agroindustria y basado fundamentalmente en la producción para la exportación. La lógica de esta concepción es que cada territorio debe especializarse en aquellas actividades que le permita tener ventajas comparativas en relación a otras zonas del planeta en una economía fuertemente globalizada. La prioridad de la agricultura, por tanto, será el cultivo de productos sustituibles para mercados lejanos. Para ello se requiere el uso intensivo de la tierra, el empleo de agrotóxicos, de semillas transgénicas, de maquinaria pesada, etc. La incentivación de la producción agropecuaria hacia la exportación promueve que se vendan productos alimentarios en otros mercados por debajo de los costes de producción (*dumping*), hundiendo las economías locales. Ante las situaciones de inseguridad alimentaria en una determinada zona o región se considera que esto no es un problema fundamental y que ya se conseguirán los alimentos necesarios

193 Ponencia marco del Grupo de Trabajo sobre Turismo presentado en el *VI Foro por un Mundo Rural Vivo* (Teruel, 2008) organizado por Plataforma Rural.

194 El Foro de Turismo Responsable es una plataforma de organizaciones sociales del Estado Español que tiene como objetivo incidir en el ámbito del turismo. En el momento de la presentación de esta ponencia lo conformaban las siguientes ONGD: ACSUD Las Segovias, Acció per un Turism Responsable –ATR, AlterNativas, ICID, Sodepaz y Zubiak Eginez.

de aquellas zonas donde sea más barato. En este modelo la unidad familiar campesina se convierte en un anacronismo que tiende a la desaparición por ineficiencia.

La expansión del modelo de agroindustria y agroexportación ha supuesto, de hecho, una agresión frontal contra la agricultura familiar campesina. Para buena parte de la población rural no queda otra alternativa que buscar otras fuentes de empleo, aumentando el fenómeno migratorio.

Por otra parte, las organizaciones rurales articuladas internacionalmente a través de La Vía Campesina, han desarrollado otro modelo contrapuesto basado en una estrategia de defensa de la Soberanía Alimentaria y de entender la alimentación como un Derecho Humano fundamental y no como una mercancía. El Primer Foro Mundial de Soberanía Alimentaria celebrada en La Habana en el año 2001 definió este concepto como:

“el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas y estrategias sustentables de producción, distribución y consumo de alimentos que garanticen el derecho a la alimentación para toda la población, con base en la pequeña y mediana producción, respetando sus propias culturas y la diversidad de los modos campesinos, pesqueros e indígenas de producción agropecuaria, de comercialización y de gestión de los espacios rurales, en los cuales la mujer desempeña un papel fundamental”¹⁹⁵

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

Ello supone, por una parte, la crítica y denuncia frontal contra todas aquellas actividades turísticas que socaven la Soberanía Alimentaria de los pueblos y reduzcan el acceso de las comunidades campesinas a los recursos básicos como la tierra, el agua o la mano de obra necesarios para la producción de alimentos dirigida al autoabastecimiento y a los mercados locales y nacionales. En lugares con un interés turístico específico, ya sea por cuestiones de ubicación estratégica o de interés paisajístico, la puesta en marcha de actividades turísticas por la iniciativa privada puede entrar en conflicto con la población campesina de la zona. Es el caso de la presión que ejercen a menudo los inversionistas sobre la población local para la compra de tierras. O el desalojo de la población local para la instalación de un hotel en un determinado lugar. O la privatización y concentración del suministro de agua en lugares donde ésta puede ser escasa con el fin de abastecer actividades de ocio vinculadas al turismo altamente consumidoras de este recurso, como son piscinas, campos de golf o jardines.

Pero por otra parte, el turismo gestionado y controlado por las familias campesinas puede ser un modo de aumentar sus ingresos y diversificarlos contribuyendo así a consolidar su economía. No puede concebirse como una actividad que pueda o tenga que sustituir la agropecuaria. Desde esta perspectiva el turismo aparece como una actividad complementaria. De hecho, el futuro del campesinado está en su plurifuncionalidad. Condenado una y otra vez a la desaparición por los teóricos del desarrollismo, el

195 “Por el derecho de los pueblos a producir, a alimentarse y a ejercer su Soberanía Alimentaria”. Declaración Final del Foro Mundial sobre Soberanía Alimentaria (La Habana, 7 de septiembre del 2001).

campesinado organizado en fincas familiares diversificadas es un actor clave tanto en la producción de alimentos como en la protección del medio y en la reducción de la pobreza.

Entendemos, en definitiva, que el análisis de los impactos de la actividad turística debe entrar en un marco de desarrollo rural basado en una estrategia de Soberanía Alimentaria según la ha desarrollado Vía Campesina.

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

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

¿Qué hacer? Posibles líneas de actuación conjunta entre Plataforma Rural y el Foro de Turismo Responsable

Frente a este contexto, las acciones a realizar se pueden sistematizar en dos tipos. Por un lado, las dedicadas a denunciar y enfrentar los impactos negativos del desarrollo de los modelos turísticos dominantes en la agricultura campesina. Por otro, incentivar el turismo campesino como estrategia a favor de un mundo rural vivo.

A continuación presentamos algunos posibles temas de actuación conjunta.

Posible argumento para la denuncia

Consistiría en visibilizar los “costes ocultos” que el desarrollo turístico comporta para las economías campesinas y la Soberanía Alimentaria. Y es que los modelos turísticos dominantes favorecen la descampesinización y la marginación del mundo rural.

- La creación de focos de desarrollo turístico suelen acentuar los desequilibrios territoriales en la distribución de servicios públicos e infraestructuras en detrimento de las zonas de vocación campesina, aumentando así su tradicional marginación.
- Esta marginación se acentúa porque, además, a esas zonas de vocación campesina se les sustrae sus propios recursos (mano de obra, tierra, agua) en favor de esos nuevos focos de “desarrollo”.

- **Mano de obra.** Este es el caso de la mano de obra, que ante la marginalización de su lugar de origen opta por emigrar a esos focos de desarrollo turístico. Este proceso de descampesinización es especialmente dramática porque suele afectar a la población más joven, lo que favorece el rompimiento del relevo generacional en el campo.
- **Tierra.** La generación de procesos inflacionarios especulativos que afectan el precio de los suelos, favoreciendo la conversión de terreno de vocación agraria en urbanizable. El surgimiento de nuevos usos de ocio del territorio, como el cinegético, está troceando y rompiendo el espacio rural a través de los cercados.
- **Agua.** Estos focos turísticos hacen un uso intensivo del agua para uso recreativo (campos de golf, piscinas, etc.) y personal (por la concentración de población en determinados periodos del año). Estas nuevas necesidades presionan a favor de políticas hidrológicas que en muchos casos desvían agua de vocación agraria o necesaria para mantener el equilibrio de los ecosistemas para esos nuevos usos.
- Este modelo de desarrollo desequilibrado que ha beneficiado el sector servicios en detrimento del sector agrario-campesino, que ha favorecido movimientos migratorios campo-ciudad, y que ha empobrecido el mundo rural, es la causa primera de algunas de las características más negativas de la economía española, como:
 - La corrupción que durante décadas ha caracterizado la economía y política española gira alrededor del sector de la construcción, que a su vez vive del desarrollo turístico (infraestructuras turísticas, casa de segunda residencia, etc.)
 - O la crisis en la que actualmente se ve inmersa el Estado español como resultado, en parte, del pinchazo de la burbuja inmobiliaria

Una economía basada en el equilibrio territorial y en apoyar el sector agrario-campesino es una economía sana y menos fluctuante.

Posibles acciones a favor del agroturismo

En las últimas dos décadas ha aumentado considerablemente la oferta de turismo rural. No obstante, las propuestas de este tipo que buscan conscientemente mantener una economía rural saludable y dignificar la vida de la población que se mantiene en zonas rurales están poco organizadas.

En este sentido, Plataforma Rural y el Foro de Turismo Responsable pueden:

- Favorecer la creación de una red de propuestas y establecimientos de agroturismo que presenten conscientemente una apuesta política a favor de un mundo rural vivo y con un menor impacto ecológico, al promover un “turismo de proximidad” que reduce el consumo energético invertido en el transporte.
- Ofrecer un referente al consumidor consciente que favorezca este tipo de turismo y lo distinga de otras formas de turismo que, si bien también tienen lugar en zonas rurales, son normalmente iniciativas foráneas que sirven de vehículo para desviar recursos rurales a favor del ámbito urbano.

LAS GUERRAS DE LAS CALCULADORAS DE CARBONO DE LAS EMISIONES AÉREAS Y LA DUDOSA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO EN AVIÓN¹⁹⁶

JORDI GASCÓN

La Organización Internacional de Aviación Civil (OACI), agencia especializada de Naciones Unidas, acaba de poner a disposición en su web una nueva calculadora de carbono¹⁹⁷ que, según asegura en un comunicado de prensa, es un “método universal, neutro y transparente para evaluar las huellas de carbono de un vuelo”¹⁹⁸. El Presidente del Consejo de la OACI, Roberto Kobeh González, afirma en este mismo comunicado que la calculadora “responde al deseo de muchos viajeros de contar con un método confiable y acreditado para calcular las huellas de carbono de un vuelo y que les permita elegir el programa más apropiado a fin de contrarrestar el impacto de sus vuelos en el cambio climático de acuerdo con la cantidad de CO₂ de la que son realmente responsables”. La calculadora cuenta con el beneplácito y el apoyo de la Organización Mundial del Turismo, que promoverá su uso y la promocionará.

No es ésta la única calculadora de carbono que existe. Hasta hoy, una de las más utilizadas ha sido la de ClimateCare¹⁹⁹, recientemente adquirida por JPMorgan Chase, la multinacional de servicios financieros. Esta calculadora se acompaña con una dudosa estrategia consistente en ofrecer la posibilidad de compensar nuestra huella ecológica aérea adquiriendo *offsets* (derechos de emisión de gases contaminantes) en proyectos de energías renovables controlados por la propia organización... como si eso permitiese realmente una reducción de la emisión de gases invernadero del medio de transporte utilizado.

El problema es que los resultados de ambas calculadoras presentan diferencias considerables: los cálculos de emisiones de la calculadora de la OACI son aproximadamente la mitad de los de ClimateCare. Así, por ejemplo, para un vuelo de ida Madrid-Montevideo, ClimateCare calcula una emisión de carbono por persona de 1,46 toneladas, mientras que el de la OACI establece 0,75 toneladas o inferior, dependiendo del tipo de avión utilizado.

Alguien se equivoca. Pero la pregunta interesante no es *quién* (posiblemente los dos), ni siquiera *cómo* (calculan), sino *por qué*. Tal vez ayude a explicar el diferente rasero de ambas calculadoras recordar cuál es el objetivo último de las organizaciones que los han creado. Así, la OACI puede tener interés en disminuir y encubrir el impacto ecológico del transporte aéreo: a fin de cuentas representa los intereses aéreos, al considerar entre sus objetivos “el fomento del progreso de la aviación civil internacional (y) el estímulo del desarrollo de rutas aéreas”²⁰⁰.

196 Artículo publicado el 27 de julio de 2008 en el diario *online Rebelión* (www.rebellion.org).

197 ICAO-OACI “Carbon Emissions Calculator” (Disponible en: www2.icao.int/public/cfmapps/carbonoffset/carbon_calculator.cfm).

198 ICAO-OACI “Comunicado de prensa: Calculadora de carbono de la OACI. Método universal, neutro y transparente para evaluar las huellas de carbono de un vuelo” (Disponible en: www.icao.int/icao/en/nr/2008/pio200803_s.pdf).

199 Disponible en: www.climatecare.org

200 “Organización de Aviación Civil Internacional”, Wikipedia (Disponible en: es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_Aviaci%C3%B3n_Civil_Internacional).

Sin embargo, para ClimateCare (y su actual propietario), el negocio parece estar en aumentar las cifras para vender más *offsets* al “viajero comprometido”²⁰¹.

Replicando la máxima nutricional que afirma que el único alimento que no engorda es el que no se come, podemos afirmar que el único viaje en avión que no contamina es el que no se realiza. El debate no se ha de centrar en si el viaje de un turista comporta una emisión de media o de una tonelada de CO₂. La media tonelada ya es, de por sí, una barbaridad.

Si queremos que la actividad turística no sea una actividad contaminante, la única solución es la promoción del turismo de proximidad. Pero sobre todo, penalizar el transporte aéreo cargando sobre él sus “costos invisibles”. No en vano se trata de una de las actividades económicas más subsidiadas mediante diversas estrategias: desde la obtención de subvenciones más o menos disimuladas (como las continuas reducciones de las tasas aeroportuarias), a la absoluta exención de impuestos sobre el combustible de la aviación comercial internacional (medida que se mantiene desde la década de 1940), o la no consideración del transporte aéreo en el Protocolo de Kyoto sobre Cambio Climático (lo que le exime de destinar recursos y esfuerzos a reducir sus emisiones de gases o a comprar cuotas de emisión).

201 Para una interesante crítica de ClimateCare, véase la página *Mitos y Fraudes* (Disponible en: www.mitosyfraudes.org/Calen4/curroClima.html).

LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO SE ENFADA POR LA ECOTASA QUE EL REINO UNIDO APLICA A LOS VUELOS COMERCIALES ²⁰²

JORDI GASCÓN

El 1 de noviembre de 2009, el Reino Unido aumentó el impuesto que tiene establecido sobre los vuelos que salen de sus aeropuertos en concepto de emisión de gases contaminantes. El denominado Air Passenger Duty, que ya lleva en funcionamiento dos años y que se prevé incrementar en el 2010, es una tasa que varía según la distancia del vuelo y que se carga en el precio del billete del usuario. El objetivo declarado del gobierno británico es reducir la emisión de CO₂ y otros gases de efecto invernadero hasta un 0.75 millones de toneladas al año²⁰³.

Este impuesto es una aportación muy pequeña por parte del sector del transporte comercial si tenemos en cuenta que su actividad está fuerte y escandalosamente subsidiada. Entre otras regalías cabe destacar que el combustible aéreo de los aviones en vuelos internacionales no paga ningún tipo de impuestos desde 1949 (recordemos que el del transporte terrestre, en toda Europa, supone más del 50% de su precio). O que el sector aéreo no entró en el Protocolo de Kioto sobre el cambio climático (está por ver si lo hará en el de Copenhague y, si es así, en qué condiciones)²⁰⁴.

Sin embargo estas prerrogativas no parecen ser suficientes para la Organización Mundial del Turismo (OMT), institución que forma parte del sistema de Naciones Unidas desde el 2003. Temerosa de que este impuesto suponga un precedente y se reproduzca en otros países, se opone aduciendo razones “humanitarias”: que los países pobres verán cómo disminuye el número de turistas y que impide el desarrollo del “turismo justo” al distorsionar el mercado²⁰⁵. Parece ser que para la OMT este status quo plagado de subsidios no “distorsiona el mercado”, igual que desconoce que son los países del Sur los más afectados por el Cambio Climático, uno de cuyos causantes es el transporte aéreo.

¡Pero qué se puede esperar de una organización que asegura que es posible reducir la emisión de gases contaminantes y a la vez aumentar el turismo internacional! Hace una par de años, el hasta hace poco presidente de la OMT Francesco Frangialli se quejaba de que los medios de comunicación y organizaciones sociales criticaban injustamente al turismo por su contribución al efecto invernadero, y decía que el sector estaba dispuesto “a cargar con su parte” de responsabilidad²⁰⁶. Es obligado ahora plantear a la OMT en qué ha de consistir esa “carga”, si ni siquiera acepta la existencia de una pequeña tasa ecológica.

202 Artículo publicado 24 de noviembre de 2009 en el diario *online Rebellion* (<http://www.rebellion.org>)

203 “Air Passenger Duty”, Wikipedia en inglés.

204 Gascón, J. (2009) *El turismo en la cooperación*. Barcelona: Icaria.

205 Canalis, X. (2009) “Los turistas británicos que viajan a España ya pagan 24,6 euros por contaminar el cielo”, *Hosteltur* (16 de noviembre)

206 “Intervención de Francesco Frangialli, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo, con ocasión de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. Nusa Dua, Bali (Indonesia), 12 de diciembre de 2007” (Disponible en: www.unwto.org)

¿A qué se debe esta política de la OMT por defender los intereses del sector empresarial turístico, que incluso le lleva a criticar duramente a una potencia como el Reino Unido²⁰⁷ y a iniciar una campaña internacional contra su política tributaria? ¿Realmente se debe a supuestos intereses humanitarios hacia los países del Sur?. Tal vez se puede adivinar la respuesta a estas cuestiones si nos fijamos qué era antes de su conversión en agencia especializada de Naciones Unidas: una plataforma formada por instituciones públicas y grupos empresariales destinada a promover el turismo de gran capital. Y quienes conforman actualmente los grupos de presión que marcan sus políticas: a parte de instituciones públicas, la casi totalidad de sus “miembros afiliados” son empresas transnacionales del sector turístico y plataformas empresariales²⁰⁸. Su ingreso en el sistema de Naciones Unidas no parece que haya supuesto un cambio sustancial en sus políticas fundacionales; si acaso, ligeramente (tampoco mucho), en su discurso.

207 País que, por cierto, acabó abandonando la OMT pocos años después de su ingreso a finales del 2005. “Kazakhstan welcomes the world of UNWTO”, Eturnews (26 de octubre de 2008). Disponible en: www.eturbonews.com

208 Véase la sección “Affiliate Members” de la página web de la OMT (www.unwto.org/afiliados/index.php).

COPENHAGUE Y DESPUÉS: EL TURISMO Y LA JUSTICIA CLIMÁTICA GLOBAL ²⁰⁹

JOAN BUADES

Introducción²¹⁰

El turismo y, en especial, el impacto del transporte aéreo internacional, ha sido uno de los grandes «olvidados» en el Tratado de Kyoto (1997-2012) para la protección del clima. Esta negligencia ha tenido un efecto catalizador en el incremento global de los Gases de Efecto Invernadero (GEI). Si no es incluido explícitamente en el nuevo tratado que debe sustituir al actual, el sostenido boom del turismo amenaza con anular a medio plazo los avances vitales en otros ámbitos.

En la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático de Copenhague (7-18 de diciembre de 2009) debe garantizarse la reducción real de las emisiones derivadas del turismo internacional, una de las primeras economías industriales del mundo, para evitar que, a través del voluntarismo empresarial y el recurso a la externalización de los costes mediante un «mercado del carbono» apoyado en nuevas formas de explotación intensiva del Sur empobrecido del Planeta, el balance absoluto sea cada vez más negativo para el clima global.

Las principales herramientas a implementar en Copenhague son la fijación de objetivos concretos, relevantes y normativos de reducción de GEI para la industria turística internacional; el derecho a una información ambiental veraz sobre su contribución mayor al efecto invernadero de origen antrópico; la puesta en marcha de fiscalidad ambiental sobre la aviación y el turismo (incluido el de cruceros) así como una transferencia de recursos y un reequilibrio en favor del Sur de las prioridades de la seguridad climática mundial.

1. Un olvido letal: el turismo como imán de destrucción climática

Durante la conferencia sobre el cambio climático de las Naciones Unidas de Bali (diciembre de 2007), Francesco Frangialli, por aquel entonces secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO), advertía al mundo:

“¡No pongan injustamente al turismo en su punto de mira! Es una actividad tan respetable como las demás, y satisface necesidades igualmente esenciales... Quienes dicen: «no viajen lejos de sus hogares y eviten tomar el avión, para ahorrar varias toneladas de emisiones de carbono», deberían pensarlo dos veces. Porque esos viajes largos conducen con frecuencia a los países donde viven los pueblos más desfavorecidos del planeta que, como sabemos, serán las primeras víctimas del calentamiento. Estas comunidades, como Bali, serían víctimas por partida doble si se las privara también de la aportación económica del turismo.”²¹¹.

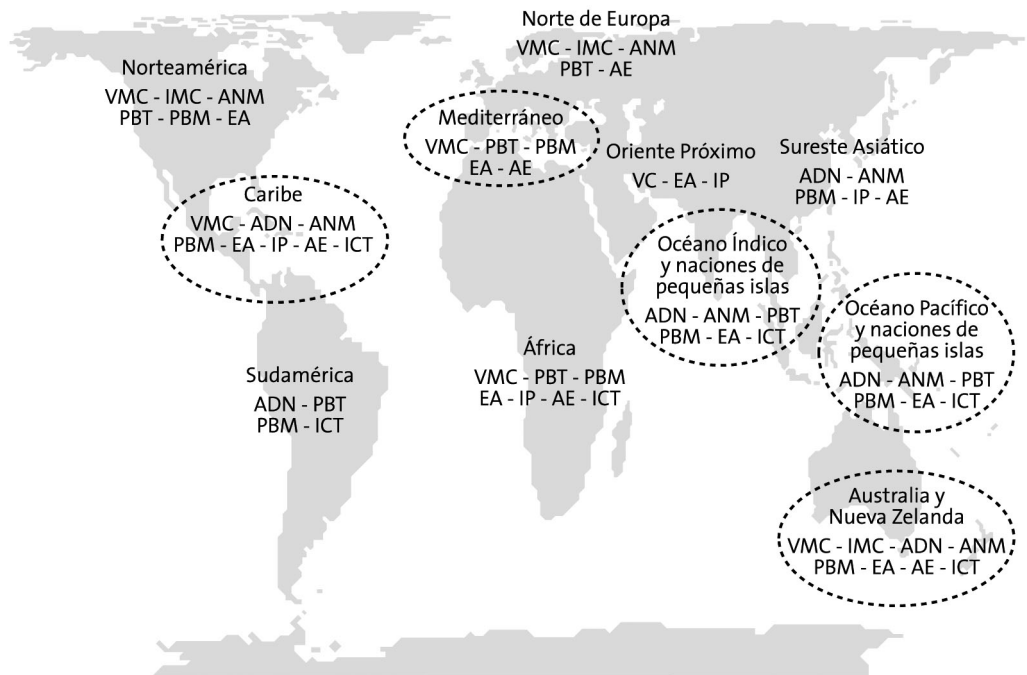
209 Artículo publicado en el número 4 (2009) de *Opiniones en Desarrollo* (www.albasud.org)

210 En la versión final del presente trabajo, el autor contó con la ayuda inestimable del profesor Iván Murray Mas, del Departamento de Ciencias de la Tierra de la Universitat de les Illes Balears en Palma (Mallorca), al cual quiere expresar su sincero agradecimiento.

211 Organización Mundial del Turismo (2008) *De Davos a Bali: la contribución del turismo al reto del cambio climático*. Madrid: OMT. pp. 10-11 [www.unwto.org]

Su mensaje clave estaba claro: obligado por la pertenencia de la OMT a las Naciones Unidas, aceptaba por primera vez el vínculo entre el turismo y el incremento del efecto invernadero a cambio de evitar cualquier reducción real de las emisiones que provoca bajo el señuelo de que la protección del clima podría empobrecer las regiones más desfavorecidas económicamente del planeta.

En ningún momento hizo alusión al preocupante consenso de la comunidad científica sobre el dramático impacto del cambio climático de origen antrópico en regiones estratégicas de la actual geografía turística mundial, como el Mediterráneo, el Caribe o los sistemas insulares del Índico y el Pacífico:



Punto crítico

- (VMC) Veranos más cálidos
- (IMC) Inviernos más cálidos
- (ADN) Aumento de los desastres naturales
- (ANM) Aumento del nivel del mar
- (PBT) Pérdida de biodiversidad terrestre

- (PBM) Pérdida de biodiversidad marina
- (EA) Escasez de agua
- (IP) Inestabilidad política
- (AE) Aumento de las epidemias
- (ICT) Incremento del coste del transporte por política ecológica

Desgraciadamente, es llamativa la falta de interés de la OMT respecto de las crecientes preocupaciones populares en el Sur por establecer una agenda propia frente al cambio climático²¹². La despreocupación de la OMT por la factura climática del turismo supera incluso la de la propia industria, la cual, a través del World Travel and Tourism Council (WTTC), llega a plantearse (aunque sin resultados visibles a día de hoy) tomar el “liderazgo” en la lucha por la protección del clima mediante compromisos cuantificados importantes de carácter voluntario en materia de reducción de CO₂ ²¹³.

¿Qué se esconde tras esta actitud poco entusiasta de la OMT con la seguridad climática? La respuesta tiene que buscarse en el temor ante el fin de la situación de privilegio, de “invisibilidad”, del sector turístico respecto del resto de economías industriales, que podría conllevar un importante aumento de los costes del transporte y a un cambio de actitud, sensible a los costes climáticos, del turista. Las consecuencias serían dramáticas para el turismo intercontinental de larga distancia y regiones como el Sudeste de Asia, el Caribe, Australia-Nueva Zelanda o África oriental y del sur. Porque, a pesar del supuesto carácter “anecdótico” de la factura climática de la industria sin chimeneas, hay evidencias crecientes de que el actual modelo turístico es ya un problema mayor para conseguir avances sustanciales en la reducción de gases de efecto invernadero (GEI). Por decirlo con el *Financial Times*: es un secreto a voces que, de seguir las cosas así, “el turismo será identificado como el enemigo ambiental número 1”²¹⁴.

