

CAPÍTULO 1

UN TURISMO DESIGUAL EN UN MUNDO GLOBALIZADO: LÓGICAS DOMINANTES Y ALTERNATIVAS DE LAS NUEVAS FORMAS DE TURISMO RESPONSABLE

Manuel Rivera Mateos

Departamento de Geografía y Ciencias del Territorio
Universidad de Córdoba
manuel.rivera@uco.es

1. INTRODUCCIÓN GENERAL Y ANTECEDENTES¹

En este capítulo se pretenden caracterizar las desigualdades regionales generadas por el desarrollo reciente del turismo internacional, que están teniendo su reflejo en un sistema turístico mundial organizado en “destinos ganadores y perdedores” en el contexto del proceso de globalización y liberalización de mercados y servicios. A tenor de esta realidad, se introduce una reflexión sobre la necesidad de determinar el papel actual del turismo en los países pobres y en vías de desarrollo (en adelante PPVD) como factor real de desarrollo, planteando conceptualmente el análisis de sus efectos colaterales positivos y negativos, tanto a nivel “macro” como “micro”, así como sus contradicciones e implicaciones territoriales derivadas de los actuales

¹ Una versión inicial de este trabajo fue presentada como ponencia en la *Conferencia Geográfica Regional* de la Unión Geográfica Internacional (UGI) organizada en Santiago de Chile en 2011. Sus contenidos son, asimismo, el resultado parcial de una experiencia investigadora del autor en sendos proyectos cofinanciados por la Comisión Europea y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo sobre turismo responsable y solidario en PPVD: el proyecto “*TRES. Tourisme Responsable comme Instrument de Lutte contre la Pauvreté: promotion et education des acteurs*” (ONG-ED/2007/136-826/366) y el Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica (PCI) denominado “*Gestión del Turismo Responsable y Solidario y Desarrollo Territorial Sostenible*” (B/026161/09), en el norte de Marruecos.

modelos dominantes de desarrollo turístico. Adoptando una actitud crítica y superadora de la visión tradicional, idílica y sin fisuras, que se ha venido asumiendo en los discursos tradicionales sobre el turismo, y aún asumiendo las limitaciones impuestas por la globalización, se concluye que el turismo podría ser más efectivo en la lucha contra la pobreza y las desigualdades en los países receptores, siempre y cuando se asuman principios básicos de responsabilidad por parte de los distintos actores que interactúan en los destinos turísticos. Y, en línea con esta reflexión, se pretende dar a conocer, asimismo, las potencialidades y fundamentos de las nuevas formas de turismo responsable (en adelante TR) y turismo comunitario (TC) como ejemplos posibles de turismo sostenible e instrumentos de una estrategia más amplia de diversificación productiva e incremento de ingresos para las economías de los PPVD.

Se inscriben, por otro lado, los contenidos de este capítulo dentro de las nuevas líneas de investigación de la Geografía del Turismo tendentes a una mejor comprensión de este fenómeno en su integridad y en sus diferentes aspectos, adoptando para ello una actitud crítica y superadora de la visión tradicional un tanto cargada de espejismos y de señuelos, que no ha hecho sino esconder una realidad actual mucho más cruda sobre la que es necesario reflexionar como es el caso de los importantes riesgos del desarrollo turístico a gran escala y de la inversión turístico-residencial en los PPVD o las enormes desigualdades regionales Norte-Sur en la distribución de los beneficios aportados por el turismo.

La actividad turística es, sin duda, uno de los pilares más poderosos de la globalización y un factor importante en la evolución de la economía internacional, la recuperación actual de la crisis económica en muchos países del Mundo y las propias relaciones Norte-Sur. Pero, a su vez, y como se confirma por la situación real de muchos destinos y los numerosos estudios de casos realizados hasta la fecha, el desarrollo de esta actividad está reflejando fielmente las desigualdades socioeconómicas y de niveles de desarrollo del planeta, no induciendo siempre efectos reales de desarrollo sostenible sino generando impactos negativos, nuevos desequilibrios, problemas y contradicciones, así como niveles de dependencia indeseables para muchos PPVD que no están sabiendo planificar y organizar sus procesos de crecimiento turístico. Y por ello hemos de cuestionar no sólo la capacidad de incidencia de los modelos turísticos dominantes y masivos para mitigar el reparto desigual de beneficios entre países emisores de turistas y destinos anfitriones, sino también su propio impacto real en los entornos económicos, sociales, culturales y medioambientales locales, de la misma manera que es necesario analizar las relaciones de fuerza que orientan estos modelos, así como las desigualdades regionales internas (centros y periferias a dos velocidades) que se generan en el seno de los países empobrecidos y particularmente entre las zonas costeras y las zonas rurales y los espacios naturales del interior. El actual marco de crisis económica internacional no puede ser más oportuno y recurrente para acelerar el interés también por el debate sobre cómo afrontar interrogantes tales como la incidencia de la deslocalización en el turismo, los cambios recientes de los perfiles y roles de los turistas, la

caracterización y definición de los destinos sostenibles, la conveniencia de implantar determinados proyectos turísticos en un destino o el papel de la cooperación público-privada en la gestión y control del desarrollo turístico local y regional.

Además de la revisión crítica de los estudios de casos y experiencias en todo el mundo, se han analizado para este trabajo diversos indicadores estadísticos y territoriales que van más allá de las estadísticas frías y generales y los análisis macroeconómicos y meramente cuantitativos del turismo internacional manejadas por organismos internacionales y algunas administraciones públicas que se limitan a resaltar el crecimiento y la generación de riqueza de la actividad turística desde visiones excesivamente optimistas y sesgadas. Por ello, hemos manejado nuevas fuentes de información de organismos oficiales y no gubernamentales (ONGD) como el *Índice de Competitividad en Viajes y Turismo* del Foro Económico Mundial y los estudios de casos y experiencias concretas en PPVD que permitan acercarnos a una comprensión más realista y completa del fenómeno turístico como factor e instrumento de desarrollo y como elemento generador de nuevos desequilibrios o de agravamiento de otros preexistentes. Asimismo, se ha partido también, a la hora de obtener conclusiones, de una revisión y estudio de la bibliografía y la literatura gris más recientes sobre el tema, así como del análisis de algunos planes estratégicos de turismo y proyectos de TR y TC en los países referidos, tanto públicos como privados y de ONGD.

2. UN TURISMO INTERNACIONAL DE GANADORES Y PERDEDORES EN EL ESCENARIO DE LA GLOBALIZACIÓN Y LAS DESIGUALDADES NORTE-SUR.

Aunque sorprendentemente se trate de uno de los objetos de estudio menos analizados por la comunidad científica, la idiosincrasia del turismo encaja perfectamente en el proceso de globalización e internacionalización de la economía al implicar este fenómeno fundamentalmente movilidad y libertad de movimiento. Estos factores junto con las mejoras tecnológicas han acercado mercados a destinos turísticos, pero lejos de reproducirse un patrón de distribución homogénea sobre el territorio, éste sigue siendo muy desigual en función de las preferencias de la demanda y la influencia de los grandes operadores turísticos y los sistemas informatizados de reserva (*Global Distribution Systems*), que reafirman su control sobre los procesos de comercialización al tiempo que dan lugar a espacios o áreas turísticas concretas².

² El modelo convencional de la industria turística se ha regido sobre el principio de “concentración”, o sea, la agrupación de actividades en un espacio geográfico determinado que se utiliza normalmente de forma intensiva para aumentar la eficiencia en el empleo de recursos y la rentabilidad financiera de las inversiones.

A pesar que desde el punto de vista técnico los desplazamientos pueden efectuarse a grandes distancias, gran parte de dichos flujos estructuran relaciones de proximidad geográfica, dando lugar a desplazamientos fundamentalmente de ámbito regional (en torno al 80% de los internacionales) y dentro de cada país el 78% del total de movimientos turísticos). Cabe preguntarse, por otro lado, si el intenso proceso de crecimiento que presenta la actividad turística va camino de convertirla en un fenómeno global y si dispone de límites ese crecimiento y puede evitar la generación de nuevas desigualdades e impactos de alto coste para las comunidades anfitrionas. Por otra parte, a medida que se multiplica el potencial de movilidad, se plantean disyuntivas acerca de cuál es la capacidad de carga de dicha movilidad expresada, por ejemplo, en indicadores como la huella ecológica de los turistas.

Las principales pautas de generación de flujos turísticos responden a patrones espaciales y socioeconómicos y a un modelo de *push and pull* (Boniface&Cooper, 2004), existiendo regiones con superávit de atracciones y recursos y otras con déficit de dichos recursos pero con excedentes de demanda. Pero esto no explicaría tan claramente los flujos turísticos generados en regiones que se distinguen por ser tanto emisoras como receptoras, por lo que el análisis de los flujos parece obedecer a multitud de factores combinados entre sí y de cierta complejidad: unos que empujan a hacer turismo desde regiones emisoras (grado de desarrollo, movilidad, renta, días de vacaciones disponibles, estilo de vida...) y otros que atraen los flujos hacia las áreas receptoras (accesibilidad, existencia de atractivos y equipamiento turístico, presencia de grandes operadores turísticos con muchas facilidades de implantación, coste de vida, políticas de promoción y marketing, seguridad y estabilidad política...) y factores tan diversos como la distancia geográfica, los vínculos culturales, lingüísticos, históricos o económicos, el papel de los inversores de capital o las políticas de los turoperadores e intermediarios turísticos. Es de reseñar, en este sentido, que en estos inicios de siglo, sobre todo en los países desarrollados, nos encontramos con dos generaciones de turistas que frecuentan lugares y prácticas turísticas múltiples y, en ocasiones, superpuestas. Una primera generación se abre al turismo y acepta con facilidad formatos, modalidades y espacios turísticos maduros, paquetizados y estandarizados, mientras que una segunda, más experimentada, con conocimientos adquiridos y aprendidos, está predispuesta a consumir singularidad, creando así nuevos nichos de mercado y oportunidades de desarrollo de segmentos menos convencionales que pueden englobarse dentro de los principios del TR. Ambas generaciones coinciden en el tiempo y, en ocasiones, en el espacio, por lo que el estudio del turismo y de los espacios turísticos ha de abordarse ya como un fenómeno heterogéneo y complejo (Antón, S. y González, F., 2008; Ateljevic y Otros, 2007).

