

TURISMO Y DESARROLLO

Año 2009

Boletín sobre turismo responsable

Número 2



índice



Artículo opinión (3 - 5)
GRUPO BARCELÓ:
“¡QUE TE QUITEN LO VIAJADO
(MANGONEADO)!”
Por Joan Buades



Agenda (6 - 7)
Documentales Videográficos
Libros Turismo y Desarrollo



Entrevista (8 - 10)
Ascen Sepúlveda
Viaje a Tremembe



Entrevista (11 - 12)
Mikel Azcárate
Agroturismo



GRUPO BARCELÓ: “¡QUE TE QUITEN LO VIAJADO (MANGONEADO)!”

Por Joan Buades



Al llegar el verano, parece natural que debamos hacer un paréntesis vital reparador para volver a poder rendir óptimamente a partir de septiembre. En el último medio siglo, esta nueva “necesidad” ha permitido el apogeo de una nueva industria sin fronteras: la del viaje. Tan grande ha sido su éxito que se habla de ella como de la primera economía legal del Planeta, ya que aporta más del 10% del Producto Mundial Bruto. La imagen del sector es inmejorable: de hecho se autopromociona como “la industria sin chimeneas” y cultiva un márketing sofisticado que pule toda arista agresiva ante el público. Ello le ha permitido pasar por ser una actividad “neutra”, asociada meramente al “placer” individualizado e incluso “sensible” con objetivos políticamente correctos e inevitables hoy día como la protección ambiental, el respeto por la diversidad cultural o la ayuda solidaria contra la pobreza. A poco que nos fijemos en nuestra propia experiencia y nos informemos un poco, esta percepción idílica del negocio turístico, como si no tuviera nada que ver con el turbocapitalismo neoliberal que señorea implacablemente nuestro mundo, se revela más bien como un espejismo inquietante.

La construcción de paraísos turísticos se convirtió en una industria de vanguardia a partir de los años 50, empezando por el Mediterráneo norte y por el Caribe insular. Pero no fue hasta bien entrados los 70 que se conformaron los agentes clave: las transnacionales vacacionales capaces de atraer “sinergias” (como dicen los asesores de imagen empresarial) de otros prometedoros nichos de mercado, especialmente el de capitales y el de la construcción. El boom transnacional del turismo empezó en los EUA para extenderse, de manera incipiente desde mitad de los 80, hacia Europa, el Caribe y el Sudeste asiático. En la carrera por la internacionalización vacacional, España, hasta hace poco un país colonizado turísticamente gracias al saqueo de touroperadores nórdicos protegidos por y asociados a un Franquismo sin escrúpulos, se ha convertido en el vivero del mayor número de transnacionales europeas que hacen negocio en el mundo. Nada menos que 9 de las 90 primeras transnacionales (ETN) tienen su sede en suelo hispano, un hecho remarcable por cuanto Francia cuenta apenas con dos y la primera transnacional italiana ocupa el lugar 152 en el ranking global del 2008. El Grupo Barceló, situado en la posición 24 mundial, la tercera ETN española tras Sol Meliá y NH, ejemplifica sobradamente cuáles han sido las bases del “saber hacer” turístico patrio.