En su artículo 2, el Tratado de Kyoto exoneró de cualquier objetivo global de reducción a los GEI derivados de la actividad turística internacional y remitió cualquier actuación a la decisión de una International Civil Aviation Organisation (ICAO), que renunció formalmente a fijar ninguna regulación específica ²¹⁵. Este error ha provocado un importante agujero negro en la contabilidad climática, ya que:

- El turismo (comprendiendo sólo el transporte, la hotelería y los servicios) sería responsable de un 5% de las emisiones totales de dióxido de carbono (CO₂), el principal GEI, ya que equivale al 60% del efecto invernadero de origen antrópico.
- La industria turística, especialmente a través del fuerte impacto del transporte aéreo, genera otras importantes emisiones de GEI, notablemente de óxidos de nitrógeno (NO_x). Por su interactividad con las concentraciones de metano y ozono en la atmósfera, éstas acentúan notablemente el “forzamiento radiativo” (FR) del efecto invernadero. Más o menos, las emisiones que generan los aviones en vuelo equivalen a 2.3 veces las que se producen a ras de tierra al despegar. Como resultado, el nivel real

212 Cuéllar, N., & S. Kandel (2008) *Mitigación o adaptación en Centroamérica? Construyendo una agenda propia frente al cambio climático*. San Salvador: PRISMA. [http://www.prisma2.org.sv/web/publicacion_detalle.php?id=330]

213 WTTC (2009) *Leading the Challenge on Climate Change*. Londres: WTTC [http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/climate_change_final.pdf]. pp. 25-26

214 Tomkins, R. (2006) “Welcome to the age of less”. *Financial Times*, 10 de Noviembre de 2006

215 Gössling, S., Peeters, P., & Scott, D. (2008) Consequences of Climate Policy for International Tourist Arrivals in Developing Countries. *Third World Quarterly*, vol. 29, núm. 5: 873-901. pp.876

de impacto climático del sector turístico internacional podría alcanzar, con datos de 2005, hasta el 14% ²¹⁶

- Este cálculo hay que considerarlo como conservador, ya que no incluye la energía necesaria para construir hoteles, aeropuertos, puertos, autopistas y carreteras de uso turístico o el transporte de materiales y alimentos desde el Norte a los *resorts* en el conjunto del Planeta²¹⁷. De hecho, cuando decimos que buena parte de los GEI están asociados al transporte es porque hay problemas de definición de lo que entra dentro de la factura energética turística. Si se incluyera la energía total (*embodied energy* o *energy*) requerida para sostener las sociedades altamente turisticadas habría muchas sorpresas. En el caso de Baleares, por ejemplo, en 1999 la *energy* de los bienes de consumo requeridos por la economía turística a nivel local (sin tener en cuenta la factura de sus poderosas corporaciones turísticas transnacionales) era de 100,9 Terajoules, mientras que los requerimientos energéticos domésticos eran de 103,3 Tj. Los costes energéticos del transporte fueron de 18,1 Tj para el aéreo y de 7,8 Tj para el marítimo. Es decir, el negocio turístico se alimenta de manera clara del proceso de deslocalización energética que ha permitido la irrupción de la fábrica global (y la oficina global). Estos procesos permiten saltarse de manera significativa los acuerdos de la climatocracia que dio lugar al Tratado de Kyoto, ya que ésta decide qué emisiones computan y cuáles no²¹⁸.
- Buena parte de las GEI tienen como origen el transporte, al generar nada menos que el 75% del coste climático del sector. Al considerar el FR adicional, su peso alcanza valores del 82-90%. Como subsector clave, aparece la aviación, la cual es responsable del 54% de las emisiones de CO₂ del transporte turístico y del 75% de las emisiones totales al incluir el FR. Sólo el 38% de estas emisiones, las causadas por la aviación en destinos domésticos, está incluida en la contabilidad climática sujeta al Tratado de Kyoto²¹⁹. Además, hay que llamar la atención sobre el auge del transporte marítimo vía cruceros (auténticas ciudades flotante de hasta 5.000 personas), también exonerados del Tratado de Kyoto, en áreas como el Caribe y el Mediterráneo. A escala global, el medio millón de cruceristas de los años 70 se han convertido en cerca de 13 millones a mitad de esta década. El consumo de combustibles fósiles, normalmente fuel de la peor calidad, el más barato, equivale a los GEI generados por unos 12.000 coches (Océana, 2004).

Estas cifras deben relacionarse con las extraordinarias previsiones oficiales de crecimiento tanto del turismo internacional como del transporte aéreo. Así, para la OMT, en el horizonte del 2020, el volumen de turistas internacionales llegará a los 1.600 millones, esto es, se

216 Broderick, J. (2009) "Voluntary Carbon Offsetting for Air Travel", in S. Gössling, & P. Upham *Climate Change and Aviation*. Londres: Earthscan. pp. 329-346, p.339; Simpson, M. C., Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., & Gladin, E. (2008) *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*. París: UNEP & University of Oxford & UNWTO & WMO.

217 Simpson *et al.* (2008) *Op. cit.* p. 66.

218 Murray, I., Blázquez, M., & Garau, J. M. (2001) "La qüestió energètica a les Illes Balears", en C. Manera (ed.) *Història ecològica de les Balears*. Palma: Leonard Muntaner. pp. 121-136

219 Gössling *et al.* *Op. cit.* p.875

habrá triplicado desde 1995, cuando había 565 millones²²⁰. Airbus, uno de los dos grandes gigantes de la construcción aeronáutica mundial, prevé, por su parte, un crecimiento sostenido del número total de pasajeros del orden del 4.9% para el período 2007-2026, lo cual implicaría un aumento anual de un mínimo del 3% de las emisiones invernadero del transporte aéreo²²¹. Hacia 2035 las emisiones de CO₂ podrían crecer un 152% y el FR se dispararía un 188% más, arrastradas por el extraordinario incremento del tráfico aéreo. Teniendo en cuenta que el peor escenario de proyección de incremento global de GEI contemplado por el Panel Internacional sobre el Cambio Climático de las Naciones Unidas (IPCC)²²² se sitúa en un máximo de +88% para el período 2000-2030, el contraste no puede ser mayor²²³. Por lo tanto, si no hay cambios significativos en Copenhague, tanto el récord en turistas internacionales como la cuota de consumo aéreo comprometerán decisivamente la política climática global.

En un segundo nivel de percepción, hay que llamar la atención sobre cómo allí donde se ha impuesto masivamente la industrialización turística ha comportado la entrada en un régimen de modernización consumista (de energía, materiales, en el modelo de transportes, etc.) *sin* un bienestar comunitario paralelo para las sociedades locales. En el Sur, si nos fijamos en el ejemplo de la República Dominicana, constatamos que, tras multiplicar por 10 el número de turistas entre el 1985 y el 2005, seguía confinada en el magro número 91 del Índice de Desarrollo Humano de las Naciones Unidas (<http://hdrstats.undp.org>). En el Norte, el caso de las islas Baleares es paradigmático: a pesar de su éxito turístico, los estándares de bienestar han seguido una trayectoria decreciente y hoy se sitúan en la cola de España en ámbitos como la educación, la sanidad o la protección social²²⁴. Mientras tanto, la huella ecológica (*sin* incluir la responsabilidad climática global de sus importantes empresas turísticas transnacionales) directamente atribuible a la economía turística representa el consumo equivalente de 1.76 archipiélagos y, si sumamos sus efectos derivados de aquella en la vida cotidiana, se multiplica hasta las 5.7 veces la “necesidad” de consumo de los bienes naturales disponibles a escala balear²²⁵. Ante la alarma que intentan generar organizaciones como la OMT en las sociedades del Sur que aspiran a mejorar su bienestar mediante un turismo internacional que ahora se vería recortado por culpa de la protección del clima, no hay que confundir el número creciente de turistas como sinónimo de bienestar real comunitario, ya que son mucho más relevantes factores como el gasto por turista a escala local, el nivel de salarios o el reparto hacia todas las clases sociales de la riqueza generada por la industria turística. En demasiadas sociedades del Sur, los éxitos macroeconómicos del turismo no se corresponden con una mejora de los índices de bienestar de la mayoría²²⁶.

220 www.unwto.org/facts/eng/vision.htm

221 Gössling *et al. Op. cit.* p.873

222 <http://www.ipcc.ch/index.htm>

223 Simpson *et al. Op. cit.* pp.143-144

224 Buades, J. (2006) *Exportando paraísos: La colonización turística del planeta*. Palma: La Lucerna. pp. 25-28

225 Murray, I. & Rullan, O. & Blázquez, M. (2005) “Las huellas territoriales de deterioro ecológico. El trasfondo oculto de la explosión turística en Baleares” *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. IX, núm 199: 181-204. [<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-199.htm>]

226 Gössling *et al. Op. cit.*

Desde la firma del Tratado de Kyoto, existe un tercer factor de relación negativa entre el cambio climático y el turismo internacional que tiene al Sur empobrecido del Planeta como escenario. El enfoque en términos mercantilistas de la reducción de los GEI, a través del establecimiento de “mercados de carbono” y mecanismos como los Mecanismos de Desarrollo Limpio (CDM en inglés), reflejan el dominio del Norte y sus conglomerados industriales a la hora de enfocar la estabilización del clima. Por un lado, los “derechos de emisión” los detentan sorprendentemente quienes contaminan más (caso de los “mercados del carbono”). Paralelamente, los MDL fomentan la “necesidad” de proteger o explotar (por ejemplo, para producir biocombustibles) los últimos espacios tropicales o de alto valor ambiental aunque sea a costa de los intereses y estilo de vida de las comunidades locales²²⁷.

Como efecto colateral muy relevante a la conversión del Sur en una planta de reciclaje climático del sistema de vida insostenible del Norte, se abre paso velozmente la oferta “verde” desde los estados industriales hacia lugares cada vez más exóticos hasta ahora no afectados por industria turística global. Así, en su Visión 2020, la OMT contempla los mayores crecimientos absolutos del turismo internacional en Asia oriental-Pacífico (que habrá quintuplicado su número desde 1995, hasta los 397 millones) y las Américas (casi triplican llegando a los 282 millones) mientras que África tendrá uno de los mayores aumentos relativos, cuadruplicando su capacidad de acogida hasta los 77 millones²²⁸.

Una parte importante del reclamo de estas nuevas localizaciones tiene que ver con su extraordinaria biodiversidad²²⁹. Sin lugar a dudas, el atractivo reforzado de estas localizaciones vacacionales alternativas impulsará el crecimiento de la oferta de vacaciones de largo recorrido y, por consiguiente, la contribución cada vez mayor del turismo al efecto invernadero.

En contraste con esta avidez viajera de alto riesgo para el clima, hay que llamar la atención sobre el carácter elitista del actual turismo internacional: sobre una base anual, menos del 2% de seres humanos pasan sus vacaciones allende sus fronteras estatales, esto es, poco más de 130 millones de personas²³⁰. La disparidad entre beneficiarios y riesgo es tan enorme que sólo puede ser explicada en base a la incomparable falta de regulación ambiental, de transparencia financiera y democrática a escala global de que ha gozado la industria turística internacional en el último medio siglo y que le ha permitido convertirse en la primera economía legal del Planeta²³¹.

La industria turística y una muy escasa capa de privilegiados se están apropiando injustamente de *bienes comunes* a doble escala (el clima o aire respirable, a nivel global; el hábitat de vida de amplias áreas del Sur, hablando en términos regionales)²³². Por ello, se hace más urgente que nunca un cambio real de prioridades que permita avanzar

227 Lohmann, L. (2006) Carbon Trading. A critical conversation on climate change, privatisation and power. Uppsala: The Dag Hammarskjöld Centre. [http://www.dhf.uu.se/pdfiler/DD2006_48_carbon_trading/carbon_trading_web.pdf]; Cuéllar *et al.* *Op. cit.*

228 www.unwto.org/facts/eng/vision.htm

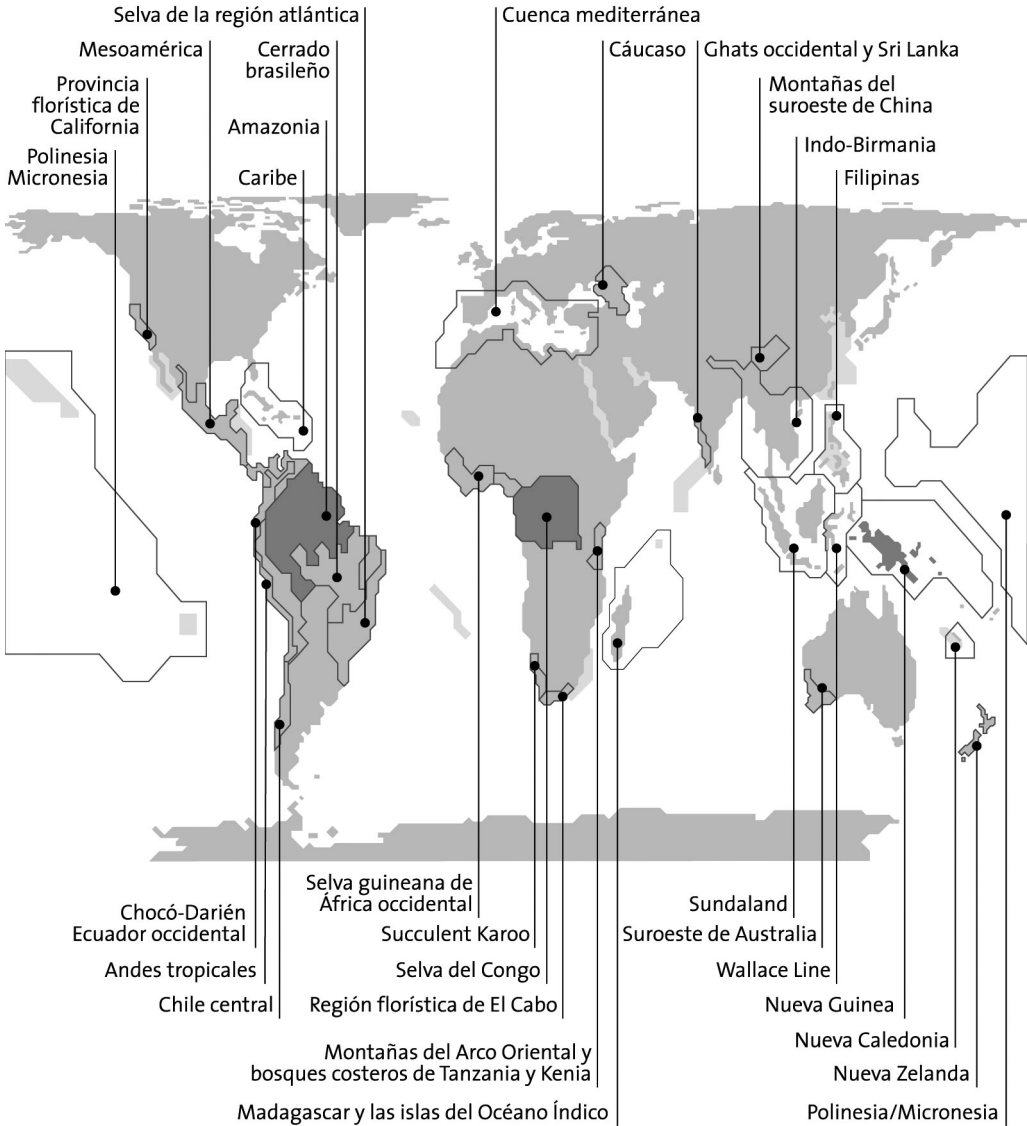
229 Christ, C. & Hillel, O. & Matus, S. & Sweeting, J. (2003) *Tourism and Biodiversity. Mapping Tourism's Global Footprint*. Washington: Conservation International. [www.unep.org/PDF/Tourism-and-biodiversity.pdf]

230 Simpson *et al.* (2008) *Op. cit.* pp. 66.

231 Buades (2006) *Op. cit.* pp.41-58

232 Harvey, D. (2006) *Spaces of Global Capitalism*. Londres: Verso.

hacia una justicia climática capaz de garantizar un aire respirable para todo el mundo y verdaderas oportunidades de bienestar humano en el Sur, donde vive la mayor parte de la Humanidad.



PUNTOS CRÍTICOS DE BIODIVERSIDAD

PRINCIPALES ÁREAS TROPICALES SILVESTRES Y ZONAS DE ARRECIFES DE CORAL

Puntos críticos
 Principales áreas tropicales
 Zonas de arrecifes de coral

Fuente: Christ, Hillel, Matus, & Sweeting, 2003, p. 5.

2. Turismo: de la IRSC a la cooperación con la justicia climática global

Hasta el momento, la actuación de la industria turística internacional ha estado caracterizada por su *irresponsabilidad social corporativa* (iRSC). De hecho, su sustracción a toda regulación vinculante en materia de seguridad climática y transparencia general ha comportado, como hemos visto, una creciente inquietud mundial, ya que sus éxitos permanentes en pasajeros transportados y en extensión de destinos constituyen un colosal desafío de cara al cumplimiento de los objetivos de reducción de los GEI letales para el clima.

La OMT, paradójicamente una organización afiliada al sistema de Naciones Unidas, ha reaccionado tarde y mal al fin del secretismo sobre la contribución mayor del sector turístico al cambio climático. Hasta la conferencia de Davos de octubre de 2007, la OMT se mantuvo al margen de los esfuerzos de la comunidad internacional por proteger el clima. En su primera y única toma de posición en la citada conferencia, los compromisos adquiridos fueron manifiestamente vagos e impropios de una organización pública internacional que debe velar por los bienes comunes²³³:

- Evitó expresamente fijar ningún objetivo concreto de reducción de GEI.
- Se ofreció a los países del Sur, especialmente a los estados insulares amenazados de desaparición física, para asesorarles a la hora de participar en proyectos de MDL, una herramienta controlada por los estados y corporaciones del Norte para usar el Sur como sumidero de carbono.
- Expresó su deseo de “esforzarse” por conservar la diversidad biológica de “los pulmones del Planeta” para también garantizar “un uso sostenible a largo plazo de la base de recursos ambientales del turismo”.
- Alentó a los consumidores a ser más cuidadosos con su huella individual de carbono.

Paralelamente, con un retraso aún más llamativo, el WTTC, como lobby de las corporaciones turísticas transnacionales, ha intentado posicionarse justo antes de la Conferencia de Copenhague como “líder ante el reto del cambio climático”. Para ello, ha confeccionado un decálogo de compromisos que, a pesar de ser más concretos que los de la OMT, denotan también una preocupante lejanía respecto a lo debería considerarse una auténtica responsabilidad social corporativa (RSC) ante el cambio climático. Sintéticamente, vale la pena destacar²³⁴:

- La aspiración de reducir voluntariamente un 50% las emisiones de CO₂ (y sólo éstas) para 2050, fijándose un objetivo intermedio del 30% si hay nuevo tratado poskyoto o sólo del 25% si no lo hay (sic).
- El propósito de apoyar las mejoras tecnológicas y en eficiencia energética tanto en sectores como la aviación como para el uso de las comunidades locales.
- La búsqueda de nuevos estándares de medición de los progresos en la reducción de GEI, al margen de los suministrados por el IPCC.

233 Organización Mundial del Turismo (2008) *Op. cit.* pp. 3-6

234 WTTC *Op. cit.*

- El apoyo directo a la reducción de la deforestación y la degradación de los bosques a través del partenariado privado.

El trasfondo de la posición tanto de la OMT como del WTTC es evitar cualquier regulación vía tratado internacional de objetivos y mecanismos concretos de reducción de GEI y preservar un amplio margen de maniobra para que las corporaciones puedan dotarse de códigos y planes voluntarios basados en micromedidas positivas pero sin trascendencia real en la contabilidad climática global, ya que el horizonte sigue siendo generar el máximo de turistas y pasajeros de avión posibles en las próximas décadas.

Ante estas decepcionantes tomas de posición corporativas, la Conferencia sobre el Cambio Climático de Copenhague de diciembre de 2009 tiene ante sí el reto de poner al día el Tratado de Kyoto (1997-2012) terminando con la excepción turística y favoreciendo nuevas herramientas ambientales que permitan avanzar decididamente hacia una justicia climática global basada en el respeto y la primacía de las necesidades del Sur empobrecido del Planeta sobre el de los intereses crematísticos de las Corporaciones transnacionales. La importancia de llamar la atención sobre la creciente factura climática del turismo reside, precisamente, en su complementariedad con las propuestas de justicia global sin trampas como la que propone el movimiento popular internacional Vía Campesina mediante la llamada “soberanía alimentaria”²³⁵.

A nuestro entender, hay cinco direcciones estratégicas que deben quedar claramente explicitadas en el nuevo Tratado de protección del clima, a saber:

1. Tiene que tener un carácter global e inclusivo de todos los sectores industriales que contribuyen decisivamente a la generación de GEI. Es un hecho ya indiscutible que el turismo, la primera industria legal del mundo, tiene un impacto mayor en el efecto invernadero de origen antrópico, cifrado en niveles de entre el 5% y el 14% de media global, con una tendencia extraordinaria al alza para el próximo futuro debido a su dependencia cada vez mayor del transporte aéreo. Para el caso británico, por ejemplo, se considera que una cuarta parte de los objetivos de reducción de GEI para el 2050 tienen como responsable a la aviación²³⁶. Por ello, el nuevo Tratado debe subsanar el error del de Kyoto e incluir explícitamente en lugar preferente y en su parte normativa tanto el turismo como el tráfico aéreo y marítimo internacional. Sólo así puede garantizarse a medio plazo que los objetivos de reducción podrán cumplirse gracias al concurso de todos los sectores económicos relevantes.
2. Debe proponerse objetivos concretos relevantes y concretos de reducción del conjunto de GEI generados por el turismo así como el transporte aéreo y marítimo asociado. El punto de encuentro debe ser hacer viable el objetivo planetario de reducción del 85% al 50% de los GEI en 2050 respecto a 2000, lo que permitiría –según el IPCC– estabilizar el aumento de temperatura media del Planeta en valores de +2°C - +2.4°C en relación a la época preindustrial. 2015 debería constituir el año cumbre a partir del

235 Vía Campesina (2009) “Llamada para movilizarse por un planeta frío: Copenhague, Diciembre 2009” ADITAL, *Noticias da América Latina e Caribe*, 7 de Julio de 2009. [<http://www.adital.com.br/site/noticia.asp?lang=ES&cod=39638>]

236 GreenAir (2009) *Climate czar concedes that aviation CO2 emissions could form a quarter of total UK output by 2050*. Consultado el 3 de Julio de 2009 en *Greenaironline.com*.

cual empezar a recortar significativamente los GEI. La reducción no sería uniforme, sino que los países industriales del Norte tendrían que recortar entre el 80% y el 95% de su cuota de emisiones hasta 2050 (el 25-40% antes de 2020)²³⁷.

3. En conjunto, las emisiones de GEI del sector turístico deberían reducirse en un 80-90% para 2050 con un objetivo intermedio de -35/-45% para 2020. Este horizonte de reducción tiene que modularse según su grado de impacto sectorial a fin de estimular de manera proporcionada la reconversión ambiental de los diferentes subsectores turísticos (aviación, cruceros y automóviles, como prioridad, pero también solarización de instalaciones y servicios hoteleros y residenciales). Igualmente, debería garantizar el abastecimiento alimentario y de servicios local o regional, ya que el actual recurso generalizado por las ETN turísticas a su importación desde el Norte no tiene sentido ni ambiental ni social, aunque si lo tenga en términos crematísticos para el capital (corporaciones transnacionales). Igualmente, por la estructura de negocio del sector, extraordinariamente dominado por transnacionales de países industriales, las reducciones deberán operarse muy mayoritariamente en el Norte. Este detalle modulado de los objetivos de reducción ayudaría a generalizar y acelerar las mejoras en eficiencia tecnológica y de gestión del transporte mientras que abriría el camino a la minimización en el uso de materiales y para la modernización ecológica de las instalaciones existentes vía energías renovables.
4. Como elemento clave de toma de conciencia democrática global, hay que garantizar el derecho de toda la ciudadanía a la consulta sin fronteras, fácil y directa (incluyendo la electrónica) de información ambiental veraz en materia de cambio climático, certificando la transparencia de los datos y de los informes de progreso bajo supervisión del IPCC y la tutela de las Naciones Unidas. El banco de datos sobre GEI y el cambio climático debe contener información sectorial contrastada, incluyendo informes periódicos de progreso, mereciendo el turismo y el tráfico aéreo, por sus extraordinarias implicaciones con el futuro climático común, un capítulo específico destacado.
5. Sin perjuicio de instrumentos de regulación general sobre nuevos estándares (más restrictivos) permitidos de emisiones de GEI, la implementación de fiscalidad ambiental también sobre el turismo, especialmente el vinculado a vuelos transcontinentales, a los viajes en crucero, al transporte privado transfronterizo por carretera y el intercontinental de materiales y mercancías por avión y barco destinado a proveer bienes y servicios de uso turístico y residencial. El nuevo tratado debe dar carta de naturaleza a nuevas herramientas fiscales de alcance global en forma de:
 - Ecotasa mundial sobre el combustible de la aviación. Hasta hoy, sólo los EUA y los Países Bajos han introducido tasas sobre el fuel de los vuelos domésticos y que el combustible usado por la aviación internacional no paga ningún tipo de tasa por contaminación. En el caso neerlandés, el ticket de avión para vuelos domésticos en el marco de la UE o inferiores a 2.500 km pagan una tasa de 11.25€ mientras que

237 IPCC. (2008) *Fouth Assessment Report. Working Group III "Mitigation of Climate Change"*. Nueva York: Cambridge University Press. [<http://www.ipcc.ch/ipccreports/ar4-wg3.htm>] pp. 776.

el resto abona 45€ por el mismo concepto²³⁸. ATTAC ha calculado que una ecotasa global sobre la tonelada de queroseno a 3,65\$ produciría unos ingresos de 74.000 millones de dólares al año²³⁹. De manera mucho más ambiciosa ambientalmente, el IPCC apunta que una ecotasa sobre el carbono equivalente a 20\$ por tonelada de queroseno conllevaría el interesante efecto colateral de reducir entre un 15% y un 30% el volumen de tráfico aéreo, bien por transferencia a otros sistemas de transporte bien por incentivo a la eficiencia energética²⁴⁰.

- Carga mundial por derechos de emisión de GEI. Aunque serviría básicamente al mismo objetivo (la tasación de la producción de carbono en el transporte aéreo), el establecimiento de “derechos de emisión” sobre GEI en la aviación podría ser una vía alternativa para gravar de manera disuasoria el turismo aéreo internacional tal vez más fácil que la ecotasa sobre el combustible. La razón principal es que los “derechos de emisión” no están aún regulados en ningún acuerdo sobre tráfico aéreo mientras que los acuerdos sobre tasación de combustibles para la aviación existen desde hace tiempo y podrían costar mucho más removerlos²⁴¹.
- Por una vía u otra, lo decisivo es garantizar que el nivel de gravamen sea auténticamente disuasorio, es decir, orientado no a la recaudación de ingresos sino a incentivar la disminución real y relevante del volumen de turismo internacional mediante aviones y coches privados. Sólo así se garantizaría su utilidad para avanzar hacia la seguridad climática en un sector tan relevante. Si se actúa con criterios de justicia climática y social, esta reducción del volumen del turismo aéreo internacional podría incluso mejorar el bienestar de muchas sociedades *turistizadas* del Norte y el Sur así como ser un acicate para la transición hacia modelos turísticos que tuvieran en cuenta el ambiente y garantizaran los derechos sociales y democráticos de las comunidades locales ante los abusos de las transnacionales del sector²⁴².
- En cuanto a la recaudación global, de un volumen considerable (unos 400.000 millones de dólares el primer año) y tendencialmente decreciente en la medida de que la ecotasa o “derecho de emisión” sea exitosa, tendría que dirigirse a apoyar financieramente la creación de alternativas de transporte más eficiente en términos ambientales que la aviación, el transporte marítimo en cruceros y el coche privado así como la reconversión solar de la oferta turística hotelera y residencial en todo el Planeta, dando prioridad a las inversiones en los estados del Sur, que tienen una contribución menor per cápita a las emisiones de GEI de origen antrópico.