Las llegadas de turistas a nivel mundial no han dejado, en cualquier caso, de incrementarse desde el año 1950 con excepción de momentos puntuales como los de los atentados terroristas de 2001, la guerra de Irak, el brote de SARS y la desaceleración económica de 2003 o la crisis económica internacional de 2008-2010 Si en 1950 se contabilizaron 25 millones de turistas internacionales, en

1970 fueron 455 y en 2010 se alcanzaron los 940 millones³, sin contar los viajes domésticos, estimándose que para el 2020 podrían alcanzarse los 1.500 millones. La recuperación económica en diferentes ámbitos regionales iniciada con la actividad turística, la reformulación y el éxito creciente de algunas modalidades como el turismo de reuniones y negocios y el de cruceros, el auge y expansión de las compañías aéreas de bajo coste o la ampliación de las capas sociales que pueden disfrutar del turismo, están suponiendo un paso importante hacia la democratización universal de la práctica turística.

El barómetro turístico de la OMT para 2010 refleja una recuperación mayor de la esperada como síntoma de la fortaleza del turismo en un año donde aún no se habían superado los efectos de la crisis económica internacional: se creció un 6,6% más que en 2009 en llegadas internacionales y la mayoría de los destinos presentaron crecimientos positivos superando parcialmente las pérdidas de años anteriores, si bien esta recuperación se produjo a dos velocidades: mucho más rápida en las economías emergentes (+8%), más lenta en las avanzadas (+5%) y en países pobres con fuerte especialización turística de América Central y el Caribe (+3-4%) y con un escaso crecimiento de ingresos en términos reales, por debajo de la media mundial, en África (+3%), América del Sur y el Caribe (+1-2%) e incluso con pérdidas sensibles en Oceanía (-0,6%). Los flujos turísticos parecen tener, en fin, una vida propia funcionando como “cuerpos líquidos” y “vasos comunicantes”: cuando uno se “atasca”, otra vía se abre para los viajes internacionales (nuevos destinos de moda o “destinos refugio”), permitiendo un crecimiento relativamente sostenido a nivel mundial. Así, contrariamente a los años anteriores como el 2010, el crecimiento en el año 2011 fue mayor en las economías avanzadas (5%) que en las emergentes (3,8%), siendo Europa el continente que mejor resultados obtuvo, con un alza del 6% por encima de las previsiones del año anterior, que hablaban de un incremento de entre el 4% y el 5%⁴. Una de las causas de este incremento –aunque no la única– fueron los acontecimientos geopolíticos de la “primavera árabe”, que influyó en un desplazamiento importante de flujos turísticos hacia países europeos del Mediterráneo como España, Grecia o Turquía.

Pero pese a las constantes históricas positivas del turismo mundial y la capacidad de reacción demostrada por esta actividad hasta la fecha, nadie puede asegurar que vaya a seguir siendo así para siempre, pues existen factores sociales, políticos y naturales que pueden modificar los pronósticos optimistas ya sea de forma esporádica o recurrente y, en este sentido, hemos de referirnos al vivo debate de la sostenibilidad de muchos destinos a medio y largo plazo. Por otra parte, la democratización de su práctica no significa universalización, puesto que las desigualdades de acceso al viaje turístico son todavía patentes, según los motivos que

³ La OMT previó más de 1.000 millones de turistas internacionales en el 2010, estimación no cumplida finalmente como consecuencia, sobre todo, de los efectos de la crisis económica internacional.

⁴ Datos extraídos del UNWTO World Tourism Barometer (<http://mkt.unwto.org/en/barometer>).

prevalezcan y los niveles de renta de los grupos sociales. De hecho, los viajes de ocio son relativamente accesibles en los países occidentales para al menos un 60% de la población, mientras que en los PPVD es inaccesible para un 80-99% de la población, según los casos, lo que constituye todo un reflejo de las desigualdades socioeconómicas a nivel mundial.

Y si seguimos descendiendo del análisis global a la escala regional y subregional, las desigualdades siguen siendo obvias como reflejo de una “globalización asimétrica” caracterizada por la existencia de diferentes velocidades y por la concentración de los mercados en pocas manos. A escala regional se acentúa todavía más la concentración de los flujos de capital y de personas, ya que la distribución de los espacios turísticos en el mundo dista de ser uniforme y se caracteriza por la fuerte concentración territorial, a escala regional y local, de las llegadas e ingresos turísticos. La población de los principales países emisores europeos, los Estados Unidos y Japón tienen menos del 40% de la población mundial pero 2/3 partes del PIB mundial, por lo que se convierten en los principales lugares emisores. Cerca del 90% de los turistas pertenecen a países desarrollados mientras que el 10% restante se trata mayoritariamente de élites o capas sociales pudientes de países en vías de desarrollo.

A escala nacional, las costas, las grandes metrópolis y las ciudades histórico-patrimoniales más importantes de los países desarrollados y destinos más tradicionales –y, en menor medida algunos paisajes sobresalientes de montaña– concentran las emisiones de los flujos turísticos, cuya distribución dibuja una organización en tres grandes cuencas regionales: la europea-mediterránea, la de Asia Oriental-Pacífico en el entorno de las costas del mar de China y la de América del Norte-El Caribe. Y en medio de las mismas, las discontinuidades se suceden entre unas periferias poco estables, unas extensiones muy selectivas, otros destinos olvidados o excluidos y auténticos ángulos muertos desde el punto de vista turístico (Dehoorne y Otros, 2008).

Si analizamos, además de limitarnos a contabilizar los flujos turísticos y sus ingresos, las estadísticas del Foro Económico Mundial sobre indicadores por países en el ámbito de la competitividad de los destinos turísticos, su integración de los mercados y su nivel de sostenibilidad y eficiencia, podemos detectar otras casuísticas de interés: algunos países con destinos maduros de sol y playa y problemas de obsolescencia como España, pese a la caída en competitividad en el *ranking* internacional, siguen manteniendo unos índices muy altos con respecto a los países emergentes directamente competidores (Croacia, Bulgaria, Egipto, Marruecos, Túnez y Turquía) pese a la notable desventaja del factor precios, ya que mantiene aún factores competitivos importantes como la calidad y variedad del alojamiento, la oferta de ocio, los servicios públicos, los equipamientos y las infraestructuras, la accesibilidad y movilidad, etc., de manera que se coloca nítidamente por encima de estos destinos en competitividad global y, de hecho, tan sólo Turquía se acerca más a las cifras españolas (Blanke y Chiesa, 2011). Es sintomático también como

algunos países de gran especialización turística (1/3 del PIB) y a la cabeza en el ranking de llegadas internacionales en América (sexto puesto) como la República Dominicana descienden significativamente en competitividad real (al puesto 14), evidenciando problemas estructurales en el desarrollo del sector y una limitada eficacia en la lucha contra la pobreza.

En términos generales, en las pautas de crecimiento turístico se vienen reproduciendo algunos aspectos básicos de la internacionalización del comercio o del flujo de bienes y servicios financieros, como es el caso de la exclusión de África y la pujanza de Asia y el Pacífico, reflejándose, asimismo, numerosas desigualdades en todos los ámbitos. En África la inestabilidad política y social, la ausencia de infraestructuras de transporte básicas o una oferta turística limitada, están haciendo que sólo crezca moderadamente, con poco volumen total y muchas desigualdades regionales. Paradójicamente la democratización y el acceso al turismo no han contribuido en algunas regiones como ésta a disminuir el nivel de pobreza y abandono, mientras que en áreas más desarrolladas el turismo ha contribuido notablemente al desarrollo económico pero a costa del deterioro de determinados ecosistemas o del medio ambiente.

A las dos cuencas regionales que históricamente han atraído la mayor parte de los flujos internacionales (el Mediterráneo europeo y California-Golfo de México-Caribe), se ha sumado la región de Asia-Oriental-Pacífico en torno a las costas del mar de China, como cambio más importante registrado desde los años 90 hasta nuestros días gracias sobre todo al fuerte desarrollo de la demanda intraregional. A pesar de las debilidades económicas de Japón el crecimiento ha sido imparable y la emergencia de nuevos mercados, antes herméticos, como China, Hong Kong, Singapur, la República de Corea y Taiwán está tomando el testigo como impulsores del turismo en la región, donde se combinan eficientemente exotismo, apertura de espacios naturales, dinamismo de áreas urbanas, desarrollo del turismo de sol y playa y turismo de negocios. Mientras tanto Oriente Medio crece todavía a un ritmo intenso que la media mundial, pero con un volumen de turistas mucho menor y más inestable por su crisis geopolítica, y América se estanca incluso o decrece en los últimos años en cuanto al volumen total. En cualquier caso, la extensión del espacio turístico no ha supuesto un trastorno importante del ranking mundial de destinos, a excepción de la progresión de China y otros mercados asiáticos, pues Europa sigue siendo con diferencia la principal región turística mundial (Figura 1 y Cuadro 1), aunque con una lenta tendencia a perder peso (en 1985 representaba el 64,8% de los flujos y en 2010 un 50,7%), sin que ello implique una disminución del total de llegadas. De hecho, unos 11 países europeos (sin contar Turquía) figuran entre los 25 primeros países con más llegadas internacionales. Y, por su parte, en los últimos quince años sí es de destacar el crecimiento en llegadas e ingresos de algunos destinos emergentes como, además de la ya citada China, Tailandia, Turquía, Sudáfrica, Rusia, India y Brasil.