En contraste con la literatura de la propia empresa, el Grupo Barceló entró en el negocio vacacional a mitad de los 60, cuando la dictadura franquista hacía tiempo que apostaba decididamente por el “todo turismo” como base para la superación de su fracaso económico. Gracias al patrocinio de gerifaltes como Manuel Fraga (ministro de información y turismo), de sectores ultracatólicos y especialmente de poderosos touroperadores nórdicos, crearon un primer producto estrella en las Baleares: los llamados “Hoteles Pueblo”, con una capacidad récord para la época (600-800 plazas), que funcionaban en base a lo que hoy conocemos como “todo incluido”. Al llegar la democracia, a raíz de la aparición de sindicatos independientes, asociaciones ecologistas y ayuntamientos democráticos, las dudas sobre la continuidad de los beneficios astronómicos a que estaban acostumbrados les llevó a buscar nuevas minas de oro. Primero, se fueron a unas Canarias que gozaban de un régimen fiscal especial dentro de la misma España. Pero sabía a poco y se las ingenieron para saltar al Caribe. Así, en 1984, construyen su primer Bávaro en plena selva virgen litoral en la República Dominicana. Entre sus valedores habrá caciques locales como Frank Rainieri y el propio gobierno insular, que dio todo tipo de facilidades para invertir y repatriar beneficios. El mismo sistema, de la mano del neoliberal presidente Óscar Arias, fue utilizado para implantarse en el Guanacaste costarricense a base de desposeer a la comunidad de Puntarenas de sus derechos y servicios comunales. El resultado fue el resort de Playa Tambor y el inicio de múltiples proyectos inmobiliarios, de campos de golf, marinas,... En 1992, los Barceló se hicieron con sus primeros hoteles en los EUA. Comenzaba su “american dream”: triunfar como empresa en el centro de la industria turística global. Pero la revolución llegó a Barceló a partir del relevo generacional a mitad de los 90. Entonces, empezaron a aliarse con bancos como el BBVA y constructoras tipo FCC para ganar capacidad de inversión a corto plazo a fin de multiplicar su oferta de resorts que abrieran el apetito para productos residenciales en el Caribe, México y el Magreb.



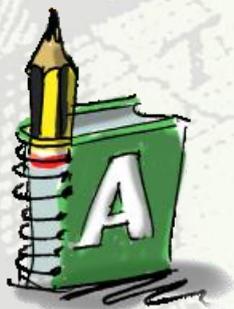
En 2002 crearon una división norteamericana clave (Barceló Crestline) que les llevará pocos años después a tener más hoteles en los EUA que en la propia España. Sus relaciones peligrosas con las autopistas del dinero negro les animó en 2006 a crear un fondo de inversión inmobiliario a la vanguardia de la ingeniería financiera global (Playa Hotels and Resorts) junto con socios inversores comprometidos con Halliburton en Iraq, hedge funds de Wall Street con sede en alcantarillas fiscales caribeñas y el fondo soberano de Abu Dhabi. Gracias a su “inteligencia empresarial”, a través de Playa Hotels y sus sociedades pantalla domiciliadas en diversos paraísos offshore, el Grupo Barceló ha conseguido sustraerse de todo control financiero internacional y local y se han convertido en campeones europeos de la contabilidad fiscal creativa: declaran lo que quieren donde quieren. Un ejemplo señero de este compadreo con el Poder sin etiquetas es el del último resort mediterráneo en su portafolio, el de Saïdia, en el Rif marroquí. Inaugurado en junio pasado, Barceló ha contado como socios para erigirlo nada menos que a Martinsa-Fadesa (una constructora gallega en quiebra técnica en España pero negocios boyantes y sorprendentes en otros “mercados”) y el Attajariwafa Bank, controlado, por este orden, por el rey Mohammed VI y el Banco de Santander, dos agentes económicos conocidos por su afición a la opacidad contable vía paraísos fiscales. Llegados aquí, alguien podría preguntarse por la sostenibilidad ambiental, los derechos laborales o sobre el beneficio social real para las comunidades forzadas a la turistización made in Barceló. Quien lo hiciera, no habría entendido nada del negocio Barceló y se habría convertido en un enemigo de la “libertad de empresa”. Sí, esa misma que está llevando al mundo rico al precipicio social y al empobrecido a la catástrofe actual. Y empezaría a hacerse preguntas relevantes sobre qué se esconde detrás de transnacionales del placer como Sol Meliá, NH, Barceló y similares. Éste sería un viaje alternativo. Porque, si otro mundo es necesario y urgente, tendremos antes que desmontar los mecanismos, incluso los más sofisticados como la industria turística, que nos convierten en esclavos voluntarios del capitalismo real.

Investigador crítico sobre turismo, ambiente y globalización. Autor de “Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico” (2009), Barcelona, Icaria.

Véase Joan Buades (2006), Exportando paraísos. La colonización turística del planeta, Palma, La Lucerna, y, en coautoría con Macià Blàzquez, “El Imperio Turístico Balear, “donde nunca se pone el sol” (2009) [En línea: www.albasud.org/detallespublicacion.php?section=3&id=14].

Véase el ranquin corporativo estándar de referencia en <http://www.hotelsmag.com/article/ca6667503.html?q=corporate+300>.