238 Gössling et al *Op. cit.* pp. 879

239 Cossart, J. & Gourguechon, G. & Harribey, J.-M. & Trouvé, A. (2009). *De la fin des paradis fiscaux aux taxes globales*. Montreuil-sous-bois: ATTAC. pp. 33 [<http://www.france.attac.org/spip.php?article9738>]

240 UNWTO & UNEP (2008) *Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges*. Madrid: UNWTO. pp. 157. [<http://www.unwto.org/sustainable/doc/climate2008.pdf>]

241 Daley, B. & Preston, H. (2009) “Aviation and Climate Change: Assessment of Policy Change”, in S. Gössling, & P. Upham *Climate Change and Aviation. Issues, Challenges and Solutions*. Londres: Earthscan. pp. 347-372.

242 Buades (2006) *Op. cit.*; Buades, J. (2009) *Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico*. Barcelona: Icaria.

- Por poner un ejemplo, en un viaje de 1.000 km del sur al norte de Suecia, la diversidad de costes en carbono es radical: si se efectúa el trayecto con los Ferrocarriles Suecos, propulsados con energías renovables, se generarán menos de 10 gramos de CO₂ por pasajero; si se opta por el avión, en el mismo trayecto cada pasajero emite más de 150 Kg de CO₂ a la atmósfera²⁴³ (UNWTO y UNEP, 2008, p. 168).
 - La ecotasa o la carga por emisión de carbono deben contribuir, pues, a la creación, especialmente en el Sur, de redes ferroviarias y alternativas de transporte marítimo y colectivo terrestre que permitan reducir significativamente el coste climático del turismo internacional. Paralelamente, deben contribuir a la reconversión energética limpia de las sociedades afectadas por la industrialización turística, reverdeciendo su modelo energético a partir de fuentes renovables como la fotovoltaica, eólica y térmica y regulando, de manera normativa, que toda la oferta hotelera y residencial, más los servicios anexos, tienen que nutrirse exclusivamente con este tipo de energías de futuro.
6. El cambio de prioridad del modelo global de protección del clima en favor del Sur, que agrupa la parte mayoritaria de la población humana y la más sostenible en términos de emisiones de GEI per cápita. La idea de fondo es vincular con la idea de justicia la solución de un problema crucial del cual depende el futuro de toda la humanidad. El origen del cambio climático y su continuo agravamiento tienen como responsable evidente el modelo de industrialización consumista impulsado desde el Norte. Incluso los países emergentes en generación de GEI como China e India pueden explicar buena parte sus crecientes emisiones en términos de efectos colaterales de sus necesidades energéticas a corto plazo para abastecer con productos baratos los mercados del Norte. Por lo tanto, el nuevo Tratado debería reconocer su “deuda” con el Sur en forma de compensación por haber sido injustamente desposeído de *bienes comunes* (el clima terrestre, los sumideros regionales de carbono o la producción de biocombustibles en su territorio sin participación ni co-decisión de las comunidades locales)²⁴⁴. Esta justicia climática sería la base de una auténtica política de “seguridad global” que evitara nuevos conflictos por los refugiados ambientales o por los bienes comunes como la biodiversidad, la tierra o el agua ²⁴⁵.

En ese cambio de tendencia hacia la justicia climática, hay que repensar dos elementos fundamentales:

- El reparto de los derechos monetarizables de “contaminación” que sirven de base al mercado del carbono. En lugar de que la inmensa mayoría de titulaciones de emisiones estén en manos de estados y corporaciones que tienen el récord de GEI per cápita, estos derechos deberían pasar, en justicia, a ser detentados mayoritariamente

243 UNWTO & UNEP (2008) *Op. cit.* pp. 168

244 Carbon Trade Watch (2008). *La política del cambio climático. Entrevista con Larry Lohmann*. Consultado el 5 de Julio de 2009 en Carbon Trade Watch: http://www.carbontradewatch.org/index.php?option=com_content&task=view&id=240&Itemid=36.

245 “Climate Change and Displacement”. *Forced Migration Review*, núm. 31 (2008). Oxford: University of Oxford y UNEP. [<http://www.fmreview.org>]

por los estados que menos contaminan. Ello redundaría en un notable aumento del poder económico y democrático de las sociedades del Sur y supondría un incentivo inmediato para la cooperación en términos mucho más igualitarios entre el Norte y el Sur.

- La necesidad de un organismo público supranacional con capacidad de supervisión del cumplimiento del nuevo Tratado, que sustituya el actual vacío de responsabilidad global. Se trataría de una especie de *Consejo de Seguridad y Justicia Climáticas*, sin derecho de veto, con una representación plural donde la mayoría la ostentaran las regiones con menos emisiones de GEI per cápita.

Con estas nuevas bases, se abriría camino el cambio de la actual agenda sobre mitigación y adaptación del turismo al efecto invernadero a favor de beneficiarios diferentes, hasta ahora abandonados por las élites burocráticas y económicas que han monopolizado el camino a Copenhague:

- Las regiones del Sur más inmediatamente amenazadas por la catástrofe climática (como buena parte de los archipiélagos e islas del Índico y del Pacífico), las cuales deben tener prioridad absoluta a la hora de preservar su hábitat de vida o, llegado el caso, a la hora de encontrar un lugar de acogida comunitaria si aquel desapareciera.
- Las comunidades del Sur que apuesten por modelos de vida ambientalmente sostenibles y al servicio del bienestar comunitario local, sean o no de naturaleza turística, como los que propone *Vía Campesina*. Especialmente para el caso de que optasen por promover proyectos vacacionales en base a impacto cero en carbono, deberían disponer del apoyo financiero y técnico a través de los fondos provenientes de las herramientas de fiscalidad ecológica citadas para la completa ambientalización del transporte, el sistema energético, los materiales y servicios, así como para poner en marcha proyectos de turismo comunitario. En todo caso, la oferta turística promovida por las transnacionales del sector tiene que estar vinculada en todas sus localizaciones a los objetivos de reducción del nuevo Tratado y debe ser sometida a supervisión pública también de las autoridades ambientales locales y regionales.

PERSPECTIVAS DEL TURISMO COMUNITARIO: CÓMO MANTENER VIVAS LAS COMUNIDADES RURALES²⁴⁶

ERNEST CAÑADA

El Turismo Comunitario (TC) es un tipo de turismo en el que la población rural, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejercen un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. El TC no sustituye a las actividades agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería, pesca o artesanía), sino que es una forma de ampliar y diversificar las opciones productivas de las comunidades rurales y complementar así las economías de base familiar campesina.

Su desarrollo ha sido contradictorio y controvertido. A partir de la experiencia centroamericana podemos identificar algunas de sus principales aportaciones allí donde ha logrado consolidarse:

- **Diversificación productiva, creación de empleo y generación de recursos económicos directos.** El turismo ha sido una vía de diversificación de las actividades productivas de las comunidades rurales. La puesta en marcha de servicios turísticos ha generado nuevas fuentes de empleo en múltiples ocupaciones, tanto para los propios propietarios de las iniciativas de alojamiento, como para empleados de éstas o por parte de proveedores de servicios o bienes diversos. Estos empleos no sólo han generado ingresos monetarios, sino que al ser distribuidos a lo largo de todo el año han permitido que las familias implicadas en dichas actividades hayan podido mejorar su bienestar y condiciones de vida, especialmente en alimentación y educación.
- **Mantenimiento de propiedades y mejora de infraestructuras.** El desarrollo de actividades turísticas por parte de las comunidades o algunos de sus miembros ha contribuido a una revalorización de los bienes y recursos comunitarios, como la tierra, el bosque o el agua. Cuando los comunitarios han estado muy organizados, este incremento del valor de estos recursos, principalmente la tierra, ha contribuido a su mantenimiento frente a las presiones del mercado para su venta. Además, las infraestructuras familiares y comunitarias creadas para atender a los turistas (habitaciones, comedores, albergues, salas de actos) han tenido también otros usos, beneficiando así a las poblaciones locales. El TC ha permitido una mayor capitalización del campo en manos de la población local.
- **Dinamización de la economía local.** Los beneficios generados por la actividad turística también han sido utilizados en el progreso y fortalecimiento de otras actividades productivas dentro de las mismas cooperativas o comunidades rurales. Hay diversos ejemplos de cómo a través de los ingresos generados por el turismo se han logrado renovar las plantas de café o construir infraestructuras necesarias para la transformación y agregación de valor de la producción agrícola. Al mismo tiempo ha generado una fuerte demanda vinculada a la producción y venta de alimentos y bebidas, alquiler de servicios, transporte, etc.

246 Artículo publicado originalmente en el número 41 de la revista *Pueblos* (marzo de 2010).

- **Protección y democratización en el acceso a los espacios rurales.** Frente a otros modelos de desarrollo turístico, como el turismo residencial, por ejemplo, que provocan una *elitización* y privatización del territorio, por cuanto su acceso queda restringido para uso y disfrute de sectores con mayores recursos económicos, el TC pone a disposición de la gran mayoría de la población espacios, infraestructuras y servicios. A pesar de su excesiva dependencia del mercado internacional, el grueso de la oferta y precios establecidos facilitan el acceso de la mayoría de la población, especialmente de los sectores populares de los países en los que se desarrolla. Por otra parte, la gran mayoría de iniciativas comunitarias se han desarrollado a la par que estrategias de protección y cuidado del medio ambiente impulsadas por la propia población local.
- **Cambios en las relaciones de género.** Los trabajos de atención y servicio a los turistas, a excepción de los de guía, han recaído en su mayoría en las mujeres de las comunidades. Este protagonismo, vinculado a una actividad que está reportando ingresos económicos significativos, ha generado algunos cambios en las relaciones de poder consuetudinarias entre hombres y mujeres. Las mujeres vinculadas a este tipo de actividades turísticas han incrementado su participación y protagonismo en los asuntos públicos de la comunidad. Y no es menos cierto que la presencia en zonas rurales de hombres y mujeres de otras partes ha permitido a las poblaciones rurales, y especialmente a las muchachas jóvenes, el contacto, intercambio y conocimiento de otras formas de plantearse la vida, la maternidad, las relaciones de pareja, las preferencias sexuales, el trabajo doméstico, etc.
- **Oportunidades de enriquecimiento cultural.** El desarrollo de actividades turísticas en el campo y en las que el principal motivo de atracción tiene que ver con la propia vida rural ha sido una oportunidad para la revalorización y reconocimiento de lo rural, su cultura material (arquitectura, trabajos, cocina...) y sus distintas expresiones culturales artísticas (música, bailes, canciones...). En demasiadas ocasiones la población urbana vive de espaldas a la cultura rural. El turismo pone en valor aspectos de la vida cotidiana de las comunidades que suponen un motivo de reconocimiento y autoestima. Por otra parte, el contacto con población de otros lugares y países ha sido una oportunidad especial para la gente del campo para enriquecerse culturalmente. Las formas de turismo más vinculadas al voluntariado y a la solidaridad internacional han sido especialmente propensas a la generación de este tipo de procesos.

Retos

A pesar de los aportes del TC allí donde ha logrado consolidarse, también es cierto que no todas las iniciativas emprendidas han podido sobrevivir. Lograr la viabilidad económica es el gran reto que afronta el TC en estos momentos. La clave para que el TC pueda llegar a ser un factor de desarrollo rural es que las iniciativas comunitarias puedan poner en marcha una oferta de calidad, diferenciada, y una capacidad de gestión y comercialización que les permita funcionar más allá del apoyo de la cooperación internacional. Para ello hay múltiples factores en los que incidir: disponer de infraestructuras y vías de acceso adecuadas, generar una oferta de actividades y servicios de calidad, posicionarse de forma diferenciada, optimizar las capacidades de administración, acceder a sistemas de financiación, mejorar las capacidades de promoción y comercialización, etc.

Pero afrontar el reto de la viabilidad económica no es un asunto meramente técnico, sino de orientación política sobre el tipo de desarrollo rural al que se aspira. Ser viables económicamente no pasa necesariamente por la especialización y la conversión de las iniciativas comunitarias en empresas dedicadas en exclusiva a la actividad turística. Las orientaciones que propugnan la especialización turística y el logro de ventajas comparativas en la prestación de dichos servicios no tienen en cuenta principios básicos de la economía campesina, en la que se inserta el TC. En el contexto rural actual en Centroamérica la especialización turística supone vulnerabilidad y dependencia en relación a un rubro externo cuya dinámica no pueden controlar las organizaciones comunitarias. Por el contrario, el turismo debe formar parte de una estrategia de diversificación productiva, dentro de una dinámica de complementariedad, no sustitutiva, de las actividades agropecuarias tradicionales.

Para las familias campesinas lo esencial es garantizar su alimentación y el impulso de otros rubros, como el turismo, necesariamente queda supeditado a lo fundamental: producir alimentos. En toda esta discusión la palabra clave es diversificación, no especialización. Los servicios turísticos pueden ser un medio de ampliar las actividades productivas, del mismo modo que lo pueden ser otras actividades; pero no la única vía, ni necesariamente la más importante, y mucho menos una opción para todo el mundo. Es por ello que es especialmente importante que los planes de desarrollo comunitario no estén centrados en un solo rubro, ya sea el turismo o cualquier otro, sino en la diversidad y complementariedad de acciones que pueden favorecer al conjunto de su población y que, a su vez, traten de evitar los riesgos de generar nuevos procesos de diferenciación y agudización de las desigualdades.

Al mismo tiempo hay que ser conscientes de los alcances reales del mercado turístico y evitar falsas expectativas. No todas las comunidades en el ámbito rural pueden esperar tener el mismo éxito con el turismo. Sencillamente no es posible que la demanda pueda ampliarse indefinidamente. Poner en marcha iniciativas turísticas comunitarias es complicado y requiere voluntad, esfuerzo, organización, pero también algunas condiciones (atractivos turísticos, accesibilidad, diferenciación, etc.).

Uno de los rasgos que ha caracterizado al TC es su excesiva dependencia del exterior. Son muchos los motivos por los que debería reducirse esta situación. El modelo turístico dominante, sostenido por los costes relativamente baratos de los billetes de avión, está entrando en graves aprietos por la tendencia a un progresivo encarecimiento de los precios del petróleo y la reducción de la diversidad de destinos comerciales. Su impacto ecológico hace totalmente insostenible el modelo. La orientación hacia el mercado internacional del TC incrementa la vulnerabilidad de su población en relación a factores externos sobre los que las comunidades no pueden incidir. A nuestro entender, la viabilidad económica del TC depende más del fortalecimiento de mercados turísticos locales, con circuitos de corta distancia, de base nacional y regional, y evitar la dependencia del mercado internacional.

En los últimos tiempos se escuchan con insistencia voces que defienden la necesidad de que las poblaciones rurales logren insertarse de alguna u otra forma en las empresas turísticas convencionales. Esto incluye también al TC, en una clara ofensiva de los sectores de derechas a través de la cooperación internacional. El objetivo de este enfoque es reducir la pobreza a partir del incremento de ingresos netos a través del turismo. Sin embargo,

un aumento de ingresos que no vaya acompañado de una mengua de la desigualdad difícilmente puede lograr cambios reales en las dinámicas de empobrecimiento. Y además transfiere legitimidad a aquellos que están destruyendo las posibilidades de vida del sector campesino e indígena y ayuda a desactivar la resistencia de las comunidades a la usurpación de sus recursos y territorios.

Perspectivas

El debate sobre la viabilidad económica del TC debe abordarse desde una perspectiva más amplia de lo que se ha hecho hasta el momento. El tema principal en discusión es cómo está funcionando la economía de base comunitaria, vinculada o no al turismo, y cómo contribuye a la mejora de las condiciones de vida de la población local. El fortalecimiento de las comunidades, sea a través de la agricultura, la ganadería, la pesca, la apicultura o el turismo, de forma diversificada y complementaria, en la que el protagonismo y control de los recursos esenciales queda en manos de la gente del lugar organizada colectivamente, es la clave que puede permitir a las comunidades seguir viviendo en sus territorios.

El desarrollo turístico no es neutral, conlleva competencia y conflictos en torno al territorio, los recursos naturales y las arcas de los estados. La lógica del capital turístico corporativo es ampliar la acumulación de capital y para ello necesita transformar y *elitizar* determinados territorios, hasta que los agotan, para después migrar y conquistar nuevas “periferias de placer”. El punto crucial en discusión es cómo esas distintas expresiones de economía popular actúan como un dique de contención frente a las múltiples formas de usurpación de los territorios y los recursos naturales por parte del capital corporativo, ya sea en forma de agro-combustibles, agricultura industrial, minería, construcción de mega-infraestructuras o explotación turística. Y al mismo tiempo, si las poblaciones locales organizadas colectivamente son capaces de poner en marcha y sostener propuestas de desarrollo rural alternativas a las dominantes, con otras lógicas y otros valores. El objetivo no es otro que poder sostener comunidades rurales vivas. Y es en este contexto en el que el TC adquiere un nuevo sentido estratégico, como parte de un proceso mucho más amplio de empoderamiento social.

¿DEBE EL TURISMO COMUNITARIO ORIENTARSE HACIA EL MERCADO DE ALTOS INGRESOS?²⁴⁷

ERNEST CAÑADA

Según las recomendaciones de una parte creciente de las agencias de cooperación internacional, importantes grupos empresariales y algunos organismos públicos en Centroamérica, el Turismo Comunitario debe orientar su desarrollo hacia el mercado de los sectores con mayor poder adquisitivo y dar por superada la etapa de los grupos solidarios, *mochileros* o visitantes de bajos ingresos. Esto se traduce en el diseño de “políticas de calidad” que permitan a las iniciativas comunitarias captar estas rentas: mejora de infraestructuras, capacitación en servicio, alianzas comerciales, diseño de productos, marketing, etc.

Sin duda hay razones que justifican esta posición, como la expectativa de obtener mayores beneficios con un volumen menor de turistas y, *a priori*, menos trabajo; los elevados costes de transporte de algunas iniciativas comunitarias ubicadas en lugares de difícil acceso, por lo que es necesario disponer de vehículo todo terreno para llegar hasta ellos; o una cultura del ocio en las sociedades centroamericanas poco habituada a las actividades recreativas y educativas en la naturaleza o proclive a la valoración de las distintas expresiones culturales de las poblaciones rurales.

Sin embargo, existen también motivos suficientes para preguntarse las razones que explican la insistencia en esta estrategia del mercado de altos ingresos y, al mismo tiempo, poner en duda algunos de sus supuestos. Vayamos por partes.

Las dificultades del Turismo Comunitario

Hemos definido el Turismo Comunitario como un tipo de turismo desarrollado en zonas rurales en el que la población local, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel preponderante en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. El Turismo Comunitario no sustituye a las actividades agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería, pesca, producción artesanal ...), sino que es una forma de ampliar y diversificar las opciones productivas de las comunidades rurales y complementar así las economías de base familiar campesina²⁴⁸.

Consolidar este tipo de estrategia productiva no es tarea fácil. Más allá de los muchos proyectos de cooperación que orientan a las comunidades hacia una “nueva ruralidad”, sostener en el tiempo este tipo de apuesta requiere de mucho esfuerzo, voluntad y preparación por parte de las familias campesinas, comunidades rurales o pueblos indígenas implicados. La principal razón de esta dificultad tiene que ver con el origen no tradicional de la actividad turística. Las poblaciones campesinas difícilmente han podido practicar turismo o tener referencias culturales con las que emprender con mayor seguridad y autonomía este nuevo tipo de actividad, a diferencia de lo que ocurre con las prácticas

247 Artículo publicado originalmente el 16 de agosto de 2011 en la página web de Alba Sud (www.albasud.org).

248 Cañada, E. & Fandiño, M. (2009) *Experiencias de turismo comunitario en Nicaragua. Aportes a la economía campesina*. Managua: Enlace. Pág. 6.

agropecuarias. Esto ha dado lugar a una gran dependencia hacia agentes externos a las comunidades que han jugado un papel “orientador”. Cuando la iniciativa comunitaria no ha logrado apropiarse de la propuesta muchos de estos proyectos han fracasado o han caído bajo la tutela y control de alguien externo. De hecho, uno de los riesgos actuales del Turismo Comunitario es que después de la ejecución de numerosos proyectos de cooperación se consolide la idea de que es una actividad condenada al fracaso, sin revisar en profundidad las razones que lo habrían provocado.

En este contexto, la insistencia por parte de algunos sectores de la cooperación internacional, grandes empresas y organismos públicos en la necesidad que el Turismo Comunitario priorice los mercados de mayor poder adquisitivo, y que por tanto se adapte a las exigencias de “calidad” de estos sectores, supone cuanto menos una opción arriesgada que probablemente incremente los niveles de fracaso de muchas iniciativas o, en caso de éxito, favorezca la insostenibilidad y *elitización* del modelo.

Problemas de la estrategia del mercado de altos ingresos

Dar prioridad a sectores de altos ingresos implica **disponer de unas infraestructuras muy alejadas de las condiciones habituales de servicio de las que parten las iniciativas comunitarias**. Esto supone una fuente de endeudamiento o dependencia de recursos externos que incrementa la vulnerabilidad de las iniciativas comunitarias así como el estrés al que se ven sometidas.

El segmento de turistas de altos ingresos se basa prioritariamente en el mercado internacional que se desplaza en avión desde largas distancias. A pesar de que muchos organismos no quieran reconocerlo, la contribución del turismo internacional, y en particular de la industria de la aviación, al incremento de los Gases de Efecto Invernadero y, por tanto, al Cambio Climático es enorme. Según datos proporcionados por Paul Peeters, ingeniero y profesor en la Universidad de Breda, en los Países Bajos, y recogidos por Joan Buades, miembro del equipo de investigación de Alba Sud, durante un taller que se celebró en la Cumbre Alternativa (*Klimaforum*) a la Conferencia de Naciones Unidas sobre Cambio Climático celebrada en Copenhague entre el 7 y el 18 de diciembre de 2009, el 13% del total de emisiones de Gases de Efecto Invernadero tienen su origen en el turismo, debido en gran parte a su vinculación con el transporte aéreo²⁴⁹. La lógica de que el Turismo Comunitario deba desarrollarse sobre la base de un modelo de transporte insostenible cuestiona los principios éticos en los que debería fundamentarse esta actividad.

Por otra parte, y a pesar de las oscilaciones del precio del petróleo en los últimos años, afectado por la contracción de la demanda a causa de la crisis económica internacional, no se puede ocultar que estamos ante el fin de la era del petróleo barato, cuyo precio seguirá subiendo al aumentar los costes de extracción dadas las condiciones de las reservas

249 Al respecto puede verse el trabajo de Joan Buades y las diferentes fuentes que muestran la contribución del turismo y el transporte aéreo al cambio climático: Buades, J. (2010) “El legado de Copenhague: la emergencia de una nueva ciudadanía planetaria” *Alba Sud – Colección Opiniones en Desarrollo / Programa Recursos Naturales y Cambio Climático*, núm. 1, enero; Buades, J. (2011) “Alerta climática, quimera turística y placebo REDD en El Caribe, Centroamérica y México”, en Blázquez, M. & Cañada, E. (eds.) *Turismo placebo: Nueva colonización turística: del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe: Lógicas espaciales del capital turístico*. Managua: Enlace. pp. 299-326.

disponibles²⁵⁰. El otro problema es que el precio del combustible ha sido subsidiado durante años por los gobiernos de diferentes países, facilitando así enormes beneficios privados a compañías aéreas y empresas turísticas. En el momento que se incrementa la fiscalidad climática o disminuyan las ayudas al precio de los combustibles, como todo parece indicar que acabará sucediendo, los costes de los vuelos internacionales se incrementarán, poniendo en aprietos al sector²⁵¹. Asimismo, los costes sociales de las alternativas a los combustibles fósiles basadas en los agro-combustibles son tan elevados (desplazamientos de población campesina, incremento del precio de los alimentos, hambrunas), que nuevamente cuestionan los fundamentos éticos de este modelo de desarrollo.

Además debe tomarse en cuenta que las expectativas de aumento del número de turistas internacionales se convierte en un motivo de presión de determinados grupos de interés, vinculados a los grandes capitales turístico-inmobiliarios, para la construcción de nuevos aeropuertos en aras a facilitar la conectividad de uno u otro destino turístico, y por ende aumentar el gasto público y el endeudamiento. Si entre los argumentos esgrimidos a favor de nuevas infraestructuras de transporte se lograra incluir el beneficio (supuesto) a poblaciones rurales por medio del Turismo Comunitario, la justificación de su “necesidad” ganaría peso.

En otro orden de problemas, cabe alertar sobre el **riesgo de una extensión de la dependencia de las estructuras comunitarias con respecto a la gran empresa turística**. El turista de altos ingresos difícilmente se vincula directamente con el Turismo Comunitario, sino que su estadía en un determinado destino se canaliza a través de estructuras empresariales de capitales de mucha mayor dimensión. De hecho, son pocos los casos de estructuras de base comunitaria que han logrado desarrollar una estrategia comercial capaz de captar y canalizar clientes para múltiples iniciativas de un modo regular²⁵². Hay que tomar en cuenta que para algunos sectores el turismo ha evolucionado hacia una mayor segmentación de la oferta, y de ahí que se intente reducir la estandarización y proporcionar una mayor diversidad de actividades y “experiencias”. En este contexto propuestas que posibilitan una relación directa con las poblaciones rurales pueden tener cierto atractivo para algunas de estas grandes empresas. Dadas las dificultades de comercialización que padecen muchas organizaciones comunitarias este tipo de vinculación puede resultar atractiva. Sin embargo, si las políticas de comercialización del Turismo Comunitario quedan en manos de estos otros sectores empresariales, fácilmente puede aumentar su dependencia con respecto a estructuras que no pueden controlar y que tienen sus propios intereses y prioridades. Además, las grandes inversiones turístico-residenciales, que son las que se propone que lideren esta dinámica comercial, lejos de reducir la pobreza, son generadoras de la desposesión de las comunidades rurales con respecto a sus recursos naturales y territorios, especialmente en áreas costeras, a la vez que incrementan la desigualdad social.

250 Se recomienda especialmente: Fernández Durán, R. (2011) *La quiebra del capitalismo global, 2000-2030: El inicio del fin de la energía fósil: una ruptura histórica total*. Madrid: Libros en Acción & Baladre & Virus.

