



**Turisme, drets socials,
desenvolupament,
creixement econòmic,...:
Conceptes en conflicte?**

Jordi Gascón

**Turisme, drets socials,
desenvolupament, creixement
econòmic,...:
Conceptes en conflicte?**

Jordi Gascón



**Turisme, drets socials,
desenvolupament, creixement
econòmic,...:
Conceptes en conflicte?**

Jordi Gascón

El **Grup d'Acció Política (GAP)** de la Xarxa de Consum Solidari es va crear per iniciativa de alguns socis i sòcies que volien anar més enllà del consum de productes de comerç just i ecològics, i constituir un espai de reflexió amb l'objectiu de fer activitats de incidència política en favor de la sobirania alimentària i per la denúncia raonada del actual model de producció de aliments i les injustes relacions comercials que ofeguen als productors/res locals, tant del nord com del sud.

Els Papers del GAP és producte d'aquesta iniciativa.

Autoria: Jordi Gascón

Coordinació i revisió: Àrea d'Anàlisi de la Xarxa - Xarxa de Consum Solidari

Edició: Xarxa de Consum Solidari

Pça. Sant Agustí Vell, 15 – 08003 Barcelona

Barcelona. Desembre de 2013

Aquesta publicació ha estat realitzada amb el suport de l'Ajuntament de Sant Cugat del Vallès. El contingut d'aquesta publicació és responsabilitat exclusiva de l'autor i de l'organització que ho edita, i no reflecteix necessàriament l'opinió d'aquesta institució.



INDEX

1. Anotacions per a una anàlisi crítica del turisme	7
2. Empresas transnacionales turísticas de capital español: el neocolonialismo discreto	19
3. Foro Social Català: Campanyes catalanes de denúncia de les activitats no ètiques i de les violacions dels DDHH d'empreses transnacionals	23

Anotacions per a una anàlisi crítica del turisme

Jordi Gascón

Text publicat originalment en Buades, J. & Cañada, E. & Gascón, J (2013) *“El turismo al inicio del milenio”* (Madrid: FTR), com a introducció al llibre

No hi ha indústria legal que pugui exhibir un creixement més accelerat i exponencial en els últims 60 anys com el turisme, si excloem tal vegada el sector informàtic: només en la dècada que va de 1997 a 2007, i pel que fa al turisme internacional, el nombre de viatgers anuals va passar de 594 milions a 898¹. Però a diferència del sector informàtic, el turisme ha estat capaç, no només de créixer, sinó també de sortejar crisi².

¹ WTO-OMT (2011) *Compendium of Tourism Statistics*. Madrid: WTO-OMT. El turisme internacional, no obstant això, només suposa el 10% aproximadament dels moviments turístics totals. UNCTAD (2007) *FDI in Tourism: the Development Dimension* (Doc. UNCTAD/ITE/IIA/2007/5). Nueva York: Naciones Unidas

² Recordem la punxada de la bombolla especulativa dels “punto-com” a principis de la

Ha superat amb endiablada rapidesa vàries de tipus conjuntural, com la condicionada pels atemptats de l'11 de setembre de 2001 als Estats Units, que va atacar directament la seva línia de flotació: el transport aeri³. Però el que és especialment destacable és que sembla immune a fenòmens de caràcter estructural que, per la pròpia naturalesa del sector, hauria d'haver-li danyat irreversiblement. Aquest és el cas de l'encariment del petroli, del que

dècada del 2000.

³ Després d'aquest atemptat, el transport de passatgers va caure substancialment. Es calcula que en el 2002 les companyies aèries nord-americanes van deixar de guanyar uns 58.000 milions d'euros, i les europees uns 7.000. En el 2003 el sector ja s'havia recuperat.

depèn pel factor transport, en un context amenaçat pel temut Peak-Oil o Pic d'Hubbert⁴. El preu del cru es va incrementar un 1.000% entre 1998 i 2010: el barril va passar d'aproximadament 10 a 100 dòlars. I no obstant això, per a aquest mateix període, el nombre de viatges aeris internacionals realitzats va augmentar més d'un 500%: de 458 a 2.563 milions⁵.