Libros sobre Turismo y Desarrollo



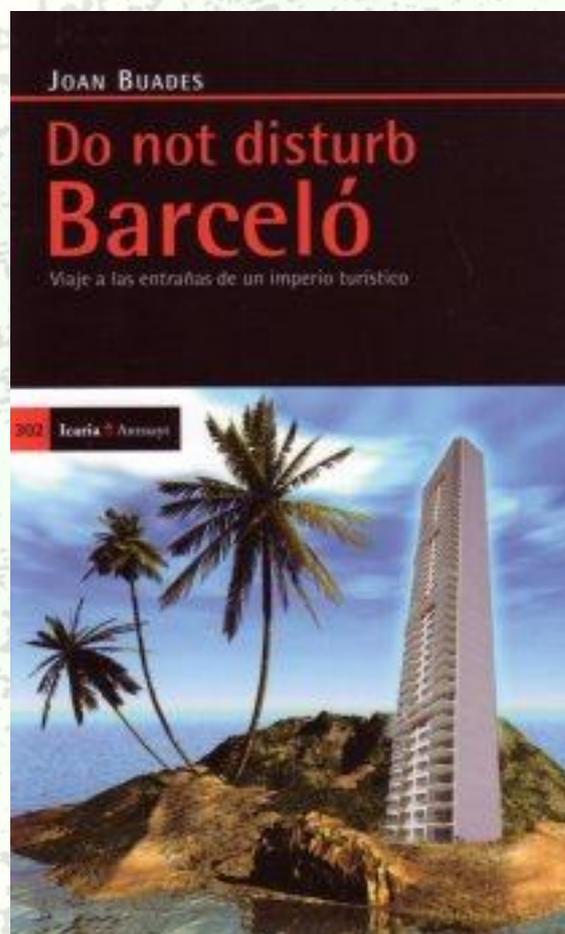
Buades, J. **Do not disturb Barceló: Viaje a las entrañas de un imperio turístico.** Barcelona: Icaria. 2009. Pág. 200 (ISBN 978-84-9888-095-3)

Esta biografía de una transnacional de vanguardia nos conducirá por las entrañas de un imperio turístico muy ilustrativo de la naturaleza plástica del capitalismo, aquel sistema cuya especialización básica es la industria del dinero. Barceló, nacida en Mallorca hace décadas al socaire del Franquismo, se ha convertido hoy en la primera transnacional hotelera española en los Estados Unidos con importantes intereses en el Caribe y el Magreb. Viajaremos por cuatro continentes acompañados por anfitriones de excepción (desde el rey de Marruecos hasta el partido comunista chino, pasando por una pléyade de serviciales presidentes centroamericanos). Y experimentaremos los agujeros negros de las autopistas del dinero junto con grandes bancos, hedge funds y un sinfín de paraísos (fiscales). Sin perjuicio, no faltaría más en una marca de todo incluido, de degustar el compromiso social y ambiental de Barceló en tiempos de crisis de civilización.

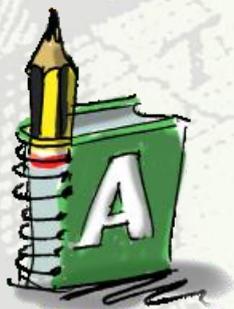
(Texto extraído de <http://turismo-responsable.org>)

Buades cuenta la trayectoria particular de una de estas empresas. Y para ello reconstruye su historia, desde sus inicios en la España franquista hasta la época de la globalización neoliberal, dominada por el capital financiero especulativo, lo que el autor califica como “turbocapitalismo”. Algunos de temas en los que Buades fija una especial atención son: las vinculaciones con capitales asentados en paraísos fiscales y de dudosa procedencia o vinculados a personajes como Dick Cheney, ex – vicepresidente de los EEUU; la lógica de su expansión empresarial en distintos territorios del planeta buscando las mejores oportunidades de negocio; o la otra cara de estrategias como la Responsabilidad Social Empresarial.

(texto extraído de www.albasud.org)



Documentales videográficos sobre Turismo



Condiciones laborales del turismo

Nicaragua, 2009. DVD. Duración: 10 min. Castellano.

