

¿Turismo Solidario vs Turismo Justo?

Hace unos pocos días, revisando la prensa especializada, tuvimos la fortuna de encontrar el interesante artículo del profesor Carles Tudurí titulado “¿Hacia un turismo más justo?”¹. El hecho de compartir sus inquietudes de partida, unido a la decisión del autor de citarnos en el mismo, nos han llevado a redactar las siguientes reflexiones críticas, con las que pretendemos avanzar en este necesario debate con ánimo constructivo.

Del citado artículo nos interesa rescatar sus dos aportaciones fundamentales, a saber, que el turismo justo y el turismo solidario son diferentes tanto conceptualmente como en la práctica, y que el primero pasa fundamentalmente por la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas implicadas, la presión social de las ONGD y la sensibilización de los y las turistas.

Aunque podamos estar de acuerdo con la primera diferenciación e, incluso, compartir la idea del escaso impacto y limitado potencial de crecimiento del turismo solidario, equivalente al de las virtudes cívicas en la sociedad actual, discrepamos del profesor Tudurí cuando afirma que éste “... se aleja de los objetivos del turismo justo.”, opinión poco fundamentada que, además, puede contribuir a crear confusiones inútiles y falsas contradicciones y barreras donde no las hay. Nuestra opinión, por el contrario, es que el turismo solidario es una de las modalidades posibles del turismo justo, el cual, a su vez, forma parte del más amplio movimiento social que denominamos Consumo Responsable. Esta particular visión está sustentada en los siguientes argumentos.

1. El viaje solidario es ante todo una herramienta de concienciación, tal vez una de las más eficaces al alcance de las ONGD en la medida que implica una vivencia directa de la realidad. Dicho potencial no se concreta automáticamente ni del mismo modo en todos los casos, sino que requiere una dinámica de trabajo más amplia que comienza antes y continúa después del viaje propiamente dicho y que, en el mejor de los casos, se convierte en condición necesaria, aunque no suficiente, de un proceso de activación social. Todo ello implica la decisión institucional previa de dotar a la organización de una estrategia específica de información, formación y acompañamiento del grupo que viaja y de las capacidades y recursos necesarios para ponerla en práctica. En consecuencia, el turismo solidario no es para nosotros una moda sino un intento de actualización de las brigadas de solidaridad internacional de las que nos sentimos herederos. Limitar el potencial y el sentido de estas iniciativas a la mera aportación de trabajo durante la estancia en el destino, por importante que ésta sea, nos parece un claro reduccionismo.
2. El término turismo solidario engloba maneras de viajar muy diversas y en permanente evolución. Ciertamente la mayor parte de los viajes organizados por las ONGD responden a un modelo de aportación directa a un proyecto concreto de desarrollo. Sin embargo, cada vez somos más las organizaciones que proponemos alternativas diferentes basadas en el acercamiento a la realidad social de los países visitados y la convivencia con sus personas y organizaciones populares.
3. El turismo solidario es justo, o no, en función de cómo se gestiona. En este sentido, nos interesa remarcar que nuestra práctica se caracteriza, además de por

¹ Artículo publicado en *SAVIA, Revista de Economía y Gestión de Viajes*.

su componente social, por los siguientes elementos: 1) la colaboración directa con organizaciones sociales locales con las que compartimos una trayectoria solidaria más antigua y diversa y que prestan los servicios turísticos necesarios bien por estar dedicadas a ello de forma exclusiva, bien por haber decidido y estar en capacidad de acoger turistas de forma puntual; 2) el destino de los beneficios de la actividad, que queda íntegramente en manos de dichas organizaciones, convirtiéndose en una fuente complementaria de ingresos para actividades de desarrollo; 3) la transparencia de la gestión, cuyos resultados económicos son públicos; y 4) la importante dedicación de recursos tanto a la formación previa de las personas que viajan como al seguimiento de las iniciativas solidarias en las que se suelen implicar al regreso.