Aquest ràpid creixement i aquesta capacitat d'enfrontar contextos econòmicament desfavorables, sumat al convenciment que el turisme genera beneficis sense requerir grans inversions (al cap i a la fi el paisatge, el sol, la cultura o la gastronomia són insums turístics preexistents), ho han embolicat en un halo mitològic que ho presenta com un eficaç motor del desenvolupament. Però quan els mites s'enfronten a la realitat, moltes vegades es descobreixen simples quimeres.

⁴ La teoria del Pic d'Hubbert prediu que la producció mundial de petroli arribarà a un cénit a partir del com iniciarà un declivi al mateix ritme com va créixer. Actualment ja no es posa en dubte que s'aconseguirà aquest *cénit, però si existeix un debat sobre la data en què tindrà lloc.

⁵ ICAO (2000) "Annual Civil Aviation Report 1999" *ICAO Journal* 55(6): 10-36. ICAO (2011) *Annual report of the Council 2010 (Doc. 9952)*. Chicago: ICAO-OACI

L'estratègia d'infravalorar costos i sobredimensionar beneficis

El cas de la República Dominicana, l'economia de la qual és addicta al turisme internacional, és paradigmàtic. El turisme va passar de suposar pràcticament un 0% del PIB nacional a mitjans '80, al 7,6% dues dècades després, convertint-se en l'activitat econòmica més dinàmica del país juntament amb el desenvolupament de les zones franques⁶. Durant la dècada passada, el turisme va ser el sector que va generar més volum econòmic, amb una mitjana anual de 3.500 milions de dòlars USA⁷. Entre 1998 i 2010, gràcies en bona mesura a l'impuls del turisme, el PIB per càpita dominicà va passar de 4.598 a 8.087 dòlars USA. I això, patint durant el període una forta crisi financera. No obstant això, en aquest mateix període la República Dominicana va caure del lloc 87 al 98 en la relació de països pel seu Índex de Desenvolupament Humà (indicador elaborat pel PNUD que mesura el nivell de vida de la població d'un país), quan d'acord amb el seu PIB hauria d'ocupar el lloc 85. I el seu índex Gini, que determina el nivell de desigualtat econòmica, es mantenia especialment

⁶ Fanelli, J.M. & Guzmán, R. (2008) *Diagnóstico de crecimiento para la República Dominicana*. Washington: BID

⁷ La segona font de generació de divises va ser les remeses, que van suposar una mica més de 3.000 milions per any, i en tercer lloc la producció en zones franques, que van generar exportacions netes d'entre 2.000 i 2.500 milions per any. Isá Contreras, P. (2011) "Expansión y agotamiento del modelo turístico dominicano: El turismo en los Informes de Desarrollo Humano en la República Dominicana", en Blázquez, M. & Cañada, E. (eds.) *Turismo placebo: Nueva colonización turística: del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe*. Managua: Edisa. Pp. 11-28

alt⁸.

Com s'explica aquesta contradicció entre creixement del Producte Interior Brut sobre la base del turisme i baix nivell de vida?



En part, al fet que indicadors macroeconòmics com el citat PIB reflecteixen els beneficis monetaris que es produeixen en un territori, però no diuen gens de si aquests beneficis es queden al país o "emigren". La Taxa o Índex de Retorn (també denominada Fuga o, en la seva accepció anglesa, Leakage) quantifica el volum econòmic generat per l'activitat turística que no es queda (o no arriba) en el lloc de destinació⁹. Si contraposem el citat PIB de la República Dominicana amb

la seva Taxa de Retorn, començarem a entendre per què els beneficis del turisme, en ràpid creixement, no concorden amb una millora en la qualitat de vida de la seva població: aquesta Taxa era del 80% a mitjan dècada de 2000. Això vol dir que, de cada cent euros que es va gastar cada turista estranger aquest any, en la República Dominicana només es van quedar, o van arribar, vint¹⁰. En altres destinacions aquesta Taxa de Retorn és encara més exagerada: en le Bahames arriba al 90%¹¹. Les Taxes de Retorn elevades no és un fenomen exclusiu de les destinacions d'enclavament de sol i platja. En la reserva Massai Mara (Kenya), per exemple, es va calcular que era del 85% a mitjan '90¹². Però sí sembla tractar-se d'un fenomen distintiu dels països empobrits: un document del Banc Mundial descobria com la Taxa de Retorn era molt baixa als països de l'OCDE, i molt elevada en els denominats "països en desenvolupament"¹³.

