

UNIDAD

**REUNION DE LIDERES DEL
TURISMO MUNDIAL**

SOBRE

LOS EFECTOS SOCIALES DEL TURISMO

Manila, Filipinas, 22 de mayo de 1997

INFORME FINAL

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO

**FOTOCOPIAS ROCIO
4372-0075
Rodríguez Peña 651**

**REUNION DE LIDERES DEL TURISMO MUNDIAL SOBRE
LOS EFECTOS SOCIALES DEL TURISMO**

ISBN 92-844-0229-8

Publicado por la Organización Mundial del Turismo
Madrid, España

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de la publicación podrá reproducirse, almacenarse en sistemas de recuperación de datos ni transmitirse de ningún modo ni por ningún medio (sea electrónico, electrostático, mecánico, por cinta magnética, fotocopia, grabación o de otro tipo) sin autorización de la Organización Mundial del Turismo.

Las denominaciones empleadas en esta publicación no implican, de parte de la Secretaría de la Organización Mundial del Turismo, juicio alguno sobre la condición de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

La Secretaría de la Organización Mundial del Turismo ha compilado, revisado y resumido un número seleccionado de ponencias en los siguientes capítulos de este informe, que ofrecen un panorama general de los deliberaciones del Foro. Sin embargo, no se han incluido todos los ponencias o discursos, bien por no encontrarse disponibles sus textos escritos o por otras razones técnicas.

Impreso por la Organización Mundial del Turismo
Madrid, España.

INTRODUCCION

La Reunión de Líderes del Turismo Mundial sobre los efectos sociales del turismo tuvo lugar en el Centro Internacional de Congresos de Filipinas (PICC), de Manila, el 22 de mayo de 1997, bajo los auspicios del Gobierno de la República de Filipinas por intermedio del Departamento de Turismo (DOT) y con el apoyo de la Organización mundial del Turismo (OMT). Después de la reunión se organizó una visita técnica a Subic Bay y otros destinos turísticos de Filipinas que ofrecían un buen ejemplo de desarrollo turístico y de su incidencia en la población local .

A la reunión asistieron representantes de gobiernos y agrupaciones privadas de 77 países y territorios. La presencia de 26 ministros de turismo contribuyó a dar gran categoría a esta reunión, en la que se presentaron 22 ponencias, después de cuya exposición los participantes fueron invitados a formular sus observaciones. Al final de la reunión se adoptó una Declaración de Manila sobre los Efectos Sociales del Turismo.

En el Anexo III de este informe figura una lista de los participantes en la reunión.

ANTECEDENTES Y OBJETIVOS

Los efectos culturales y sociales del turismo en un país de destino son tema de creciente interés para los sociólogos y planificadores de todo el mundo. La influencia originada por las grandes corrientes de turistas, que comparten distintos sistemas de valores y están lejos de las limitaciones de su propio entorno, puede perjudicar gravemente a la población local. Entre los aspectos negativos que puede causar el turismo, el descontento por la afluencia de turistas extranjeros, la creciente tasa de delincuencia, el consumo cada vez mayor de drogas, la prostitución y los abusos sexuales a que está sometida la infancia, figuran ya en la prensa con grandes titulares y arrojan una sombra sobre la totalidad del fenómeno turístico. Pero los efectos sociales del turismo se extienden mucho más lejos. Las mejores condiciones de vida para la población local, el aumento del empleo y de los ingresos, la mejora de la situación de la mujer y de los grupos sociales desfavorecidos y el alivio general de la pobreza, representan también algunos de los aspectos que caen dentro del alcance de los efectos sociales del turismo.

Con este panorama al fondo, la Reunión de Líderes del Turismo Mundial (RLTM) examinó el proceso total de los efectos socioculturales del turismo, analizó las razones subyacentes en sus incidencias negativas y definió las políticas y estrategias que los países deberán adoptar en el siglo XXI para atenuar los factores negativos y maximizar los efectos positivos en la población receptora de un sector turístico en general más saludable, limpio y social y económicamente más sano.

La RLTM abarcó varias facetas de estas complejas cuestiones: una integración mejor y más rápida de la población receptora en el proceso de desarrollo turístico mediante consultas realizadas en la fase de planificación; la educación de los turistas en el respeto de las culturas y tradiciones locales; leyes más estrictas contra las drogas, la prostitución y los abusos contra la infancia, incluida una rápida extradición internacional; medidas para aliviar la pobreza y mejorar las condiciones de vida; la distribución de los beneficios a las zonas rurales, y el desarrollo general del hombre a través del turismo.

Inspirada en la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (1980), que reconoció inequívocamente que el turismo es un factor que favorece la estabilidad social, la RLTM tuvo por objetivo congregar a ministros de turismo, jefes de administraciones nacionales de turismo, profesionales y profesores de prestigio internacional, y altos directivos del sector privado, que debatieron algunos de los asuntos relacionados con los aspectos sociales del turismo y formularon una serie de políticas y estrategias que los países podrán seguir en el siglo XXI.

ESTRUCTURA DE LA REUNION

La reunión se distribuyó en cuatro sesiones de trabajo. La primera comprendió ponencias sobre varias cuestiones relativas a los efectos sociales del turismo, a sus problemas y limitaciones, a los medios de optimizar los beneficios sociales del turismo, y a las políticas y estrategias propuestas para los países en el siglo XXI. Los ponentes presentaron los puntos de vista de las organizaciones internacionales, de los organismos de desarrollo, de las organizaciones no gubernamentales y del sector privado.

La segunda sesión de trabajo comprendió dos grupos de debate sobre los temas siguientes:

- maximizar y extender los beneficios sociales del turismo, sobre todo en las zonas rurales y poco desarrolladas, y
- relación e interacción entre población receptora y turistas.

Los participantes en los grupos de debate eran ministros y altos funcionarios que representaban diversas regiones geográficas.

La tercera sesión de trabajo estuvo dedicada a las observaciones, opiniones y preguntas del público sobre las deliberaciones de los grupos de debate.

En la última sesión de trabajo se debatió el proyecto de Declaración de Manila sobre Efectos Sociales del Turismo, seguido de los comentarios y las opiniones de los asistentes y la preparación del texto definitivo de la Declaración.

LA REUNION

FOTOCOPIAS ROCTO
4372-0075
Rodríguez Peña 651

Ceremonia de Apertura

La Secretaria del Departamento de Turismo de Filipinas, Sra. Mina T. Gabor, declaró abierta la reunión, y dio oficialmente la bienvenida al Excmo. Sr. Fidel V. Ramos, Presidente de Filipinas. En un discurso exhaustivo y bien centrado en el tema, el Presidente informó a los participantes y a los invitados de la importancia concedida al turismo para el desarrollo económico de Filipinas, y de los medios por los cuales su Gobierno continuaría apoyando y alentando su expansión. En particular, el Presidente instó a los participantes a que consideraran que el turismo debería ser accesible para todos los sectores de la sociedad, sin excluir a nadie de su disfrute, y que sus beneficios deberían extenderse lo más ampliamente posible. También exhortó a que se emprendiera una acción mayor entre gobiernos, organismos de desarrollo y sector privado para instituir más códigos deontológicos y autorreglamentación, con objeto de atenuar los efectos negativos del turismo y mejorar la imagen del sector a escala mundial. Asimismo formuló la necesidad de promulgar leyes y acuerdos más efectivos sobre la extradición internacional. El Presidente concluyó sus observaciones felicitando al Sr. Francesco Frangialli por su elección al puesto de Secretario General de la Organización Mundial del Turismo.