251 Buades, J. (2010) “Cae un tabú: Alemania crea un impuesto climático sobre la aviación”, 7 de septiembre de 2010 (Accesible en www.albasud.org); Gascón, J. (2009) “La Organización Mundial del Turismo se enfada por la ecotasa que el Reino Unido aplica a los vuelos comerciales” (reproducido en esta publicación).

252 Uno de estos pocos casos de estructuras comerciales exitosas controladas por las iniciativas comunitarias lo encontramos en ACTUAR, en Costa Rica.

Esta estrategia de vincular a la gran empresa turística con las poblaciones rurales, y entre ellas a las gestoras de Turismo Comunitario, tiene mucho que ver con los postulados de la teoría *pro-poor tourism*, abrazada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y cada vez con mayor influencia en las agencias de cooperación internacional. El problema fundamental de esta estrategia es que no toma en cuenta la desigualdad existente entre los distintos actores relacionados con la actividad turística y cómo el mayor desarrollo de las grandes estructuras empresariales genera subordinación, dependencia y vulnerabilidad de los otros actores, acentuando las diferencias sociales preexistentes²⁵³.

Si bien es muy probable que esta estrategia que recomienda al Turismo Comunitario centrarse en el mercado de altos ingresos condene al fracaso a gran parte de las iniciativas comunitarias que sigan esos pasos, también es posible que algunas de ellas logren posicionarse exitosamente. ¿Es esto deseable? Depende. Para las personas involucradas en estos negocios quizás sea positivo, pero esto no parece tan claro desde un punto de vista del interés general, y sobre todo de los sectores de bajos ingresos. Existe un **claro riesgo que debido a la elevación de sus precios una parte del Turismo Comunitario derive en espacios no accesibles a las poblaciones locales en sus propios países**, reforzando así la tendencia hacia la *elitización* de los territorios turísticos, que claramente encontramos ya en muchos destinos. ¿Es esto lo que queremos? Si la consolidación de ciertas iniciativas de Turismo Comunitario se hace a costa de reducir las posibilidades en el uso y disfrute de los territorios rurales por parte de amplios sectores de población cabe preguntarse si para llegar a este punto hacía falta tan largo viaje.

Por otra parte, tampoco está tan claro hasta cuándo podrán ser exitosas algunas de estas iniciativas. Una de las constantes en la dinámica turística es el efecto “imán”, por el cual territorios inicialmente “exóticos” o poco explorados por la dinámica turístico-residencial, a medida que van siendo conocidos son progresivamente ocupados por inversionistas y empresas de mayores capitales que acaban desplazando a los negocios iniciales. Tal vez valdría la pena ser más prudentes en la valoración de las posibilidades de éxito del Turismo Comunitario encadenado a grandes capitales.

Razones de la insistencia en los mercados de altos ingresos

Antes de discutir posibles alternativas a este modelo merece la pena reflexionar sobre cuál es el interés creciente en el Turismo Comunitario por parte de determinados sectores que hasta hace poco no lo habían tomado en cuenta, cuando no despreciado. Para ciertas agencias de cooperación internacional, algunos organismos públicos y, sobre todo, importantes grupos empresariales su expectativa ciertamente es atraer turistas de altos ingresos. Desde esta perspectiva, la posibilidad de brindar servicios turísticos en áreas rurales, e incluso vincularlos con comunidades, **funciona como parte de una oferta complementaria**, cargada de un aire de exotismo y la posibilidad de brindar “experiencias vivenciales” singulares. Esta relación de la iniciativa comunitaria con la gran empresa turística se da en términos de subordinación, dadas las diferencias existentes, y responde

253 Para una crítica detallada al modelo “pro-poor tourism” puede verse en: Gascón, J. (2011) “La metodología Pro-Poor Tourism: un análisis crítico”, Alba Sud – Colección Opiniones en Desarrollo, núm. 9. Reproducido en la presente publicación.

a los intereses estratégicos del gran capital, no del desarrollo de las comunidades y al final acaban por no generar los rendimientos económicos esperados.

Por otra parte, **las grandes empresas turísticas están tratando de captar parte de los fondos de la cooperación internacional**. Para ello ha sido necesario desarrollar teorías que pusieran en valor el papel de la gran empresa como actor privilegiado de las políticas de desarrollo. De hecho estamos avanzando hacia un modelo de cooperación internacional en el que gana terreno el sector empresarial, desplazando en el interés de algunos grandes donantes a las ONG o a los mismos Estados, y esto ocurre igualmente en el sector turístico. Desde esta perspectiva se considera que el turismo y la empresa turística son factores de desarrollo y modernización y que, por tanto, contribuyen a reducir la pobreza. La necesidad del crecimiento turístico se da por hecho, sin cuestionarse sobre sus impactos. Desde esta perspectiva, la cooperación debe facilitar e impulsar las dinámicas de internacionalización de la empresa turística y buscar formas de vinculación e inclusión de los “pobres” en estas estructuras empresariales exitosas en el mercado global²⁵⁴.

El recurso a la cooperación así como a acciones enmarcadas en estrategias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que pueden implicar la vinculación de la gran empresa turística con iniciativas comunitarias, tiene mucho que ver al mismo tiempo con los intentos de **construir consenso social** en torno a la gran empresa turística, cuyas actuaciones generan importantes daños socio-ambientales, políticos y económicos que en un determinado momento podrían ser motivo de cuestionamiento y conflicto. En cierta medida el Turismo Comunitario puede ser utilizado como un mecanismo de distracción ante los procesos de desposesión acelerados que se están produciendo en muchas comunidades rurales, especialmente en las costas.

Otro de los factores que ayudan a entender la orientación hacia el mercado de altos ingresos es de **orden cultural**. La mayoría de funcionarios encargados de dirigir estas políticas turísticas que involucran al Turismo Comunitario tiene una visión más orientada hacia “lo turístico” que a “lo rural”. Y de forma reduccionista entienden por turismo ese segmento de los viajeros internacionales con alto poder adquisitivo que dejan en el país una mayor cantidad de divisas. No deja de haber cierto clasismo en el desprecio hacia los grupos solidarios, los *mochileros* o las personas de bajos ingresos, por cuanto ellos no son el grupo de interés de las grandes empresas turísticas. Con estos mismos valores abordan las necesidades del Turismo Comunitario sin muchas veces entender que esta actividad se integra de un modo distinto en las economías familiares y comunitarias campesinas.

Alternativas

Asumimos los elevados niveles de fracaso de muchas iniciativas de Turismo Comunitario. Pero si observamos con detalle algunas experiencias que sí han logrado desarrollarse de forma exitosa, en las que el turismo se ha convertido en un ingreso regular de las economías familiares y comunitarias, no necesariamente el principal, y esto ha contribuido a mejorar su bienestar social, podemos identificar que uno de los factores clave ha sido la capacidad de apropiación colectiva sobre esta nueva actividad. Esto es algo que va mucho

254 Un ejemplo de este tipo de argumentos lo encontramos en: OMT (2004) *Turismo y atenuación de la pobreza: Recomendaciones para la acción*. Madrid: OMT-WTO

más allá de un determinado proyecto o de apoyos puntuales de gobiernos, cooperantes o empresas, y se expresa en la capacidad de las organizaciones por marcar su propio rumbo, saber “gestionar” distintos tipos de ayuda externa y mantener su autonomía. Uno de los elementos fundamentales en este proceso ha sido la posibilidad de tener un largo recorrido, en el que los errores han podido ser corregidos de forma progresiva a partir de la experiencia. Para ello la colaboración de los turistas, especialmente vinculados a grupos solidarios, *mochileros* y personas de ingresos medio-bajos que se han sentido comprometidas con ese tipo de experiencia, ha sido especialmente importante y ha ayudado a corregir errores y mejorar la oferta. El otro factor a destacar ha sido la capacidad de construir un mercado estable, adecuado a sus condiciones y con capacidad para brindarle un servicio satisfactorio.

Por distintas razones apuntadas en la crítica a la estrategia del mercado de altos ingresos creo que no hay que despreciar el rol de los grupos solidarios, *mochileros* y, sobre todo, de la población urbana de clase media-baja que reside en los mismos países de las iniciativas de Turismo Comunitario. Al contrario, creo que **son estos sectores de ingresos medios, e incluso bajos, quienes deberían ser el mercado principal del Turismo Comunitario**, lo cual no excluye necesariamente a otros. Y esto tiene que ver con dos tipos de razones complementarias.

Por una parte, estos sectores se adaptan mejor a las condiciones e infraestructuras que pueden disponer las iniciativas comunitarias, que son bastante sencillas, y en muchos casos pueden adaptarse a partir de las ya existentes, además de ser usadas de modo polivalente para las necesidades de las propias familias u organizaciones comunitarias. De este modo, es más fácil que estas iniciativas puedan desarrollar un recorrido propio e ir incorporando paso a paso la actividad turística dentro de una estrategia de diversificación de las economías familiares y comunitarias, a medida que van construyendo su propio mercado y con un ritmo de crecimiento lento. Además el mercado de clase media-baja nacional puede ser mucho más amplio, estable y con menor riesgo de verse afectado por fluctuaciones de orden diverso que el mercado de altos ingresos de origen extranjero. También hay que tomar en cuenta que este tipo de segmento es más fácilmente controlable directamente por las iniciativas comunitarias, o por estructuras de coordinación a su servicio, y por tanto no genera tanta dependencia con respecto a agentes externos.

Otro tipo de razones tienen que ver con la coherencia ética del modelo. Esto se traduce en cuestiones como la sostenibilidad ambiental en las formas de transporte que implica o que estos destinos sean accesibles para la mayoría de la población del propio país, que se localiza principalmente en los sectores de ingresos bajos y medios.

Impulsar este otro tipo de estrategia no es tarea fácil, pero **las experiencias de iniciativas como *El Tisey* en Estelí, Nicaragua, o el *Bosque de Cinquera* en El Salvador, entre muchas otras, animan a pensar que sí es posible un Turismo Comunitario basado en el mercado local de ingresos medios y bajos**. Habrá que profundizar en la identificación, análisis y comprensión de este tipo de iniciativas que a contracorriente de los postulados dominantes en los últimos tiempos han logrado desarrollarse desde otros parámetros, así como en la formulación de estrategias que permita su reproducción a mayor escala.

De un modo secundario existen otros segmentos de mercado que pueden jugar un papel complementario para las iniciativas comunitarias. Pueden ser colectivos como los

mochileros o algunos grupos específicos de carácter solidario, religioso o educativo, que no demandan condiciones muy distintas a las de los mercados nacionales de ingresos medio-bajos. Estos grupos pueden ser de otros países y aunque hay que tomar en cuenta las implicaciones de los sistemas de transporte, y de ahí la necesidad que tengan un papel secundario, pueden ayudar también a consolidar este tipo de propuestas complementando las posibilidades de ingreso. En el mismo sentido pueden funcionar los colectivos migrantes en el extranjero que de vez en cuando regresan a sus respectivos países por vacaciones y pueden demandar un tipo de actividades fácilmente vinculables con el Turismo Comunitario.

Los sectores que están dirigiendo al Turismo Comunitario hacia el segmento de turistas con mayor poder adquisitivo pueden tener una influencia importante y afectar la evolución del mismo sector, sobre todo por su capacidad para movilizar recursos que se traducen en determinados financiamientos de infraestructuras, contenidos de capacitación, estrategias de promoción y mercadeo, etc. Es por eso que la discusión sobre los modelos de Turismo Comunitario requiere de una participación más activa y protagonista de las organizaciones campesinas, además de las propias iniciativas comunitarias implicadas, en un ámbito de reflexión más amplio sobre el papel del turismo en el desarrollo rural. A nuestro modo de ver el debate sobre el turismo en áreas rurales, y en particular el fenómeno del Turismo Comunitario necesita ser integrado en el marco de paradigmas como la Soberanía Alimentaria²⁵⁵, y no verse reducido a un problema meramente técnico sobre cuántos turistas más o menos pueden llegar a un determinado destino y qué gasto hacen, lo que también esconde posiciones políticas particulares sobre cómo se concibe el desarrollo rural.

255 Gascón, J. & Cañada, E. (2008): "Turismo y Soberanía Alimentaria". Ponencia marco del grupo de trabajo sobre turismo presentado en el VI Foro por un Mundo Rural Vivo (Teruel, 2008) organizado por Plataforma Rural". Reproducido en la presente publicación.

TURISMO COMUNITARIO, UN ESPACIO EN DISPUTA²⁵⁶

ERNEST CAÑADA

El turismo comunitario recibe una atención creciente en América Latina. En numerosos países se han creado redes y plataformas de coordinación e incluso cámaras de este tipo de iniciativas; se formulan políticas nacionales orientadas directa o indirectamente hacia el sector; la cooperación internacional destina importantes fondos para su desarrollo; una parte del empresariado turístico descubre la potencialidad de su oferta y busca cómo establecer alianzas comerciales, y la academia centra cada vez más su atención en el análisis de estos procesos. Este protagonismo no deja de ser un arma de doble filo: si bien puede significar una forma de ampliar sus potencialidades, al mismo tiempo lo sitúa en terreno de disputa entre intereses divergentes. En este campo de múltiples influencias en contradicción se vuelve más necesario, si cabe, rediscutir cómo entender el turismo comunitario.

Por nuestra parte, lo hemos definido como un modelo de actividad turística desarrollada principalmente en zonas rurales y en el que la población local –en especial pueblos indígenas y familias campesinas–, por medio de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel preponderante en el control de su ejecución, gestión y distribución de beneficios. Su desarrollo se concreta en múltiples formas, según sean las características particulares que tiene la comunidad rural en cada contexto, especialmente en relación con sus capacidades de actuación política y estructuras de organización.

En su origen el turismo comunitario no nace como sustitución de las actividades agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería, pesca, producción artesanal, etcétera), sino como una forma de diversificar y complementar las economías de base familiar campesina e indígena. La principal fortaleza de su oferta turística, independientemente de cuáles son las actividades concretas que el turista puede llevar a cabo en cada lugar, se ha basado en posibilitar un espacio de encuentro y acercamiento vivencial con la gente que habita en el campo y con lo que hace cotidianamente. Y esta es la principal fuerza del campesinado y los pueblos indígenas, en lo que ningún otro tipo de oferta turística les puede superar.

Las políticas de exclusión y empobrecimiento de muchas zonas rurales estuvieron en el origen de esta necesidad de generar alternativas y nuevas fuentes de empleo en áreas rurales. Pero además de cooperativas agropecuarias, familias campesinas y pueblos indígenas que buscaron en el turismo comunitario un modo particular de ampliar y complementar sus ingresos, otros colectivos han incursionado en este mismo camino. Es el caso, por ejemplo, de organizaciones ambientalistas y de conservación de base comunitaria que querían desarrollar actividades amigables con la naturaleza ahí donde ya estaban interviniendo; el de comunidades y pueblos en situación de postconflicto que trataban de reinsertarse en la vida civil con nuevas actividades y mantener viva la memoria colectiva, o el de grupos de mujeres que intentaban aumentar su autonomía económica y posibilidades de empoderamiento.

256 Artículo publicado originalmente en el número 50 de *La Jornada del Campo* (noviembre de 2011).

Paradójicamente, a medida que el turismo comunitario ha ido ganado protagonismo, desde algunas instancias tiende a ser confundido o considerado simplemente como un subproducto del turismo rural. Esta distinción no es un problema menor. Si todo se convierte y diluye en el turismo rural, pierde protagonismo la apuesta que hacen los sectores más desfavorecidos para intentar apropiarse de una determinada actividad, recursos y territorios. El riesgo está en que quienes acaben siendo los principales beneficiarios de las políticas públicas y de cooperación sean los sectores con más recursos con presencia en el ámbito rural. Esto es lo que ha ocurrido en muchos lugares de Europa, donde los sectores que continuaban vinculados a la producción agropecuaria y que complementan sus ingresos con algún tipo de actividad turística han sido arrinconados y marginalizados. De este modo, dentro del turismo rural hemos acabado por encontrar cada vez más a grandes inversionistas desligados de esos territorios y de las preocupaciones de su población originaria. La discusión en realidad no se reduce a un problema técnico, de la oportunidad o no de crear subproductos turísticos, sino de clase: del posicionamiento de una actividad económica en manos de determinados grupos sociales. El turismo comunitario tiene que ver, en definitiva, con una voluntad de apropiación de las poblaciones rurales organizadas sobre sus recursos y territorios. No representa otra cosa que una búsqueda y afirmación de control social. Esta es la aspiración que el turismo comunitario no puede perder entre los focos de esta atención pública creciente.

SECCIÓN 3. TURISMO Y COOPERACIÓN AL DESARROLLO

¿Un movimiento de Consumo Responsable? Balance crítico del Foro Internacional de Turismo Solidario y Comercio Justo. Tuxla Gutiérrez, Chiapas, 2006. (2006)	135
El Turismo Solidario: devenir histórico y despolitización (2009)	148
Turismo Responsable: ¿un término usurpado por el capital transnacional? (2009)	151
Intermón-OXFAM y Sol Meliá: transfiriendo legitimidad (2009)	155
La metodología “Pro-Poor Tourism” (PPT): un análisis crítico (2011)	157

Sección 3

TURISMO Y COOPERACIÓN AL DESARROLLO

¿UN MOVIMIENTO DE CONSUMO RESPONSABLE? BALANCE CRÍTICO DEL FORO INTERNACIONAL DE TURISMO SOLIDARIO Y COMERCIO JUSTO (TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS, 2006)²⁵⁷

ERNEST CAÑADA

Del 23 al 26 de marzo de 2006 tuvo lugar en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, el Segundo Foro Internacional de Turismo Solidario y Comercio Justo (FITS 2006). Este evento contó con la participación de más de seiscientas personas de unos cien países, representando a una amplia variedad de sectores sociales: organizaciones de productores, administraciones, agencias de cooperación y desarrollo, organizaciones de consumidores, empresas privadas y comunitarias, ONG, agencias de turismo, etc. El Foro tuvo la virtud de juntar las experiencias y reflexiones de dos de las principales expresiones del consumo responsable: el comercio justo y el turismo solidario. Sin embargo, también se pusieron en evidencia las diferencias y confrontaciones existentes en el seno de este movimiento. Esta percepción no es nueva, pero dada la importancia que se ha querido dar a este evento, la reflexión y toma de distancia con respecto a algunos de los planteamientos ahí expresados se vuelve quizás más necesaria.

Aunque los temas abordados fueron amplios y diversos vamos a señalar y discutir básicamente aquellos aspectos que, a nuestro entender, resultan más controvertidos. Esto es, la introducción de las multinacionales en el sistema de comercio justo y las contradicciones generadas por el intento de algunas ONG e instituciones del Norte de acentuar su control en la articulación de una propuesta de comercialización justa tanto de productos como de servicios frente a las organizaciones comunitarias de América Latina. Se trata de polémicas que nos ayudan a sostener la idea de que no es posible seguir pensando que pueda existir un único movimiento entorno al comercio justo y el turismo solidario. En algunos aspectos las formas de entenderlo y desarrollarlo se han separado tanto que a estas alturas parece difícil su convivencia.

257 Artículo publicado en el número 99 (2006) de la revista *Mientras Tanto*.

La organización del Foro

FITS 2006 fue impulsado de forma conjunta por un Comité Organizador constituido por varias instituciones: la Asociación de Solidaridad y Cooperación Internacional (GRET) de Francia; el Gobierno de Chiapas; Fairtrade Labelling Organizations International (FLO); la Unión Nacional de Asociaciones de Turismo (UNAT) de Francia, y Comercio Justo de México. Su organización contó con el patrocinio y financiación de múltiples actores, entre los que destaca el Gobierno de Francia.

Los antecedentes inmediatos de este Foro fueron dos talleres sobre turismo solidario y comercio justo celebrados durante la Cumbre Mundial de Desarrollo Sustentable de 2002 en Johannesburgo. En este marco surgió la idea de la organización del Primer Foro Internacional de Turismo Solidario y Desarrollo Sustentable, que acabó realizándose en Marsella, Francia, en septiembre de 2003 con la participación de 315 personas de 74 países. En la clausura de este primer encuentro el Gobierno de Chiapas se propuso como anfitrión del siguiente Foro.²⁵⁸

Algunas cuestiones organizativas de la presente edición de FITS marcaron negativamente su desarrollo, o alejaron de él a importantes sectores del comercio justo y el turismo solidario. Citemos tan sólo algunos ejemplos:

- El alojamiento facilitado por la organización era mayoritariamente en hoteles de 4 a 5 estrellas, propiedad en buena medida de grandes cadenas transnacionales, que nada tienen que ver con el turismo comunitario u otras formas de turismo sostenible.
- El precio mínimo de inscripción (que daba derecho a la entrada en el Foro, alimentación y hospedaje por cuatro noches y transporte del hotel al evento) era de 400 a 450 euros. Ni siquiera a las organizaciones de San Cristóbal de las Casas, a poco menos de hora y media en autobús y que por tanto no requerían del servicio de alojamiento, se les permitió una entrada a precio reducido. La organización sólo aceptó rebajar la inscripción a 150 euros a los participantes residentes en el mismo Tuxtla Gutiérrez. De un modo claro estos precios obstaculizaron la participación de las organizaciones comunitarias de América Latina, cuya presencia fue básicamente financiada a través de la cooperación internacional, que en la selección impuso sus propios intereses y prioridades.
- Durante el desarrollo del evento los servicios de refrigerio ofrecidos gratuitamente por la organización a los participantes no incluían productos de comercio justo (o en ningún caso fueron señalizados como tales).
- La inauguración del Foro incluyó no sólo la participación del Gobernador del Estado de Chiapas, Pablo Salazar Mendiguchía, uno de los promotores del evento, sino también la del Presidente de la República de México, Vicente Fox Quesada. La contradicción entre la práctica política del Gobierno de Fox, que ha sumido en la pobreza a buena parte del campo mexicano, con su discurso en aquel contexto a favor del turismo solidario y el comercio justo como forma de reducir la pobreza, resultó demasiado evidente. De hecho, mientras transcurría la inauguración oficial en el Palacio de Convenciones de

²⁵⁸ Para mayor detalle sobre la organización, contenido y participantes en el Foro puede consultarse el sitio web oficial de FITS 2006 en <http://www.fits.chiapas.gob.mx/>

Tuxtla Gutiérrez los médicos tradicionales de la zona se manifestaron a sus puertas, cubiertos con máscaras de luchadores, en protesta por el proyecto de ley impulsado por el gobernador Pablo Salazar que supondría el saqueo de las plantas medicinales y de los conocimientos indígenas en favor de las grandes compañías farmacéuticas.

Ante el evidente malestar e incomodidad por parte de algunos de los asistentes, hubo quien trató de justificar estas contradicciones atribuyendo su responsabilidad al Gobierno de Chiapas, lo cual no deja de ser un argumento bastante pobre y falaz.

La participación en el ámbito del comercio justo requiere un comentario específico. Las organizaciones promotoras e invitadas estaban prácticamente en su totalidad vinculadas al sistema de Mercado Justo de FLO. Las organizaciones de América Latina en su mayoría pertenecían a la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC), integrada también en el mismo sistema de Mercado Justo que FLO.²⁵⁹ Es decir, que el punto de referencia con el que contrastar la experiencia entre comercio justo y turismo solidario era uno muy concreto, el de FLO, el cual a pesar de su implantación no es, ni de lejos, la única forma de entender el comercio justo.

Dos formas de entender el comercio justo

La larga trayectoria del comercio justo a nivel internacional ha provocado la existencia de diversas formas de entenderlo y desarrollarlo. Una de éstas consiste en considerar que lo fundamental es que productores del Sur puedan acceder a los mercados internacionales. Como resultado de esta visión, desde finales de los años ochenta aparecieron distintos sellos garantizando que el proceso productivo y la compra que se hace al productor sigue los criterios sociales y medioambientales mínimos consensuados internacionalmente. Es el caso del sello FLO, un tipo de certificación de garantía basado fundamentalmente en el pago de un “precio justo” y de una financiación anticipada, o al menos en parte. Quienes apoyan esta certificación aducen que proporciona referencias y da seguridad al consumidor, que facilita la participación de empresas tradicionales (incluso multinacionales) en el comercio justo y que, como resultado de ello, abre nuevas oportunidades para la expansión de esta línea de comercialización y permite incrementar las ventas para los productores del sur. En este sentido, se considera que el precio es la variable fundamental que permite mejorar las condiciones de vida de las poblaciones de los países del Sur.²⁶⁰

Pero en el movimiento de Comercio Justo no todos comparten esta postura. Quienes están en contra aducen, entre otras cosas, que la obtención del sello sólo está al alcance de organizaciones medianas o grandes, pero no de las pequeñas, debido al costo que supone obtenerla: inversión en infraestructuras y formación, así como gastos de evaluación y control por parte de técnicos y consultores. Señalan que no es posible establecer estándares universales en realidades diferentes. Así, por ejemplo, una cooperativa que trabaja con criterios sociales y ecológicos pero no puede vender su producción a un precio justo por los condicionamientos del mercado nunca podrá ser certificada, ya que es un criterio imprescindible del sello. También se dice que sólo certificar el primer eslabón (del

259 Sobre la historia y funcionamiento del Mercado Justo y FLO puede verse: Vanderhoff Boersma, F. (2005) *Excluidos hoy, protagonistas mañana*. México. pp. 65-67.