Les raons que expliquen aquesta situació són nombroses. En alguns casos, es parla de l'escassa o nul·la vinculació del turisme amb altres sectors productius autòctons: el turisme, a l'hora de cobrir les seves

⁸ Dades obtingudes de: PNUD (2000) *Informe sobre el desenvolupament humà 2000*. Barcelona: ANUE; PNUD (2006) *Informe sobre el desenvolupament humà 2006*. Barcelona: Angle editorial; PNUD (2011) *Informe sobre el desarrollo humano 2011*. Madrid: Mundi-Prensa

⁹ Mowforth i Munt diferencien entre tres vies de leakage: a) la compra de béns i serveis importats pels turistes; b) els béns i serveis importats per hotels i altres establiments turístics; c) La repatriació de beneficis per propietaris estrangers. Mowforth, M. & I. Munt (2003) *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*. London & New York: Routledge.

¹⁰ Bentley, R. (2005) *Un nuevo enfoque en el comercio de servicios turísticos en la Republica Dominicana*. USAID

¹¹ Jayawardena, C. & Ramajeessingh D. (2003) "Performance of tourism analysis: A Caribbean perspective" *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 15: 176-179.

¹² Duterme, B. (2006) "Expansion du tourisme international: gagnants et perdants" *Alternatives Sud* 13(3): 7-22

¹³ Lejárraga, I. & Walkenhorst, P. (2007) "Diversification by Deepening Linkages through Tourism" (Paper presented at the World Bank workshop on Export Growth and Diversification: Pro-active Policies in the Export Cycle). Washington, DC: World Bank

necessitats de subministraments, no es nodreix de mercaderies locals, sinó que els importa¹⁴. Però això no explica per què la Taxa de Retorn ha augmentat en les dues últimes dècades als països del Sud. El creixement d'aquest indicador s'ha d'explicar en el context global de liberalització del sector serveis, promogut per l'Organització Mundial del Comerç amb la inestimable ajuda de l'Organització Mundial del Turisme¹⁵. La imposició d'aquestes mesures liberalitzadores, entre elles l'Acord General sobre el Comerç de Serveis, han deixat indefensos als països enfront del capital transnacional, en impedir-los establir polítiques que afavoreixin al teixit empresarial autòcton¹⁶. I si les regles del joc són les mateixes per a tots els contendents, els més poderosos guanyen. De fet, en les últimes dues dècades la indústria turística s'ha caracteritzat per la integració vertical i corporativa de la cadena de valor turística; és a dir, per la concentració del capital¹⁷. També ha contribuït a l'augment de la Taxa de Retorn el

sorgiment de modalitats turístiques com el Tot Inclòs o l'increment del turisme de creuer. O l'aposta de molts països per un turisme d'enclavament que requereix fortes inversions privades, només a l'abast de capitals transnacionals. O la reducció continuada dels impostos aplicats a l'activitat turística para, suposadament, mantenir la competitivitat de la destinació davant el sorgiment de noves propostes turístiques de característiques similars¹⁸... mesures, totes aquestes, que també s'han d'emmarcar en aquest procés de liberalització abans assenyalat.



El desplaçament dels beneficis del turisme des dels països perifèrics als centrals (i a paradisos fiscals!)¹⁹ no és l'únic factor que explica la

¹⁴ Meyer, D. (2008) "Pro-Poor Tourism: From Leakages to Linkages. A Conceptual Framework for Creating Linkages between the Accommodation Sector and 'Poor' Neighbouring Communities" *Current Issues in Tourism* 10(6): 558-583; Lacher, R.G. & Nepal, S.K. (2010) "From Leakages to Linkages: Local-Level Strategies for Capturing Tourism Revenue in Northern Thailand" *Tourism Geographies* 12(1): 77-99

¹⁵ Pleumaron, A. (2006) "Tourisme, mondialisation, consumérisme et développement durable en Asie du Sud-Est" *Alternatives Sud* 13(3): 133-148

¹⁶ Equations (2006) "Expansion du tourisme international et libéralisation des services" en *Alternatives Sud* 13(3): 23-51.