Cuadro 1.

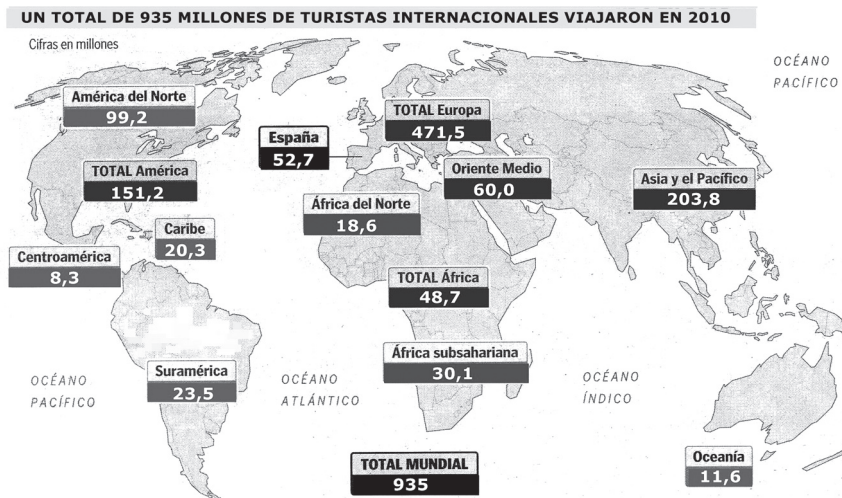
Cuota de mercado turístico de las grandes regiones hasta 2020 (en %)

Regiones	1950	2005	2010	2020
ÁFRICA	2	4,3	5,3	5,0
AMÉRICA DEL NORTE Y DEL SUR	29,6	16,3	15,9	18,1
ASIA ORIENTAL Y PACIFICO	0,8	19,2	20,5	25,4
EUROPA	66,4	54,5	50,7	45,9
ORIENTE MEDIO	0,8	4,6	6,4	4,4
ASIA MERIDIONAL	0,4	1,1	1,2	1,2

Fuente: OMT, junio 2011. Elaboración propia.

Figura N° 1.

Distribución de las llegadas internacionales por turismo según regiones



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT), 2010. Elaboración propia.

Todo esto está modificando parcialmente la geografía del turismo internacional y redefiniendo la distribución de los mercados turísticos mundiales, tal y como ya ha ocurrido a nivel global en el campo financiero y productivo, pero la tendencia de liderazgo turístico mantiene un perfil continuista caracterizado por destinos maduros europeos de sol y playa como primera modalidad pero con abundante oferta complementaria y con ciudades histórico-patrimoniales y turísticas importantes. En esta región existen numerosos países relativamente pequeños que generan abundantes flujos turísticos de proximidad, cuenta con una industria turística de mucha experiencia, un *know how* adquirido durante décadas e importantes empresas multinacionales que controlan buena parte de los mercados mundiales del turismo y promueven iniciativas de integración de mercados y flujos de personas fuera y dentro del espacio europeo. Si acaso merece la pena reflexionar sobre los cimientos del futuro éxito de la región de Asia Oriental y el Pacífico gracias a su mejor nivel de desarrollo económico y su gran volumen de población, la emergencia de nuevas clases medias que generarán viajes turísticos internacionales en el interior de la propia región y la emergencia de algunas ciudades metropolitanas con aeropuertos bien gestionados y compañías aéreas regionales de calidad, a lo que se suman sus atractivos turísticos patrimoniales y sus elementos exóticos, los precios competitivos, las relaciones de cambio monetario favorable y la actitud positiva de sus sociedades hacia el turismo.

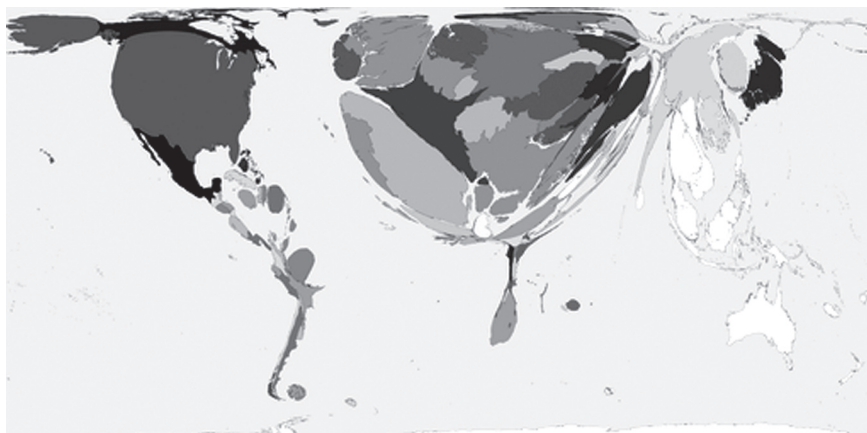
Las desigualdades y los contrastes regionales y locales son un hecho también incuestionable en lo que se refiere a los ingresos por turismo (Figura Nº 2), de manera que sólo los cinco países con mayores ingresos en 2010 disponen de más del 35% del total mundial y entre los primeros diez puestos del ranking sólo aparecen dos países de economías emergentes y ninguno de países pobres (China y Turquía). El fenómeno de la globalización ha alterado en gran medida las condiciones de la oferta y la demanda turística y ha extendido de una manera considerable el mercado, al aplicarse en los últimos años políticas tendentes a potenciar el librecambio comercial entre países por parte de instituciones internacionales y las principales potencias económicas. Se invita, de hecho, a los PPVD a buscar su “ventaja competitiva” y a entrar en los mercados internacionales con actividades que generan poco valor añadido en las que tengan posibilidad de especialización. Asimismo, los destinos emergentes están teniendo la opción de aprender de las experiencias negativas que les ofrece el análisis de la evolución de los territorios receptivos tradicionales en los países del Norte, considerados maduros y actualmente con síntomas de agotamiento. Y en este entorno internacional, presentan también la ventaja de sus bajos costes de producción y sus instalaciones modernas a precios más reducidos para competir con los destinos clásicos.

Pero pese a la extensión geográfica del impacto económico del turismo hacia destinos emergentes, los países desarrollados siguen acaparando la mayor parte de los ingresos por turismo internacional, de manera que Europa concentra el 44,2% de la cuota mundial y América del Norte otro 19,8%, a lo que se suma el hecho

de que numerosas empresas consolidadas y radicadas en estas regiones han visto la oportunidad para internacionalizarse y deslocalizar sus actividades en los países del Sur, teniendo una enorme capacidad para desviar clientes hacia destinos con costes de producción más reducidos, acabando éstos por depender excesivamente de los canales de distribución convencionales y por soportar importantes fugas de ingresos y valor añadido hacia los países del Norte.

Figura 2

Mapa distorsionado de distribución de ingresos del turismo internacional por países



Fuente: *Worldmapper, 2010*. Elaboración propia.

Los flujos de información internacional están influyendo, sin duda, en la localización y concentración de actividades turísticas, como se desprende de las inversiones en cadenas hoteleras internacionales o en atracciones que estimulan los flujos turísticos globales (Shaw&Williams, 2004). Del mismo modo, el turismo crea y re-crea la distribución de imágenes sobre destinos por todo el mundo mediante los recuerdos turísticos, las fotos y videos, los folletos promocionales o los *souvenirs* permitiendo dar una nueva dimensión global a los destinos y afianzar su posicionamiento y promoción (Figura N° 3). Y algunos procesos turísticos como las visitas repetidas a destinos, las segundas residencias o las visitas a familiares y amigos permiten intensificar las conexiones e incrementar las transacciones financieras y de crédito electrónico que acompañan a los turistas. Por último, el turismo contribuye a crear nuevas estructuras o nodos donde se organizan flujos hacia nuevos destinos más lejanos, caso de los grandes aeropuertos internacionales y compañías aéreas y, al mismo tiempo, en el marco de la globalización, se ha consolidado un proceso de estandarización y uniformización de productos y servicios turísticos a nivel mundial, sobre todo en el segmento de sol y playa, de manera que los turo-

peradores y cadenas hoteleras han hecho que en destinos turísticos muy alejados entre sí, física y culturalmente, se puedan vivir experiencias muy parecidas.

Pero si este proceso ha mejorado la calidad de vida de muchos ciudadanos, generando empleo, ingresos, construcción de infraestructuras y facilitando formación, lo cierto es que la reproducción y deslocalización de los modelos de turismo masivo de los países desarrollados en los PPVD, al amparo de grandes marcas multinacionales del sector, está acabando por despersonalizar la identidad de estos destinos con una manifiesta despreocupación por su realidad social, cultural y medioambiental, condicionando la voluntad de los viajeros a través del factor precio a los intereses comerciales de los grandes operadores.