Realización: Joaquín Zúniga

Producción e investigación: Ernest Cañada

Una producción de Fundación Luciérnaga con el apoyo de Acción por un Turismo Responsable-ATR, ACASC y ACCD

Distribución: Fundación Luciérnaga en América Latina (lucierna@ibw.como.ni) y Acción por un Turismo Responsable – ATR en Europa (info@turismo-responsable.org)

Uno de los principales argumentos sobre los que el turismo sustenta una imagen positiva es su capacidad para generar empleos. Sin embargo, en la mayoría de destinos las condiciones laborales son muy precarias. En este reportaje se muestran, a partir de los casos de Guanacaste, Cancún y Punta Cana, cómo viven y en qué condiciones trabajan los obreros de la construcción vinculados al sector turístico y los empleados de los hoteles que dan servicio a los miles de turistas que llegan cada año a estos destinos paradisíacos.

Turismo residencial

Nicaragua, 2009. DVD. Duración: 11 min. Castellano.

Realización: Joaquín Zúniga

Producción e investigación: Ernest Cañada

Una producción de Fundación Luciérnaga con el apoyo de Acción por un Turismo Responsable-ATR, ACASC y ACCD

Distribución: Fundación Luciérnaga en América Latina (lucierna@ibw.como.ni) y Acción por un Turismo Responsable – ATR en Europa (info@turismo-responsable.org)

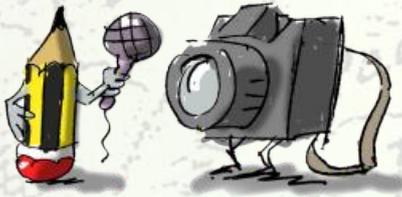
El modelo turístico en muchas de las costas de Nicaragua y Costa Rica, como en muchos otros países, está evolucionando de forma acelerada hacia una combinación entre hotelería y desarrollo inmobiliarios. En la frontera entre el turismo y el negocio inmobiliario, el llamado “turismo residencial” cobra cada vez mayor importancia en la configuración de muchas zonas costeras. Sin embargo, la concentración de este tipo de residencial conlleva un importante impacto ambiental y es fuente de exclusión de muchos de los pobladores de esas zonas, generando aún menos puesto de trabajo que el turismo tradicional.

Turismo Comunitario

Artículo de Ernest Cañada (Coordinador de Albasud)

<http://redpensarural.com/2009/08/17/viabilidad-economica-del-turismo-comunitario/>

Ascen Sepúlveda



En un principio, mi intención fue realizar el viaje que proponía el Proyecto Bagagem, un circuito visitando diferentes experiencias de turismo responsable y comunitario por la zona norte y nordeste de Brasil. El proyecto estaba pensado para 15 personas, pero como no hubo suficiente demanda para formar el grupo la iniciativa se suspendió. Es por ello que decidí visitar alguno de estos lugares por mi cuenta.

A través de Alter Nativas me puse en contacto con la organización del Proyecto Bagagem, desde donde me ofrecieron información y orientación sobre las diferentes experiencias y destinos con el objetivo de que pudiera yo misma organizar mi ruta y contactar con ellos.

En los 20 días que he estado en Brasil, 5 de ellos pasé en uno de estos destinos, concretamente en la Pousada Tremembé, en la costa de Ceará. El resto del viaje visité otros lugares en los que me alojé en hoteles o posadas de las diferentes poblaciones y ciudades.

Dentro de la Red Tucum (Proyecto piloto de turismo comunitario en el estado de Ceará) se encuentra Tremembé, una posada ubicada en una playa de aguas tranquilas y relajantes con arenas blancas.

La Pousada Tremembé es dirigida por la asociación brasileña Caiçara y gracias a esta fuente de ingresos Caiçara consigue también apoyar importantes proyectos sociales en la región.

Desde Tremembé tuve la oportunidad, junto con otros/as turistas que se alojaban allí, de realizar excursiones a diferentes lugares de la zona:

- Asentamiento Coqueirinho, comunidad también bastante organizada que desarrolla Experiencias con huertos orgánicos y sistemas agroforestales.

- Ponta Grossa, comunidad que se extiende entre los monumentales acantilados rojos y el mar azul, reducto de peces-bueyes-marinos que visitan la costa en búsqueda de alimento.

¿Cómo has encontrado la experiencia de turismo responsable?