¹⁷ Buades, J. (2006) *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*. Palma de Mallorca: La Lucerna; Fernández Miranda, R. (2011) *Viajar perdiendo el Sur: Crítica del turismo de masas en la globalización*. Madrid: Libros en Acción

¹⁸ Fa poc un informe del BID descrivia una curiosa situació sobre el turisme en la República Dominicana. Els impostos eren baixos per als turistes que arribaven en paquets organitzats, però es mantenien alts per els qui venien per compte propi. El resultat és que es desanimava a aquests segons, que tindrien més possibilitats de gastar en empreses locals, en favor dels primers, que arribaven en viatges gestionats i controlats per conglomerats empresarials transnacionals. Agosin, M. et al (2010) *La ruta hacia el crecimiento sostenible en la República Dominicana: Fiscalidad, competitividad, institucionalidad y electricidad*. New York: BID.

¹⁹ Buades, J. (2006) *op.cit.*; Buades, J. (2009) *Do not disturb Barceló: Un viaje a las entrañas de un imperio turístico*. Barcelona: Icaria

contradicció que en ocasions s'observa entre fort creixement del PIB pel turisme i nivells elevats de pobresa. Un altre és que el PIB és un indicador que, a més de no diferenciar entre benefici local i forà, també es desentén de com es distribueix la distribució la riquesa que es queda al país. Tornant al cas dominicà, diversos informes del PNUD publicats en els últims anys han evidenciat que el percentatge de població que viu sota el nivell de pobresa és major a les dues províncies en les quals es concentra el turisme que en la resta del país. Encara que en aquestes províncies els ingressos mitjans són superiors, aquest ingressos acaben concentrats en poques mans²⁰. I és que el turisme es caracteritza per una marcada tendència a la distribució no equitativa dels seus beneficis i costos, tant quan parlem de turisme de masses com quan ens referim a modalitats de petit format²¹.

Finalment, no es pot deixar de denunciar la incapacitat del PIB i del

sistema de comptabilitat neoclàssic per incorporar en els seus càlculs parteix dels costos d'inversió i funcionament. Est és el cas del treball no assalariat, especialment el femení²², o de la depreciació del medi ambient, en partir del (erroni) principi que els recursos naturals són inesgotables o substituïbles²³. En aquesta línia, és especialment interessant la crítica al PIB que fa Joan Martínez-Alier per comptabilitzar com a beneficis el que Fred Hirsch va denominar “despeses defensives o compensatòries”²⁴. Martínez-Alier afirma que part de la despesa pública i privat es destina a cobrir les conseqüències negatives del procés productiu: despeses de sanitat dirigits a pal·liar els efectes de la contaminació, despeses de la indústria per reduir els seus efectes contaminants, despeses de construcció d'infraestructures per a la gestió de residus,... Allò lògic seria considerar aquestes despeses (les despeses defensives) com a costos. Però com darrere d'aquestes activitats hi ha empreses que, legítimament, obtenen una compensació econòmica pel seu serveis, l'economia neoclàssica considera aquests beneficis com a creixement i els afegeix al PIB. D'aquesta manera, per art de màgia, el PIB converteix els costos en beneficis i el que hauria de ser restes, en sumes.

²⁰ Isá Contreras, P. (2011) *op.cit.* Destaquem que els equips d'investigadors que van realitzar aquests informes van acabar sent expulsats del PNUD per pressions polítiques. “Consideran destitución un mal precedente para el pensamiento crítico” *7 Días*, 15 de junio de 2011 (Accesible en: www.7dias.com.do/app/article.aspx?id=100985). “Destituciones en el PNUD de República Dominicana” *Alba Sud*, 23 de junio de 2011 (Accesible en: www.albasud.org/noticia/es/198/destituciones-en-el-pnud-de-republica-dominicana).