Figura 3

Mapa de intensidad en la atracción turística por países según densidad de imágenes colgadas en Internet por turistas



Fuente: Comunidad Virtual Panoramio.com, 2010. Google Maps/Google Hearth. En amarillo de densidad alta, en rojo media y azul baja. En gris sin imágenes.

La filosofía de la exportación o deslocalización de los *resorts* turísticos de elevada calidad representa muy bien este planteamiento: complejos hoteleros o turístico-residenciales donde el turista se encierra durante unos días en un “oasis” artificial cercano a la playa con instalaciones de ocio diseñadas para su disfrute y con total libertad para consumir sin límite a un coste relativamente ajustado, pero totalmente ajeno a la población local y la realidad del entorno (lo que desincentiva la visita al destino). Además, se trata de complejos que aportan beneficios escasos a la población del entorno y resultan ser poco accesibles para ella. En muchos casos, los propios gobiernos occidentales en épocas de crisis como la actual alientan

a sus empresas a invertir en el exterior, como ha ocurrido también con el sector de la construcción reproduciendo modelos caducos en Occidente en los PPVD, atendiendo a criterios de rentabilidad empresarial y obviando los relativos al desarrollo, libertad e igualdad (Román, 2008)⁵. En no pocos casos se alienta esta internacionalización de modelos descartados a través de ayudas públicas para el desarrollo de proyectos de ONG que trabajan con comunidades locales, lo que parece pretender olvidar la mala conciencia por mantener relaciones diplomáticas fluidas con países donde es difícil superar los niveles de desigualdad, pobreza y falta de libertad por estar sometidos a regímenes con grados de democratización muy endeble.

3. EL TURISMO: ¿FACTOR DE DESARROLLO REAL O DE NUEVOS DESEQUILIBRIOS?

La importancia del turismo como factor de desarrollo económico descansa en el reconocimiento de su demostrada estabilidad, pese a sus fragilidades coyunturales, siendo sintomática su mayor rapidez de recuperación en tiempos de crisis como los actuales. Su progresiva conversión en un bien de primera necesidad y su consumo cada vez más estable e incluso en crecimiento en la denominada “sociedad del ocio” avalan lo antedicho. Por otro lado, las estadísticas macroeconómicas revelan sus efectos positivos en los niveles de desarrollo alcanzados por diferentes territorios y a escalas de análisis diversas (nacional, regional, local). Pero si establecemos un segundo nivel de análisis, más profundo, de la geografía del turismo mundial, los discursos oficiales que atribuyen acriticamente a esta actividad un papel fundamental como instrumento de reducción y lucha contra la pobreza en los países del Tercer Mundo habrían de ponerse en cuestión o al menos matizarse.

Y es que muchos de estos discursos y valoraciones se realizan interesadamente sin partir de estudios concienzudos que expliquen, por ejemplo, cuál es la capacidad de retorno de las inversiones públicas, qué agentes controlan el proceso de desarrollo, dónde se genera el impulso inicial del desarrollo turístico, cómo y hacia dónde se distribuyen los beneficios generados por esta actividad y si realmente quedan en la región, en manos de quién están, qué están suponiendo realmente en términos de reducción de la pobreza y la desigualdad y qué impactos están generando para el medio ambiente y las sociedades locales. Llama la atención, en este sentido, que muchos destinos de alta especialización en esta actividad y que reciben cantidades muy significativas de turistas muestren índices de pobreza y desequilibrios y desigualdades sociales preocupantes con ten-

⁵ Los criterios de explotación comercial masiva, sobre todo en las zonas costeras, ha descansado muchas veces en la creación de suelo urbanizable y en una rentabilidad empresarial basada en la especulación con el precio del suelo y no en el servicio turístico como tal.

dencia incluso a intensificarse y reproducirse en el tiempo (Gomis, 2009; Cañada y Gascón, 2007).

La dialéctica endogeneidad-dependencia del turismo en los procesos de desarrollo resulta también clave: ha de definirse en los destinos si el sistema turístico responde a pautas de desarrollo exógenas en las que la mayor parte de las rentas generadas escapan del propio territorio hacia los nodos centrales de la red o si son endógenas o autocentradas, permitiendo que los beneficios económicos, sociales y ambientales se asienten en el propio destino-territorio.

Si bien es cierto que, a pesar de las particularidades regionales, el turismo está jugando en muchos PPVD de ciertos atractivos turísticos (Centroamérica, países del Magreb más occidentalizados, etc.) un papel relevante en el patrón de su inserción económica internacional, constituyéndose, además, en una oportunidad de desarrollo económico, los indicadores reales del sector turístico internacional indican que las posiciones ya consolidadas de los países más ricos y los destinos turísticos maduros sólo dejan una pequeña parte de los beneficios a estos países⁶. Las grandes tendencias recientes, con independencia de que las situaciones puedan variar espacialmente de manera significativa, indican que las repercusiones económicas, sociales, culturales y ambientales son a menudo problemáticas, incluso dramáticas, para no pocas comunidades locales que perciben en el desarrollo turístico más conflictos que oportunidades, ni siquiera tienen acceso a la oferta turística internacional de su país y, al final, cuando viajan es frecuentemente por emigración laboral forzada a los países del Norte (Bonilla y Mortd, 2008; Gómez, 2008; Hall y Tucker, 2004).

Hoy, más que ayer, a causa de la fuerte concentración de los agentes económicos del sector (integración vertical y horizontal de grupos internacionales), un reducido número de grandes empresas que agrupan en su seno todas las fases de la industria turística, y radicadas principalmente en Europa y Norteamérica, captan lo esencial de los flujos e ingresos generados por el turismo internacional sin reinversión local de una importante cuota de recursos financieros (*leakage*). Por tanto, no repercuten positivamente en buena parte de la población local, que en cambio

⁶ De media, cerca del 55% del gasto realizado por el turista en sus viajes a los PPVD permanecen o retornan a los del Norte, según el propio Banco Mundial y el UNCTAD, porcentaje que incluso alcanza el 75% en algunos países de África, Asia Meridional y el Caribe. En Tailandia, por ejemplo, sólo un 30% de los ingresos generados con el turismo se quedan en el país (Alternativas Internacionales, 2004) y en Cuba menos del 40% pese al intervencionismo del gobierno cubano a través de las empresas turísticas mixtas. Un estudio del Banco Mundial de 1996 ya calculaba que el 85% de los ingresos de la reserva keniana de Massai Mara caían en manos de grandes grupos privados foráneos. Según, además, las formas de turismo, se estima que sólo el 10% (cruceiros), el 20% (turismo "todo incluido") o el 40% (turismo individual) del volumen de negocio turístico va a parar a los PPVD visitados, sometidos frecuentemente a una inestabilidad muy fuerte de los flujos internacionales e ingresos turísticos por motivos climáticos, políticos, sociales, etc. Las expectativas de generación de empleo asociadas a la inversión turística siguen actuando, no obstante, como freno a una lectura crítica de los modelos turísticos imperantes.

sí soporta impactos negativos al responder sus proyectos a criterios puramente mercantilistas y sin apenas criterios de sostenibilidad global. Dicho escenario hace aún más complejo el desarrollo turístico de áreas periféricas, donde los agentes locales, tanto públicos como privados, ven reducirse su autonomía para la toma de decisiones ante unos macroagentes internacionales que controlan los principales canales de comercialización hasta forjar un auténtico colonialismo turístico (Bua-des, 2006).

El turismo se ha convertido, de hecho, en parte integrante de los programas de ajuste estructural impuestos por organismos financieros internacionales como el FMI y el Banco Mundial, que lo clasifican como una estrategia de exportación e instrumento para el reembolso de sus préstamos. Por tanto, los PPVD deudores intentan cumplir sus compromisos mediante enormes inversiones en infraestructura turística, detrayendo dinero público para el fomento de negocios privados foráneos en detrimento de otras inversiones públicas necesarias y de la financiación de las pymes turísticas locales a través de microcréditos. A ello hay que añadir el “GATS” de la OMC, que facilita sobremanera la inversión de empresas multinacionales a costa de la desprotección de las empresas locales y la propiedad autóctona, así como el “Acuerdo sobre Medidas de Inversión relacionadas con el Comercio”, que libera a las empresas transnacionales de la obligación de utilizar productos locales. Los inversores internacionales acaban desarrollando sus proyectos negociando las condiciones de su implantación con administraciones y gobiernos poco o nada democráticos y sin visión de futuro colectivo, que imponen sus decisiones con autoridad al margen de los intereses de las poblaciones locales.

Ello explica muchas veces la desmesura y falta de planificación sostenible de proyectos pergeñados únicamente con criterio de rentabilidad para los inversores foráneos sin tenerse en cuenta los beneficios reales para la población local y los efectos negativos en la misma de la actividad turística⁷, pese a que incluso ha tenido que sufragar vía impuestos la construcción de infraestructuras básicas de gran magnitud necesarias para el funcionamiento de estas iniciativas⁸. Por añadidura, si

⁷ No existe obviamente un impacto homogéneo del turismo como actividad, sino que depende del tipo de turismo y de los propios turistas, e incluso en ocasiones los impactos positivos pueden superar a los negativos como balance final, pero no cabe duda que imperan a nivel mundial los modelos de turismo de masas que generan a la larga más impactos negativos que positivos.