Primera sesión de trabajo

La Secretaria Sra. Mina Gabor fue elegida Presidenta de la reunión. El Profesor Carson L. Jenkins, en nombre de la OMT, presentó un documento de base sobre los efectos sociales del turismo, en el cual el consultor destacaba la importancia que dichos efectos pueden ejercer en el desarrollo del turismo y la necesidad de controlar los que tengan un carácter negativo y de extender al máximo los que sean beneficiosos. En especial, el Sr. Jenkins pidió que los participantes en la reunión consideraran con ecuanimidad este aspecto del turismo, dada la pronunciada tendencia de los medios de comunicación a comentar y destacar principalmente las repercusiones sociales negativas del turismo. El consultor expuso a continuación ejemplos de las repercusiones sociales positivas y negativas originadas por el desarrollo del turismo y propuso los puntos que podrían tenerse en cuenta como temario para el siglo XXI.

En el Anexo II de este informe figura el texto completo del documento de base.

Seguidamente presentaron sus ponencias varias organizaciones no gubernamentales y el Departamento de Bienestar social y Desarrollo de Filipinas, con el tema relativo a los elementos fundamentales para un desarrollo turístico saludable y sostenible.

El Sr. Ron O'Grady, Presidente del ECPAT (Grupo para la erradicación de la prostitución infantil en el turismo asiático), se declaró muy satisfecho por la celebración de la reunión. En su opinión, la amplia representación de países y territorios reflejaba el sentimiento de que el turismo debía ser objeto de una gestión y un control máximos para limitar y, donde fuera posible, erradicar, los efectos sociales inaceptables del turismo. Se imponía también la necesidad de ejercer una vigilancia constante para

detener la prostitución infantil y los abusos cometidos contra las mujeres y los jóvenes. También constataba con satisfacción el apoyo del número cada vez mayor de países que consideraban la necesidad de controlar los efectos indeseables del turismo. En lo que se refiere a la creación de una industria turística limpia y saludable obtuvo especial reconocimiento el apoyo de la OMT y su participación en el Grupo de Acción para la Vigilancia de la Prostitución Infantil en Turismo, así como el apoyo de la Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes (FUAAV). El Sr. O'Grady afirmó que la creación de una industria turística socialmente responsable requeriría también el compromiso de todas las partes interesadas con la mediación del apoyo que establezca el marco jurídico nacional e internacional.

La Sra. Jacqueline de Rey, Presidenta de la FUAAV, puso de relieve el importante papel del sector empresarial privado del turismo en el desarrollo turístico. En su opinión, el turismo es tal vez el mejor ejemplo de mundialización, por lo que proponía que los responsables turísticos trataran de establecer un Código Ético Mundial que orientara la realización de negocios y promoviera un desarrollo turístico aceptable. Se imponía también la necesidad de "enseñar a la gente cómo viajar". Por otra parte, debería prestarse más atención a la educación del viajero con objeto de sensibilizarlo sobre las normas culturales y sociales que va a encontrar en su destino. Este enfoque educativo contribuiría a evitar muchos de los conflictos sociales involuntarios que pueden surgir en las relaciones entre los turistas y la población local. La Sra. de Rey señaló que el turismo pretendía ser "una industria correcta y limpia que contribuya a la salud -y a los beneficios implícitos en el turismo".

La Secretaria del Departamento de Bienestar Social y Desarrollo de Filipinas, Sra. Lina B. Laigo, comentó el potencial del turismo para mejorar la vida de la población. Los responsables del desarrollo turístico deben tratar de equilibrar los beneficios económicos que pueden extraerse del turismo frente a la necesidad de preservar la dignidad de la población. El turismo tiene importantes incidencias en las mujeres y en la familia, y la intensidad de su potencial laboral ofrece considerables oportunidades para el empleo y la iniciativa empresarial. La Secretaria presentó una relación de los efectos sociales del turismo en el contexto del país y su gestión por el Gobierno mediante una mayor participación de la comunidad, así como mediante políticas y leyes más estrictas contra la explotación y prostitución de los niños y otras perversiones.

Durante el intervalo del almuerzo, la anterior Presidenta de Filipinas, Sra. Corazón C. Aquino, se dirigió a los participantes e invitados en la reunión para señalar las ventajas que podrían obtenerse del desarrollo del turismo, pero también la precaución que convenía adoptar contra los efectos indeseables inherentes a un desarrollo incontrolado.

Segunda sesión de trabajo

La sesión se inició con una ponencia del Sr. Geoffrey Lipman, Presidente del World Travel and Tourism Council (WTTC), que recordó a los participantes que la industria del turismo y del ocio ha creado millones de puestos de trabajo, y que no se deben escatimar esfuerzos para destacar los aspectos positivos de estas actividades. Con el fin

de sostener la industria, es fundamental que se establezca una estrecha relación de colaboración entre el gobierno y el sector privado, que es el que proporciona los servicios que requieren los turistas. El gobierno es necesario para crear la infraestructura requerida con objeto de desarrollar el turismo, y para favorecer las prácticas de desarrollo correctas y evitar las perjudiciales mediante una legislación acertada. El turismo requiere un enfoque local más proactivo para asegurar su sostenibilidad a largo plazo y satisfacer la demanda contenida que seguirá haciendo del sector una importante fuerza económica y social en el futuro. El Sr. Lipman señaló también la necesidad de establecer Centros de Excelencia en Sostenibilidad a escala regional y nacional, que se ocuparían de la investigación, la enseñanza y la planificación del turismo.

El Sr. Moses Ali, Primer Ministro Adjunto y Ministro de Turismo, Fauna y Antigüedades de Uganda, pidió que se establecieran políticas y estrategias intergubernamentales para suprimir los obstáculos políticos, sociales y económicos que dificultan el libre movimiento de los turistas internacionales y nacionales. También indicó la necesidad de asentar una relación fuerte y positiva entre el gobierno y el sector privado, y señaló que una mayor participación de las comunidades en el proceso del desarrollo turístico contribuiría a prevenir la aparición de algunos de los problemas sociales que a veces lleva aparejados. A ese efecto, debía disponerse el marco adecuado para facilitar el esfuerzo de cooperación.

El Sr. Nicolas Fattouche, Ministro de Turismo del Líbano, destacó el papel fundamental que desempeña el turismo en el desarrollo y la importancia que tienen las personas en el turismo. A medida que cambian los valores, es necesario cerciorarse de que los beneficios y los aspectos positivos del turismo se aprovechen bien y de que se desplieguen esfuerzos para prevenir la aparición de efectos sociales indeseables.

El Seminario prosiguió con las ponencias del grupo de debate sobre dos temas igualmente importantes: la maximización de los beneficios sociales del turismo en las zonas rurales y poco desarrolladas, y las relaciones e interacciones entre comunidades receptoras y visitantes.

Primer grupo de debate

Presidido por el Sr. Ibrahim Hussein Zaki, Ministro de Turismo de Maldivas, el grupo de debate contó con representantes de Brasil, Canadá, Madagascar, Seychelles y Tailandia. Su tema fue *"Maximización y difusión de los beneficios sociales del turismo, sobre todo en las zonas rurales y poco desarrolladas"*.

Todos los ponentes del grupo dieron ejemplos de prácticas adecuadas en sus países respectivos. La Sra. Simone T. de Comarmond, Ministra de Turismo y Transporte de Seychelles, insistió en la necesidad de una planificación y un control cuidadosos del entorno natural, particularmente en los pequeños países insulares o compuestos por archipiélagos, para garantizar la calidad de vida de la comunidad receptora. La Ministra puso de manifiesto cómo su Gobierno fomenta la participación de las comunidades en el desarrollo turístico ya que, en Seychelles, el turismo se considera como "el motor de un modo de vida sostenible".