²¹ Gascón, J. (2005) *Gringos como en sueños: Diferenciación y conflicto campesino en los Andes Peruanos ante el desarrollo del turismo*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos; Cañada, E. & Gascón, J. (2007) *Turismo y Desarrollo: Herramientas para una mirada crítica*. Managua: Enlace; Gascón, J. (2011) “Turismo rural comunitario y diferenciación campesina: Consideraciones a partir de un caso andino” *Mundo Agrario* 11 (22)

²² Waring, M. (1988) *If women counted: A new feminist economics*. San Francisco: Harper and Row.

²³ Martínez-Alier, J. (1994) *De la Economía Ecológica al Ecologismo Popular*. Barcelona: Icaria; Martínez-Alier, J. (2002) *The Environmentalism of the Poor: A Study of Ecological Conflicts and Valuation*. Cheltenham: Edward Elgar.

²⁴ Martínez-Alier, J. (1998) *Curso de Economía Ecológica*. México: PNUMA

En el 2000, l'Organització Mundial del Turisme va establir el sistema de Compte Satèl·lit del Turisme (CST). La CST es va crear per solucionar un problema comptable: els comptes nacionals no identifiquen el turisme com una indústria independent, i per això no permeten desxifrar el seu paper en l'economia del país. La CST agrupa la informació estadística dels diferents sectors que participen de l'activitat turística, i d'aquesta manera permet comparar-la amb altres sectors i indústries del país en termes de grandària, creixement i contribució a l'economia nacional²⁵. Des de la seva aprovació, no ha deixat d'augmentar el nombre de països que ho han adaptat al seu sistema de comptes nacionals. L'Estat espanyol va ser el primer. El problema és que és un sistema de comptabilitat que emmalalteix del problema detectat per Martínez-Alier amb el PIB: no reflecteix com a despesa determinats costos necessaris per al funcionament de la indústria turística. Per exemple, els esports de neu comporten un nombre gens menyspreable d'accidents que obliga al sistema sanitari nacional a destinar quantiosos recursos: ambulatoris i equips sanitaris en zones d'esquí, atenció mèdica en urgències, etc. I igual succeeix amb el de sol i platja. El turisme també requereix un nombre de centres educatius on formar a gestors o treballadors del sector. Per exemple, Catalunya té onze escoles universitàries de turisme. El CST no els considera despeses pròpies, i obviant-los, els externalitza, ja sigui a l'erari públic o als individus que fan ús d'aquests serveis. Encara més: la

CST no només externalitza despeses, sinó que fins i tot pot arribar a comptabilitzar-los com a beneficis. Per exemple, el desenvolupament turístic requereix un sistema de recollida i tractament de residus major que el que es necessitaria si aquest sector no existís en una determinada localitat. O una major infraestructura per al tractament de l'aigua. O la construcció d'infraestructures necessàries per al desenvolupament turístic (aeroports, ports esportius, etc.). O més efectius de seguretat. Si aquests requeriments els cobreixen empreses privades, com aquestes obtenen beneficis pels seus serveis, els seus guanys es consideren també beneficis del sector en la CST. Encara que, òbviament, per qui els sufraga (les institucions públiques o els ciutadans) suposa un cost.



Encara s'hauria d'afegir un altre element de crítica a la CST: la seva incapacitat d'assumir el rol que té el turisme com a vector de processos inflacionaris. El turisme comporta una pressió sobre el preu de productes i serveis, que es materialitza en un increment de l'índex de Preus al Consum. A Catalunya, per exemple, un estudi encarregat per la Generalitat, preocupat per la històrica inflació

²⁵ CEE et al (2001) *Compte satellite du tourisme: Recommandations concernant le cadre conceptuel*. Luxemburg & Madrid & New York & Paris.

catalana, sempre superior a la mitjana espanyola i europea, concloïa que la primera causa externa era el turisme²⁶. El sistema de CST no només no contempla el paper inflacionari del turisme, sinó que s'aprofita de la inflació ja que li permet augmentar els resultats econòmics del sector, de tal manera que el que és un problema econòmic (per a l'economia nacional i per a la majoria de la població que veu com perd capacitat adquisitiva) acaba millorant les xifres de la CST.