⁸ Mientras que algunos grandes complejos turístico-hoteleros tipo *resort* o de turismo residencial de regiones de Centroamérica o El Caribe como Cancún (México) o Punta Cana (República Dominicana) son presentados para los países pobres o en vías de desarrollo de América Latina como ejemplos a seguir de desarrollo económico y modernización, un análisis en detalle y microrregional más allá del interior de estos escenarios artificializados y aislados de su entorno creados por intereses y capitales foráneos demuestra con claridad cómo estos tipos de crecimientos, cada vez más vinculados con el negocio inmobiliario, no hacen sino comportar también enormes impactos negativos para las poblaciones locales (precariedad laboral y población subcualificada y hasta sin apenas protección social, exclusión de la población local,

bien los grandes inversores internacionales transfieren actividades a los países de destino tales como conocimiento (*know how*), formación, tecnología e inversiones, no suelen ir más allá de lo estrictamente técnico para asegurar el buen funcionamiento de los productos específicos que pretenden explotar, de manera que tanto los beneficios económicos como el conocimiento se redireccionan al Primer Mundo con una importante fuga de divisas e ingresos. Desafortunadamente, siguen exportándose también a los PPVD modelos turísticos que han demostrado ser poco sostenibles en el mundo occidental, por ejemplo desde el punto de vista urbanístico y de la especulación inmobiliaria que han depredado paisajes y espacios naturales en el litoral español, en Europa y los Estados Unidos, así como políticas de recursos humanos no aceptadas en los países desarrollados de origen.

En los PPVD nos encontramos, además, con el hándicap de la inexistencia, déficit o limitaciones de la participación ciudadana y la cooperación público-privada en el impulso de la actividad turística y los proyectos empresariales para su orientación sostenible en el tiempo y en el espacio, a lo que se suman unos mecanismos de distribución de la riqueza claramente deficientes, como ocurre, por ejemplo, en los países árabes más fuertemente especializados en el sector turístico y ahora envueltos en revueltas sociales y políticas de gran magnitud y de solución incierta como Túnez, Egipto o Siria. Ha de subrayarse en este caso como sintomática la incidencia negativa del desarrollismo turístico masivo en muchos países de fuerte especialización turística, induciendo en el entorno de los grandes complejos turísticos-residenciales fuertes procesos inflacionistas, sobre todo en los precios de los alimentos básicos, y como consecuencia un agravamiento de la crisis alimentaria en las comunidades locales y dificultad de acceso de la población rural de estos países a los productos de primera necesidad. El origen de las actuales revueltas y conflictos sociopolíticos en muchos países musulmanes está asociado precisamente a un conjunto de causas multilaterales entre las que podemos incluir las anteriores (Prosalus, 2011), pero también al abandono del sector productivo agrario tradicional y el éxodo rural en estos enclaves turísticos que finalmente generan beneficios escasos o marginales a la población anfitriona y sustituyen sus sistemas productivos por el nuevo monocultivo turístico. Por añadidura, se detraen fuertes inversiones públicas necesarias para el sector agrario en beneficio del sector turístico⁹, que provoca, a su vez, impactos territoriales importantes como el agotamiento

agudización de la crisis de las economías tradicionales y sustitución de actividades primarias antes constitutivas de su principal medio de vida, movilidades poblacionales campo-ciudad y éxodo rural, transferencia de recursos y propiedades a inversores foráneos) y su entorno medioambiental

⁹ La reducción de inversión pública en agricultura en los últimos 30 años en los PPVD ha sido imparable (Banco Mundial, WDR, 2011) como también la ayuda oficial al desarrollo (AOD) destinada al sector agrario (Prosalus, 2011), al contrario de lo ocurrido con la inversión pública en el sector turístico y en el apoyo a las grandes inversiones turístico-residenciales de grandes multinacionales y empresas foráneas.

de acuíferos, la utilización intensiva de recursos naturales o el acaparamiento de tierras agrarias por grandes inversores turísticos foráneos (*landgrabbing*)¹⁰.

La subordinación de los intereses generales y locales de las comunidades anfitrionas al desarrollo turístico es un hecho al apostarse la mayor parte de las veces por un crecimiento cuantitativo generador de desigualdades e impactos no deseables en vez de por un crecimiento menor pero más cualitativo y equitativo. En los modelos de desarrollo de los PPVD al turismo se le ha reservado únicamente el papel de mero instrumento financiador a través de la captación de divisas sin alcanzar a medio o largo plazo la consideración de auténtico factor de desarrollo de la economía nacional o regional. Aunque el turismo obviamente no tiene la llave mágica para resolver los problemas estructurales de estos países, sin duda hay algunos elementos que deberían tenerse en cuenta y que podrían incidir positivamente en su desarrollo real y sostenible. Y por las características específicas de este sector, su transversalidad y multidisciplinariedad, en el marco de la globalización, podría ser más efectivo en la lucha contra la pobreza si los principales actores que lo protagonizan (empresas y organizaciones, Administraciones Públicas, mercados emisores, ciudadanos y turistas) asumen un nuevo rol más comprometido con los objetivos de la responsabilidad turística.

Mientras tanto las líneas de acción de la gran mayoría de los gobiernos que consideran el turismo como actor clave de sus economías, orientan sus líneas de acción pública a la promoción intrarregional e internacional, la comercialización de paquetes, el diseño de políticas cooperadoras con el sector privado e incentivos a la inversión pero, sobre todo, a facilitar la atracción de los capitales extranjeros (Gómez, 2008), favoreciendo incluso una fuerte competencia dentro de la misma región para ver quién ofrece mayores facilidades a los inversionistas, mientras que apenas existen líneas de microcréditos para las iniciativas de las pymes locales. Y, lejos de plantear una estrategia de reequilibrio territorial del desarrollo turístico en el interior de estos países, esta industria se está implantando de manera abrumadora en el litoral y los destinos de “sol y playa” con fórmulas tipo *resorts* de grandes cadenas internacionales con paquetes “todo incluido” y desarrollos inmobiliarios de carácter residencial-inmobiliario que hacen prever la aparición de problemas similares al de otros países, tanto del mundo desarrollado, como España, EEUU

¹⁰ Recientemente el ministro dominicano de medio ambiente y recursos naturales hacía una llamada de atención pública sobre el riesgo que supone para la seguridad alimentaria el uso de tierras fértiles para la construcción de urbanizaciones residenciales y turísticas en dicho país caribeño de fuerte implantación de modelos turísticos masivos de sol y playa. En otro país de fuerte desarrollo turístico reciente como Marruecos he tenido la ocasión de conocer directamente las opiniones negativas de diversas asociaciones como *Ibn Battouta* acerca del modelo de desarrollo turístico del Plan “Visión 2020” del gobierno marroquí, que está promoviendo la construcción de grandes complejos “resort” turístico-residenciales, estaciones balnearias, ciudades vacacionales y campos de golf que están poniendo en peligro los ecosistemas locales y las capacidades hídricas, además de provocar el abandono de la producción agrícola y contribuir al incremento del éxodo rural en la región de Tánger-Tetuán (un 1,8% al año).

o México, como de países en vías de desarrollo como la República Dominicana o Marruecos¹¹. Como contrapunto, se olvidan otros segmentos y destinos de turismo rural, patrimonial y de naturaleza en zonas particularmente deprimidas pero con grandes potencialidades y recursos turísticos y sólo se concentran desarrollos turísticos en algunas grandes ciudades patrimoniales e itinerarios destacables de cierta trayectoria histórica.

Otra realidad subyacente a esta situación es que en muchos casos no se está eligiendo al turismo como factor de desarrollo tras un diagnóstico en profundidad de las posibilidades reales del territorio para competir en el sector, sino por eliminación de otras actividades, generalmente tradicionales, con problemas de crisis estructural e inadecuación con los escenarios de la economía globalizada, particularmente en los PPVD donde ante el descenso de precios de las materias primas en el mercado internacional y la dificultad para recibir inversiones externas en otros sectores se ve al turismo como la única opción viable de crecimiento y desarrollo, al ser la vía más directa para la integración en la economía mundial. La elección del turismo como opción por eliminación para el desarrollo de los territorios conlleva no pocos riesgos, tales como la imposibilidad de absorción de la mano de obra sobrante de otros sectores tradicionales. En muchos destinos por sus condiciones físico-ambientales o las características de la modalidad de turismo a implantar no pueden generarse expectativas de monocultivo o excesiva especialización turística. La única alternativa viable sería la diversificación equilibrada de su estructura productiva sin asignación al turismo de unas expectativas desmesuradas de dinamización económica que sólo generen frustraciones a las poblaciones afectadas, por lo que habría que plantear esta actividad como complemento que permita dinamizar otros agentes y sectores aprovechando su carácter transversal.

La vía de la auténtica globalización no debe ser otra que la que comparta en todo el mundo el conocimiento y las experiencias tanto positivas como negativas y no se limite a exportar modelos ya fracasados y modos de producción de acreditada insostenibilidad. Todo ello justifica que al menos hayan de cuestionarse las lógicas de los modelos masivos y convencionales del turismo internacional, tal como lo están haciendo numerosas asociaciones, redes y organismos internacionales y movimientos locales en los últimos años. Y, en consecuencia, conviene plantear y estudiar si estos modelos establecidos sirven realmente para aprovechar de manera óptima este sector como herramienta de distribución de la riqueza y de desarrollo sostenible del destino, más que para la expansión cuantitativa y sesgada de la actividad.

¹¹ En efecto, el "residencialismo" es uno de los problemas principales a los que va a tener que hacer frente en un futuro inmediato la gestión sostenible de los destinos turísticos maduros tanto de los países desarrollados como de muchos PPVD.

4. EL TURISMO RESPONSABLE Y COMUNITARIO: UNA NUEVA ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN Y SOSTENIBILIDAD EN ÁREAS DESFAVORECIDAS.