El Sr. Seree Wangpaichitr, Gobernador de la Administración de Turismo de Tailandia, dio ejemplos de cómo el turismo había facilitado el desarrollo de la economía nacional de su país con inversiones masivas en infraestructura e instalaciones, y había contribuido al desarrollo rural mediante la creación de empleo y el aumento de la renta familiar.

El Sr. Doug Fyfe, Presidente de la Comisión de Turismo de Canadá, indicó que el turismo tenía que competir con otros sectores por unos recursos de desarrollo escasos, y que no se debía pasar por alto la importancia del turismo interno, mientras que la Sra. Juliette Raharisoa, Ministra de Turismo de Madagascar, habló del potencial ecoturístico de su país y de los beneficios que podía aportar a las comunidades locales.

Algunos participantes en la reunión trataron de las relaciones del turismo con la importancia de la calidad ambiental, la seguridad de los visitantes y la necesidad de fomentar una actitud positiva hacia el sector.

Segundo grupo de debate

Presidido por la Sra. Vida Yeboah, Ministra de Turismo de Ghana, el grupo de debate estaba integrado por representantes de Kenya, México, Siria y Suiza. El tema del debate fue *Relación e interacción entre población receptora y turistas*.

El Sr. Protus K. Momanyi, Ministro de Turismo y Fauna de Kenya, señaló la necesidad de promover la paz y la estabilidad política en el país receptor para aprovechar al máximo los beneficios sociales del turismo. El Ministro habló de los beneficios que el turismo de fauna había reportado a muchas comunidades en Kenya.

El Sr. Ricardo Ampudia, Subsecretario de la Secretaría de Turismo de México, expuso cómo se había dirigido el desarrollo turístico de Cancún, y cómo ese desarrollo había creado empleo y limitado la emigración de la población hacia las zonas urbanas. La cultura mexicana también había añadido valor al turismo en el país. Por lo tanto, conviene organizar una acción enérgica y concertada para conservar los recursos culturales, proteger el medio ambiente y promover el desarrollo de la industria turística, dado sobre todo que los visitantes solicitan más actividades culturales.

El Sr. Danho Daoud, Ministro de Turismo de Siria, señaló la función crítica que incumbe a los gobiernos, a las organizaciones de las Naciones Unidas y al sector privado para atenuar los efectos negativos del turismo en el medio ambiente, en la cultura y en la población local. Tanto el Ministro como el Sr. Peter Keller, Director de la organización nacional de turismo de Suiza, insistieron en la importancia de hacer participar a las comunidades en el proceso del desarrollo turístico para evitar la marginación de la población local y de su cultura. El Sr. Keller también insistió especialmente en la necesidad de una mejor educación y sensibilización de los viajeros para que respeten las diferencias de cultura, entorno y formas de vida de la comunidad receptora. A su juicio, el turismo debe enseñarse en los colegios y en las familias para inculcar la actitud apropiada desde la más temprana edad. También expresó su convicción de que la comunidad residente debe poder participar efectivamente en la

planificación, en el desarrollo, en la gestión y en el seguimiento de cualquier intervención turística en su localidad.

Tercera sesión de trabajo

Durante esta sesión presentó una ponencia el Sr. Robert Burns, Presidente de RHB Holdings Ltd., que habló en representación de los intereses del sector privado. Apoyó la opinión de que una relación de trabajo fuerte y cordial entre los gobiernos y el sector privado es esencial para facilitar el desarrollo del turismo. En particular, hace falta un marco jurídico firme y equitativo para encauzar el desarrollo turístico y evitar prácticas perjudiciales, a menudo alentadas por las deficiencias de planificación y control.

En representación de la OMT, el Consultor resumió a continuación los principales puntos de consenso surgidos de la reunión:

- Las personas son los beneficiarios más importantes del desarrollo turístico
- Para sostener el turismo, debe haber una participación responsable que requiere la cooperación de los principales interesados, es decir, los gobiernos, el sector privado y las comunidades.
- El turismo es la venta de una experiencia: todos los interlocutores tienen interés en mantener una industria de calidad, exenta de efectos sociales indeseables.
- El turismo es el mejor ejemplo de la mundialización, y esa característica hace necesario elaborar un Código Ético mundial.
- Hay que desplegar más esfuerzos para que las comunidades participen en el proceso de desarrollo turístico, con el fin de crear un centro local proactivo.
- Se debe reconocer que el turismo es un medio positivo de mejorar el nivel de vida de la población.
- Se necesita una legislación nacional e internacional fuerte para prohibir y perseguir el suministro de turismo sexual y la participación en actividades de ese tipo, particularmente cuando suponen la explotación de niños, jóvenes y mujeres.
- Hay que apreciar los múltiples beneficios que puede ofrecer el turismo, tanto económicos como sociales, y formular políticas que extiendan esos beneficios a toda la sociedad en su conjunto.

Cuarta sesión de trabajo

A continuación, los participantes debatieron el proyecto de Declaración de Manila e incorporaron en él las modificaciones que estimaron pertinentes. La Declaración de Manila sobre los Efectos Sociales del Turismo fue adoptada por la Reunión con el propósito de alentar a los países, a las organizaciones internacionales y al sector privado a garantizar el cumplimiento de los compromisos que en ella se estipulan, y de

movilizar una mayor colaboración que permita maximizar los aspectos positivos del turismo y minimizar sus efectos negativos en todo el mundo.

En el Anexo I del presente informe figura el texto de la Declaración.

AGRADECIMIENTO

Las delegaciones expresaron su sincero reconocimiento al pueblo y al Gobierno de la República de Filipinas, en particular a su Departamento de Turismo, por la cordial y generosa hospitalidad que les habían dispensado y por la excelente organización de la Reunión.

CONCLUSION

La Reunión contó con la participación de representantes de 77 países y territorios, que debatieron una de las consecuencias más importantes del desarrollo turístico: sus efectos en las tradiciones y las normas de las sociedades. La Reunión se enriqueció con ejemplos de muchos países sobre los efectos benéficos del turismo, y se reconoció que, si bien sus efectos negativos habían recibido mucha atención de los medios de comunicación social, estos problemas podían abordarse con políticas eficaces y apropiadas. Los participantes se manifestaron determinados a conseguir el apoyo de sus gobiernos y de las organizaciones internacionales para erradicar esos efectos sociales negativos, sobre todo mediante una mayor participación de las comunidades en el proceso del desarrollo turístico. Por último, acordaron apoyar cualquier medida encaminada a prevenir la explotación de niños, jóvenes y mujeres en relación con la actividad turística, y garantizar la consecución de ese objetivo mediante la cooperación de todas las partes que intervienen en el turismo.