260 Puede encontrar una descripción de la propuesta en FLO en su página web en: <http://www.fairtrade.net/>

productor al primer intermediario) y no toda la cadena de la comercialización, permite a las grandes multinacionales de la alimentación afirmar que practican el comercio justo por el simple hecho de tener una línea de productos en los que se ha pagado un “sobreprecio” al productor, al margen del papel que juegan en las relaciones del comercio internacional. Y finalmente, que resultado de todo ello, se hace del comercio justo sólo una manera de pagar algo más por algunos productos, pero le resta su carácter de movimiento de denuncia y presión social.²⁶¹

Esto ha llevado a una concepción del comercio justo más modesta y vinculada al consumo local. Desde este punto de vista lo fundamental es que el consumidor pueda comprar lo más directamente posible a los productores locales, sin intermediarios, y reducir el comercio internacional dentro del mercado de comercio justo a aquellos productos tropicales como el café o el cacao, que no se producen en el Norte. El comercio justo adquiere así un papel secundario y supeditado a otras estrategias consideradas de mayor calado, como la soberanía alimentaria. Frente a la lógica del anterior modelo basado en la necesidad de incrementar constantemente las ventas, algunas voces han advertido ya sobre las contradicciones de este planteamiento. En este sentido Peter Rosset, experto en agroecología y asesor de Vía Campesina afirma:

“Lo del comercio justo en el mercado global es útil básicamente como herramienta de sensibilización a los consumidores del Norte porque obliga a pensar nuestras opciones de consumo. Pero a fin de cuentas no resuelve los grandes problemas estructurales, en la medida que sigue dentro del mismo modelo agroexportador, con mejores precios, pero sin cambiar esa estructura en la que las mejores tierras se dedican a la exportación y no a la producción de alimentos. (...) Para los campesinos del Sur es mucho mejor que dediquemos mayores esfuerzos en apoyar a nuestros propios agricultores locales, comprándoles a ellos. No se puede seguir creyendo en el mito de que lo que resuelve problemas en el Sur, es abrir los mercados del Norte. Esto es una falacia. Lo que necesitan los países del Sur es poder cerrar sus propios mercados a las exportaciones subvencionadas de los países del Norte y poder subvencionar su propia agricultura local, para cubrir sus necesidades locales y nacionales de alimentación.”²⁶²

De este modo, el comercio justo puede ser una de las herramientas que ayuden a movilizar a las sociedades hacia un cambio en las estructuras que perpetúan la desigualdad y la pobreza, pero no es más que eso, un instrumento que puede contribuir en la movilización social, no la solución.

Resulta relevante que todo este sector del comercio justo que no está dentro del sistema de Mercado Justo de FLO no estuviera presente en FITS 2006. Evidentemente ello condicionó los términos en los que se plantearon los debates.

261 Puede encontrarse una crítica al sistema de certificación de FLO en: Montagut, X. “¿Multinacionales agroalimentarias más o menos justas?” en web: <http://www.edualter.org/material/sobirania/enlace14.pdf>; Montagut, X. “¿Comercio justo en McDonald?” en <http://www.edualter.org/material/sobirania/enlace15.pdf>; *Manifiesto contra el Sello FLO*, Polo de Siero (Asturias), 19 de marzo de 2005 (<http://www.edualter.org/material/sobirania/enlace13.pdf>)

262 Cañada, E. (2006) “Los monocultivos del hambre. Entrevista a Peter Rosset”, *Rebelión*, febrero de 2006 (www.rebelion.org)

Lo que se discutió en FITS 2006

A diferencia de la edición anterior de FITS en Marsella, centrada exclusivamente en el turismo solidario, en esta ocasión la temática abordada se amplió al comercio justo, tratando así de contribuir “a fortalecer un movimiento internacional a favor de un comercio más justo, tanto para los servicios, en especial el turismo, como para los productos agrícolas y artesanales”, según se planteó en la primera circular de presentación del Foro en junio de 2005. Se trataba de poner en común experiencias, aprender y desarrollar estrategias conjuntas entre el comercio justo y el turismo solidario. Obviamente, dado el mayor recorrido histórico, implantación y volumen de actividad generado por el comercio justo, implícitamente el Foro se concibió, tal como se desprende del análisis de los temas de trabajo propuestos, como una oportunidad para orientar el desarrollo del turismo solidario por los caminos recorridos por el comercio justo, o más bien por el modelo del sistema de Mercado Justo dirigido por FLO.

Algunos de los temas de trabajo propuestos y desarrollados en las distintas mesas plenarios y talleres claramente marcaban esta orientación. En concreto, cuestiones como el fortalecimiento de la demanda de productos y de servicios de calidad y precio justo entre los consumidores del Norte (evolución del modelo de consumo, papel de las campañas de educación, rol de los grandes distribuidores, etc.), o la mejora del acceso a los mercados del Norte y del Sur para las comunidades, tanto en servicios como en productos (normas de calidad, certificación, denominación de origen, intermediación, papel de las organizaciones de consumidores, etc.). Pero estos debates no eran meramente académicos sino que con ellos se pretendía dar cobertura a un plan de acción elaborado previamente por un grupo de expertos. Con este plan de acción, que debía asumirse por consenso entre los participantes, se buscaba orientar globalmente el trabajo tanto en el comercio justo como en el turismo solidario. La tónica general era ésta: protagonismo de los expertos y consultores del Norte y presencia legitimadora de las organizaciones sociales del Sur.

Todo estaba preparado para que el Foro ayudara a consensuar determinadas posiciones. En resumidas cuentas, el turismo solidario debería aprender de la experiencia del comercio justo alcanzando cada vez más cuotas de mercado y desarrollando herramientas que permitan al consumidor del Norte la compra de un determinado servicio con más atractivos y garantías. Por parte del comercio justo lo que se esperaría es que tuviera la capacidad para afrontar con valentía los nuevos retos provocados por su crecimiento, entre los que destaca la necesidad de replantear el rol de las multinacionales en el sistema de comercio justo. La perspectiva es clara: lo que importa es vender más, ya sean productos o servicios.

A pesar de que importantes sectores del comercio justo y del turismo solidario estuvieron ausentes, por los motivos ya mencionados, en el Foro destacaron especialmente dos debates: la polémica sobre el papel de las multinacionales en el sistema de comercio justo y la propuesta sobre la certificación en el ámbito del turismo solidario.

El papel de las multinacionales en el comercio justo

El debate sobre el papel de las multinacionales en el comercio justo fue uno de los temas más polémicos del Foro. En el ámbito del comercio justo es sobradamente conocida la posición de FLO no sólo favorable a la venta de productos de comercio justo a través de

las grandes superficies comerciales, sino que en los últimos tiempos ha certificado como “comercio justo” productos de algunas multinacionales como Nestlé o McDonalds. FLO, a través de su presidente a nivel internacional, Simon Pare, o Harriet Lamb de FLO Gran Bretaña, argumentó claramente la necesidad de que las multinacionales entraran en el sistema de comercio justo y que esto, lejos de verse como una contradicción, debía asumirse como una oportunidad y un reto para vender más, lo cual, ineludiblemente, acabaría beneficiando a los pequeños productores.

Sin la participación de sectores del comercio justo que claramente están en contra del modelo de certificación de FLO y de sus presupuestos ideológicos, la discusión sobre esta cuestión la plantearon los representantes de la CLAC, hasta la fecha vinculada al sistema de Mercado Justo de FLO. Sus argumentos se oyeron básicamente a través de Victor Perezgrovas, su presidente, Jerónimo Pruijin, director de Comercio Justo México (organización perteneciente a la CLAC) y Merling Preza de CafeNica de Nicaragua y la Red Café de la CLAC. Su posición era claramente contraria al proceso de certificación de productos de multinacionales, entendiéndolo que para el pequeño productor lo fundamental no es tanto incrementar cada vez más las ventas como poder controlar un segmento del mercado que le dé mayores niveles de seguridad y estabilidad. Por el contrario, la dinámica expansionista en la que se ha metido FLO cada vez reduce más la capacidad de control del pequeño productor sobre el proceso de comercialización en el mercado de comercio justo y le genera más inseguridad.

Además de la controversia sobre el rol de las multinacionales, existen otros temas que en los últimos tiempos han tensionado las relaciones entre la CLAC y FLO Internacional, o alguna de sus Iniciativas Nacionales de mayor peso. En concreto se trata de los repetidos rumores de que FLO iba a iniciar la certificación en plantaciones (desmentido por sus representantes durante el encuentro) y el malestar creciente de la CLAC por la gobernabilidad interna de FLO Internacional (falta de transparencia, impactos al conjunto de algunas decisiones tomadas por Iniciativas Nacionales de FLO, certificación de productos de multinacionales, etc.).

En estas condiciones la CLAC evidenció su distanciamiento con FLO Internacional durante todo el Foro. En distintos momentos manifestó públicamente su desacuerdo con algunos de los temas polémicos defendidos por ésta, especialmente la introducción de las multinacionales en el comercio justo. Resultó especialmente significativa, por su relevancia histórica en la creación del sistema de Mercado Justo, la intervención de Francisco Vanderhoff Boersma, asesor de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) y fundador de Max Havelar en Holanda, expresando su disconformidad con la colaboración con multinacionales. Al respecto ya se había manifestado por escrito con anterioridad:

“Como pequeños productores organizados sabemos que somos moscas frente a las grandes empresas transnacionales. Sencillamente, no podemos competir con Nestlé, Sara Lee o Philip Morris y sus amigos contendientes, y ni siquiera queremos hacer la competencia. Nos hemos propuesto desarrollar un mercado nacional e internacional donde se pueda disfrutar de nuestros productos, colaborar en el mejoramiento del medio ambiente, mejorar las condiciones de vida de nuestra nación y, sobre todo, de los indígenas organizados en uniones de producción. (...) Soy cofundador de este Mercado Justo, el mercado Max Havelar, y me preocupa su futuro por la confusión

que las grandes empresas tratan de crear en el mercado supuestamente sustentable, duradero y otros epítetos más. Lo que es sustentable para la empresa no siempre es sustentable para el productor. ¿Y el consumidor? Está confundido y se siente engañado.”²⁶³

Igualmente, diversos de sus representantes insistieron en la necesidad de recordar y defender los principios del comercio justo ante los procesos de desnaturalización que se estaban viviendo. En medio de una expectativa creciente Víctor Pérezgrovas presentó en nombre de la CLAC una Declaración en la que afirmó que el sistema de libre mercado había perjudicado gravemente a la gran mayoría de los pequeños productores del medio rural de los países del Sur, acusando expresamente a las transnacionales de haber

“aumentado escandalosamente sus niveles de ganancia en detrimento de los ingresos de la mayoría de la población”. Por esto se reafirmaba en que “el sistema de comercio justo ha sido hasta el momento el modelo más exitoso para ofrecer a los pequeños productores la opción de obtener ingresos mediante una relación comercial de largo plazo y de manera más directa entre productores y consumidores”.

Ante el riesgo de que la ampliación del uso del concepto de comercio justo pudiera suponer que sus contenidos fueran cada vez “ligeros y distorsionados”, recordaba sus principios básicos. Y frente a la tentación de aquellos que piensan que el mercado puede ser un fin en sí mismo, se reafirmó en que éste es únicamente “una herramienta para ayudar al desarrollo” y que, por tanto, “trabajamos en el Mercado, no sólo para el Mercado”.²⁶⁴

Pero tal vez lo más relevante es que la Declaración termina con el anuncio de la creación de la Iniciativa Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo. Una propuesta que tendría como fin “luchar por el concepto original del comercio justo” y que se presentó acompañada de un símbolo registrado identificador de la propuesta de los pequeños productores de comercio justo de América Latina y el Caribe.

La reacción de la CLAC ante FLO Internacional es clara: ante el desarrollo de una lógica de certificación expansionista que pone en peligro cada vez más la capacidad de control de las organizaciones de pequeños productores del sistema de comercio justo, se reacciona con la creación de las herramientas que en un futuro podrían permitir la articulación de otro sello certificador y de otros canales de comercialización del comercio justo identificados claramente con el pequeño productor. La ruptura, sin embargo, en ningún caso es sencilla y, de hecho, provoca un gran temor tanto en unos como en otros.

La certificación en el ámbito del turismo solidario

Hasta la fecha el debate sobre la certificación en el ámbito del turismo solidario no había tenido mayor relevancia. Ha sido en la presente edición de FITS que se ha abierto el tema. Tanto FLO, que pretende ampliar su actividad de certificación con determinados servicios, como la red francesa de asociaciones de turismo, UNAT, pretendían aprovechar este Foro para que se asumiera la necesidad de avanzar en la creación de un sistema de certificación específico sobre el turismo solidario.

²⁶³ Vanderhoff Boersma, F. *Op. cit.* pp. 12.

²⁶⁴ CLAC *Declaración de la Iniciativa Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo, Foro Internacional de Turismo Solidario y Comercio Justo, FITS 2006, Tuxla Gutiérrez, Chiapas, México. 26 de marzo de 2006.*

Días antes de la celebración del Foro y durante su transcurso, FLO distribuyó una encuesta para conocer la opinión de los participantes sobre este asunto. En realidad, la encuesta estaba más dirigida a crear opinión favorable a la certificación en el turismo solidario que a recoger realmente las opiniones del sector. El segundo párrafo de la encuesta decía:

“La certificación del comercio justo en general y del turismo solidario en particular, le da garantías al público, y por lo tanto, constituye un reto muy importante para favorecer y mejorar la situación del comercio justo”.

Obviamente, de este modo se induce burdamente al encuestado en una determinada opinión.

Previamente al desarrollo del Foro, un grupo de expertos preparó a solicitud del Comité Organizador, un Plan de Acción sobre el turismo solidario que se pretendía consensuar y aprobar en plenario y que incluían la necesidad de avanzar en la certificación. En concreto el Objetivo número 6 del este Plan de Acción se refería a la necesidad de poner en marcha un sistema de garantía. Para eso constataban los siguientes problemas y propuestas de acción:

Problema 1: Actualmente no existe, una denominación -etiqueta específica- para el turismo equitativo. Acciones previstas

- Crear una marca colectiva pública (etiqueta) para el turismo solidario equitativo. En concreto: a) Llegar a una definición clara, unívoca, adoptada por la mayoría, de lo que es el turismo solidario, responsable y equitativo; b) Constituir un Grupo de Trabajo internacional que podrá dar curso por iniciativa de FLO y la red francesa UNAT de asignar una etiqueta colectiva pública de turismo equitativo; c) Inspirarse en la experiencia de las organizaciones del comercio equitativo de los productos para definir los criterios y las disposiciones de aplicación; d) Elaborar el pliego de condiciones del proceso de certificación; e) Hacerlo aprobar, lo que implica la creación previa de una instancia de decisión, como la plataforma mundial del turismo solidario.
- Establecer un dispositivo. independiente de certificación. En concreto: a) Confiar al Grupo de Trabajo el cuidado de proponer las modalidades de designación o definición del organismo de certificación; b) Empezar un planteamiento prueba sobre un número limitado de productos.

Problema 2: Las organizaciones comunitarias ignoran los procesos y las modalidades de la certificación. Acciones previstas:

- Desarrollar la información y la formación de las empresas y organizaciones básicas. En concreto: a) Preparar un expediente específico de información sobre el tema, muy simple, a difundir ampliamente en distintas lenguas.

Problema 3: La certificación cuesta caro y no está al alcance de la mayoría de las organizaciones del sur. Acciones previstas:

- Desarrollar el recurso a cartas del turismo solidario. En concreto: En preliminar a la instauración de dispositivos de certificación, desarrollar los “compromisos concertados” de las comunidades, de los operadores, de ONG, o incluso de los Gobiernos locales en forma de cartas.

- Prefinanciar las empresas y a grupos básicos. En concreto: Establecer modalidades de prefinanciamientos similares a las que prevalecen para el comercio equitativo.
- Desarrollar la oferta de certificación al sur. En concreto: a) Identificar las estructuras locales capaces de realizar las operaciones de certificación; b) Asegurar la formación necesaria de sus responsables y técnicos.

El plenario en el que se discutieron estas propuestas reunió a unas trescientas personas. Éstas conocieron el citado documento en el mismo momento en que se sometía a discusión y de forma oral, ya que la organización no tenía listas las copias en español del documento. Como desde el Comité Organizador se planteó que el redactado final del documento se elaboraría a partir del consenso entre los participantes en plenario, la oposición de un sector significativo de los asistentes a la introducción de cualquier referencia a certificaciones o sellos de garantía, o ni tan siquiera a algún tipo de comisión de estudio que ayudase a aclarar las “dudas y miedos” expresados, permitió que todo este Objetivo desapareciera del documento final aprobado. La percepción generalizada de quienes ahí intervinieron fue que se trataba de algo innecesario, costoso y que, en definitiva, supondría más inconvenientes que ventajas.

A pesar de que las cosas no salieran tal como estaban previstas, tanto FLO como la UNAT, u otros sectores, seguirán insistiendo en la necesidad de adoptar medidas de certificación en el turismo y en otros servicios. ¿Pero qué necesidad hay? ¿Quién siente en realidad esta necesidad? Una de las contradicciones más evidentes de cómo se ha planteado esta discusión es que su origen no ha sido expresado por las organizaciones comunitarias de pequeños productores y prestadores de servicios, sino que en su nombre han intervenido las iniciativas del Norte que ven en la certificación una oportunidad de generar negocio o dar valor añadido a sus negocios turísticos.

Entorno a la certificación sus promotores han planteado toda una serie de falacias que es preciso aclarar.²⁶⁵ Veámoslas en detalle:

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

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

265 Hemos desarrollado el tema en Gascón, J. & E. Cañada (2005) *Viajar a todo tren: Turismo, Desarrollo y Sostenibilidad*. Barcelona, Icaria. pp. 91-97. Buena parte de la presente argumentación crítica a la certificación en turismo solidario reproduce y ha sido desarrollada por Jordi Gascón en: “Certificar el turismo solidario. ¿Cómo? ¿Por quién? Pero sobre todo ¿para qué?” en el sitio web de Acción por un Turismo Responsable (www.turismo-responsable.org)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Otra posibilidad puede ser la de desarrollar herramientas de comunicación que contribuyan a dar a conocer, visibilizar y dar referentes de experiencias de turismo comunitario. En América Latina existen diversos ejemplos al respecto. En México la asociación Echoway ha creado un portal en Internet (www.echoway.org) que incluye, entre otras informaciones, reportajes escritos y fotográficos de experiencias comunitarias o ecoturísticas de diversos países de la región, dirigido a la consulta de potenciales visitantes. En Nicaragua la Fundación Luciérnaga desarrolla una campaña de comunicación a favor del turismo comunitario que incluye la producción y distribución de reportajes audiovisuales, obras de teatro campesino, una guía de turismo comunitario, etc. Redturs, una red latinoamericana

de turismo comunitario, ha creado con el apoyo de la OIT un portal en Internet de información de destinos turísticos comunitarios (www.redturs.org) de todo el continente.

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

El turismo comunitario como una estrategia de diversificación económica

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

El turismo gestionado y controlado por las familias campesinas puede ser un complemento más que ayude a aumentar sus ingresos y diversificarlos, contribuyendo así a la consolidación de su economía. No puede concebirse como una actividad que pueda o tenga que sustituir la agropecuaria. De hecho, el futuro del campesinado está en su plurifuncionalidad. Condenado una y otra vez a la desaparición por los teóricos del desarrollismo, el campesinado organizado en fincas familiares diversificadas es un actor clave tanto en la producción de alimentos como en la protección del medio y en la reducción de la pobreza. En ocasiones, desde sectores favorables al turismo convencional, se ha considerado que el turismo controlado y gestionado por el campesinado como una actividad económicamente marginal, que genera beneficios insustanciales dentro de la macroeconomía nacional. Esto es resultado de un cálculo económico sesgado que sólo considera el rendimiento estricto de la actividad sin valorar las sinergias que tiene con otros sectores productivos, así como a nivel social y medioambiental. Desde una visión holística tenemos que valorar este tipo de turismo por lo que puede contribuir en la consolidación de una economía familiar campesina arraigada en un determinado territorio.

De este modo, el turismo, considerado como una actividad complementaria, puede permitir la introducción de ingresos económicos líquidos, algo especialmente importante en contextos de extrema pobreza, que contribuyen al sostenimiento de una economía familiar siempre en riesgo de bancarrota por la falta de apoyo público y amenazada por las políticas neoliberales a favor de la agroindustria. De hecho, probablemente no sea tan importante la cantidad de ingresos generados por el turismo dentro de la economía

familiar como la época del año en que se produzcan, teniendo en cuenta que pueden coincidir con momentos de escasos ingresos agrarios. O por el hecho de que estos ingresos sean en metálico, cuando a menudo la economía familiar campesina tiene dificultades para acceder a moneda. Ante las amenazas y riesgos que corre el campesinado de perder la propiedad de sus tierras en contextos en los que las políticas neoliberales han socavado sus posibilidades de desarrollo, el acceso a ingresos monetarios complementarios puede ayudar también a elevar el nivel de vida de los miembros de la familia accediendo a bienes que necesariamente tiene que comprar en el mercado, y resistir así las tentaciones y presiones de venta de la tierra. En definitiva, el impacto de este tipo de turismo va más allá de los ingresos que genera, ya que puede ayudar a consolidar explotaciones familiares en riesgo continuo de quiebra.

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

Conclusiones

En definitiva, la presente edición de FITS se ha visto claramente marcada por una forma de entender el comercio justo y el turismo solidario muy particular. Son muchas las experiencias, tanto en uno como en otro ámbito, que no encajan ahí. Frente a las prisas y presiones por posicionar el turismo solidario en el mercado de servicios, primero habría que entender cuál puede ser su aporte dentro de una estrategia global de fortalecimiento de unas economías populares diversificadas y con múltiples estrategias de desarrollo. Del mismo modo, tanto en el comercio justo como en el turismo solidario debemos huir del engaño que lo fundamental sea vender cada vez más sin importar el cómo. De lo que se trataba es que los sectores populares puedan mantener el control de la cadena de producción y comercialización de unos canales alternativos a los del mercado dominante.

Al mismo tiempo, es previsible que estas contradicciones en las formas de entender tanto el comercio justo como el turismo solidario, deriven en conflictos cada vez más abiertos. Parece difícil que la apuesta por la inserción de las multinacionales en el sistema de comercio justo no tenga una respuesta, o que algunas de las formas de relación de organizaciones del Norte, tanto en comercio como en turismo, con las organizaciones del Sur no acaben mal. La imagen de un movimiento de consumo responsable como alternativa al funcionamiento del mercado dominante parece ser un espejismo. Por el contrario, nos encontramos con una pluralidad de expresiones tanto del comercio justo como del turismo solidario que, en algunos casos, pueden estar al lado de los movimientos sociales alternativos, pero que en otros poco o nada tienen que ver con la construcción de alternativas al sistema dominante.

EL TURISMO SOLIDARIO: DEVENIR HISTÓRICO Y DESPOLITIZACIÓN ²⁶⁶

JORDI GASCÓN

A principios de los '80 medio mundo fijaba su interés en lo que estaba sucediendo en un pequeño país de América Central: Nicaragua. Aunque desde el triunfo de la Revolución Cubana, incluso antes, en América Latina habían germinado decenas de propuestas revolucionarias de carácter socialista, hasta ese momento sólo en Nicaragua había triunfado. Pero este país se encontraba en el patio trasero de los Estados Unidos, por lo que la viabilidad de la revolución era más que dudosa.

Fue entonces cuando empezaron a surgir organizaciones de apoyo a la revolución "nica". La mayoría empezaron a enviar grupos de militantes, las llamadas "brigadas de solidaridad", con el objetivo de dar apoyo a la Revolución. Formalmente consistían en grupos de trabajo voluntario que durante un periodo breve de tiempo, generalmente un mes, se desplazaba a alguna localidad para contribuir como mano de obra en la construcción de infraestructuras (escuelas, centros sanitarios, carreteras,...), en labores agrícolas (recolección del café, zafra, etc.) o en campañas educativas (alfabetización). Pero a nadie se le escapaba que el principal papel de los brigadistas era dar cobertura internacional a un proceso revolucionario que, en el contexto de la Guerra Fría, se estaba enfrentando o era acosado por la hegemonía norteamericana.

Al poco tiempo esta modalidad de viajes solidarios empezó a reproducirse a favor de otros procesos insurreccionales como los de Guatemala y el Salvador. También el conflicto sahariano, que se incrementó tras la invasión marroquí y el triste papel descolonizador del Estado español, generó un movimiento de solidaridad que propició este tipo de viajes de apoyo político a los campamentos de refugiados de la Hamada de Tinduf (Argelia).

Ya en la década de los '90 y terminada la Guerra Fría los procesos revolucionarios de carácter socialista en América Latina empezaron a decaer. En el nuevo contexto político unipolar las organizaciones sociales que habían apoyado esas luchas empezaron a cambiar de naturaleza: muchas se convertirán en organizaciones no gubernamentales, estructura formal que permitía acceder a fondos públicos destinados a la cooperación al desarrollo. Fondos, estos, en rápido crecimiento en concordancia con un Estado Español que escalaba a marcha forzada posiciones en la lista de países ricos. Aquellas "brigadas" también empezaron a cambiar su naturaleza cuando las ONGD empezaron a vislumbrar que el viaje podía ser útil a sus nuevos intereses y objetivos.

Por un lado, podía ser una interesante herramienta de sensibilización. A partir de la década de los '90, la sensibilización fue convirtiéndose en un ámbito de trabajo cada vez más importante para la mayoría de las ONGD españolas. Con este objetivo, los viajes aparecieron como una herramienta de sensibilización, que permitía dar a conocer *in situ* la realidad de los países del Sur. Así nació lo que más tarde se vendría a denominar Turismo Solidario (*Volunteer Tourism* en el ámbito anglosajón). Acompañado de actividades más o menos intensas de preparación antes del viaje, el objetivo iba más allá de sensibilizar a los turistas: se les quería convertir en agentes de sensibilización a su regreso. Se suponía que

²⁶⁶ Artículo publicado en el número 1 (2009) del boletín digital *Turismo Responsable* de la asociación AlterNativas (www.nativas.org)

la formación y el viaje debía convertir a esos viajeros, o a una parte substancial de ellos, en activistas de la cooperación.

Esto concordaba con un nuevo segundo objetivo del viaje: la posibilidad que parecían ofrecer estos viajes de incrementar la base social y de voluntariado. En algún espacio estos nuevos activistas tendrían que desarrollar su labor, y lo lógico era pensar que fuera en la ONGD que los había reunido y formado.

Y es que el proceso de institucionalización de las ONGD, característico de los '90, supuso cambios en las fuentes de obtención de legitimidad. Durante los '80, para las entidades de izquierda, especialmente los movimientos de solidaridad internacionalista, ésta legitimidad parecía darla el nivel de compromiso político y la relación de alianza política establecida con las organizaciones del Sur que participaban en la lucha que se apoyaba. La legitimidad se conseguía, por tanto, por "contagio", en la medida que el socio o socios locales ya poseían esa legitimidad. A partir de los '90, las fuentes de legitimidad parecen cambiar como resultado de ese proceso de institucionalización. Entre otras, ahora lo será el número de socios y voluntarios, o la capacidad de obtener ingresos propios.

Otra nueva finalidad se encontrará al viaje en la década de los 2000. Con el tiempo se fue observando como esos viajes generaban, aunque modestos, ingresos económicos para las organizaciones, comunidades, grupos de interés o unidades domésticas del Sur que recibían a los turistas y gestionaban la actividad. Ante esta situación, surgió un nuevo objetivo para los viajes solidarios: también podían ser una herramienta de cooperación internacional, en la medida que podían convertirse en una fuente de ingresos para la población beneficiaria.