Una experiencia enriquecedora y muy agradable sobre todo de encuentro con otra cultura y otro región.

El turismo responsable te facilita descubrir el lugar. Facilita el encuentro, que la relación sea de “tú a tú” y no solo como consumidora y “gringo/a” que es lo que muchas veces sucede aunque no sea esa nuestra intención a la hora de acercarnos a la nueva población.

2. ¿Qué contacto ha habido con las comunidades que has visitado a través del proyecto Bagagem?

El contacto con la comunidad se produce sobre todo con las personas que administran y trabajan en la posada. Destacar que lo que caracterizó para mí la experiencia en Tremembé, fue la familiaridad en el trato: como cuando Maria Rita, la cocinera, me enseñó a hacer el bolo (bizcocho) de coca-cola; cuando Beбето (responsable de la posada) y Brígida hicieron el viaje de 50 Km. de distancia solo para irme a buscar a la estación de autobuses al percibir mi

agobio a través del teléfono; o la cena en casa del Padre López, el párroco de Icapui (población cercana a Tremembé), donde nos mostró su fascinante colección de póster revolucionarios y de la teología de liberación y nos relató los movimientos de cambio que se produjeron en Brasil y concretamente en su comunidad en las últimas décadas, poniéndonos al día de la situación socioeconómica del país. Destacar, como no, la comida que elaboraban cuidadosamente para nosotros/as María Rita y María, que siempre quedaban pendientes de nuestra reacción ante lo servido, con el máximo interés por agradarnos.

La confianza que disponíamos para proponer posibles actividades, para utilizar el ordenador de la posada como si fuera propio, para charlar y hacer unas risas con ellos, ¡para preguntar todo!; a veces caía en la cuenta de lo cansa que podía llegar a ser con mi continuo goteo de preguntas sobre cualquier cuestión del lugar (sistema sanitario, costumbres, educación, relaciones, etc.), obteniendo siempre respuestas amables y detalladas.

3. ¿Esta experiencia ha influido sobre tu visión sobre el turismo de masas y/o generalizado?

Recientemente he leído en una revista local de Barcelona (Masala) un artículo llamado "Are you tourist? You can pass" en el que el autor presentaba a la persona turista esencialmente consumidora, e imparcial, una persona que pasa, consume y no opina, explicando que si ésta se interesa por lo que ocurre más allá del decorado deja de ser turista y pasa a ser ciudadana. Hacía referencia a modo de ejemplo a las imágenes de los turistas en las playas del sureste asiático arrasadas por el tsunami, placidamente recostados en sus hamacas mientras los equipos de rescate recuperaban cadáveres, o la famosa foto de los turistas contemplando desde su coche descapotable la guerra del sur de Líbano el año pasado. El/la turista contempla paisajes, edificios o momentos más como si se tratara de una "compra de imagen" que de "descubrir un lugar".



Más allá de que nos alojemos en comunidades y participemos de un turismo responsable organizado, considero que lo importante es la actitud de la persona viajera, que radica en si nos acercamos a los diferentes territorios como turistas o como ciudadanos/as que nos importa lo que ocurre, las personas y queremos conocer realmente el nuevo lugar.

4. ¿Que diferencias has encontrado entre la experiencia del viaje de turismo responsable y el convencional?

Hay que reconocer que en Brasil resulta fácil llegar a mezclarse, la gente, en general, además de ser muy hospitalaria, gusta de entablar conversación, aunque apenas se conocen hablan entre sí, y contigo. Bien sea esperando el “ônibus”, tomándote un café en un bar o en la playa, en cualquier lugar tienes la oportunidad de tener un encuentro con alguien y sentirte también así un poquito más del lugar.

En el caso del turismo responsable, refiriéndome a mi experiencia en la Pousada Tremembé, la comunidad acogedora tiene esa predisposición a mostrarte su forma de vida y su hábitat.



Otro aspecto que puede diferenciar al turismo solidario es el de las otras personas viajeras con los que coincides, al encontrarte en un espacio de estas características se da por supuesto que compartes una forma de entender el viaje, la relación con las personas y la búsqueda de una coherencia con los principios solidarios, y esto se percibe en las conversaciones y en los ratos de distensión que pasamos juntos/as.

5. ¿Repetirías la experiencia?