4. La atención de las ONGD españolas a la problemática del turismo y el desarrollo es reciente y todavía escasa. Entre las pocas organizaciones que se dedican al tema, la mayoría se limitan a la organización de viajes y la financiación de proyectos de desarrollo turístico en el Sur, siendo muy contadas las que actuamos desde una estrategia que integra también la investigación, la información, la formación, la sensibilización, la denuncia y la incidencia sobre los centros de poder en favor de un turismo más justo. Las causas que explican dicha realidad son seguramente diversas, pero no creemos que entre ellas se encuentre la organización de viajes, una opción que en modo alguno excluye la posibilidad de impulsar otras líneas de actuación².
5. El turismo solidario no es coto exclusivo de héroes y heroínas, o de jóvenes ávidas de aventura, ni entra en contradicción con el hedonismo propio de unos viajes habitualmente realizados en tiempo de ocio. Por el contrario, dichos viajes suelen representar una experiencia positiva y placentera para la mayor parte de las personas que deciden viajar de este modo.
6. El turismo solidario no sólo no cuestiona la Responsabilidad Social Corporativa sino que más bien la promueve. De hecho, la organización de viajes solidarios constituye un ámbito de colaboración entre las ONGD y este tipo de empresas, que se unen a través de diversas modalidades para incrementar su impacto y mejorar la calidad de sus servicios³.

Al margen de estas disquisiciones conceptuales y terminológicas, a las que somos poco dados, el turismo sigue expandiéndose por todo el mundo de manera insostenible con el beneplácito de gobiernos y organismos internacionales. Sin embargo, su relación con el desarrollo resulta muy problemática en la mayor parte de los casos, en contra de lo que se afirma en los optimistas discursos de dichas instituciones, y si analizamos la situación en los países del Sur, descubriremos que los emprendimientos turísticos que están contribuyendo a la soberanía alimentaria, la justicia social, el respeto de los derechos humanos y la sostenibilidad ecológica de las sociedades receptoras son escasos, generalmente débiles y limitados a la escala

² Un ejemplo en esta línea puede encontrarse en nuestra página Web especializada www.turismoresponsable.net, en la que acabamos de publicar el folleto *Responsabilidad Social Corporativa. Empresas turísticas y su responsabilidad global*, fruto del trabajo conjunto entre ACSUD-Las Segovias, KATE-Stuttgart y Tourism Watch en el marco del proyecto "Diálogo con la Industria Turística" financiado por la Comisión Europea.

³ Existen diferentes ejemplos de estas colaboraciones. En España, podemos citar la existencia de colaboración entre la ONGD SETEM y la agencia de viajes Taranná Viatges para la gestión de las rutas solidarias. En ámbito europeo, recordamos la experiencia italiana donde un grupo de ONGD's (CISV, MLAL, Cmsr, Celim, Aspem) dedicadas a trabajar la temática del turismo han fundado, en noviembre de 2004, la cooperativa social "Viaggi Solidali", para la gestión de los viajes solidarios.

micro de lo local. Una lamentable realidad cuya responsabilidad se ha de colocar fundamentalmente en el deber de las empresas nacionales y transnacionales que dirigen este importantísimo sector económico.

Ante este panorama, parece evidente que la mayor justicia en el turismo pasa por una serie de cambios que no lograremos sólo con presión social de las ONGD. Además de ello, hacen falta políticas públicas más claras, decididas y mejor dotadas; así como una academia menos plegada a los intereses del sector, más valiente en la denuncia y más comprometida con la justicia social a la hora de formar a los y las futuras profesionales del turismo. Pero lo más urgente, lo imprescindible, es que las empresas estén dispuestas a asumir prácticas de Responsabilidad Social Corporativa que vayan más allá de la acción social, los meros discursos comerciales al servicio del propio beneficio, o la libre auto aplicación de sistemas y códigos de certificación. Un reto formidable en un sector tan complejo, competitivo y, en principio, poco abierto a la innovación social como el turístico, que sólo podremos superar uniendo fuerzas, es decir, construyendo alianzas interinstitucionales para un trabajo en red multidisciplinar.

Rafael Maurí Victoria
Director de ACSUD-Las Segovias