La infra-valorització dels costos i la sobre-dimensió dels beneficis que fa el sector turístic de la seva pròpia activitat és un tema recurrent en els textos compilats en el present llibre. Però intenten arribar més enllà: pretenen inquirir què interessos s'amaguen darrere d'aquestes estratègies. En alguns casos són obvis: difuminar la responsabilitat del sector en processos caracteritzats per la seva insostenibilitat social o

ecològica. En uns altres, no ho són tant. Per exemple, quin interès pot tenir la indústria turística a exagerar el còmput de la seva activitat a través del sistema de la CST?. És temptador aventurar que l'objectiu últim és enfortir la seva capacitat de lobby enfront de l'Estat: com més gran sigui el compte de resultats, major serà el convenciment que el turisme és una activitat essencial en l'economia del país, i per tant és d'esperar que els requeriments i exigències del sector seran atesos amb major interès per part de les institucions públiques corresponents. I no oblidem que la CST està legitimada per Nacions Unides, ja que el seu creador i supervisor és un dels seus organismes especialitzats, l'OMT, per la qual cosa els seus càlculs no poden ser posats en dubte per aquestes institucions. De fet, el gran èxit del *lobby* turístic en les últimes dècades ha estat introduir la seva indústria (una indústria de l'oci, no un sector del que depengui cap Dret Humà) en l'estructura de Nacions Unides a través de l'OMT, organisme que sempre s'ha avingut a defensar els seus interessos²⁷.

Conflictes redistributius

Lligat estretament als costos i beneficis del turisme, trobem la conflictivitat que genera el seu desenvolupament.

En una altra part hem indicat que el

²⁶ Generalitat de Catalunya (2005) *Evolució de la inflació a Catalunya i a Espanya 1995-2004: Informe tècnic*. Barcelona: Generalitat de Catalunya – Direcció General de Programació Econòmica.

²⁷ Diversos investigadors ja han plantejat que la institucionalització de l'OMT ha conferit autoritat a la indústria turística a l'hora de legitimar el seu discurs sobre turisme i desenvolupament. Cheong, S.M. & Miller, M. (2000) "Power and tourism: a foucauldian observation" *Annals of Tourism Research* 29 (2): 312-336; Hannam, K. (2002) "Tourism and development I: Globalization and power" *Progress in Development Studies* 2 (3): 227-234.

turisme, com qualsevol altre sector econòmic, no és ni dolent ni bé *per se*. Depèn del model aplicat i de la seva gestió. Però que històricament ha tendit a provocar més problemes que solucions²⁸. Actualment a ningú se li escapa la capacitat que té el turisme de danyar ecosistemes, fer malbé recursos naturals, mercantilitzar expressions culturals, crear marcs favorables per a la corrupció o vulnerar drets laborals. Els exemples abunden. De fet, institucions multilaterals com l'OMT i plataformes empresarials com ara la World Travel & Tourism Council (WTTC)²⁹, l'objectiu programàtic del qual és afavorir el creixement del sector, han acabat acceptant aquesta realitat i implementant polítiques d'atenuació sota programes de responsabilitat social corporativa o de creació de fons per a la cooperació al desenvolupament.



Però aquestes polítiques no semblen ser molt efectives. Per exemple, el paper del turisme com a vector en el canvi climàtic, especialment el que requereix del transport aeri, no ha

deixat d'augmentar en les últimes dècades. En un informe específic sobre l'aviació civil³⁰, l'Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) va establir que la seva responsabilitat en l'emissió de CO₂ era encara de només un 2% en 1992, però amb una clara i accelerada tendència a augmentar. De fet un estudi del govern britànic va evidenciar que entre 1990 i 2003 l'emissió de gasos hivernacles a Gran Bretanya per part de l'aviació havia augmentat gairebé un 90%, mentre que les emissions industrials i domèstiques es van reduir en un 21% i un 3% respectivament³¹. El citat informe de l'IPCC també identificava la contribució d'altres factors específics del transport aeri en l'escalfament global, com l'emissió d'òxid de nitrogen i diòxid de nitrogen, l'augment de núvols *cirrus* o la formació de deixants de condensació. Aquestes estimacions, per això, han quedat superades per estudis més recents: a mitjans de la dècada dels 2000, les valoracions de la contribució del turisme a l'escalfament global es movien en una forquilla que anava del 5% al 14%³². D'altra banda, la bibliografia científica posa en dubte l'eficàcia de les polítiques de mitigació (desenvolupament de biocombustibles, participació als mercats de carboni, millores tecnològiques i logístiques en el transport aeri, etc.) plantejades per

²⁸ Gascón, J. & Cañada, E. (2005) *Viajar a todo tren: turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria

²⁹ La WTTC es una plataforma empresarial que agrupa més de 100 grans transnacionals que participen a l'indústria turística.