En el Estado español, entidades que organizaban viajes empezaron también a desarrollar proyectos de cooperación en este sector como una acción complementaria. Estas acciones consistían en formación, construcción de infraestructuras, dotación de equipos, acciones de promoción, etc.

La aparición de nuevos objetivos no implicó la prescripción de los anteriores, sino su coexistencia: la oferta actual se compone de viajes que, implícita o explícitamente, presentan todo el abanico de fines que han ido surgiendo. Simplemente, a medida que fueron apareciendo estos nuevos objetivos, los anteriores vieron como iban perdiendo espacio y prioridad, pero sin llegar a desaparecer.

Importante es destacar como el "viaje solidario" fue reduciendo y perdiendo su rol ideológico original a medida que se le fue incorporando nuevos objetivos más neutros. Esta despolitización es evidente cuando vemos que también sirve a objetivos de organizaciones explícitamente conservadoras. Así, por ejemplo, encontramos que es utilizada por organizaciones con políticas de apadrinamiento, como la Fundación Vicente Ferrer o la Fundación Intervida, política ésta que entronca con propuestas caritativas y asistencialistas muy alejadas de los planteamientos que defienden las organizaciones de izquierda. O vemos que también hacen uso del viaje obras sociales corporativas, como la de Bancaja o la Fundación ADECO, entidades que, por su propia naturaleza (surgen y dependen de la gran empresa privada), tampoco se les puede achacar tendencias progresistas.

Este proceso de despolitización del viaje se ha acentuado todavía más en los últimos años, cuando ha surgido el convencimiento de que era un producto comercializable con un nicho de mercado propio por desarrollar. Académicos y estudiosos provenientes mayoritariamente del ámbito turístico empiezan a fijarse y a estudiar este fenómeno, que parece estar en crecimiento, y a valorar sus posibilidades como producto específico. Cabe señalar que para estos estudios académicos, el turismo de ONGD ya aparece como un producto turístico indistinto desde el punto de vista ideológico, más allá de la consideración, cada vez más neutra políticamente, de “solidario”. En realidad, la etiqueta “solidario” aparece en sus estudios como el valor añadido que permite a estos viajes generar un nicho de mercado; es decir, aparece como un valor comercializable.

Pero para consolidar su nicho de mercado, algunos especialistas consideran necesario la homogeneización del Turismo Solidario a dos niveles: en relación a la calidad y confortabilidad del servicio ofertado, y en relación a las características que deben permitir la consideración del producto como “solidario”, el valor añadido que caracteriza el producto. La conversión del Turismo Solidario en un producto comercializable, el interés de sectores empresariales en explotar ese nicho de mercado, y un valor añadido (la “solidaridad”) que es prerrogativa de las organizaciones sociales, son tres factores que, unidos, pueden ser una combinación peligrosa.

Precisamente la propuesta de certificar con un sello de garantía este producto, propuesta que ya surgió hace unos años y que diferentes organismos en Europa están intentando implementar, es el extremo menos deseable de este proceso. Los riesgos son evidentes si observamos lo acontecido en un ámbito más maduro del consumo responsable como es el comercio justo, en el que ya hay varios sellos de garantía funcionando. Con la supuesta legitimidad que dan estas certificaciones, hoy encontramos comercializando productos de comercio justo a algunos de las principales transnacionales de la alimentación... ¡que, irónicamente, son las principales promotoras y beneficiarias del modelo de comercio internacional al que se opone el comercio justo!. Ante este ejemplo, no es difícil imaginar que un sello de garantía del Turismo Solidario podría dar pie a la aparición de propuestas certificadas de Turismo Solidario comercializadas por las empresas transnacionales del sector turístico que generan aquellos negativos impactos en el Sur citados al inicio del artículo, si ven en ello una posibilidad de negocio o, simplemente, una manera de mejorar su imagen pública.

El mundo unipolar que parecía consolidarse tras el fin de la Guerra Fría se está rompiendo, especialmente en regiones como América Latina. En este nuevo contexto político, y con el fortalecimiento de unos movimientos sociales antisistema cada vez más propositivos, las ONGD que apuestan por una cooperación transformadora se ven en la tesitura de reconsiderar su situación y sus herramientas. Y entre estas, el “viaje solidario”. Toca repensar este instrumento, lo que pasa por repolitizarlo rompiendo esa tendencia que lo está llevando a convertirse en otro producto con valor añadido para una sociedad occidental cada día más desesperada por consumir²⁶⁷.

267 El presente artículo recoge y resume ideas desarrolladas en Gascón, J. (2009) *El turismo en la cooperación internacional: de las brigadas internacionalistas al turismo solidario*. Barcelona: Icaria.

TURISMO RESPONSABLE: ¿UN TÉRMINO USURPADO POR EL CAPITAL TRANSNACIONAL? ²⁶⁸

JORDI GASCÓN

Se van a cumplir treinta años de la instauración del Día Mundial del Turismo por parte de la Organización Mundial del Turismo (OMT). La decisión se tomó en una asamblea general de esta organización que tuvo lugar en la ciudad española de Torremolinos, un icono del desarrollismo turístico durante la dictadura del general Franco. Según reza el acta de esa asamblea, “la principal finalidad del Día Mundial del Turismo es fomentar el conocimiento entre la comunidad internacional de la importancia del turismo y sus valores sociales, culturales, políticos y económicos”. Pero es difícil no considerar que, bajo este objetivo declarado, habían otros no tan explícitos, como el deseo de dar cobertura propagandística a una industria cuyo crecimiento dependía del apoyo gubernamental y de instituciones multilaterales, o el afán de favorecer las aspiraciones políticas de la OMT.

Si consideramos el Día Mundial del Turismo como un instrumento de apoyo al desarrollo del sector, se ha de decir que ha formado parte de una política exitosa. En 2003 la OMT alcanzó su meta de entrar en la estructura de Naciones Unidas como organismo especializado, con lo que esto conlleva de obtención de legitimidad y aumento de influencia política. Y en estas tres décadas el crecimiento de la industria turística ha sido espectacular.

Las caras oscuras del turismo

Pero también en este periodo se empezó a evidenciar el aspecto más oscuro del sector turístico: destrucción de ecosistemas, acaparamiento de recursos (tierra, agua, fondos públicos,...) necesarios para el funcionamiento de otros sectores productivos, condiciones laborales deplorables, especulación urbanística, facilidades para la corrupción, etc. Estos aspectos quedaron inicialmente circunscritos a zonas de los países del Norte o vecinas, como la costa norte mediterránea. Pero que con el abaratamiento del transporte aéreo pronto se exportaron a otros territorios más “exóticos” desde el punto de vista occidental como el Sudeste Asiático, la Polinesia o el Caribe. Aparecen, entonces, las primeras críticas. Textos hoy considerados clásicos de la sociología del turismo como *Tourism: Passport to Development?* de Emanuel de Kadt (1979) o, en el mundo hispano, la colección de libros *Turismo y Sociedad* publicada por la editorial Endymion, empiezan a analizar y difundir esos impactos negativos.

En la industria turística surgió la necesidad de enfrentar estas críticas. Y para ello, en un hábil movimiento estratégico no exento de cinismo, la industria fue capaz de asumir como propio los términos que manejaban aquellos sectores sociales que denunciaban los impactos negativos del turismo: sostenibilidad, responsabilidad o lucha contra la pobreza se han convertido en términos comunes en su discurso corporativo.

Turismo Responsable: ¿un modelo alternativo?

En este sentido, el concepto Turismo Responsable se ha convertido en lo que W. B. Gallie denomina “Essentially Contested Concept”. Es decir, un concepto alrededor del cual se

268 Artículo publicado en el volumen 19, número 3 (2009) de la revista *Contours*. Original en inglés.

genera un debate inacabable sobre su definición ya que pueden dar pie a definiciones incompatibles pero válidas, dependiendo de los aspectos que se enfatizan y el contexto en el que se planteen.

Sin embargo, esto no fue siempre así. Inicialmente el Turismo Responsable surgió como una propuesta que afirmaba que era posible plantear modelos turísticos alternativos capaces de respetar el medio ambiente, favorecer primordialmente la economía local, y en el que la población anfitriona tuviera un papel significativo en la gestión. Incluso más allá de promover modelos turísticos alternativos, el Turismo Responsable aparecía también como un movimiento social que combatía las consecuencias de los modelos turísticos dominantes y que denunciaba a sus principales agentes: el sector empresarial transnacional (su principal beneficiario) y las instancias gubernamentales y multilaterales que los apoyaban.

Pero actualmente el concepto Turismo Responsable está siendo utilizado precisamente por los agentes que promueven y se benefician de los modelos turísticos dominantes: el sector empresarial transnacional. Y para ello cuenta con el inestimable apoyo de agentes autodefinidos como sociedad civil (fundaciones, institutos, etc.) o como profesionales especializados (consultores, centros de investigación...), que proponen acciones destinadas a maquillar la industria pero sin tocar sus fundamentos y, por tanto, sin enfrentar las raíces de los problemas que genera.

Responsabilidad Social Corporativa: la cobertura perfecta

Es así que surgen, bajo el paraguas de Turismo Responsable, líneas de actuación en Responsabilidad Social Corporativa (RSC). En pleno periodo neoliberal, en el que el Estado ha ido cediendo su soberanía presionado por el capital corporativo, el sector empresarial ha querido tranquilizar a la ciudadanía asegurando que eso no es ningún problema. La RSC, que no es más que la aceptación voluntaria de una serie de medidas autorreguladoras, ha surgido como la estrategia ideal para generar esa tranquilidad y confianza.

Pero algo no parece funcionar en este instrumento de autorregulación cuando una multinacional del turismo como Sol Meliá, la principal cadena hotelera de capital español y la que más invierte en promocionar y potenciar su línea de RSC (“El compromiso hacia la responsabilidad social, medioambiental y cultural es hoy un valor esencial en nuestra compañía”, afirma en su web), presiona a los gobiernos e instituciones públicas de países del Sur para poder construir en zonas de alto valor ecológico (como el caso del *Costa Esmerald Resort* en Quintana Roo, México), se dedica a enajenar el agua a la población local para cubrir las necesidades de sus campos de golf (el caso del resort *Paradisus Playa Conchal* en Guanacaste, Costa Rica), devasta bosque de manglar, primera y única línea defensiva efectiva frente a huracanes y tsunamis, como bien sabe la población indonesia (los casos del *Paradisus Resorts Playa del Carmen* y del *Paradisus Riviera Cancún* en México), o es denunciado por sus políticas contra los derechos laborales de sus trabajadores (ver el informe *Las cadenas hoteleras españolas en América Latina y las libertades sindicales* elaborado y editado por la plataforma sindical latinoamericana Rel-UITA en el 2008).

Y es que la idea de que el sector empresarial turístico, causante de esos impactos no deseados, sea quien establezca sus propias medidas de corrección, parece contradictoria. El objetivo de la empresa es obtener beneficios económicos para sus propietarios en un

espacio de libre competencia. Difícilmente, de forma voluntaria, una empresa aceptará reducir esas ganancias si nadie le obliga a ello. Aunque el *mantra* de la RSC, repetido una y otra vez, intente convencer de lo contrario, cualquier regulación y control efectiva de los efectos perniciosos de la actividad turística ha de ser externa: debe proceder de unas instituciones gubernamentales y multilaterales soberanas con capacidad de establecer normativas y hacerlas cumplir. Sin embargo, bajo la definición de Turismo Responsable predominan hoy las propuestas de RSC y no acciones de incidencia política dirigidas a obligar al Estado a asumir su papel regulador. Sin esa regulación y normativa externa, la RSC se convierte en un instrumento más de *márketing* a favor de los objetivos empresariales de las corporaciones turísticas.

Pro-Poor Tourism

Pero el ejemplo más extremo que evidencia cómo el sector empresarial a subordinado el concepto Turismo Responsable es la propuesta de convertir el capital transnacional turístico en agente de cooperación al desarrollo. Este es el caso de la metodología Pro-Poor Tourism (PPT), surgida de la cooperación británica. PPT parte de la premisa de que el turismo siempre es positivo si supone un incremento de los ingresos de los sectores más desfavorecidos de la población, aunque estas ganancias sean marginales, se distribuyan inequitativamente, y sean otros (la industria turística transnacional) quienes acaparen la mayor parte de los beneficios que genera la actividad.

Con una concepción limitada de la pobreza (PPT la define simplemente como escasez de ingresos monetarios), la solución pasa por aumentar los ingresos de los pobres, lo que se puede lograr a partir de alguna actividad marginal (producción y venta de artesanías, guías locales, etc.). No hace falta, así, plantear mecanismos de redistribución de los beneficios que puedan afectar negativamente al sector empresarial turístico.

Se ha de señalar que propuestas como PPT no niegan que los modelos turísticos dominantes generen distorsiones (insostenibilidad, empobrecimiento), pero considera que el problema no está en el modelo, sino en su gestión. Para PPT, estableciendo algunos mecanismos correctores oportunos esos modelos turísticos dominantes y las corporaciones transnacionales que los controlan no aparecen como parte del problema. Es más, se convierten en aliados en la lucha contra la pobreza en el Sur: se convierten en agentes de cooperación.

No es extraño, pues, que entre los principales valedores de PPT encontremos a la World Travel and Tourism Council (WTTC), la plataforma formada por las principales multinacionales del sector. La WTTC recomienda la aplicación de propuestas PPT en sus *policy recommendations* para los eufemísticamente llamados “países emergentes”.

Para PPT, factores como el impacto sobre las diferencias socioeconómicas y la distribución de los beneficios, o las consecuencias medioambientales del desarrollo turístico, son considerados temas secundarios. En realidad, PPT acepta que el modelo no sólo no lucha por la equidad, sino que incluso puede comportar problemas para una parte de la población. Las propuestas de lucha contra la pobreza de PPT han llegado a ser caricaturescas. Hace unos pocos años, por ejemplo, Caroline Ashley, una de sus principales promotoras, aconsejaba que los gobiernos del Sur (pobres) apoyaran financieramente a las transnacionales (de países ricos) para que aplicasen “políticas PPT”, ya que si bien

consideraba que estas políticas generarían beneficios a la empresa a largo plazo, a corto plazo requieren una inversión que esos gobiernos debían financiar. En pocas palabras: pedía a los países empobrecidos que cedieran recursos públicos al gran capital corporativo turístico para que éste estableciera medidas de reducción de la pobreza²⁶⁹.

Una reflexión final

Ante estos ejemplos, la cuestión es: ¿cómo la industria turística ha sido capaz de apropiarse del Turismo Responsable, idea que surgió precisamente para denunciarla?. La respuesta es larga y compleja, pero hay un par de fenómenos especialmente significativos que pueden darnos algunas pistas.

Por un lado, encontramos el afán del sector empresarial turístico por mejorar su imagen (marketing ético). Incluso, también, un interés en acceder a nuevos nichos de mercado que surgen bajo los sellos de la sostenibilidad y la solidaridad. Este es el caso del ecoturismo. O más recientemente el turismo solidario (*volunteer tourism*), para el que están apareciendo propuestas de certificación (como la de la europea Fairtrade Labelling Organizations International - FLO) destinadas a convertirlo en un producto comercializable.

La otra posible causa es la tradicional desatención del sector turístico por parte de los movimientos sociales internacionales. Aunque el impacto del turismo es patente tanto en los países enriquecidos como en los empobrecidos, sigue teniendo un papel muy marginal en la agenda de los movimientos sociales.

Habría que estudiar la razón de este olvido. Y sobre todo, revertirlo. Sólo una sociedad civil fortalecida, con una agenda propia de incidencia en el sector turístico y con capacidad de análisis, puede impedir que el sector empresarial subordine a sus intereses conceptos como Sostenibilidad en Turismo o Turismo Responsable. La sostenibilidad del turismo no se puede dejar al libre albedrío de esta industria. La sostenibilidad (ambiental, social, económica, cultural) hay que exigirla y legislarla. Y para ello es necesario romper con el proceso neoliberal de desarticulación del Estado... un proceso que, tal vez no por casualidad, coincide con los treinta años de existencia del Día Mundial del Turismo.

269 Ashley, C. & J. Ashton (2006) "Can the private sector mainstream pro-poor tourism?" *id21 insights*, núm 62.

INTERMÓN-OXFAM Y SOL MELIÁ: TRANSFIRIENDO LEGITIMIDAD ²⁷⁰

JORDI GASCÓN

Hace unas semanas algunos medios de comunicación recogieron y difundieron la noticia de que la organización no gubernamental Intermón-OXFAM, una de las más grandes del Estado español por el volumen económico que maneja, y la cadena Sol Meliá, la primera transnacional española del sector hotelero, habían establecido un acuerdo de colaboración destinado a promover el consumo de productos de comercio justo²⁷¹. El acuerdo no sólo se centra en este tema, sino que abarca otros: según la nota de prensa que distribuyó Intermón-OXFAM,

“La compañía Sol Meliá y la ONG Intermón Oxfam han firmado un acuerdo marco de colaboración para poner en marcha una serie de iniciativas conjuntas que reforzarán su labor en el ámbito de la cooperación, la acción humanitaria, la sensibilización del comercio justo, y actividades de soporte institucional” ²⁷²

Es posible que con ese acuerdo, rubricado en un acto oficiado en uno de los establecimientos de la cadena hotelera por la directora de Intermón Oxfam, Ariane Arpa, y el vicepresidente de Sol Meliá, Sebastián Escarrer, Intermón-OXFAM, una de las principales importadoras y distribuidoras de comercio justo del Estado Español, aumente sus ventas de café. Pero no es un éxito comercial gratuito. A cambio Sol Meliá obtiene un elemento que cada vez valora más la gran empresa: prestigio. Y es que las tan cacareadas políticas de Responsabilidad Social Corporativa consisten, en realidad, en procesos de compra y venta de legitimidad. En este caso es una ONGD de reconocida trayectoria como es Intermón-OXFAM, que posee esa legitimidad, la que se la transfiere a Sol Meliá.

El objetivo de Intermón-OXFAM en esta transacción comercial es claro y ya lo hemos señalado: aumentar sus ventas. Pero ¿qué necesidad tiene Sol Meliá de “adquirir” legitimidad?. Tal vez esta pregunta se la tendría que haber hecho Intermón-OXFAM antes de firmar el acuerdo. Habría descubierto que Sol Meliá, realmente, necesita limpiar su imagen. Aún desconociendo la política de *fundraising* de Intermón-OXFAM, cuesta creer que considere oportuno ceder su legitimidad a una empresa multinacional que tiene más de un frente abierto en países del Sur. ¿Conoce Intermón-OXFAM las prácticas empresariales de Sol Meliá en México, por ejemplo, donde no tiene reparos a la hora de presionar a los gobiernos e instituciones públicas para poder construir en zonas de alto valor ecológico, como es el caso de su complejo *Costa Esmerald Resort* en Quintana Roo²⁷³? ¿O sabe que en Guanacaste (Costa Rica) se dedica a enajenar el agua a la población local

270 Artículo publicado el 10 de agosto de 2009 en el diario *online Rebelión* (www.rebellion.org)

271 “Sol Meliá e Intermón Oxfam promueven el comercio justo” *Cinco Días* (22 de junio de 2009)

272 Intermón-OXFAM “Nota de prensa: Sol Meliá e Intermón Oxfam firman un acuerdo marco de cooperación y sensibilización en comercio justo” (16 de junio de 2009)

273 ATR “Exitos de la cadena hotelera Sol Meliá en detrimento del ecosistema mexicano” (http://www.turismo-responsable.org/denuncia/o807_solmelia_mexico.html)

para cubrir las necesidades de los campos de golf de su *resort Paradisus Playa Conchal*²⁷⁴? ¿O que tampoco tiene inconveniente en devastar bosques de manglar, primera y única línea defensiva efectiva frente a huracanes y tsunamis²⁷⁵, incluso presionando a los gobiernos para que deroguen leyes que defienden estos ecosistemas²⁷⁶? ¿O que ha sido denunciado por sus políticas contra los derechos laborales de sus trabajadores por la plataforma sindical latinoamericana Rel-UITA²⁷⁷?

En cierta manera se puede decir que, como la energía, la legitimidad ni se crea ni se destruye; sólo se transfiere (se compra, se vende, se cede,...). La legitimidad que recibe Sol Meliá por la transacción económica realizada no sólo procede de Intermón-OXFAM, sino también de terceros: de la población local afectada por la política empresarial de Sol Meliá y de las organizaciones que lo denuncian, pues ven como sus justas reclamaciones pierden credibilidad pública en esta maniobra.

Desconsuela ver como toda una institución como Intermón-OXFAM confunde el objetivo con el medio. El comercio justo surgió como un movimiento social dirigido a enfrentar el comercio internacional dominante. Sin embargo para algunas organizaciones el comercio justo se ha convertido en un nicho de mercado y ha dejado de ser ese movimiento social crítico que fue en sus inicios. Resultado de esto, el deseo de aumentar las ventas les lleva a buscar aliados en el sector empresarial transnacional que, precisamente, es el principal beneficiario de ese comercio internacional dominante y su principal promotor.

Este acuerdo con Sol Meliá no es ninguna excepción en Intermón-OXFAM. Precisamente hace unas semanas el pequeño grupo de ONG que controla (o cree controlar) el sello de comercio justo FLO-España, entre las que se encuentra Intermón-OXFAM, decidió certificar café de la multinacional de la alimentación Starbucks (a la que, por cierto, durante mucho tiempo estuvo denunciando). Esta empresa de capital norteamericano es conocida y reconocida, entre otras cosas, por su impulso a la aplicación de organismos genéticamente modificados, por su política destinada a aumentar la ganancia a costa de reducir el pago que se da a los productores de café, o por romper precios para arruinar a pequeños establecimientos de restauración. Todas estas prácticas han generado diversas campañas de boicot a sus establecimientos, especialmente en Estados Unidos. Es triste que Intermón-OXFAM, a través de FLO-España, termine cayendo en la misma práctica que ya en su día tuvieron FLO-Gran Bretaña y FLO-Suiza certificando productos de Nestlé y de McDonalds respectivamente.

Y todo, por vender algunos quilos más de café.

274 Angulo, M. R. "Protección del Agua Subterránea: Caso Acuífero Nimboyores y el Conflicto entre Comunidades Costeras y Desarrollos Hoteleros de Guanacaste S.A. (Hotel Conchal)" *Instituto de Políticas para la Sostenibilidad* (www.ips.or.cr). Curiosamente, Intermón-OXFAM presentó un documental que trata y denuncia este caso en su *III Festival Internacional de Curtmetratges ACTUA (Nimboyores* de Carlos Rovira Bolaños, 2008). Pero parece que los responsables de *fundraising* de Intermón-OXFAM no son asiduos a los eventos que organiza su propia institución.

275 "Devastan manglar en Xcachel-Xcachelito para construir hotel sin permisos" *Noticaribe* (13 de enero de 2009)

276 "Buscan echar abajo ley que protege el manglar, advierten" *Noticaribe* (10 de octubre de 2007)

277 Rel-UITA (2008) *Las cadenas hoteleras españolas en América Latina y las libertades sindicales*. Buenos Aires. (www.rel-uita.org)

LA METODOLOGÍA “PRO-POOR TOURISM” (PPT): UN ANÁLISIS CRÍTICO ²⁷⁸

JORDI GASCÓN

Los planteamientos con los que se aproximan las organizaciones de cooperación al desarrollo al fenómeno turístico son muy heterogéneos: desde posiciones altermundistas, centradas en el rechazo a los modelos turísticos dominantes por sus impactos en ecosistemas, economías y sociedades locales, en la denuncia de las prácticas de las empresas transnacionales que se benefician de ellas, y en el seguimiento y censura del apoyo que éstas reciben de las instituciones públicas y organismos multilaterales, a propuestas mucho más conservadoras y escasamente críticas, en los que el turismo se contempla como una vía de acceso a unos recursos complementarios para población marginada del Sur sin que se vea la necesidad de poner en duda la validez del modelo.

La metodología de intervención de la cooperación en turismo Pro-Poor Tourism (PPT) fue ideada en la década de los `90 por un grupo de instituciones públicas y centros de investigación británicos: el Overseas Development Institute (ODI), el International Institute for Environment and Development (IIED) y el instituto universitario International Centre for Responsible Tourism, con la asesoría de diferentes consultores y a iniciativa de la Economic and Social Research Unit (ESCOR), área del Department for International Development (DFID), la agencia británica de cooperación. A día de hoy se ha convertido en la estrategia de intervención en cooperación más conocida del segundo tipo de acercamiento al turismo antes indicado, el acrítico y conservador, como atestiguan los numerosos estudios científicos que lo han examinado en los últimos años²⁷⁹.

En la misma línea que estas publicaciones, el presente trabajo²⁸⁰ quiere analizar algunas de las características de PPT que muestran como la utilización que hace del turismo como instrumento de cooperación al desarrollo no sólo no enfrenta el modelo económico dominante, y consiguientemente las causas de la pobreza estructural de los países del Sur, sino que incluso plantea la posibilidad de convertir en agentes de cooperación a aquellos sectores que promueven y se benefician de ese modelo económico, como es el caso del capital transnacional.

Para ello estudiaremos los objetivos e instrumentos de PPT a la luz de su definición del concepto de pobreza, para enfrentarlo posteriormente con propuestas de incidencia en turismo de carácter alternativo y fuertemente críticas.

278 Artículo publicado en el número 9 de *Opiniones en Desarrollo* (2011), editado por Albasud.

279 Desde una visión crítica, véase: Mowforth, M. & I. Munt (2003) *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*. London & New York: Routledge; Schilcher, D. (2007) “Growth versus equity: the continuum of Pro-Poor Tourism and neoliberal governance” *Current Issues in Tourism* 10 (2&3): 166-193; Chok, S. & J. Macbeth (2007) Scheyvens, R. (2007) “Exploring the Tourism-Poverty Nexus” *Current Issues in Tourism* 10 (2&3): 231 – 254; Telfer, D. J. & R. Sharpley (2008) *Tourism and Development in the Developing World*. Abingdon & New York: Routledge. A remarcar el libro de C. M. Hall (2007) *Pro-Poor Tourism: Who Benefits?* Clavendon/ Buffalo/ Toronto: Channel View Publications, que recopila y confronta artículos a favor y críticos de la metodología PPT.

280 Versiones previas del presente texto han sido publicadas en el libro Gascón, J. *El turismo en la cooperación internacional*. Barcelona: Icaria. 2009, así como en Gascón, J. (2009) “¿Pro-Poor Tourism o Pro-Corporation Tourism?. La cooperación internacional como fuente de legitimidad de los intereses transnacionales”, en Cordobés, M. & Sanz, B. (coord.) *Turismo para el Desarrollo*. Barcelona: Obra Social La Caixa. pp. 84-97.