DECLARACION DE MANILA SOBRE LOS EFECTOS SOCIALES DEL TURISMO

LOS representantes de gobiernos y grupos privados procedentes de 77 países y territorios, participantes en la Reunión de Líderes del Turismo Mundial sobre los Efectos Sociales del Turismo, celebrada bajo los auspicios de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y del Gobierno de la República de Filipinas,

UNA VEZ DEBATIDOS los efectos sociales del turismo y considerado cómo maximizar sus aspectos positivos y minimizar los negativos,

CONVENCIDOS de que el turismo continuará produciendo substanciales beneficios económicos y sociales para las comunidades y los países, y de que no es la única causa de los problemas sociales que se le atribuyen o a los que se le asocia,

DETERMINADOS a erradicar los abusos sociales y la explotación cuya base sea el turismo o las actividades del sector o que con éstos se relacionen,

SE COMPROMETEN A:

- X 1. Apoyar una mayor participación de las comunidades en los procesos de planificación, ejecución, supervisión y evaluación de las políticas, programas y proyectos turísticos en relación con los objetivos y las prioridades nacionales y, a tal fin, crear campañas de sensibilización comunitaria para informar a la población sobre las ventajas que el desarrollo turístico puede aportar,
- X 2. Mejorar el nivel de vida de la población gracias al turismo favoreciendo unas oportunidades económicas y sociales de participación más extensa y, siempre que sea posible y aceptable, la dispersión de las actividades y de los destinos turísticos a zonas periféricas para aumentar los ingresos rurales,
- X 3. Conseguir que la planificación del desarrollo turístico proteja el legado, el patrimonio y la integridad de los destinos turísticos en todo el mundo y respete las normas sociales y culturales, en especial entre comunidades autóctonas y, a este fin, controlar la tasa de crecimiento del sector del turismo allí donde pueda perjudicar a las comunidades locales y sus valores sociales,

4. Cooperar con la comunidad empresarial interesada en turismo y con la industria de los viajes, y darles su estímulo, a fin de crear la imagen y los utensilios mercadotécnicos más adecuados para los países de destino, y establecer servicios de educación, información y comunicación encaminados a sensibilizar a los visitantes sobre la cultura y expectativas conductuales de las comunidades receptoras,
5. Reconocer el papel del desarrollo de los recursos humanos en turismo y establecer programas a largo plazo que apoyen un mayor empleo de la mano de obra local en turismo y prever oportunidades y medidas adecuadas encaminadas a una participación mayor y más positiva de las mujeres y los jóvenes,
- X 6. Intensificar y reforzar la coordinación internacional y los sistemas de seguimiento mediante enlaces y redes entre los gobiernos, el sector privado y las partes interesadas, con objeto de fomentar los aspectos positivos del turismo y erradicar sus efectos negativos,
7. Seguir movilizando el apoyo local e internacional para prevenir y combatir, en relación con el turismo, los abusos y la explotación de personas, en particular de las mujeres y de los niños y otros grupos desfavorecidos,
8. Alentar a los gobiernos a que promulguen y apliquen normativas legales, en las esferas nacional y multilateral para eliminar las consecuencias sociales indeseables del turismo, mediante acuerdos, entre otros instrumentos, que priven a los malhechores de encontrar refugio en ningún lugar,
9. Tener presente la importancia del turismo en el contexto del Programa 21, ya que el turismo es una fuente clave de desarrollo, pero que, al igual que otros sectores, utiliza recursos y produce desechos, proceso que supone costes y beneficios no sólo sociales y culturales, sino también ambientales, entre los cuales sus efectos sobre la diversidad biológica y los ecosistemas frágiles, como los arrecifes coralinos, sitios arqueológicos, montañas, zonas costeras o pantanosas, son motivo de particular preocupación y hacen imperativo que el mundo tome consciencia y, sobre todo, cumpla los principios del ecoturismo, y
10. Colaborar para la formulación y posterior adopción de un código mundial de ética para el turismo.

ADOPTADA en Manila (Filipinas) el 22 de mayo de 1997

Reunión de Líderes del Turismo Mundial
Sobre Efectos Sociales del Turismo

Manila (Filipinas),
22 de mayo de 1997

"Efectos sociales del turismo"

FOTOCOPIAS ROCIO
4372-0075
Rodríguez Peña 651

EFFECTOS SOCIALES DEL TURISMO

INTRODUCCION

El tema central de la Reunión de Líderes del Turismo Mundial son los efectos sociales del turismo. Esta importante cuestión despierta cada vez más interés entre los agentes del sector turístico, los gobiernos y otras entidades interesadas. Aunque los beneficios económicos del turismo son bien conocidos, cada vez se critican más los efectos sociales negativos que con frecuencia acompañan su desarrollo. Estos efectos sociales negativos están asociados con la expansión del turismo en muchos países del mundo desarrollado y en desarrollo. A menudo se relacionan con el crecimiento turístico problemas de prostitución, de juego o de deterioro de los valores morales. Sin embargo, debe establecerse con certeza la existencia de una relación causal: en efecto, quizá muchos de estos problemas no hayan sido directamente causados, sino más bien exacerbados por el crecimiento del turismo. Aunque esto no signifique que no deban tratarse seriamente, es importante distinguir entre causas y efectos relacionados con el turismo, porque las comunidades receptoras de turistas suelen achacar con demasiada facilidad todos los males sociales a los fenómenos turísticos. Por desgracia, muchos de los estudios existentes sobre los efectos sociales del turismo se centran en sus aspectos negativos.

A medida que el turismo se desarrolle, causará inevitablemente cambios en las comunidades y economías receptoras. No es realista esperar otra cosa, sobre todo en las comunidades donde las llegadas de turistas han aumentado con rapidez, o donde la proporción de turistas en relación con la población local es alta. Otros factores, como el grado de urbanización de la comunidad receptora o la fuerza de las normas culturales y sociales de la población local influyen también en los efectos que puede producir el turismo en una zona. El turismo es un *agente de cambio*; la escala de los movimientos de visitantes, los efectos interculturales y las oportunidades comerciales que llegan con él afectan por fuerza a las comunidades. Pero todos sus efectos serán negativos: los beneficios económicos que origina el turismo mediante creación de empleo y renta, mejoras de infraestructura e ingresos gubernamentales son bien conocidos en muchos países. Estos beneficios también han ayudado a diversificar y redistribuir los ingresos. El turismo suele desarrollarse a partir de la infraestructura natural, como playas, flora y fauna, recursos paisajísticos y zonas forestales que pueden tener pocos otros empleos económicos. Para los residentes en esas zonas, la actividad turística es un medio de mejorar su nivel de vida con el empleo y las actividades empresariales conexas, con la oportunidad que ofrece a las mujeres de integrarse económicamente en la población activa, y con la posibilidad de disfrutar de mejores servicios creados en el proceso del desarrollo turístico. Además, la oportunidad de mostrar la cultura autóctona a los visitantes suele ser fuente de gran orgullo para las comunidades.

Desde luego, todos estos beneficios económicos y sociales tienen "costes". Muchos de los costes sociales asociados con el turismo se han documentado en estudios particularmente centrados en los cambios negativos percibidos por las comunidades

receptoras como, por ejemplo, las modificaciones de las pautas de observancia religiosa, vestimenta, normas de comportamiento y tradiciones. Estos cambios suelen entenderse como procedentes de un *efecto de imitación*, es decir, que las comunidades receptoras imitan y adoptan características de comportamiento y de otro tipo que no son propias de su cultura. Estos cambios no ocurren con rapidez, sino que aparecen progresivamente con el tiempo; no siempre son fáciles de seguir y, con frecuencia, sólo se reconocen cuando ya están arraigados. En muchos países receptores de turistas y en localidades concretas de esos países, el desarrollo turístico se ha considerado como el "agente de cambio" causante de estas tendencias. Cuando estos cambios no son bien recibidos, se entiende al turismo como fuente principal de desarrollo social negativo, y todo el sector es objeto de desaprobación y censura. Pero, en muchos casos, la causa principal de esos cambios indeseados ha sido la deficiente gestión del desarrollo turístico. En un mundo que ahora se describe como una "aldea global", muchos cambios sociales están influidos por el desarrollo y la difusión de los medios de comunicación, y es importante definir qué problemas pueden atribuirse al desarrollo turístico frente a los que son de carácter más general.