³⁰ IPCC (1999) *La aviación y la atmósfera global: Resumen para responsables de políticas*. Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático.

³¹ Nowicka, P. (2008) *Vacaciones en el paraíso: turismo y desarrollo*. Barcelona: Intermon OXFAM

³² Simpson, M.C. et al (2008) *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*. Paris: UNEP&University of Oxford&UNWTO&WMO.

unes indústries turística i aeronàutica que es neguen a limitar el creixement del sector³³. Fins i tot l'OCDE ha posat en dubte recentment la serietat i efectivitat de les mesures que els països rics implementen per frenar l'impacte mediambiental del transport aeri³⁴.

Encara amb totes aquestes evidències, el discurs i la política d'organismes de Nacions Unides com l'OMT o l'Organització d'Aviació Civil Internacional (OACI) s'ha caracteritzat per una defensa a ultrança dels interessos de la indústria. És difícil oblidar a l'històric secretari general de l'OMT, Francesco Frangialli³⁵, acusant d'injustes les crítiques al turisme per la seva contribució al canvi climàtic i enfrontant-se a l'aplicació de taxes ecològiques al transport aeri³⁶.

³³ Gössling, S. & Peeters, P. (2007) "I Does Not Harm the Environment!: An Analysis of Industry Discourses on Tourism, Air Travel and the Environment" *Journal of Sustainable Tourism* 15 (4): 402-417; Scott, D. Et al. (2009) "Can Tourism 'Seal the Deal' of its Mitigation Commitments?: The Challenge of Achieving 'Aspirational' Emission Reduction Targets". Background study for the symposium *Tourism & Travel in the Green Economy* (14th to 15th September, Gothenburg); Brunnengräber, A. (2009) "Kyoto's flexible mechanisms and the right to pollute the air" *Critical Currents* 6: 26-35; Scott, D. & Becken, S. (2010) "Adapting to climate change and climate policy: progress, problems and potentials" *Journal of Sustainable Tourism* 18 (3): 283-295; Weaver, D. (2011) "Can sustainable tourism survive climate change?" *Journal of Sustainable Tourism* 19 (1): 5-15.

³⁴ OECD&UNEP (2011) *Climate Change and Tourism Policy in OECD Countries*. Paris: OECD&UNEP

³⁵ Secretari General de l'OMT de 1998 a 2009.

³⁶ "Intervención de Francesco Frangialli, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo, con ocasión de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. Nusa Dua, Bali (Indonesia), 12 de diciembre de 2007" (Disponible en: www.unwto.org)

El conflicte mediambiental al voltant del rol del turisme en l'efecte hivernacle és només un aspecte de tot el ventall de conflictes generats pel desenvolupament d'aquesta indústria. Al llarg del present llibre s'identifiquen i analitzen varis d'ells. De fet, els seus autors entenen el turisme com un espai de conflicte social; el que en sociologia es denomina una "arena política". I és que entorn de la gestió i a l'elecció del model de l'activitat turística entren en competència i contradicció diferents interessos de sectors socials diversos.



Els conflictes redistributius que genera el turisme es donen a dos nivells.

D'una banda, el turisme sorgeix com un nova activitat econòmica el funcionament de la qual requereix fer ús de diferents recursos: naturals (aigua, terra), energètics, força de treball, capital públic i privat per a la inversió, etc. Però el turisme no sorgeix mai en espais social i econòmicament desèrtics. Al contrari: quan apareix, aquests recursos ja estan sent utilitzats per altres sectors econòmics. L'arribada del turisme comporta una reestructuració en