La propuesta de PPT para luchar contra la pobreza y su adopción por la Organización Mundial del Turismo

PPT considera que el turismo es una eficiente herramienta para reducir la pobreza en los países del Sur, ya que permite incrementar los ingresos de la población más depauperada. Para ello, plantea tres ámbitos de actuación: el aumento de las oportunidades de trabajo asalariado, la creación de microempresas locales y la generación de ingresos comunitarios. El resultado es una variada tipología de intervenciones que van desde la financiación de proyectos de Turismo Rural Comunitario al apoyo de políticas empresariales turísticas de gran capital que, directa o indirectamente, generen trabajo para toda o parte de la población local.

El principal objetivo de PPT es el incremento de los ingresos de los sectores más desfavorecidos de la población, aunque estas ganancias sean marginales y otros acaparen la mayor parte de los beneficios que genera la actividad. PPT considera que si bien los beneficios del turismo que llegan a los sectores sociales más pobres pueden parecer, a nivel “macro”, poco sustanciales, son significativos dentro de sus limitadas economías domésticas y pueden ser importantes para el desarrollo. Así lo especifica quien es una de sus principales representantes y teóricas, Caroline Ashley:

“La definición (de PPT) no dice nada sobre la distribución relativa de los beneficios del turismo. Por lo tanto, en la medida que la población pobre obtiene beneficios netos, el turismo se puede clasificar como *pro-pobre* (**incluso si la población más próspera se beneficia más que la población más pobre**)”²⁸¹. “El hecho de que (el turismo) sea un negocio implicará sólo cambios marginales; el negocio turístico es un negocio. Pero **un cambio marginal en un sector masivo puede ser significativo para el desarrollo**”²⁸².

PPT considera que este objetivo se puede alcanzar sea cual sea el modelo turístico del que se trate.

“Los principios pro-pobre son aplicables a cualquier segmento turístico, si bien las estrategias específicas variarán cuando se trate, por ejemplo, de turismo de masas o de turismo de naturaleza”²⁸³

De esto se deduce que para PPT no hay modelo malo. Modelos turísticos de enclave o minoritarios gestionados por foráneos pueden ser considerados oportunos en la lucha contra la pobreza si permiten aumentar los ingresos de la población más desfavorecida, aunque sólo sea con los beneficios marginales de la actividad.

Por tanto, PPT valora el impacto de una actividad turística a partir de su capacidad de aumentar los ingresos netos de la población pobre. Cualquier modelo turístico que lo

281 Ashley, C. (2002) *Methodology for Pro-Poor Tourism: Case Studies*. PPT Working Paper Series, nº10, 2002. Pág. 3.

282 Ashley, C & G. Haysom (2005) “From philanthropy to a different way of doing business: strategies and challenges in integrating pro-poor approaches into tourism business”. Conference. Disponible en http://www.odi.org.uk/tourism/RESOURCES/longerpapers/o5o1_pptpilots_ATLASpaper.pdf. La traducción y el subrayado de los dos fragmentos citados es nuestro.

283 Principios de PPT, disponibles en: http://www.propoortourism.org.uk/ppt_principles.html. La traducción es nuestra.

consiga es un modelo válido, tenga o no entre sus objetivos la lucha contra la pobreza, lo tenga implícita o explícitamente, o de manera prioritaria o secundaria. Otros factores, como el impacto sobre las diferencias socioeconómicas y la distribución de los beneficios, son considerados temas secundarios. En realidad, PPT acepta que el modelo no sólo no lucha por la equidad, sino que incluso puede comportar problemas para una parte de la población:

“No se puede esperar que todos los pobres se beneficien equitativamente, especialmente el 20% de población más pobre. Algunos perderán”²⁸⁴

Lo importante es que los índices globales de pobreza disminuyan²⁸⁵.

La estrategia PPT ha sido adoptada por diferentes agencias gubernamentales, así como por la Organización Mundial del Turismo (OMT)²⁸⁶. En el 2003, el mismo año que entró a formar parte del sistema de Naciones Unidas, la OMT inició su programa *Sustainable Tourism – Eliminating Poverty (ST-EP)*, que hereda los planteamientos de PPT.

La OMT, cuya sede está en Madrid, es una organización con más de siete décadas de historia que tiene como finalidad la promoción del turismo²⁸⁷. En la década de los '70 empezó su vinculación a Naciones Unidas a través del PNUD. Pero el salto definitivo vino en el 2003, cuando entró en el sistema de Naciones Unidas como agencia especializada de pleno derecho.

En este nuevo marco, la OMT se vio impelido a crear algunos programas que se pudieran incorporar a los Objetivos del Milenio establecidos por Naciones Unidas en el 2000. Y surgieron, entre otros, el citado programa ST-EP y la asunción de la Declaración de Davos contra el Cambio Climático (2007), dirigidas a favorecer el primer (erradicación de la pobreza extrema y el hambre) y séptimo Objetivo del Milenio (sostenibilidad del medio ambiente) respectivamente.

La OMT considera, no obstante, que el mejor método para lograr estos objetivos es la liberalización de mercado de los servicios turísticos. Es uno de sus principales valedores: participó activamente, junto con la Organización Mundial del Comercio, en el desarrollo del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (*General Agreement on Trade in Services – GATS*), que tiene como objetivo impulsar la liberalización del sector servicios,

284 *Idem* nota anterior.

285 Para un mayor detalle del posicionamiento de PPT, véase entre otros textos Ashley, C. op.cit. 2002; Ashley, C. y otros (2001) *Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor. A review of experience*. Nottingham: ODI&IIED&CRT; Cattarinich, X. (2001) *Pro-poor Tourism Initiatives in Developing Countries: Analysis of Secondary Case Studies*. PPT Working Paper Series, nº8. Y en general, todos los estudios publicados en la página web de Pro-Poor Tourism (www.propoortourism.org.uk), en donde se presenta su base teórica y los informes de numerosos casos de estudios de aplicación de la estrategia.

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

287 El primer antecedente de la OMT fue el Congreso Internacional de Asociaciones Oficiales de Propaganda Turística de 1925. En la década de los '40 pasó a llamarse Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT), y posteriormente asumió su actual denominación.

entre ellos todos los concernientes a la actividad turística, socavando cualquier medida proteccionista²⁸⁸.

Aunque son numerosas las voces que afirman, y los estudios que demuestran, que la liberalización de los servicios turísticos va en detrimento de las empresas turísticas locales y a favor de la concentración del sector en manos de unas pocas transnacionales²⁸⁹, la OMT asegura que la liberalización no sólo es compatible con el desarrollo del turismo sostenible, sino que es un elemento esencial a favor de la lucha contra la pobreza²⁹⁰. No encuentra, así, incongruencia entre tales políticas liberalizadoras y su programa ST-EP, que tiene como uno de sus mecanismos de actuación, “la creación y gestión de empresas turísticas por los pobres”, mecanismo que define así²⁹¹:

“Este mecanismo implica la creación y gestión por los pobres de empresas turísticas más formales, ya sea individualmente o en el ámbito de una comunidad. Puede tratarse de establecimientos de alojamiento, alimentación, transporte, establecimientos de venta al por menor, guías y entretenimiento. La creación de empresas en el ámbito local tiene grandes ventajas pues pone la gestión y el control en manos de la población local, puede garantizar inversiones a largo plazo y permite a las empresas determinar el grado de explotación necesario para atraer consumidores”.

No encuentra, decíamos, incongruencias, aún cuando estas empresas pocas posibilidades pueden tener ante el capital internacional si en determinado momento éste aparece interesado en el nicho de mercado que ocupan²⁹².

A continuación reproducimos algunas citas de documentos de la OMT que presentan este ambivalente posicionamiento. El primero es un fragmento del *addendum* presentado

288 En el Código Ético Mundial para el Turismo elaborado por la OMT, listado de criterios dirigidos a orientar la labor de entidades públicas y del sector empresarial, se afirma que “los impuestos y gravámenes específicos que penalicen el sector turístico y mermen su competitividad habrán de eliminarse o corregirse progresivamente” (artículo 8). Disponible en http://www.unwto.org/code_ethics/pdf/languages/Codigo%20Etico%20Esp.pdf

289 Véase al respecto el documento *El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS) de la OMC y el Fomento del Turismo Sustentable: Documento Oficial de la Declaración de Berna y el Grupo de Trabajo en Turismo y Desarrollo, en Suiza, sobre la Política de Liberalización del Sector Turismo de la Organización Mundial del Comercio (WTO-OMC)*, 2005. Disponible en http://www.akte.ch/uploads/media/Documento_oficial_GATS_01.pdf, así como los artículos compilados en AA.VV. (2006) *Expansion du tourisme : gagnants et perdants*. Paris: Centre tricontinental & Syllepse. En diversos foros, las organizaciones sociales han criticado las políticas de la OMT de “alivio de la pobreza” y de apoyo al GATS, entre otras. *Tourism Interventions: Fortaleza-Hanover-Mumbai*. Freiburg: FernWeh, 2004.

290 *Addendum* presentado por el Secretario General de la OMT, Francesco Frangialli, a la Asamblea General de esta organización sobre la liberalización del mercado de los servicios turísticos. Disponible en http://www.unwto.org/quality/trade/en/pdf/trd_o2_1.pdf

291 Disponible en <http://www.unwto.org/step/mechanisms/sp/ms.php?op=2>

292 Un ejemplo lo encontramos en una de las mayores atracciones turísticas de Sudamérica: el Santuario Arqueológico de Machu Picchu. El programa gubernamental de privatización de la gestión y uso del patrimonio cultural está dando pie a la entrada de capital transnacional, incluso permitiendo la construcción de hoteles e infraestructuras turísticas en zonas de amortiguamiento del Machu Picchu, que está eliminando a las pequeñas empresas locales que tradicionalmente ofrecían servicios a los turistas, además de generar otros problemas como enajenación del agua, etc. La población cusqueña ha reaccionado con fuertes protestas y movilizaciones. “La provincia del Cusco, en el Perú, en lucha contra la ley que quiere privatizar la gestión del patrimonio cultural”, 2008 (disponible en http://www.turismo-responsable.org/denuncia/o8o2_ley_peru.html).

por el Secretario General de la OMT, Francesco Frangialli, a la Asamblea General de esta organización sobre la liberalización del mercado de los servicios turísticos²⁹³:

“La adopción de la Declaración del Milenio de Osaka en la Decimocuarta Asamblea General concluyó que “la liberalización de las condiciones que rigen el comercio de los servicios es compatible con el desarrollo sostenible del turismo y la protección de los valores e identidades sociales y culturales”, elementos ahora incluidos en la Organización bajo la expresión “liberalización turística con semblante humano”. En el informe presentado por el Secretario General en la pasada Asamblea General, esto se reforzó al afirmar que: “como expresión de libertad por naturaleza y como fenómeno internacional por definición, el turismo tiene todo a favor para conquistar extensos nuevos territorios para el reino de la libertad”. El Secretario General agregó que: “todos obtienen beneficios del desarrollo del turismo como sector de exportación. Ante todo, los países del Tercer Mundo que forman parte de los beneficiarios netos del comercio internacional del turismo, ya que su balance acumulativo turístico es positivo frente a los países industrializados, balance positivo que pueda ayudar a financiar su desarrollo y a reducir su deuda externa. Y también los países industrializados obtienen beneficios por dos razones: en primer lugar, porque a través del turismo satisfacen los deseos de consumo de sus ciudadanos que desean viajar al exterior más libre y fácilmente; y en segundo lugar, porque su grandes empresas, en especial las multinacionales, tienen todo a su favor para abaratar los viajes y acceder más fácilmente a los mercados extranjeros, por no mencionar la posibilidad asociada de exportar su ingeniería turística o la de sus subcontratistas a esos mercados”.

A destacar la expresión “liberalización del turismo con semblante humano” (*tourism liberalization with a human face*), con la que la OMT intenta explicar y defender su posicionamiento negociador a favor del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS), y que en sí mismo es una asunción de culpabilidad, ya que acepta implícitamente el costo social que tienen las políticas liberalizadoras. La expresión es un auténtico oxímoron.

Otra cita impagable es la siguiente, extraída del documento Comercio Justo y turismo en el marco del programa de trabajo de la OMT para el periodo 2006-2007 ²⁹⁴, donde hábilmente se confunden y equiparan los conceptos “comercio justo” y “competitividad justa”:

“Asimismo, en el marco de los trabajos de las Naciones Unidas (UNCTAD, PNUD) se ha iniciado el debate, con vistas a formular políticas y tomar medidas correspondientes, que vinculen el comercio con los objetivos de desarrollo y el alivio a la pobreza en los ámbitos de la liberalización y la globalización. Por tanto, el concepto del comercio justo en el turismo, o el turismo equitativo, y su implantación, se inscriben en el marco de la aplicación de las decisiones de Johannesburgo y constituyen una aportación a los trabajos de la ONU, en la cual la OMT recientemente ha elevado su estatus en organismo especializado. Por consiguiente, en su programa general de trabajo para el periodo 2006-2007, la OMT se plantea fomentar el “uso sostenible de los recursos

293 Disponible en http://www.unwto.org/quality/trade/en/pdf/trd_o2_1.pdf. La traducción es nuestra.

294 Madrid, 2006. Disponible en http://www.unwto.org/quality/trade/sp/pdf/Espanol_terms_reference.pdf

financieros, humanos, culturales y naturales para las inversiones turísticas” así como “normas de competencia justa y prevención de prácticas anticompetitivas”.

Regresemos al programa ST-EP, que como hemos dicho se diseñó a partir de la metodología PPT. El programa ST-EP considera que hay siete mecanismos que pueden permitir a la población pobre del Sur beneficiarse, directa o indirectamente, de la actividad turística, y que por tanto entran dentro del programa²⁹⁵. El primero, que toma por título “empleo de los pobres en las empresas turísticas”, es especialmente destacable. Según reza su definición,

“Este mecanismo implica tomar medidas para aumentar el número de pobres que trabajan en empresas turísticas. La relación entre las empresas turísticas y el empleo de la población local es simbiótica, puesto que ambas partes obtienen considerables beneficios, lo que ayuda a luchar directamente contra la pobreza permitiendo que los pobres desarrollen sus propias habilidades y que un mayor número de personas se beneficie directamente, a la vez que se mejora la calidad del servicio. Es importante fomentar la educación y la formación de forma que los pobres puedan responder a estas oportunidades y se elimine cualquier barrera social o cultural”²⁹⁶

Un elemento a destacar en esta cita: la premisa de que la relación entre la empresa y el empleado local es “simbiótica”; ambos obtienen beneficios. Se trata de una visión “todos ganan” (*win-win*).

A la hora de reclamar cierta corresponsabilidad al sector empresarial, el programa ST-EP sólo plantea acciones caritativas y discrecionales; concretamente, anima a establecer políticas de “donaciones y apoyo voluntario de las empresas turísticas y de los turistas” (sexto mecanismo del programa ST-EP), ámbito donde, afirma, las ONGD tendrían un papel destacado a la hora de “desarrollar mecanismos para la recogida y distribución de los donativos”²⁹⁷.

Vemos, pues, que ST-EP (y consiguientemente PPT, en cuyos principios teóricos se basa) casa perfectamente con los planteamientos neoliberales que defiende la OMT.

Cabe señalar que propuestas acriticas y conservadoras como la del PPT y el programa ST-EP no niegan que los modelos turísticos dominantes no generen distorsiones (insostenibilidad, depauperación), pero considera que el problema no está en el modelo, sino en su gestión. Estableciendo los mecanismos correctores oportunos, esos modelos turísticos dominantes y las corporaciones transnacionales que los controlan ya no sólo no aparecen como parte del problema, sino que se convierten en aliados para la atenuación de la pobreza en el Sur, cuando no directamente en agentes de cooperación. Con este discurso, PPT y el programa ST-EP legitiman políticas e intereses corporativos que tienen graves consecuencias en las sociedades, economías y ecosistemas locales. Como afirman Chok y Macbeth,

295 OMT (2004) *Turismo y atenuación de la pobreza: Recomendaciones para la acción*. Madrid: WTO-OMT.

296 “Turismo sostenible – Eliminación de la pobreza. Los 7 mecanismos”.
<http://www.unwto.org/step/mechanisms/sp/ms.php>

297 *Idem* nota anterior.

“actualmente la agenda de PPT aparece fuertemente dictada por los intereses corporativos y burocráticos cuyo interés está en conseguir apoyo político para que el turismo sea una prioridad política”²⁹⁸

En realidad, PPT y ST-EP surgen como propuestas propias de la ortodoxia neoliberal, según la cual el desarrollo económico es fundamental para la lucha contra la pobreza²⁹⁹. Y la participación del capital transnacional, clave, al punto de llegar a aconsejar a los gobiernos del Sur (pobres) que apoyen financieramente a las transnacionales (de países ricos) para que apliquen “políticas PPT”: si bien consideran que estas políticas pueden generar beneficios a la empresa a largo plazo, también aseguran que a medio y corto plazo requiere una inversión que, esos gobiernos, con fondos públicos, deberían respaldar³⁰⁰. Es una clásica estrategia neoliberal que considera que la mejor manera de beneficiar a la totalidad de la sociedad es mediante un bucle indirecto: estableciendo políticas económicas que favorezcan al sector empresarial, cuando no aplicando directamente subvenciones con fondos públicos, y confiando que algunos beneficios se deslicen desde la cúspide de la pirámide económica hasta la base, compuesta por la población más desfavorecida. Es el denominado efecto de perlocación (*trickle down*).

Un acercamiento altermundista al turismo como sector de incidencia por parte de la cooperación

Las características del PPT se pueden delimitar mejor si lo comparamos con otras propuestas ideológicamente opuestas. En este sentido, los acercamientos altermundistas al sector turístico son muy diferentes. Y lo son ya en su propia esencia: en la conceptualización de la pobreza.

Como hemos visto, para los autores cercanos a los planteamientos de PPT el incremento de la diferenciación no es importante si el proyecto permite alcanzar algún beneficio a la población más pobre, aunque sea un beneficio marginal. Sin embargo será un efecto no deseado que invalide el proyecto para aquellos que defienden una concepción relativista de la pobreza en la línea que plantean Amartya Sen³⁰¹ o los teóricos marxistas³⁰². Para estos autores, la pobreza y la marginalidad no depende tanto de la cantidad de ingresos obtenidos como de la situación del individuo dentro de la estructura social. Así pues, el aumento de las diferencias socioeconómicas implica siempre un empobrecimiento en términos absolutos, aunque en el proceso los más pobres consigan aumentar sus ingresos, ya que quien está en mejor situación socioeconómica aumentará su poder económico (mayor acceso a los recursos) y político (mayor papel en los procesos de toma de decisiones).

298 Chok, S. & J. Macbeth (2007) “Tourism as a tool for poverty alleviation: a critical analysis of pro-poor tourism and implications for sustainability” in Hall, C. M. (ed.) *Pro-Poor Tourism: Who Benefits?* Clavendon/Buffalo/Toronto: Channel View Publications. p. 50. La traducción es nuestra.

299 Mowforth, M. & I. Munt (2003) *op. cit.*; Scheyvens, R. (2007) *op. cit.*

300 Ashley, C. & J. Ashton (2006) “Can the private sector mainstream pro-poor tourism?” *id21 insights*, 62 (Disponible en <http://www.id21.org/insights/insights62/arto1.html>)

301 Sen, A. (1981) *Poverty and Famines: An Essay on Entitlement and Deprivation*. Oxford: Clarendon Press.

302 Townsend, P. & Gordon, D., eds. (2002) *World Poverty: New Policies to Defeat an Old Enemy*. Bristol: The Policy Press.

Esta visión altermundista, pues, se enfrenta a la de PPT y al de la OMT. Y es que en la conceptualización en términos absolutos que estas últimas hacen de la pobreza, y que miden exclusivamente por la cantidad de ingresos obtenidos, el tema de la distribución de los beneficios y el aumento del distanciamiento socioeconómico no supone necesariamente un problema.

Para la visión altermundista resulta más adecuado hablar de “marginalidad” o “exclusión social” (que además del nivel de ingresos, indica posicionamiento dentro de la escala socioeconómica) que sólo de “pobreza”. Como señalan los teóricos de la “exclusión social”, una persona o grupo social puede poseer o tener acceso a los medios adecuados para sobrevivir, pero verse marginado de los ámbitos de decisión política, cultural y económica.

El ejemplo de un caso concreto que hemos estudiado en otros trabajos³⁰³ puede ayudar a entender esta visión relativista de la pobreza. El caso es el de la isla Amantani, la más grande y poblada que Perú tiene en el Lago Titicaca. Sus habitantes, quechuas, son tradicionalmente campesinos minifundistas, si bien en las últimas generaciones han ido diversificando sus fuentes de ingresos como una estrategia para enfrentar la crisis secular de la agricultura. En este esfuerzo por buscar nuevas fuentes de ingresos, a finales de la década de 1970 los amantaneños se plantearon el desarrollo de la actividad turística a instancias de un organismo gubernamental que buscaba fomentar esta industria en el país y con el apoyo puntual de la cooperación internacional. La población amantaneña tenía fuertes expectativas en el turismo, pero pronto descubrió sus limitaciones. Finalmente, un determinado sector social, el de los lancheros que transportaban los turistas hasta la isla, se hizo con el control de ese escaso turismo. El resto de la población quedó, así, excluida del principal beneficio que generaba el turismo. El monopolio del nuevo recurso por parte de este pequeño sector acabó siendo el eje alrededor del cual se estructuró las diferencias socioeconómicas entre las familias amantaneñas. Si bien otras actividades, como la agropecuaria o la emigración temporal, tenían un papel económico más importante en la economía general de la isla, la distribución de estos recursos era más homogénea. En esta situación, que un pequeño grupo obtuviera unos ingresos extras les permitió consolidarse como el grupo social mejor situado económicamente. Además este grupo acabó controlando la Gobernación, la principal institución política de la Isla. Este control fue posible gracias a que se trataba de un cargo costoso para quien lo asumía y, por tanto, sólo accesible a los sectores económicamente predominantes.

Más allá de la frustración y pérdida económica que buena parte de la población sufrió por esta situación, el proceso incrementó la diferenciación campesina. Se puede plantear que el aumento de los ingresos de una parte de la población no tiene por qué redundar en un empeoramiento de las condiciones de vida del resto, si ese incremento se basa en el surgimiento de un nuevo recurso y no en la enajenación y acaparamiento de recursos ya existentes. Pero esto no fue así. El aumento de la diferenciación socioeconómica

303 Gascón, J. (1996) “La gestión de un nuevo recurso: el turismo. Conflicto y lucha por su control en los Andes”, in Chamoux, M-N. & Contreras, J. (eds.) *La gestión comunal de recursos: Economía y poder en las sociedades locales de España y América Latina* (pp. 307-336). Barcelona: Icaria; Gascón, J. (2002) “El turismo como factor de globalización: Un caso andino”, in Calvo Buezas, T., (ed.) *Iberoamérica: Horizonte Tercer Milenio*. Madrid: CEMIRA & Universidad Complutense de Madrid; Gascón, J. (2005a) *Gringos como en sueños: Diferenciación y conflicto campesino en los Andes Peruanos ante el desarrollo del turismo*. Lima: IEP; Gascón, J. “Turismo rural comunitario y diferenciación campesina. Consideraciones a partir de un caso andino” *Mundo Agrario* 11(22).

comportó una redistribución del poder a favor del sector beneficiado, por lo que el sector no beneficiado perdió capacidad en los procesos de tomas de decisiones que, a la corta o a la larga, también le supuso pérdida de su nivel de vida. Así, durante años la mayor parte de los recursos que controlaba la Gobernación se dedicó a favorecer los intereses del grupo lanchero: reparación y mantenimiento de los muelles, campañas de difusión, refacción de las infraestructuras turísticas, establecimiento de fiestas destinadas a la promoción de la isla, etc.

En resumen. El incremento de la diferenciación económica como resultado del desarrollo del turismo permitió, a aquellos que más beneficios obtenían del nuevo recurso, hacerse con el control de la principal institución política de la isla. Y a través de ella, priorizar sus intereses de grupo a la hora de aplicar los recursos públicos. En mayor o menor medida, el resto de la comunidad recibió algún tipo de ingreso puntual por parte del turismo a través de gastos marginales como la venta de artesanías³⁰⁴. Pero el desvío de los fondos públicos en base a los intereses de los lancheros suponía una pérdida económica superior a esos magros e irregulares beneficios.

A diferencia de lo que plantea PPT y el programa ST-EP, la visión altermundista no acepta que sea posible un planteamiento “todos ganan” (*win-win*) cuando aumentan o se consolidan las diferencias socioeconómicas. No apoya un modelo turístico que ofrezca un incremento de los ingresos a los más marginados pero del que son otros quienes obtienen los mayores beneficios. Considera, por el contrario, que la lucha contra la pobreza pasa ineludiblemente por un cambio en las estructuras socioeconómicas que permitan una redistribución justa de la riqueza.

Para la visión altermundista, por tanto, el turismo aparece como un espacio en el que se refleja el conflicto social. Es una actividad sobre el que los distintos sectores sociales implicados no sólo no tienen los mismos intereses, sino que muchas veces presentan posturas opuestas. Y eso, cuando hablamos de individuos contemporáneos. Porque además, el uso de los recursos naturales más allá de la resiliencia del ecosistema, fenómeno característico del modelo turístico de masas, supone una enajenación de los derechos y beneficios de las generaciones futuras. La cooperación internacional, por tanto, tiene que apostar por alguno de los sectores en conflicto; en pureza, en base a sus principios programáticos, por la población contemporánea marginada, promoviendo la equidad en la distribución de los beneficios, y por las generaciones futuras, reclamando un uso sostenible de los recursos naturales.

Así que mientras las visiones acrílicas y conservadoras como PPT enfocan su interés en la lucha contra la pobreza como si ésta fuera una enfermedad aislable del contexto en el que se produce, las visiones altermundistas se centran en la lucha contra las diferencias socioeconómicas, a las que considera causantes de esa pobreza. Mientras que las primeras abogan por el crecimiento y expansión del turismo (porque así también aumentarán los “beneficios marginales” a los que pueden acceder los pobres), las segundas apuestan por una redistribución de los beneficios y un control estricto de su crecimiento a la capacidad de resiliencia del medio.