Afortunadamente, al desarrollarse el turismo a escala mundial hemos acumulado más información, experiencia e interés respecto de los posibles efectos sociales negativos del desarrollo turístico. La experiencia nos indica que muchos de los problemas sociales actuales que se relacionan con el turismo, como las drogas por ejemplo, no son nuevos ni afectan a determinados países en particular. Lo que es relativamente nuevo es la creciente preocupación internacional por la posibilidad de que, a falta de una acción apropiada, estos problemas se agraven y deterioren más aun la imagen del turismo como fuerza beneficiosa del desarrollo. Los efectos sociales que se perciben como negativos requieren una estrategia de gestión para contenerlos y atenuarlos. Del mismo modo que se conciben estrategias para fomentar los beneficios económicos del turismo, también deben controlarse otros efectos suyos como los de tipo social, cultural y ambiental.

La gestión de los efectos sociales del turismo no sólo es competencia del gobierno. El sector turístico abarca muchos subsectores, y hará falta adoptar un compromiso y una acción coordinados para controlar y, en última instancia, erradicar los problemas reconocidos. Un ejemplo de esta acción internacional fue la propuesta formulada por la Organización Mundial del Turismo en el Congreso Mundial contra la Explotación Sexual Comercial de los Niños (Estocolmo, Suecia, agosto de 1996) para que se creara un Grupo de Acción dedicado a la Vigilancia de la Prostitución Infantil en Turismo. Todos los agentes del turismo tienen interés en erradicar los efectos perjudiciales, tanto sociales como de otro tipo, que nazcan del turismo. Sin esta acción, se corre el riesgo de que las comunidades receptoras se vuelvan hostiles al turismo y a los turistas, y creen un ambiente en que los turistas no se sientan bien recibidos. A la larga, esta situación conducirá a un descenso de las llegadas de visitantes y, por tanto, a una reducción de los beneficios económicos. Aunque fuera por esta razón solamente, hay que tratar de optimizar el desarrollo turístico, de fomentar sus efectos beneficiosos y de controlar y minimizar sus efectos indeseables. Este equilibrio puede ser difícil de conseguir, pero sin acción de supervisión y de control, los problemas sociales relacionados con el turismo podrían acabar "matando a la gallina de los huevos de oro".

OBJETIVOS DEL DOCUMENTO DE BASE

El presente documento de base tiene tres objetivos. En primer lugar, definir los efectos sociales más frecuentes del desarrollo turístico. En segundo lugar, señalar posibles causas de estos efectos negativos. En tercer lugar, proponer políticas y estrategias que puedan adoptar los países en el siglo XXI para atenuar estos factores negativos, maximizar los efectos positivos en las poblaciones receptoras y tratar de crear, en general, un sector turístico más saludable, más limpio y mucho más saneado desde los puntos de vista económico y social.

EFFECTOS SOCIALES DEL TURISMO

En el presente documento de base sólo pueden definirse algunos de los efectos sociales más frecuentes del desarrollo turístico. En mayor o menor grado, estos efectos se dan en la mayoría de los países y de las zonas que reciben a los turistas, aunque en algunos países puedan existir problemas muy específicos. La intensidad de los efectos sociales dependerá de toda una serie de factores, como, por ejemplo, el tipo y la tasa del crecimiento turístico, la proporción entre visitantes y residentes, tendencias estacionales y resistencia sociocultural de la comunidad receptora. Estos factores variarán entre países y localidades, pero todos influirán en el entorno social de la población. Otra dificultad para el análisis de los efectos sociales del turismo es que las características de las llegadas de visitantes pueden ser muy distintas. Por ejemplo, los turistas japoneses llevan consigo un bagaje cultural -y unas expectativas sobre el destino- muy distintos de los turistas europeos. A la inversa, desde el punto de vista de la oferta, las comunidades receptoras tienen también sus expectativas respecto a los visitantes y unas pautas de comportamiento arraigadas en la cultura autóctona. El potencial de conflicto es evidente; en cierto sentido, los turistas internacionales no *se integran* mucho en las comunidades locales, sino que más bien *se enfrentan* a ellas. Nuestra observación del desarrollo turístico mundial nos ha permitido determinar algunos *campos de interés general* en relación con los efectos sociales del turismo. Como señalábamos anteriormente, los efectos sociales no son fenómenos aislados; sino que sufren la influencia de los factores económicos, culturales y ambientales existentes en las comunidades locales.

Algunas de las cuestiones sociales más generales relacionadas con el desarrollo turístico se indican a continuación. Trataremos en primer lugar los efectos negativos, ya que son los que suelen vincularse con el turismo; sin embargo, para equilibrar el estudio, se estudian también algunos aspectos sociales positivos, como posibles cimientos para el desarrollo futuro y objetos de atención política.

EFFECTOS SOCIALES NEGATIVOS

FOTOCOPIAS ROCIO
4372-0075
Rodríguez Peña 651

1. Imagen del destino

Un destino turístico puede ser todo un país, o una localidad concreta de ese país; en algunos casos, incluso se visita una serie de países en un viaje regional. Pero todos los tipos de destino se ven afectados por la imagen: en la situación en que un turista potencial elige un destino de vacaciones que no ha visitado nunca y que no conoce siquiera, es evidente que hay mucho campo para influirle mediante folletos, videos, mailings promocionales y otras presentaciones en medios de comunicación. El marketing está en el núcleo del desarrollo turístico y trata de presentar la imagen más favorable y atractiva de un destino. Esta actividad suele tener limitaciones de presupuesto, que reducen la capacidad de acción de la mayoría de las administraciones nacionales de turismo (ANT) sin la ayuda de socios extranjeros, generalmente el sector turístico comercial de los países emisores de turistas. A otra escala, el sector privado desarrollará sus propias relaciones internacionales, incluida la publicidad de sus servicios e instalaciones. La cooperación internacional representa a la vez una oportunidad y un peligro: oportunidad de compartir costes y permitir una penetración y una cobertura mayor en los mercados, gracias a los acuerdos de colaboración, y peligro de que, a falta de una supervisión cuidadosa del gobierno y de la ANT (o de las dos entidades) la publicidad turística puede crear una imagen indeseable para un país. En el nivel más sencillo, la publicidad de un país como destino "barato" no tiene sólo consecuencias financieras, sino también sociales. También, los anuncios de una "vida nocturna despreocupada" pueden crear malos entendidos. La imagen es un aspecto tan importante del desarrollo turístico que el gobierno ha de participar en la decisión de cómo se promueve su país. Debe proporcionar directrices políticas a la ANT y al sector privado para un desarrollo turístico aceptable, y cerciorarse de que no se proyecta una imagen errónea ni perjudicial.

Es probable que se produzcan conflictos de objetivos entre la imagen que el gobierno (y el sector turístico receptor) quiera proyectar y lo que los tour operadores extranjeros crean que pueden vender. Sin embargo, este conflicto potencial puede negociarse y resolverse; nunca debería servir de excusa para proyectar una imagen barata, socialmente nociva e inaceptable. En estos casos es cuando el desarrollo del sector turístico se considera denigrante para la comunidad local o se basa en conceptos de explotación. Si este tipo de publicidad no se controla, puede dar lugar a la llegada de turistas indeseables; el turismo sexual es un ejemplo paradigmático de estos efectos.