Dicho todo lo anterior, ha de plantearse bajo qué condiciones la expansión del turismo internacional podría generar modelos diferentes de desarrollo turístico, más equitativos, más equilibrados territorialmente, sostenibles, integrados, ecológicos, éticos, alternativos y solidarios que permitan, a través de diferentes modalidades o formas de hacer turismo, alcanzar metas de responsabilidad que prioricen el bienestar de las poblaciones anfitrionas sin perjuicio de la satisfacción de los turistas y consumidores. Los retos para mantener y ampliar las fronteras turísticas actuales pasan, en definitiva, por las 4Es: Ambiente (*Environment*), Energía, Ética y Educación. Pero más allá de las iniciativas emprendidas hasta ahora en los países del Norte y del Sur, en su mayor parte aisladas o de limitada incidencia, las respuestas han de venir del lado del impulso de las capacidades e iniciativas locales, tanto públicas como privadas, y en la articulación de estrategias adecuadas y decididas por parte de los Estados, capaces de implicar a todos los agentes sociales y económicos en la definición de proyectos endógenos, autocentrados y de turismo comunitario que puedan contribuir a invertir la actual proporción costos/beneficios del sector y minimizar en el territorio sus impactos negativos.

Ante esta tesitura emerge el concepto de TR junto a otros conceptos asociados al mismo como el de turismo justo y solidario (vinculados a los principios del *fair trade*), turismo comunitario (*Community Based Tourism-CBT*), ético y a favor de los pobres (*Pro Poor Tourism*) (Lanquar y Rivera, 2010), para referirnos a los procesos de producción turística que deben garantizar una distribución equitativa y proporcional de los beneficios entre los distintos agentes implicados, el control y/o gestión del desarrollo turístico por las comunidades locales receptoras en función de sus intereses generales, la sostenibilidad del espacio turístico y la responsabilidad social en términos medioambientales, económicos y socio-culturales; aspectos éstos determinantes por cuanto los turistas han de desplazarse forzosamente al destino como “centro de producción” de los servicios que “consumirá” en su visita. Se trata, en definitiva, de una perspectiva basada en principios éticos que debería fundamentar una estrategia de desarrollo turístico alternativo al modelo dominante basado en la articulación de grandes operadores turísticos y cadenas hoteleras internacionales con megaproyectos turístico-residenciales de capital mayoritariamente extranjero que acaban aislándose funcionalmente de la población local del entorno. Por tanto, el turismo responsable trata de atender a las comunidades locales y de estar cerca de ellas, distribuyendo los beneficios del turismo de manera más equitativa y amplia hacia toda la población.

Pero vislumbramos que por sí sólo el TR sólo puede ser una parte de esa alternativa, necesitando además de alinearse con la pequeña y mediana empresa turística local y nacional para permitir un desarrollo turístico de carácter endógeno, tarea ésta, sin duda, nada fácil si no se cuenta con el apoyo decidido de todas las administraciones públicas implicadas y se entiende, cómo no, que el turismo responsable puede ser también una buena oportunidad de marketing para los productores y destinos turísticos y también una ocasión para un cambio de los modelos turísticos tradicionales, -tan cuestionados por la crisis económica actual-, en la forma de ver el turismo. Asimismo, resulta necesario que todo el sector turístico y los propios consumidores en general asuman que el turismo responsable, al igual que el turismo sostenible, no es sólo un producto alternativo más destinado a una minoría de turistas más sensibilizados de los países desarrollados¹², sino que va más allá al tratarse de un compromiso y una forma diferente de hacer turismo que debe ir impregnando poco a poco a todos los subsectores de producción turística, a los destinos y a la gobernanza turística en el ámbito internacional. Estamos, por tanto, hablando de la adopción en el sector turístico de “una filosofía de pensar globalmente y actuar localmente”.

Estas reflexiones no sólo sirven para los destinos de los PPVD asociados a regiones exóticas y a proyectos de turismo solidario lejanos¹³, sino también para los destinos maduros cercanos con problemas de obsolescencia y necesitados de estrategias e instrumentos orientados a su reconversión, pues los principios del turismo responsable ofrecen un nuevo contexto de posibilidades de renovación y diversificación (Exceltur, 2005; Agarwal, 2002) para poder competir con las nuevas periferias emergentes ante la pérdida de rentabilidad de la actividad, el excesivo monocultivo turístico y los problemas de sostenibilidad en todos los ámbitos. El nivel de desarrollo territorial de estos destinos son una buena base como factor de competitividad, no deslocalizable en los destinos emergentes, como el nivel de equipamientos, infraestructuras y servicios asistenciales, la movilidad, su nivel de tolerancia cultural o su importante experiencia de gestión público-privada, pero aún necesitan de estrategias de revitalización, singularización y cualificación, así como de un tratamiento adecuado de sus espacios turísticos para evitar su declive irreversible mediante la aplicación de programas de sostenibilidad abarcando aspectos muy vinculados a las nuevas formas de TR como el turismo accesible y el “turismo para

¹² Véase, por ejemplo, la iniciativa del *Vademecum del Turista Responsable* promovido por la EARTH en la dirección www.earth-net.eu.

¹³ Otra cuestión recurrente para el turismo responsable en estos destinos es si se pueden realmente justificar los larguísimos viajes a los mismos con sus efectos de “huella ecológica” para realizar estancias cortas en comunidades locales de otros continentes, aunque se efectúen actividades evidentes de turismo solidario y responsable. La movilidad sostenible y el factor transporte, en un sentido amplio, es también un factor crucial en la filosofía y en la práctica del turismo responsable.

todos”, ya que es imposible seguir compitiendo mediante el descenso de precios. Muchas iniciativas se están llevando a cabo, de hecho, en algunos destinos litorales maduros, aunque ciertamente no sin muchos problemas de efectividad real de las actuaciones: ausencia de instrumentos evaluadores eficaces, dificultad de compaginar la calidad integral con la expansión acelerada, masiva e indiferenciada, de las segundas residencias, contradicciones entre las estrategias de reconversión públicas y las decisiones privadas (expansión de los hoteles todo incluido), falta de coordinación e integración entre políticas sectoriales de incidencia turística, etc. Y las empresas turísticas, aún cuando desarrollan cada vez más acciones de RSC lo hacen sobre todo como estrategia de marketing que como consecuencia de una verdadera apuesta por la sostenibilidad.

Las dificultades para la generación de alternativas al modelo turístico dominante no son, desde luego, pocas por diversos factores a considerar:

1. En muchos PPVD aún no se ve el turismo como una amenaza destacable frente a los impactos provocados por otros sectores económicos como la industria, pese a que no está siendo ni mucho menos neutral, pues está conllevando en los mismos competencias y conflictos en torno al territorio, los recursos naturales y culturales y las arcas de los Estados. La lógica del capital turístico corporativo y globalizado es “generar” espacios que le permitan ampliar la acumulación de capital y para ello necesita transformar y elitizar determinados territorios hasta que los agotan, para después migrar y conquistar nuevas áreas en las “periferias económicas *versus* periferias del ocio y el placer” del Tercer Mundo, cada vez más alejadas de los centros emisores¹⁴. En esta coyuntura, un punto crucial de debate es cómo el TR puede servir de dique de contención frente a las múltiples formas de explotación turística masiva, desarrollista y usurpadora propiciadas por el capital corporativo. Y al mismo tiempo, si las poblaciones locales organizadas colectivamente son capaces de poner en marcha y sostener propuestas de desarrollo alternativas a las dominantes a través de estrategias como el TR como instrumento parcial de un proceso mucho más amplio de empoderamiento social.
2. Los movimientos ciudadanos, sociales y sindicales se han introducido muy débilmente, por lo general, en este sector.
3. La industria turística ha logrado ganarse adeptos y aliados, como determinados sectores de la cooperación internacional para el desarrollo que están ayudando a mantener una imagen positiva con propuestas como el “*pro-poor tourism*”, pero los gobiernos centrales dedican pocos esfuerzos al fomento de estas formas de turismo y el tratamiento de factores básicos para su desarrollo como

¹⁴ Y también en estos destinos de PPVD los espacios turísticos acaban masificándose, como ocurre en algunas zonas del Caribe y Centroamérica, perdiendo frescura, novedad y autenticidad, hasta el punto de entrar en una fase final de degradación y decadencia (fuga de capitales a otros destinos “por descubrir”) o de costosa y difícil reconversión e invención (Agarwal, 2002).

los sistemas de financiación de las micropymes locales, la optimización de las capacidades de la administración turística, la formación de futuros emprendedores, la promoción y la comercialización de los productos y servicios locales y la disposición de infraestructuras y vías de acceso adecuadas.

4. La viabilidad económica y la comercialización son unos de los puntos críticos más habituales, ya que el TR tiene que generar una oferta de calidad, diferenciada y singular, además de tener la suficiente capacidad de gestión y comercialización que les permita funcionar más allá del apoyo de la cooperación internacional para el desarrollo.
5. Excesiva dependencia del exterior en no pocos casos, lo que puede incrementar la vulnerabilidad de la población anfitriona y la fragilidad de su desarrollo turístico en relación con factores externos sobre los que las comunidades no pueden incidir. La viabilidad económica del TR ha de depender más, aunque no exclusivamente, del fortalecimiento de mercados turísticos locales, con circuitos de corta distancia de base nacional y regional, sin negar, eso sí, la potencialidad de los mercados internacionales. Y hay, a su vez, que evitar el riesgo de una “neocolonización” de destinos susceptibles de ser etiquetados como “responsables”, tal y como ha sucedido con algunos destinos de sol y playa, de manera que los impactos provocados por proyectos que se apuntan sin seriedad y compromiso real a la moda del TR pueden ser igualmente perjudiciales para las comunidades anfitrionas.