304 La venta de artesanías se estableció de forma comunitaria: sólo se podía vender productos de este tipo a los turistas en la Casa Artesanal, a la que todos los amantaneños podían llevar sus trabajos. Pero el escaso número de turistas y la gran oferta de productos artesanales hacía que los ingresos por familia fueran casi anecdóticas.

Un ejemplo del confrontamiento entre PPT y visiones altermundistas: la relación (*linkage*) entre agricultura y turismo

Un paradigma oportuno para entender el fenómeno turístico desde una visión altermundista es el de la Soberanía Alimentaria, concepto que nació en 1996 como una propuesta política de La Vía Campesina, la plataforma internacional que agrupa organizaciones campesinas de todo el mundo³⁰⁵. La Vía Campesina planteó por primera vez el concepto de Soberanía Alimentaria en su Conferencia Internacional en Tlaxcala (México), y ese mismo año la presentó en la contracumbre que se organizó en Roma en paralelo a la Cumbre de la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Soberanía Alimentaria apareció como un concepto destinado a superar, e incluso enfrentar, el de Seguridad Alimentaria, establecida y defendida por la FAO.³⁰⁶

Esta segunda se refiere exclusivamente a la disponibilidad de alimentos para cubrir las necesidades básicas de la población, pero sin plantearse cómo se ha de alcanzar ese objetivo, lo que indirectamente da carta blanca para la opción agroindustrial y librecambista que se ha sabido vender como un modelo de producción eficiente. Soberanía Alimentaria, en cambio, incide en cómo alcanzar ese objetivo, y evidencia que el modelo agroindustrial y las políticas neoliberales son determinantes en la pobreza de la mayor parte de la población mundial. En el Foro Mundial de la Soberanía Alimentaria de La Habana (2001) se definió la Soberanía Alimentaria como

“el derecho de los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas agrícolas, pesqueras, alimentarias y de tierra que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias únicas. Esto incluye el verdadero derecho a la alimentación y a producir los alimentos, lo que significa que todos los pueblos tienen el derecho a una alimentación sana, nutritiva y culturalmente apropiada, y a la capacidad para mantenerse a sí mismos y a sus sociedades”

Esto se traduce en una serie de propuestas y demandas a instituciones gubernamentales y supragubernamentales dirigidas a revalorizar y defender las economías campesinas.³⁰⁷

La fisonomía de la pobreza, especialmente en el Sur, presenta básicamente dos aspectos: población urbano-marginal y población campesina. Pero en realidad se trata de dos caras de la misma moneda: ambos son resultado del modelo de desarrollo dominante que ha dañado la economía campesina. El mundo rural, o bien ha asumido el rol de fuente de capital primario en el que no se reinvierte los beneficios obtenidos, o bien, cuando si ha habido inversión, lo ha sido a favor de modelos de producción agroindustriales. En uno u otro caso, el resultado ha sido el empobrecimiento estructural tanto de la población

305 Ya hemos desarrollado esta visión del fenómeno turístico en Gascón, J. & E. Cañada (2005) *Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria; y Cañada, E. & J. Gascón (2007) *Turismo y Desarrollo: Herramientas para una mirada crítica*. Managua: Enlace.

306 Desmarais, A. (2008) *La Vía Campesina: la globalización y el poder del campesinado*. Madrid: Popular.

307 Rosset, P. (2005) *El dret a la terra: quatre textos sobre la reforma agrària*. Barcelona: Àgora Nord-Sud.

campesina que se ha quedado en el territorio como de la que, resultado de esta situación, se ha visto impelida a emigrar a zonas urbanas y sus descendientes.³⁰⁸

Si el objetivo último de la cooperación internacional ha de ser la lucha contra la pobreza, la defensa y fortalecimiento de las economías campesinas aparece, así, como una estrategia esencial. Y Soberanía Alimentaria surge, hoy por hoy, como el planteamiento político más adecuado para ello. Como señala Fernando Fernández,

“la lucha por la soberanía alimentaria se convierte en una lucha global y de construcción conjunta por parte de una gran cantidad de organizaciones a nivel mundial que tras un período largo pero fructífero de quince años han logrado estabilizar una realidad de trabajo conjunta y constructiva de ámbito internacional que está dando sus frutos”³⁰⁹

El tratamiento del turismo desde la óptica de la Soberanía Alimentaria pasa, por tanto, por la crítica de los modelos turísticos que dañan la economía campesina, y que son los mayoritarios. Soberanía Alimentaria ofrece esa “visión conflictivista” del fenómeno turístico a la que antes nos referimos.

Aplicando los principios de la Economía Ecológica, podemos observar que este conflicto se da a dos niveles. Por un lado, el turismo surge como un nueva actividad económica que requiere diferentes recursos: naturales (agua, tierra), energéticos, sociales (trabajo), financieros (capital) e incluso culturales. Pero previamente al desarrollo del nuevo sector económico, estos recursos ya están siendo aplicados por otros tradicionales; generalmente el sector agrario campesino. La aparición del turismo comporta una necesaria reestructuración en el uso de estos recursos. En ocasiones, puede que esto se haga de forma equilibrada: que tras el reajuste, a todos los sectores económicos se les asignen los recursos necesarios para su buen funcionamiento. Pero puede ser que esto no suceda así: que lo que acontezca es que el nuevo sector (el turismo) enajene a los otros sectores tradicionales (agropecuario, pesquero, silvícola, etc.) los recursos mínimos necesarios para asegurar su sostenibilidad. En las aún escasas décadas de desarrollo del sector turístico, este segundo fenómeno parece ser el predominante³¹⁰.

Decíamos que hay un segundo nivel de conflicto alrededor del fenómeno turístico. Se refiere al aspecto distributivo de los beneficios del sector. Si el control y la gestión del turismo recayesen sobre toda la población de forma equitativa, el conflicto anterior tal vez

308 Shiva, V. (1993) *Monocultures of the Mind: Perspectives on Biodiversity and Biotechnology*. London: Zed Press; Lappé, F.M & Collins, J. & Rosset, P. (2005) *op. cit. Doce mitos sobre el hambre*. Barcelona: Icaria; Rosset, P. & Patel, R. & Courville, M., eds. (2006) *Promised Land: Competing Visions of Agrarian Reform*. Oakland: Food First; Ploeg, J. D. van der (2008) *The New Peasantries: Struggles for autonomy and sustainability in an era of empire and globalization*. London: Earthscan; Akram-Lodhi, A. A. & Kay, C. (2010) “Surveying the agrarian question: current debates and beyond” *Journal of Peasant Studies* 37 (2): 255–284

309 Fernández Such, F. (2006) *Soberanía Alimentaria: Objetivo político de la cooperación al desarrollo en zonas rurales*. Barcelona: Icaria. Pág. 399

310 Para una síntesis de los análisis existentes sobre el impacto medioambiental del turismo, véase Santana, A. (1997) *Antropología y turismo: ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*. Barcelona: Ariel. El trabajo de Jurdao, F.; comp. (1992) *Los mitos del turismo*. Madrid: Endymion, referencia clásica en la literatura especializada en castellano, presenta casos que ejemplifican este proceso de sustitución de los sectores productivos tradicionales por el turismo tanto en países del Sur como del Norte.

no lo sería tanto: la sustitución de las actividades económicas tradicionales por el sector emergente no supondría la pobreza de quienes vivían de las primeras; simplemente, su fuente de ingresos habría cambiado. Pero esto raramente sucede así. Lo que predomina es una fotografía en el que el control y gestión, y el acceso a los beneficios, de cada sector económico corresponde a sectores de población diferentes. Los modelos turísticos dominantes se caracterizan por una desequilibrada redistribución de los beneficios a favor de los sectores económicamente preponderantes, muchas veces sectores que no son ni siquiera locales. En esta situación, el que el sector agrario-campesino se reduzca al perder acceso a los recursos necesarios para su sostenibilidad, comporta que la población que lo gestiona y vive de él se empobrezca, porque su acceso al nuevo recurso que lo ha sustituido, el turismo, es escaso o nulo. Es lo que la Ecología Política denomina “conflictos ecológicos distributivos”³¹¹.

Desde esta perspectiva, la cooperación altermundista en el ámbito turístico activa las herramientas de denuncia e incidencia política de las que se ha dotado en pos de la defensa de las economías campesinas.

Esta visión altermundista del turismo, que utiliza la Soberanía Alimentaria como paradigma para entender la realidad, es holística: el turismo no es el principio y fin de todas las cosas. Por el contrario, su valoración depende de cómo encaje en la globalidad. Y en concreto, de cómo afecte a esa economía campesina, que como hemos visto, actúa como si de la dovela central de un arco arquitectónico se tratara en la lucha contra la pobreza.

Por el contrario, PPT presenta una visión reduccionista de la economía. Es cierto que considera el rol de otros sectores económicos, pero sólo en la medida en que son proveedores de recursos para el desarrollo turístico; no valora los impactos que este desarrollo turístico puede tener sobre esos otros sectores. El resultado es que PPT llega a proponer medidas de aplicación universal que, aun cuando estén planteadas con toda la buena fe del mundo buscando maximizar los beneficios del turismo para la población local, pueden tener consecuencias perjudiciales en determinados contextos.

Un ejemplo es la propuesta de incorporar a los productores agropecuarios locales en la cadena de suministros de hoteles y otros proveedores de servicios turísticos; es decir, de que los enclaves turísticos no importen los alimentos que consumen sus clientes, sino que los adquieran en la región en la que están establecidos. PPT asegura que esta política tiene beneficios tanto para la economía local como para la empresa transnacional que la implementa. Para el primero, la generación o ampliación de un nuevo mercado para los pequeños y medianos productores. Para el segundo, entre otras oportunidades, la formación de un entidad diferenciadora del hotel, el acceso a productos frescos y la reducción de gastos (si los bienes locales son más baratos que los importados). Naturalmente, esto ha de suponer algunos cambios en el proceso de producción de alimentos, especialmente porque los clientes y los hoteles requieren unos determinados estándares. Pero esto, que puede parecer un obstáculo en un primer momento, a medio plazo tendría efectos positivos colaterales: al ser también es un requerimiento del mercado global, la estandarización de

311 Martínez Alier, J. (2004) *El ecologismo de los pobres: Conflictos ambientales y lenguajes de valoración*. Barcelona: Icaria.

la producción necesaria para suministrar al sector turístico de enclave deja al productor bien colocado para competir en el mercado de exportación³¹².

Esta lógica puede ser apropiada cuando se habla de modelos turísticos de pequeño formato, en los que el número de visitantes acogidos son escasos y su impacto como consumidores en la estructura económica local poco significativa. Pero su aplicación en enclaves de turismo de masas comporta riesgos sobradamente conocidos por la historia, la economía y la sociología agraria, pero que PPT no parece contemplar. Y es que el aumento de una demanda externa como la que se pretende favorece, primero, el incremento inflacionario: por la ley de la oferta y la demanda, supone una presión sobre el precio de los productos de alimentación disponibles en el mercado local para la población autóctona, con el consiguiente encarecimiento de la canasta básica y la pérdida de poder adquisitivo³¹³. Y después conlleva un encarecimiento del suelo agrario que facilita y promueve procesos de reconcentración de la propiedad y de expulsión del productor minifundista: el aumento de los precios agrarios comporta el aumento de los precios de los recursos que los generan (tierra y agua), y a consecuencia de ello los campesinos sufren presiones para vender; o en el caso de arrendatarios y aparceros, ven como el arriendo sobrepasa los beneficios de la actividad agropecuaria y han de abandonar esta labor.

Sintetizando, las principales consecuencias de este tipo de incremento en la demanda externa suelen ser:

- encarecimiento del costo de la vida en términos reales
- aumento de las tendencias de descampesinización ante el aumento del precio del suelo agrario
- incremento de las tendencias migratorias ante la carestía de la vida y el encarecimiento del precio del suelo agrario
- profundización de las diferencias socio-económicas entre el sector minoritario que se beneficia del proceso de concentración de la renta y la mayoría que pierde calidad de vida

312 Ashley, C. et al. (2006) *Making Tourism Count for the Local Economy in the Caribbean: Guidelines for Good Practice*. Pro-Poor Tourism Partnership & Caribbean Tourism Organisation & UK Travel Foundation. Este planteamiento es recogido por numerosos autores, así como la propia OMT, que lo incorpora en su programa de lucha contra la pobreza (OMT, 2004 *op. cit.*). El tema del "linkage" entre agricultura y turismo, desde una visión cercana a PPT, ha sido especialmente desarrollado por R. Torres, quien ha estudiado sus posibilidades en el contexto de la denominada "Riviera Maya" (Quintana Roo, México): Torres, R. (2000) *Linkages between Tourism and Agriculture in Quintana Roo, Mexico*. Ph.D. Dissertation. University of California at Davis; (2002) "Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: tourist food consumption and preferences" *Tourism Geographies* 4 (3): 282-306; (2003) "Linkages between tourism and agriculture in Mexico" *Annals of Tourism Research* 30 (3): 546-566; con J. H. Momsen (2004) "Challenges and potential for linking tourism and agriculture to achieve pro-poor tourism objectives" *Progress in Development Studies* 4: 294-318; con J. H. Momsen (2005) "Planned tourism development in Quintana Roo, Mexico: Engine for regional development or prescription for inequitable growth?" *Current Issues in Tourism* 8 (4): 259-285.

313 El caso mexicano es paradigmático. Las cinco ciudades que presentan un mayor coste de vida son, por este orden, Monterrey, Los Cabos, México DF, Cancún y Tijuana. El segundo y el cuarto viven exclusivamente del turismo, y en el caso del tercero y el quinto, el papel de este sector es esencial. Mercer (2007) *Costo de Vida Nacional 2007-2008*. México. Un estudio de la Generalitat de Catalunya de hace unos pocos años muestra como la primera causa externa del crecimiento del IPC catalán, mayor que la media estatal y europea, es el turismo. Generalitat de Catalunya (2005) *Evolució de la inflació a Catalunya i a Espanya 1995-2004*. Generalitat de Catalunya – Direcció de Programació Econòmica.

- pérdida de soberanía alimentaria, ante el incremento de la producción destinada a cubrir las necesidades del enclave turístico y la reducción del que se destina al mercado local
- aumento de los riesgos que conlleva la dependencia de un mercado foráneo (el turismo internacional, aunque situado en la región, se ha de considerar como tal) cuyos ciclos no se controla. Son características de una economía agroexportadora de enclave, que se acentúan cuando surgen requerimientos de inversión y tecnificación necesaria para la estandarización de la producción³¹⁴.

No se trata de afirmar que la agricultura de exportación es intrínsecamente negativa y genera siempre procesos como el descrito. Por el contrario, Soberanía Alimentaria acepta que el comercio internacional puede ser positivo para el desarrollo de las economías campesinas³¹⁵. Pero siempre dependiendo de una serie de condicionantes que habría que valorar previamente: cuál es la estructura de la propiedad del suelo y cómo se puede ver afectada por el incremento de la demanda externa, la situación de la oferta y demanda de productos agroalimentarios en el mercado local, el tipo y volumen de la demanda externa, los costos para acceder a ese mercado turístico (costos de la estandarización de la producción), las condiciones laborales de los trabajadores agrícolas, la existencia o no de mecanismos que prioricen la alimentación local, la existencia o no de frontera agrícola, etc. PPT obvia estos riesgos; para esta estrategia, la incorporación de la producción local en la cadena de suministros de los servicios turísticos es siempre positiva.

Por otra parte, como hemos comentado, el acceso al mercado turístico de enclave obligaría al campesino a realizar transformaciones en su explotación y en el proceso productivo necesarias para cubrir las exigencias de las cadenas hoteleras: estandarización de la producción a determinado tamaño y apariencia, requerimientos en el procesamiento y empaquetado, etc.³¹⁶. Esto supone una inversión económica que está fuera del alcance de la mayor parte del campesinado. Sólo productores agrarios con capacidad de capitalización y endeudamiento lo podrían asumir; es decir, los sectores que menos precisan políticas “pro-pobres”.

Puede que una política destinada a que productores locales suministren los alimentos consumidos en los establecimientos turísticos permita maquillar algunos indicadores economicistas como el Producto Interior Bruto o el Índice de Retorno (*leakage*)³¹⁷, pero pueden fácilmente empeorar otros como el Índice de Gini o el Índice de Desarrollo Humano, más adecuados a la hora de observar fluctuaciones en el nivel de pobreza.

314 Estos procesos han sido largamente estudiados para el caso latinoamericano, donde el modelo agroexportador es predominante desde la Independencia (si dejamos a un lado los intentos de aplicar el modelo de industrialización por sustitución de importaciones entre las décadas de 1930 y 1980) y se recrudesció con la expansión del modelo neoliberal. Entre otros muchos trabajos centrados en este tema podemos citar el de Bulmer-Thomas, V. *La historia económica de América Latina desde la Independencia*. México: FCE, 1998, o el de S.M. Ruesga & Silva Bichara, J. *Modelos de desarrollo económico en América Latina: Desequilibrio externo y concentración de riqueza*. Madrid: Marcial Pons, 2005.

315 Lappé, F.M & Collins, J. & Rosset, P. (2005) op.cit.; Montagut, X. & Dogliotti, F. (2006) *Alimentos globalizados*. Barcelona: Icaria.

316 Torres, R. & J.H. Momsen (2004) op. cit.

317 Retorno, fuga o *leakage* es como se denomina el flujo de ingresos turísticos que no se quedan en el destino local, sino que son absorbidos por intermediarios en forma de pago a proveedores (transportista, agencia de viajes, etc.) o retornados desde el destino (complejos hoteleros de capital extranjero, importación de productos para el consumo turístico, etc.).

Conclusión

Otros planteamientos más concretos de PPT también son contestados cuando se adopta una óptica altermundista. Así por ejemplo, PPT considera que su planteamiento es diferente al Turismo Sostenible, ya que éste enfatiza en exceso el factor medioambiental. La postura de PPT es la de que, si bien la sostenibilidad ecológica es un elemento muy importante, su centro de interés es el combate contra la pobreza:

“PPT pone a los pobres en el centro del análisis. El ecosistema en el que vive el pobre es sólo una parte de la fotografía”³¹⁸.

En última instancia, y en base a los principios del PPT, esta afirmación puede suponer una carta blanca a un uso de los recursos naturales por parte del sector turístico por encima de su capacidad de resiliencia: lo importante es que los sectores pobres de la sociedad local reciban beneficios marginales de la actividad. En cambio la visión altermundista, muy influenciada por la Ecología Política, considera que la pobreza y el deterioro medioambiental son dos caras del mismo fenómeno: la aplicación de modelos de crecimiento económico que hacen un uso insostenible de los recursos naturales. Por tanto, un elemento no es segregable del otro. La Vía Campesina, concretamente, considera la protección de los recursos naturales, especialmente la tierra, el agua, las semillas y las razas animales, como uno de los siete principios esenciales necesarios para alcanzar la Soberanía Alimentaria.

PPT también afirma diferenciarse del Turismo Sostenible porque éste no distingue entre Norte y Sur, mientras que aquél enfoca su trabajo en los países del Sur, donde se dan la mayor parte de las condiciones de pobreza. La cooperación altermundista enfoca también su interés en las poblaciones marginales de los países del Sur, pero es consciente que los efectos de los modelos turísticos dominantes se dan tanto en el Norte como en el Sur en procesos similares. El trabajo sobre el Sur se debe, exclusivamente, a que estamos hablando de cooperación internacional, pero el marco teórico no establece una frontera entre países.

Mientras que para PPT el turismo aparece estrictamente como un instrumento de desarrollo, la visión altermundista, sin necesariamente negar las posibilidades que puede ofrecer a favor de las poblaciones marginadas³¹⁹, considera que es un ámbito para la incidencia política. Las propuestas altermundistas, en fin, consideran que no basta con establecer mecanismos correctores a los modelos turísticos dominantes. El problema son esos propios modelos que, por su naturaleza, son insostenibles, propician la concentración de la riqueza, y enajenan los recursos necesarios para el desarrollo de sectores económicos esenciales.

318 Ashley, C. (2002) *op. cit.* pág. 2. La traducción es nuestra.

319 La consideración del Turismo Rural Comunitario como instrumento a favor de las economías rurales y estrategia para la defensa de los derechos campesinos es un ejemplo de ello. Cañada, E. (2009) “Aportes del Turismo Comunitario al desarrollo rural” y “Viabilidad económica del Turismo Comunitario”, *El Blog de la Red Prensa Rural* (<http://redprensarural.com/>).

SOBRE LAS ORGANIZACIONES QUE HAN EDITADO ESTE LIBRO

Foro de Turismo Responsable

www.foroturismoresponsable.org

La plataforma Foro de Turismo Responsable está conformada por un grupo de organizaciones no gubernamentales del Estado español que, preocupadas por las consecuencias que el turismo puede tener en todos los países, especialmente en los del Sur, vienen trabajando conjuntamente desde el 2004 a favor de un turismo sostenible y denunciando los impactos negativos de los modelos turísticos dominantes.

Actualmente integran el foro:



Acció per un Turisme Responsable – ATR
www.turismo-responsable.org



AC SUR-Las Segovias
www.acsur.org



Alba Sud
www.albasud.org



Alter Nativas
www.nativas.org



Bidaietiko
bidaietiko.wordpress.com



Iniciativas de Cooperación
Internacional para el Desarrollo

Iniciativas de Cooperación Internacional para el Desarrollo – ICID
www.asociacionicid.org



SODEPAZ - Solidaridad para el Desarrollo y la Paz
www.sodepaz.org



Zubiak Eginez
www.zubiakeginez.org

Red de Consumo Solidario

www.redconsumosolidario.org

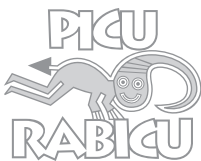


La Red de Consumo Solidario – Xarxa de Consum Solidari es una asociación que desde el año 1996 trabaja en el ámbito del comercio justo y el consumo responsable. La Red de Consumo Solidario parte de una visión integral del comercio justo que engloba todo el ciclo de un producto: desde su producción hasta su comercialización. La Red de Consumo Solidario defiende un comercio justo con una voluntad de transformación radical del sistema, que pague un precio digno al productor, que respete el medio ambiente, los derechos de las mujeres y que suministre alimentos sanos y adecuados culturalmente, así como el derecho a la soberanía alimentaria de los pueblos frente al actual control de la cadena alimentaria por parte de transnacionales agroalimentarias y las grandes cadenas de distribución.

Red de Consumo Solidario forma parte del Espacio por un Comercio Justo

Picu Rabicu

www.nodo50.org/picurabicu



Picu Rabicu es una asociación sin ánimo de lucro de ámbito asturiano, especializada en consumo responsable. Picu Rabicu comercializa productos de comercio justo y de productores locales, pero su principal actividad es la política. Picu Rabicu apuesta por un consumo responsable y la lucha contra las injustas relaciones comerciales y productivas que favorecen al sector transnacional de la agroalimentación. Forma parte de un movimiento que tiene por objetivo transformar la sociedad capitalista, enfatizando especialmente el derecho a la soberanía alimentaria y la defensa del comercio local y alternativo.

Picu Rabicu forma parte del Espacio por un Comercio Justo

Espacio por un Comercio Justo

www.espaciocomerciojusto.org



El Espacio por un Comercio Justo es una red que agrupa más treinta organizaciones del Estado Español y Portugal. Surgió en 2005, para defender una visión del comercio justo enmarcada en la economía social y solidaria, en oposición a la que defiende el sello FLO. Las organizaciones del Espacio no consideran el comercio justo en estrictos términos Norte/Sur, sino desde una perspectiva transformadora en los ámbitos de producción, distribución y consumo, ya que en un mundo globalizado las repercusiones del modelo agroalimentario imperante afectan a todas las partes del globo y a todos los actores de la cadena comercial. Por esta razón, el Espacio por un Comercio Justo se vincula con la lucha por la soberanía alimentaria tanto en el Sur como en el Norte.

OTRAS PUBLICACIONES

Foro de Turismo Responsable

colección **thesis**

1. Políticas públicas, beneficios privados. Mecanismos, políticas y actuaciones públicas para la globalización del turismo.

Rodrigo Fernández Miranda y Rodrigo Ruiz Rubio

2. Turismo en Centroamérica, nuevo escenario de conflicto social.

Ernest Cañada

colección **praxis**

1. Construyendo Resistencias. Experiencias de turismo local.

Unión de Cooperativas Agropecuarias “Uca tierra y agua” de Nicaragua,

Alternative Tourism Group de Palestina,

Red de Turismo Comunitario “Saraguro Rikuy” de Ecuador.

Red de Consumo Solidario – Xarxa de Consum Solidari:

Jordi Gascón y Ernest Cañada (2005)

Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad.

Barcelona: Icaria

Xavier Montagut y Fabrizio Dogliotti (2006)

Alimentos globalizados. Soberanía alimentaria y comercio justo.

Barcelona: Icaria

Xavier Montagut y Esther Vivas (2009)

Del campo al plato. Los circuitos de producción y distribución de alimentos.

Barcelona: Icaria

Jordi Gascón y Xavier Montagut (2010)

¿Cambio de rumbo en las políticas agrarias latinoamericanas? Estado, movimientos sociales campesinos y soberanía alimentaria.

Barcelona: Icaria

No hay industria legal que pueda exhibir un crecimiento más acelerado y exponencial en los últimos 60 años como el turismo. El turismo ha sido capaz, además, de sortear todo tipo de crisis. Incluso parece inmune a fenómenos de carácter estructural que le afectan directamente, como el fin del petróleo barato. Este rápido crecimiento y esta capacidad de enfrentar contextos económicamente desfavorables lo han envuelto en un halo mitológico que lo presenta como un eficaz motor del desarrollo. Pero cuando los mitos se enfrentan a la realidad, muchas veces se descubren simples quimeras.

El presente libro recoge diferentes artículos publicados por sus autores en los últimos años que buscan desmontar, con datos y ejemplos, este discurso idealizador. Son textos que evidencian cómo el crecimiento del sector turístico se ha basado en la externalización de una parte sustancial de sus costos, afectando ecosistemas y sociedades, y dejando graves conflictos redistributivos irresueltos.

Los autores participan de lo que se ha venido a denominar el “giro crítico” en los estudios de turismo. Una línea de investigación que no se queda sólo en la crítica ontológica o académica del turismo, sino que tiene explícitamente un compromiso político a favor de la justicia social y la equidad.

f/TR
foro
turismo
responsable



Con el apoyo de:



GOBIERNO DEL PRINCIPAU D'ASTURIAS
CONSEYERÍA DE BIENESTAR SOCIAL Y VIVIENDA