2. Explotación

La explotación es una palabra delicada, que puede no ser aceptada por el explotador pero que los explotados admiten sin dificultades. No cabe duda de que la mayoría de los turistas internacionales viajan desde los países más acomodados del mundo con destino a los menos acomodados. En el aspecto positivo, este movimiento de viajeros ayuda a redistribuir los ingresos a escala internacional y a producir beneficios económicos en los países receptores de turistas. Socialmente, tiene el efecto de transferir a los países receptores modelos culturales y formas de vida diferentes. Este *efecto de imitación* puede tener consecuencias económicas, sociales y políticas que no

son ajenas a cierta envidia de las aparentes ventajas de la forma de vida extranjera que percibe la población autóctona. Con frecuencia, la diferencia entre niveles de ingresos es tal que la población local se siente explotada por los precios relativamente bajos a los que ofrecen sus servicios, dato confirmado con frecuencia en sus conversaciones con turistas extranjeros.

Este sentido de explotación relativa se explica fácilmente por los grados de desarrollo de los distintos países. Sin embargo, dado que cada vez más turistas ahorran durante un tiempo prolongado para financiar -y disfrutar- sus vacaciones, los gastos de vacaciones suelen ser atípicos. En los lugares donde unos turistas aparentemente ricos tienen dinero para gastar, atraen a proveedores de servicios indescabables, sobre todo vendedores de drogas y prostitutas. Cuando estos servicios se vuelven predominantes y habituales, es cuando un destino adquiere una imagen o una reputación que atraerán a ciertas categorías de turistas. A medida que crezcan los negocios de este tipo, se intensificará la sensación de explotación de la comunidad receptora, sobre todo por parte de las personas que no participen en la prestación de estos servicios. La explotación de los miembros más vulnerables de la sociedad aumenta la animadversión contra los turistas y el turismo, y acabará probablemente afectando la sostenibilidad del sector a largo plazo.

3. Deterioro cultural

Como se indicó anteriormente, el desarrollo del turismo afectará por fuerza la cultura de la comunidad receptora y el grado de su influencia dependerá de una serie de factores. Quizás el más importante de ellos sea la resistencia cultural de la comunidad receptora y sus posibilidades de satisfacer las necesidades y expectativas del turista sin sacrificar sus tradiciones y valores propios. Este es un ámbito muy difícil de analizar, en el que la investigación y la experiencia directa aportan evidencias contradictorias. Como ocurre con la mayoría de los cambios sociales, el deterioro no se produce de la noche a la mañana, sino más bien a lo largo de un periodo dilatado. El cambio puede producirse también no sólo como consecuencia del efecto de imitación social, en que se imiten, por ejemplo, las costumbres de comportamiento, vestimenta y alimentación de los visitantes extranjeros, sino que puede venir inducido también por factores económicos. Por ejemplo, el empleo de las mujeres en turismo, que suele considerarse como un factor de liberalización, es un asunto controvertido; también puede interpretarse como causa de la destrucción de las estructuras y valores familiares tradicionales. Del mismo modo, al requerir un trabajo por turnos, el empleo en turismo puede trastornar la vida familiar y la observancia religiosa. Siempre hay que buscar un equilibrio entre estos efectos positivos y negativos.

El cambio cultural está influido por muchos factores y no debe atribuirse exclusivamente al turismo. Cuando el turismo es el principal agente de cambio, deben desplegarse esfuerzos para limitar el desarrollo de sus efectos negativos. Hay muchos ejemplos de estos últimos, como la pérdida de calidad de la artesanía, la falta de ética en las prácticas comerciales o la falsificación de "antigüedades". La comunidad internacional ha prestado mucha atención al deterioro de las representaciones culturales de baile, música y fiestas. Debe entenderse que la mayoría de los turistas no tienen tiempo ni interés para asistir a una larga representación tradicional. Quizás deseen una

experiencia más limitada que exigirá a los organizadores una adaptación o un acortamiento de la ceremonia. Este ajuste no tiene por qué causar deterioro cultural, sino que más bien exige representar un resumen auténtico de un espectáculo más prolongado.

Quizás cabe señalar un deterioro cultural más generalizado en los lugares donde los sitios y edificios históricos no están protegidos y donde el entorno arquitectónico tradicional se ha sustituido, cuando no eliminado. La conciencia cultural es un factor imprescindible en el desarrollo turístico para evitar cambios indeseables importantes.

4. Consideraciones de capacidad

La rápida tasa de crecimiento mundial del turismo ha reportado importantes beneficios económicos a los países pero también, en muchos casos, ha sometido a presión los recursos existentes. El turismo es un consumidor ávido de recursos naturales, y a medida que se desarrolla suele producirse una demanda verdaderamente excesiva de infraestructura, de la que forman parte el agua y el suelo edificable. Cuando se da prioridad a las necesidades del sector turístico, puede ser con frecuencia a expensas de la población local. A veces resulta difícil que los residentes entiendan por qué los turistas (y el turismo) han de recibir instalaciones y servicios de los que ellos no disfrutan: por ejemplo, suministro de agua potable, energía eléctrica y servicios de apoyo, incluida a veces la seguridad personal. Cuando el desarrollo turístico se basa en un modelo de *enclaves*, y cuando se da un contacto limitado entre los visitantes y la población receptora, la sensación de desposeimiento y de discriminación se intensifica. Estos son algunos de los costes materiales de un desarrollo excesivamente rápido del turismo, aunque también hay otras consideraciones sociales.

Cuando aparece la saturación, la comunidad receptora puede verse sometida a una mayor presión de los visitantes, que a veces modifica el ritmo de vida de la comunidad. A veces el acceso a las tiendas y al transporte se vuelven difíciles, los precios suben para aprovechar la presencia de turistas y aparece un efecto de rebote en los residentes locales. La frustración causada por los turistas puede dar origen a un *efecto de insurrección*, en que los residentes ponen en tela de juicio las ventajas generales del turismo por los inconvenientes que les causa. Aunque sea una paradoja, el éxito a corto plazo de la administración nacional de turismo en aumentar el número de visitantes puede a veces causar problemas a más largo plazo que, a su vez, pueden influir en la sostenibilidad del nivel de demanda turística.

Sin una planificación cuidadosa, el éxito mismo del desarrollo turístico a corto plazo puede sembrar la semilla del descontento a largo plazo. En el ejemplo elegido, son los problemas de insuficiencia de capacidad los que crean los problemas sociales.

5. Relaciones entre turistas y población receptora

Ya existen muchos estudios sobre las relaciones entre turistas y población receptora (o residentes/visitantes). Aunque en el presente documento no pueden resumirse todas sus aportaciones, sí pueden formularse algunas consideraciones generales. El punto donde se produce el contacto entre visitante y residente es quizás el

más importante potencialmente en la experiencia de vacaciones; también puede ser el que cree más ocasiones de enfrentamiento. Para evitar que esta situación degenera en agresión y en hostilidad, es necesario que se traten de erradicar las posibles fuentes de malentendido. Entre los grandes problemas en este campo está el hecho de que la mayoría de los visitantes valoran poco o nada la cultura local. El problema se agrava por el hecho de que a veces las comunidades locales tampoco tienen muchos conocimientos, cuando no ninguno, de la cultura de los visitantes extranjeros. Las dificultades se exageran cuando existe una barrera lingüística entre las dos partes.

Este tema se debatirá durante la reunión y se aportarán muchos ejemplos para ilustrar el problema.

6. Beneficios y costes localizados

Aunque el turismo proporciona macrobeneficios a un país, como ganancias en divisas, e ingresos del gobierno, el hecho de que la actividad turística esté localizada hace que las comunidades receptoras tengan que absorber los efectos perturbadores del turismo: saturación, presión sobre recursos, retos a la cultura establecida y demandas conexas que el turismo presenta en las comunidades. Estas presiones son más fáciles de soportar cuando los residentes se benefician realmente del turismo. Aunque algunos, sino todos los beneficios económicos y financieros de la actividad turística local permanecen en la comunidad, el coste que supone la recepción de turistas puede ser desproporcionado en relación con los beneficios. Cuando surge esta situación, inevitablemente se producirán fenómenos de resentimiento y de hostilidad hacia los turistas. Se trata de un problema potencial que los planificadores tienen que tener en cuenta si no quieren perder el apoyo de la comunidad receptora para el desarrollo del turismo.