En cualquier caso, existe ya una masa crítica de experiencias e iniciativas sobre TR y sus diferentes modalidades (Goodwin y Font, 2007; Harrison y Husbands, 1996) que muestran que hay otras vías para hacer del turismo un sector más sostenible y responsable y para facilitar el control y/o gestión del desarrollo turístico y la distribución de sus beneficios a través de una alianza estratégica entre la población local, los poderes públicos, los actores locales (sobre todo pymes), las ONG y las estructuras organizativas de carácter colectivo. Las herramientas para mejorar el desarrollo turístico en los PPVD existen y ya están demostrando ser eficientes, de manera que su utilización puede incluso resultar un ensayo interesante como laboratorio de innovación social y desarrollo sostenible en estos países¹⁵. Las principales aportaciones positivas que estas formas de turismo están generando en las diferentes regiones estudiadas a nivel mundial, podemos resumirlas en:

- Diversificación y complemento de las opciones productivas de las comunidades locales, creación de empleo, reducción de la emigración y generación de

¹⁵ Sin duda alguna, necesitan de mucho más apoyo público, valoración y visibilidad, pero en regiones como Centroamérica o el norte de Marruecos ya existen condiciones para sostener otro medio de desarrollo turístico en determinados territorios de interior, aún cuando existen problemas como la atomización, el pequeño tamaño de los proyectos, la dispersión territorial o la falta de continuidad de los mismos en el tiempo, así como la escasa eficiencia comercial en los dirigidos por ONGD.

recursos económicos directos, sin sustitución de las actividades tradicionales (agricultura, ganadería, pesca, producción artesanal...). La viabilidad económica no pasa por la especialización turística ni la excesiva “turistificación” de los territorios, de manera que los proyectos de TR tienen en cuenta los principios básicos de la economía de las zonas rurales y desfavorecidas en la que intenta insertarse adecuadamente para fortalecerla de forma diversificada y complementaria. La especialización turística está suponiendo vulnerabilidad y dependencia en relación con un complejo de factores y dinámicas externas que no pueden controlar las organizaciones comunitarias ni tan siquiera los gobiernos centrales, por lo que los planes de desarrollo comunitario no deben centrarse en una sola actividad, ya sea el turismo o cualquier otra, sino en la diversidad y complementariedad de acciones que puedan favorecer al conjunto de la población, reforzar su capital social y evitar nuevos procesos de diferenciación y agudización de las desigualdades. El turismo es, en definitiva, una herramienta limitada y debe formar parte, necesariamente, de políticas más amplias de desarrollo a nivel local y nacional, mejorando su repercusión y la reinversión de sus beneficios en el funcionamiento de la economía local.

- El mantenimiento de propiedades de la población local y la mejora de infraestructuras básicas, revalorizando bienes y recursos comunitarios como la tierra, el agua o los bosques y movilizándolo recursos capitalizadores de las zonas rurales que quedan en manos de las comunidades locales resistiendo a las presiones de los mercados extranjeros para su venta, usurpación o ser objeto de especulación¹⁶.
- El diseño de políticas turísticas con la participación activa de la población local y desde la colaboración público-privada para garantizar la sostenibilidad y la defensa de los intereses generales, el estudio de la conveniencia de determinados proyectos turísticos o minimizar la dependencia de la economía local con respecto al turismo. Con ello se facilita un cambio de paradigma para facilitar que los turistas elijan un destino no básicamente por el precio, una determinada imagen de marca y/o la influencia comercial de los grandes operadores e intermediarios, sino en función de los atractivos y recursos territoriales turísticos del destino. Este nuevo paradigma sirve, además, para reivindicar el valor de la experiencia, la identidad, lo particular y lo diferencial (la cultura, la gastronomía, los paisajes...) frente a la estandarización de la oferta, elementos éstos fundamentales para concebir propuestas turísticas inimitables en un mundo globalizado donde es relativamente fácil reproducir de un destino a otro las ofertas de éxito.
- Una mayor protección del medio ambiente y de los ecosistemas gracias a la puesta en marcha de estrategias locales de protección, puesta en valor y con-

¹⁶ Esta es la lógica dominante en muchos de estos territorios en relación con los recursos territoriales, tal como bien describe el geógrafo David Harvey, que utiliza el término de “acumulación por desposesión” (D. HARVEY, 2004).

cienciación ciudadana, así como la democratización del acceso a espacios rurales y naturales frente a los modelos de turismo masivo y residencial que provocan una “elitización” del espacio, restringiendo su acceso al uso y disfrute de las capas de población de mayor poder adquisitivo y generalmente de origen extranjero.

- La contribución al empoderamiento de las mujeres, ya que en muchos casos los servicios turísticos, si exceptuamos algunos como los de guía turístico, han recaído en las mujeres de las comunidades anfitrionas, siendo incluso significativos los casos donde se ha podido detectar un cambio en las relaciones de poder consuetudinarias entre hombres y mujeres: abandono de otras tareas más pesadas, transmisión de valores distintos a los tradicionales mediante el contacto con personas extranjeras, facilitando el conocimiento de otras formas de plantearse la vida, la maternidad, las relaciones de pareja, las preferencias sexuales, el trabajo doméstico, etc.
- Nuevas oportunidades para el enriquecimiento cultural, la revalorización y reconocimiento de la cultural local, tanto material como inmaterial, y sus distintas expresiones. Los turistas responsables ponen finalmente en valor aspectos de vida cotidiana de estas comunidades que suponen su reconocimiento y autoestima, al tiempo que su contacto con la población local permite a ésta conocer, intercambiar y enriquecerse culturalmente.

En lo que respecta, por último, a la demanda de visitantes sensibilizados por estas cuestiones sociales y ambientales, hemos de reconocer que aún es minoritaria (Harold, 2005), pero los turistas cada vez están mejor informados por su mayor experiencia viajera y gracias a las nuevas tecnologías, de manera que adquieren mayor poder, protagonismo y una creciente capacidad de influencia para modificar los comportamientos de la oferta. La competencia entre productos y destinos y la actual coyuntura de crisis económica pueden favorecer estos procesos de decisión más autónoma de los viajeros al margen de los grandes operadores turísticos¹⁷. En este sentido, aunque tímidamente, se observa cómo el valor añadido que aporta la responsabilidad social está llamado a convertirse en un elemento diferenciador que puede resultar decisivo en algunos segmentos de mercado emergentes cada vez más influyentes.

En el marco de la globalización y los fenómenos ligados a ella, como la deslocalización o la intensidad de los flujos de información al amparo de las nuevas plataformas tecnológicas, este nuevo consumidor toma mayor conciencia de los problemas a escala global y empieza a entender que en sus decisiones de compra tiene un poder de influencia significativo, si bien necesita de garantías e instrumentos

¹⁷ En el ámbito del turismo, el diseño de espacios, productos y experiencias debe ser menos rígido para dar paso a procesos de flexibilidad, adaptabilidad y multifuncionalidad, con un alto componente tecnológico, privilegiando la utilización de las características locales, pero gestionando algunos aspectos inevitablemente a nivel global.

de control en su defensa que deberían preservar los poderes públicos (Berruti y Delvecchio, 2009). Los cambios de hábitos de consumo y de modos de vida de los consumidores se inclinan hacia unas mayores exigencias en la calidad de sus estancias, de manera que las nuevas marcas junto con la autenticidad y no masificación y estandarización de los destinos van a ser cada vez más factores dominantes, así como el desarrollo de nuevos mercados a través de productos combinados de entretenimiento, excitación experiencial, educación y contacto más directo y auténtico con la realidad del destino y las comunidades locales, lo que puede favorecer las nuevas formas de turismo responsable.

La implicación de los socios locales y el sector privado ha de garantizar, en cualquier caso, la continuidad de los proyectos no solamente desde el punto de vista empresarial sino también del social y ambiental, garantizando los niveles de calidad exigibles de los servicios ofrecidos y la distribución equitativa de sus márgenes de beneficio en un proceso en el que deben involucrarse los canales de distribución y la empresa privada asumiendo la corresponsabilidad de los costos de los factores de *No Mercado* que condicionan el grado de desarrollo turístico de los territorios: calidad del entorno natural y transformado, costos tributarios, calidad del capital humano, transferencia de beneficios a la población anfitriona, sistemas de educación y capacitación, etc., más aún considerando que estos elementos serán determinantes en la relocalización y deslocalización de empresas turísticas en el futuro. Todo esto puede considerarse probablemente como una utopía, pero, en cualquier caso, debe ser la vía a seguir en línea incluso con las evoluciones del discurso oficial sobre el desarrollo sostenible en la *Cumbre de la Tierra* de Río de Janeiro (1992), la *Carta de Turismo Sostenible* de Lanzarote (1995), la *Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo* (1997), el *Código Ético Mundial del Turismo* (1999) o el programa “*STEP*” de la OMT (2002). Sólo falta que estas declaraciones puedan sustantivarse y compatibilizarse realmente con una opción de liberalismo económico extremo que no ha hecho sino reafirmarse en los últimos años y que ha ido limitando las capacidades de regulación y planificación de los Estados, la gobernanza de las políticas públicas y la autonomía de las poblaciones anfitrionas en la definición de los proyectos turísticos y la distribución más equitativa de sus ventajas frente a la excesiva autorregulación del sector privado sin control externo e independiente. La actual crisis económica internacional ha provocado una preocupación por la supervivencia inmediata que no contempla la crisis global del modelo de desarrollo turístico basado en parámetros de consumo no sostenibles. Pero es justo en este momento de “crisis del modelo económico” que surja la oportunidad de cambiar el panorama y plantear la responsabilidad del turismo como una solución de futuro y herramienta real de desarrollo sostenible.