Ante la cuestión de si repetiría la experiencia, el sí es rotundo. En Tremembé pasaría largos meses al año, es un lugar precioso y resulta ideal para acudir siempre que uno/a necesite un mínimo de relax y de mimo; y si fuera en cualquier otro lugar en el que pudiera encontrar esa apertura y ese trato cercano, me encantaría conocerlo.

Y desde luego merece la pena también, por saber que el dinero que pago por los servicios prestados revierte en la comunidad, sin intermediaciones, que se parte de un respeto y cuidado de la zona y que al fin y al cabo se garantiza sostenibilidad, calidad y justicia social.

Creo que la presentación que hace la Red Tucum de la Pousada Tremembé resume muy bien todo lo que he querido transmitir:

“Los viajeros solidarios que se hospedan en Tremembé llevarán consigo recuerdos inolvidables de sus playas, de los pueblos vecinos, de la relajante tranquilidad de los paseos en la arena y de la sonrisa de la gente. Además, serás conciente de haber contribuido a apoyar la resistencia local.”

Entrevistamos a Mikel Azcárate



*AGROTURISMO: OTRA PROPUESTA DE TURISMO RESPONSABLE

De acuerdo con convenio de colaboración con Accueil Paysan, Federación de Agroturismo con sede en Francia, presente en 18 países de Europa, Norte de África y América del Sur, la Fundación Ecoagroturismo ha puesto en marcha un programa de difusión de los criterios de agroturismo. Esta propuesta considera el turismo como factor de desarrollo económico y social, y promueve la interrelación entre una agricultura sostenible y un turismo solidario, convirtiendo a los campesinos en actores de su propio desarrollo y fomentando proyectos e iniciativas para luchar contra la desertización de las zonas rurales.

PRINCIPIOS BÁSICOS DE NUESTRA PROPUESTA DE AGROTURISMO:

Ética

Especificidad del conjunto:
agricultura - turismo - entorno
- Ofrecido por el agricultor

DECÁLOGO DEL AGROTURISMO:

- El Agroturismo es parte integrante de la actividad agrícola.
- El campesino que ofrece este tipo de acogida es partidario de dar a conocer su profesión y su entorno. Esa es la singularidad de su acogida.
- La acogida se hace valorando el intercambio y respeto mutuo.

- Esta acogida pretende ser accesible a todas las capas sociales.

- El Agroturismo es un factor de desarrollo local. Mantiene la vida en el medio rural.

- El campesino garantiza la calidad de los productos ofrecidos.

- El Agroturismo propone un confort adaptado al hábitat local.

El Agroturismo está pensado y organizado por los que viven de él.

La colaboración con otros actores locales permiten enriquecer la dinámica local.

Colaboración con Accueil Paysan a escala internacional por la unidad de los agricultores familiares del mundo.

Las siguientes propuestas de AGROTURISMO ofrecen una ACOGIDA DIFERENTE

1.- Integrada en una estructura familiar:

2.- Parte de una ACTIVIDAD AGRARIA, GANADERA O ARTESANA.

3.- Productos caseros

4.- Actividades didácticas, de animación, demostración relacionadas con los recursos y oficios de la explotación



Entrevistamos a Mikel Azcárate

***Información recogida de la página de Fundación EcoAgroturismo.**

Para los hermanos Azkarate de Aniz (Navarra) de JAUREGIA etxea, ganaderos de vacuno de leche, productores de queso, yogurt y miembros de la Asociación Navarra de Agroturismo Abelore <http://www.agroturismosnavarra.com>, el agroturismo es una forma de disfrutar de las actividades propias de la ganadería o agricultura alojándose en una casa rural.

La familia se acercó al agroturismo en la época de los 90 donde decidieron hacer la casa rural, JAUREGIA etxea, como complemento a su explotación ganadera.

Para los hermanos Azkarate el agroturismo es una estrategia para dar a conocer su forma de vida como ganaderos; así como a preservar y conservar la naturaleza

En Navarra, hasta la fecha no existía una legislación específica sobre agroturismo, en la actualidad el departamento de cultura y turismo conjuntamente con el departamento de desarrollo rural y medio ambiente están elaborando esta ley.



alter  nativas
iniciativas interculturales

www.nativas.org
alter@nativas.org