Esta breve descripción de algunos de los efectos sociales negativos originados por el turismo no es exhaustiva. Son ejemplos indicativos de toda una gama de ellos y puede que algunos no se produzcan en todos los países receptores. Sin embargo, convendría preguntarse sobre el porqué de estos problemas. Si se pueden descubrir sus causas, podrán establecerse las políticas y estrategias adecuadas para resolverlos.

i) *Factores determinantes de los efectos sociales del turismo*

Hay tres razones principales por las que la demanda turística origina efectos sociales negativos.

a) *Diferencias culturales*

En esencia, el turismo depende de la movilidad de la población. En 1997, la Organización Mundial del Turismo preveía más de 500 millones de viajes. Cada viaje representa el desplazamiento de una persona que lleva consigo sus propias características, necesidades y deseos. Aunque las técnicas de investigación y segmentación del mercado contribuyan a generalizar las características del mercado, la población está compuesta de individuos y los individuos pueden estar

en armonía o en desacuerdo frente a la comunidad receptora. Los contactos interculturales son una posible causa de descontento social, sobre todo allí donde las barreras del lenguaje impiden contactos más estrechos con la población y la exploración cultural. En los lugares donde las comunidades receptoras se enfrentan a grandes masas de visitantes, los problemas se intensificarán, en especial si la cultura local es frágil y, por consiguiente, vulnerable a las influencias externas.

b) *Los turistas no conocen bien la cultura local*

Muchos turistas, aunque no todos, llegan por primera vez a un país. Al preparar su viaje, no suelen dedicar mucho tiempo a estudiar la cultura del país que van a visitar, sus tradiciones y sus valores. Los tour operadores no suelen proporcionar este tipo de información previa al viaje, aunque sí podría hacerlo un guía turístico o un representante de la empresa. Dadas estas circunstancias, tal vez no sea sorprendente que surjan conflictos sociales de la interacción entre el visitante y la población visitada. Con frecuencia, sin malicia ni intención, los turistas pueden ofender a la población local como consecuencia de su ignorancia de las costumbres de los nacionales del país que visitan y de sus pautas de conducta. Este es un problema de alcance mundial que debe resolverse.

El turismo, experiencia transitoria

El breve plazo de tiempo que representan las vacaciones intensifican los dos factores mencionados. La mayoría de los turistas que viajan a un destino no van a modificar sus pautas usuales de comportamiento para realizar un viaje de dos semanas a un país extranjero. No obstante, el "síndrome" de estar fuera de su país puede hacer que su comportamiento sea atípico. Por ejemplo, una persona que, en general, no juega, no toma drogas ni recurre a los servicios de una prostituta, puede hacer todo eso cuando se encuentra de vacaciones fuera de la influencia de los parámetros sociales limitativos de su vida habitual. Si un destino turístico es conocido por su facilidad para el turismo sexual, podría atraer a este tipo de turista y al visitante más motivado por la sexualidad.

Aunque estos tres factores combinados son importantes al considerar por qué el turismo da lugar a conflictos sociales, existen también razones del lado de la oferta. Por ejemplo, muchas comunidades receptoras tienen un escaso conocimiento de la cultura de sus visitantes. En otros casos, se ha creado una imagen del destino que atrae a cierto tipo de turistas. Con frecuencia la aplicación de la ley local es laxa y los aspectos indeseables del turismo son tolerados o ignorados. Pese a estos problemas que deben solventarse por medio de análisis y decisión política, no debe olvidarse que el turismo produce también beneficios tanto económicos como sociales.

FOTOCOPIAS ROCIO
TEL 4372-0075
Rodríguez Peña 651

En ocasiones resulta difícil distinguir los beneficios económicos de los sociales. A continuación figuran algunos ejemplos.

a) *Intercambio cultural*

Muchos turistas viajan en parte para conocer culturas distintas. Un ejemplo de esta tendencia es el incremento del turismo de larga distancia desde Europa a Asia. El intercambio cultural puede beneficiar a ambas partes y, evidentemente, producir beneficios económicos y financieros en la comunidad receptora.

b) *Revitalización de la artesanía y ceremonias tradicionales*

En muchos países receptores, el turismo ha sido el principal catalizador para revitalizar la artesanía y a veces festividades que ya estaban languideciendo. Son muchos los ejemplos que muestran cómo el interés de los turistas ha sido la motivación principal para revitalizar y desarrollar tradiciones que estaban en peligro de perderse.

c) *Desarrollo rural*

Dado que el turismo tiene a veces lugar fuera de los centros urbanos, puede facilitar una fuente alternativa de empleo e ingresos para las comunidades rurales. Esta aportación adicional contribuirá a estabilizar las comunidades rurales y evitar su derivación hacia las zonas urbanas.

d) *Oportunidades empresariales*

En general, el turismo está reconocido como un sector de mano de obra intensiva. Sin embargo, al estar basado en la demanda de servicios, no sólo es un creador de empleos, sino que también facilita oportunidades para la iniciativa empresarial. En muchos países, las mujeres han sido particularmente activas en la prosecución de estas iniciativas.

e) *Calidad de vida*

Al suministrar infraestructura al desarrollo turístico, la mayoría de los planificadores han previsto extender estos beneficios a las comunidades locales. Por ejemplo, las comunidades de residentes locales pueden favorecerse de la construcción de carreteras, traída de agua, alcantarillado y servicios de electricidad para los centros turísticos. Sin el desarrollo del turismo, esos servicios podrían no haberse establecido.

Existen otros muchos ejemplos. Lo que importa, sin embargo, es reconocer que, a pesar de los efectos sociales negativos que, en general, se asocian al turismo, hay también aspectos positivos, que son los que se deben incentivar, a la vez que se

erradican los negativos. En la próxima sección se formulan algunas propuestas sobre la manera de conseguir estos objetivos.

UN PROGRAMA PARA EL SIGLO XXI

Puede hacerse mucho más para optimizar los beneficios del turismo y limitar sus incidencias negativas. Son acciones que requerirán un planteamiento coordinado en el que intervengan los gobiernos, el sector privado y las numerosas organizaciones nacionales e internacionales interesadas en turismo. Como el turismo es en esencia una actividad internacional, requiere una coordinación también internacional para el logro de los objetivos propuestos. Sin coordinación a este nivel será difícil abordar y controlar algunos de los problemas descritos en este documento. Como ya se ha mencionado, aprendemos de las experiencias de otros, sean buenas o malas. Estas experiencias se debatirán en esta reunión y contribuirán a prepararnos para el futuro al que queremos llegar. Algunas de estas importantes cuestiones son las siguientes.

1. Participación de la comunidad en la planificación del desarrollo turístico

Los responsables de la planificación del turismo han seguido la tendencia de asesorar a las comunidades sobre el desarrollo turístico que podría afectarlas. En ciertas ocasiones, se consulta a las comunidades acerca de las propuestas que se van a seguir, pero estas acciones no representan una participación en el proceso de desarrollo. Se tiene que hacer mucho más para que las comunidades intervengan activamente en este proceso y, siempre que sea posible, se incorporen a la planificación. Atendiendo a lo que representan, a las comunidades receptoras les debería estar permitido opinar sobre las propuestas de desarrollo e incluso participar en su ejecución. Si el turismo del futuro ha de ser sostenible tiene que ganar la aceptación de la comunidad receptora en relación con el tipo, escala y situación del desarrollo turístico propuesto. El papel que las comunidades tienen que ejercer es activo y no pasivo.