5. BIBLIOGRAFÍA

- AGARWAL, S. (2002). "Restructuring seaside tourism. The resort lifecycle". *Annals of tourism Research*, nº 29, vol. 1, pp. 25-55.
- ANTÓN, S. y GONZÁLEZ, F. (2008). *A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico*. Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya.
- ASHLEY, C.; DILYS, R. y GOODWIN, H. (2001). *Pro-poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor*. Nottingham, Overseas Development Institute (ODI), IIED y CRT, Report nº 1. En www.haroldgoodwin.info/resources/ppt..report.pdf [acceso 20-3-2010].
- ASHLEY, C.; DILYS, R. y GOODWIN, H. (2001). *Pro-poor Tourism Strategies: Expanding Opportunities for the Poor*. Londres, ODI, IIED y CRT, PPT Briefing nº 1.
- ASHLEY, C. y GOODWIN, H. (2007). *Pro-poor Tourism: What's Gone Wrong?* Nottingham, ODI.
- ASHLEY, C.; ROE, D. y GOODWIN, H. (2002). *The Tourism Industry and Poverty Reduction: A Business Primer*. Londres, ODI, IIED y CRT, PPT Briefing nº 2.
- ASSOUS, R. (2004). *Voyages au Sud, profits au Nord*. París, Alternatives Internationales.
- ATELJEVIC, I.; PRITCHARD, A. y MORGAN, N. (Edit) (2007). *The critical turn in tourism studies. Innovative research methodologies*. Londres, Elsevier.
- BANCO MUNDIAL (2011). *Responding to global food price volatility and its impact on food security*. Washington (Estados Unidos), Banco Mundial y Fondo Monetario Internacional.
- BERRUTI, A. y DELVECCHIO, E. (2009). *Turismo. Povertà, sviluppo e turismo responsabile*. Turín, Effata' Editrice.
- BLANKE, J. Y CHIESA, T. (Edit) (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. Ginebra, World Economic Forum.
- BONIFACE, B. Y COOPER, Ch. (2004). *Worldwide destinations casebook. The geography of travel and tourism*. Oxford, Elsevier.
- BONILLA, A. y MORTD, M. (2008). *Turismo y conflictos territoriales en el Pacífico de Nicaragua: el caso de Tola, más allá de los titulares*. San Salvador, Fundación Prisma.
- BUADES, J. (2006). *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*. Palma de Mallorca, La Lucerna.
- CALLOT, P. (2006). "New tourism frontiers or new barriers for global tourism?". *Tourism Review*, vol. 61, nº 2, pp. 17-23.
- CAÑADA, E. y GASCÓN, J. (2007). *Turismo y Desarrollo: herramientas para una mirada crítica*. Managua, Fundación Luciérnaga y Edit. Enlace.

- CATTARINICH, X. (2001). *Pro-Poor Tourism Initiatives in Developing Countries: Analysis of Secondary Case Studies*. London, Overseas Development Institute, PPT Working Paper nº 8.
- CORDOBES, M. y SANZ, B. (Coord.) (2009). *Turismo para el Desarrollo*. Barcelona, Fundación La Caixa.
- CUAMEA, O.; MORGAN, J.C. y ZARATE, R. (2009). "Globalización, turismo y diseño estandarizado del espacio turístico", *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, vol. 1, nº 3, pp. 1-9.
- DEHOORNE, O.; SAFFACHE, P. y TAJAR, C. (2008). "Le tourisme international dans le Monde: logiques des flux et confins de la touristicité", *Etudes caribéennes*, 9-10, 18 pp.
- DUTERME, B.; PLEUMARON, A. y Otros (2006). *Expansion du tourisme: gagnants et perdants*. Paris, Centre Tricontinental y Editions Syllepse.
- EXCELTUR (2005). *Impactos sobre el entorno, la economía y el empleo de los distintos modelos de desarrollo turístico del litoral mediterráneo español, Baleares y Canarias*. Madrid, Exceltur.
- FIROSEHOUSEN, N. y LIBERCIER, F. (2006). *Le tourisme responsable et solidaire*. Paris, Capgemini Consulting/ESCP.
- GARRONE, R. (2007). *Turismo Responsabile. Nuovi paradigmi per viaggiare in terzo mondo*. Génova, Ram.
- GOLDSTONE, P. (2003). *Turismo, más allá del ocio y del negocio*. Barcelona, Debate.
- GOMEZ, I. (2008). *Turismo y gestión territorial en Centroamérica: claros y oscuros en un proceso acelerado*. San Salvador, Fundación Prisma.
- GOMIS, J.M. (2009). *Turismo justo, globalización y TIC*. Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya.
- GOODWIN, H..(2009). *Creating responsible tourism destinations*. London, Insights.
- GOODWIN, H. y FONT, X. (2007). *Advances in Responsible Tourism*. Leeds, International Centre for Responsible Tourism (ICRT). Disponible en www.icrtourism.org/wtm07 [acceso 22-6-2011].
- GOODWIN, H. Y SANTILLI, R. (2009). Community-Based Tourism: a success?. Leeds, ICRT y GTZ. En www.haroldgoodwin.info/uploads/CBTASuccessPubpdf.pdf [acceso 13-08-2011].
- GORMSEN, E. (1981). "The spatio-temporal development of international tourism: attempt a centre-periphery model", en AAVV.: *La consommation d'espace par le tourisme et sa preservation*. Aix-en -Provence, C.H.E.T., pp. 150-170.
- HALL, C.M. (Edit.) (2007). *Pro-Poor Tourism: Who Benefits?*. Clavendon, Channel View.
- HALL, C.M. y LEW, A.A. (Edit.) (1998). *Sustainable Tourism. A Geographical Perspective*. New York, Addison Wesley Longman.

- HALL, C.M. y TUCKER, H. (2004). *Tourism and Postcolonialism*. Routledge
- HAROLD, G. (2005). *Responsible Tourism and the market*. Greenwich, International Centre for Responsible Tourism, Paper nº 4.
- HARVEY, D. (2004). “El nuevo imperialismo. Acumulación por desposesión”, en PANTICH, L. y COLIN, L. (Edit.): *El nuevo desafío imperialista*. Buenos Aires, Merlin Press y CLACSO, pp. 99-129.
- HARRISON, L.C. y HUSBANDS, W. (1996). *Practicing Responsible Tourism: International Case Studies in Tourism Planning, Policy, and Development*. New York, John Wiley and Sons, Inc.
- HONEY, M. (2005). *Consumer demand and operator support for socially and environmentally responsible tourism*. Washington, CESD/TIES, Working Paper nº 104.
- IGLESIAS, E. (2008). *Las cadenas hoteleras españolas en América Latina y las libertades sindicales*. Montevideo, Rel-UITA.
- LANQUAR, R. y RIVERA, M. (2010). “El proyecto “TRES” y la “Declaración de Córdoba”: una apuesta por la articulación de estrategias de turismo responsable y solidario desde Europa”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8-4, pp. 673-687.
- LARRU, J.M. (2008). *Impact assessment and evaluation: how can it be measured and what it is adding to the development of international cooperation*. Munich, Universidad, MPRA Paper nº 6928.
- LAURENT, A. (2003). *Caracteriser le tourisme responsable, facteur de développement durable*. Paris, Ministère des Affaires Etrangères.
- MALDONADO, C. (2006). *Turismo y comunidades indígenas: impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. Ginebra, OIT, Programa de Desarrollo de Pequeñas Empresas.
- McCOOL, S.F. y MOISEY, N.R. (Edit.) (2001). *Tourism, Recreation and Sustainability. Linking culture and the environment*. Wallingford, CABI Publishing.
- NOEL, B.S. (2004). *Más allá de la Globalización: la glocalización del turismo*. Pensilvania, Universidad de Pensilvania.
- OMT (2006). *Turismo, microfinanzas y reducción de la pobreza*. Madrid, OMT
- PALOMO, S. (2006). “El turismo justo y la creación de sistemas de producción de servicios turísticos responsables”. *Estudios Turísticos*, nº 168, pp. 7-46.
- PROSALUS (2011). *Especulación financiera y crisis alimentaria*. Madrid, Ayuda en Acción, Cáritas Española, Ongawa y Prosalus.
- ROE, D.; HARRIS, C. y ANDRADE, J. (2003). *Addressing Poverty Issues in Tourism Standards. A review of Experience*. Londres, ODI, IIID e ICRT. Disponible en www.proportourism.org.uk [acceso 27-10-2011].
- ROMAM, M. (2008). *Turismo y desarrollo inmobiliario en la región centroamericana: elementos conceptuales y metodológicos para abordar su investigación*. San Salvador, Fundación Prisma.

- RURAL PROMO INTERNATIONAL CONSULTING (2010). *Desarrollo del turismo interior comunitario a través de las TIC 2.0. Una oportunidad para la inclusión social y la descentralización turística*. Madrid, AHCJET, Secretaría General Iberoamericana.
- SHAW, G. y WILLIAMS, A. (2002). *Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective*. Londres, Blackwell.
- SMITH, M. y DUFFY, R. (2003). *The Ethics of Tourism Development*. Londres, Routledge.
- STABLER, M. J. (Edit.) (1997). *Tourism and Sustainability: Principles to Practice*. Wallingford, CAB International.