Tal vez pueda avanzarse más en este cometido a través de las agencias de financiación, que podrían insistir en exponer este requisito en la propuesta de proyecto.

2. Campaña de sensibilización turística en la comunidad

En muchos países en desarrollo, el turismo suele considerarse como industria creada para extranjeros y gestionada por ellos. Aunque puede que esta afirmación sea exagerada, no deja de tener cierta validez. Como ya se ha señalado, en muchos países en desarrollo los turistas extranjeros disfrutan de unas actividades recreativas y de unos servicios que la mayoría de la población local no tiene. Esta circunstancia puede producir antagonismo hacia los turistas, insatisfacción política y sentimiento de discriminación.

Las campañas de sensibilización turística informan a las comunidades del porqué del desarrollo turístico, de sus beneficios potenciales, y de las posibilidades de participación en el sector. La información a la comunidad debe considerarse como un

proceso continuo y ser responsabilidad de la administración nacional de turismo, de las asociaciones del sector privado y de los representantes de la comunidad.

3. Desarrollo de recursos humanos

Tal vez la limitación más importante para un desarrollo turístico continuo sea la carencia de personal capacitado disponible para trabajar en la industria. Este problema está muy reconocido y ha atraído gran apoyo financiero de organismos internacionales de financiación para contribuir a superarlo. Pero se necesita hacer mucho más, no sólo para entrenar a los trabajadores neófitos, sino también para desarrollar a los gestores de nivel medio que pueden terminar por convertirse en importantes gestores. Aunque el turismo es una industria internacional, los países deben intensificar sus actividades para ofrecer más posibilidades a sus nacionales. Uno de los problemas sociales relacionados con el turismo en los países en desarrollo es la penuria de altos directivos autóctonos. Esto contribuye a considerar el turismo como "industria de extranjeros", idea que hay que cambiar si se quiere que el turismo disponga de un personal de calidad capaz de satisfacer las normas de unos servicios cada vez más mundializados.

El gobierno tiene que ejercer un papel crucial para lograr este objetivo, pero, al igual que en muchos otros aspectos del sector del turismo, hay que formular las políticas en consulta con el sector privado y contar con el apoyo constante de los organismos internacionales especializados.

4. Distribución de los beneficios turísticos

Ya se ha hecho referencia a los beneficios económicos que puede producir el turismo. Un reto actual es utilizar el turismo como iniciativa de desarrollo, particularmente en las zonas rurales, donde los ingresos suelen ser escasos y las perspectivas de desarrollo económico reducidas. El turismo, que puede utilizar el entorno natural para fines de desarrollo, tiene a veces una ventaja comparativa en relación con otras formas de opciones de desarrollo; en algunas situaciones, puede ser la única opción.

El desarrollo de los ingresos rurales y la mejora de la calidad de vida es un objetivo económico importante en muchos países. Cuando existe potencial para el desarrollo del turismo en las zonas rurales, el gobierno debe crear estrategias y acaso facilitar incentivos para estimular las inversiones en esas zonas prioritarias. Los responsables de la planificación deben asegurar que los beneficios del desarrollo se extiendan a las comunidades de residentes, particularmente en lo que se refiere a la inversión en infraestructura.

5. Iniciativa empresarial

Con demasiada frecuencia el turismo ha sido reducido a su función de actividad creadora de empleos, lo que es, en realidad, pero se ha insistido poco en impulsar a la población a emprender negocios en el sector o a facilitar servicios conexos. Si pudieran crearse estas oportunidades y estimular a los empresarios potenciales, la base participativa de la industria podría ser más amplia. La creación de un mayor número de

empresas autóctonas contribuiría a estimular otras inversiones y a disminuir la percepción del turismo como un factor dominado por extranjeros.

Este objetivo está ya recibiendo la atención adecuada de los organismos internacionales y de los gobiernos. Pero hay que hacer todavía más, sobre todo en lo que se refiere a la educación, la formación y el estímulo a los inversores potenciales.

6. Creación de imagen

La imagen de un destino es una de las influencias más importantes para el marketing turístico. Ya se han debatido los dos grandes aspectos de la creación de una imagen: lo que el destino quiere proyectar y lo que el sector comercial cree que puede vender. Estos dos aspectos no coinciden necesariamente. Cuando el país receptor es consciente de que un tour operador extranjero proyecta una imagen inaceptable, inmediatamente deberá actuar para eliminar esa publicidad ofensiva. Una manera de hacerlo, y evitar que el problema resurja en el futuro, sería emprender actividades conjuntas de presentación con tour operadores extranjeros y asegurar así la creación de una imagen mutuamente positiva.

Tanto las ANT como las empresas del sector privado tienen responsabilidades para controlar lo que el sector comercial extranjero del turismo está vendiendo en el país. Las ferias turísticas facilitan excelentes posibilidades de seguir estos objetivos. Cuando se estima que una empresa transgrede una imagen aceptable, el gobierno debe intervenir para emprender las acciones necesarias y adecuadas, acciones requeridas sobre todo cuando se alientan formas indeseables de turismo.

7. Marco jurídico para el turismo

Los gobiernos deben garantizar la existencia de un marco jurídico apropiado para gestionar y controlar el sector del turismo. Este marco no debe ser opresivo ni perjudicial para las perspectivas de futuro. No obstante, la legislación es necesaria para evitar la explotación de recursos y personas, para detener el turismo sexual y el abuso de la infancia. En sí misma, la legislación no basta. Se requiere el compromiso de los gobiernos para ponerla en práctica y asegurar la colaboración internacional para descubrir y perseguir a los delincuentes.

Muchos de los aspectos sociales del turismo no requieren legislación para el control, sino más bien establecer y ejecutar estrategias de gestión apropiadas. Cuando estas estrategias no funcionan o son relativamente ineficaces, podrá requerirse el respaldo jurídico. Sin embargo, sólo el gobierno está facultado para legislar y debe comprometerse a seguir un objetivo antes de aplicar sanciones jurídicas. Es posible que una mayor participación de las comunidades en el proceso de planificación del desarrollo del turismo proporcione una útil indicación sobre los problemas que requieran intervención jurídica.

Aunque cabe argüir que el turismo ha explotado a las mujeres, puede aducirse que también el sector les ha proporcionado numerosas oportunidades para su participación productiva. En muchos países las mujeres han sido empresarias sumamente competentes y han creado para ellas mismas nuevas posibilidades económicas y sociales. Deben emprenderse todos los esfuerzos necesarios para alentar esta tendencia mediante programas de acción reivindicativos, formación y educación y medidas de apoyo adecuadas. Mucho es lo que se ha conseguido en este campo en los últimos decenios, pero todavía queda más por hacer. Existe ya una amplia gama de organizaciones nacionales e internacionales que cuentan con programas específicos para mujeres. Los responsables del sector deben reconocer la contribución que las mujeres han prestado al turismo y la que pueden continuar prestando en el futuro.

CONCLUSION

El tema de esta reunión -los efectos sociales del turismo- es sumamente extenso. En este documento se han intentado definir las cuestiones principales y se han señalado algunos puntos que podrían constituir un programa de acción para el siglo XXI. En esta reunión se podrán comentar estas cuestiones, enriqueciendo así nuestros conocimientos gracias a la experiencia y a las prácticas de tantos países.

FOTOCOPIAS ROCIO
4372-0075
Rodríguez Peña 651