l'assignació d'aquests recursos. En ocasions, pot ser que aquesta reassignació es faci de forma equilibrada, i que després del reajustament tots els sectors econòmics puguin accedir als recursos necessaris per assegurar el seu bon funcionament. Però pot ser que això no succeeixi així, que el que esdevingui és que el nou sector sostregui als ja existents recursos per sobre del mínim necessari per assegurar la seva viabilitat. En les encara escasses dècades de desenvolupament del turisme, aquesta segona alternativa esdevé amb major assiduïtat que no la primera. Allà on s'estableix el turisme, per exemple, tendeix a decreïxer l'agricultura, ofegada pel monopoli que el primer fa de recursos com la terra, l'aigua, les prioritats d'inversió pública, la força de treball o els plans de desenvolupament governamentals³⁷. Igualment, el turisme tendeix a afavorir processos especulatius del sòl habitable, dificultant o excloent a la població local del seu dret a un habitatge digne³⁸.

Dèiem que hi ha un segon nivell de conflictivitat al voltant del fenomen turístic. Si tota la població participés de forma equitativa en el control i gestió dels diferents sectors econòmics, entre ells el turisme, el conflicte anterior tal vegada no ho seria tant: tots es beneficiarien per igual de tots els sectors econòmics,

estiguessin en crisi o en expansió. Però generalment això no succeeix així. El que predomina és una escena en el qual el control i gestió, i l'accés als beneficis, de cada sector econòmic correspon a sectors de població diferents; fins i tot a sectors de població que no són locals. En aquesta situació, que un sector econòmic entri en crisi per perdre accés a recursos necessaris per a la seva sostenibilitat comporta que la població que ho gestiona i viu d'ell s'empobreixi. Quan això succeeix, el turisme comporta importants costos socials: segmentació ètnica, accentuació de la desigualtat social, erosió cultural, empobriment del capital humà, etc.³⁹



Es pot adduir que la població adscrita tradicionalment a un determinat sector econòmic, si aquesta entra en crisi, pot canviar al nou sector en expansió. Ningú està lligat de forma innata a un determinat sector laboral. I que fins i tot aquest canvi pot comportar una millora de la seva qualitat de vida. De fet, el discurs de la indústria turística és aquest. No es pot negar que això succeeix en alguns casos. Però majoritàriament tot indica que no, ja

³⁷ Gascón, J. & Cañada, E. (2005) *op.cit.*.

³⁸ Macià Blázquez *et al* parlen de "gentrificació rural" per referir-se a aquest procés de monopolització de l'espai per a usos turístics que expulsa a la població local. Blázquez, M. et al. (2011) "Búnker playa-sol: Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en el Caribe y Centroamérica" *Scripta Nova* 15 (368)

³⁹ Buades, J. (2006) *op.cit.*

que aquest canvi laboral sol venir acompanyat d'una pèrdua de control sobre els mitjans de producció. Pensem en un camperol que abandona l'activitat agrària per emigrar a una destinació turística en desenvolupament. Aquest camperol passa de treballar en una activitat en la qual és un especialista i controla els mitjans de producció (o almenys, parcialment), a un altre en el qual és mà d'obra no qualificada (i per tant, fàcilment substituïble) i sobre el qual no té cap tipus de domini ni capacitat per participar en la seva gestió. L'activitat turística es caracteritza per requerir grans contingents d'aquest tipus de mà d'obra en les seves primeres fases, per expulsar-la quan

el desenvolupament turístic d'un enclavament aconsegueix el nivell de maduresa, etapa en el qual sol requerir treballadors qualificats per no entrar en crisi.

Aquesta perspectiva, que reflecteix la conflictivitat que gira al voltant del turisme, participa del que s'ha vingut a denominar el "gir crític" (*Critical Turn*) en els estudis de turisme. Una línia de recerca que, com la defineixen Irena Ateljevic et al.⁴⁰, no es queda només en la crítica ontològica o acadèmica del turisme, sinó que té explícitament un compromís polític a favor de la justícia social, l'equitat i la lluita contra l'opressió⁴¹.

⁴⁰ Ateljevic, I. et al. (2007) "Editors introduction: Promoting an Academy of Hope", in Ateljevic, Irena & Morgan, Nigel & Pritchard, Annette (eds.) *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies*. Amsterdam: Elsevier. Pp. 1-8

⁴¹ Tribe, J. (2008) "Tourism: A Critical Business" *Journal of Travel Research* 46: 245-255; Thomas, R. (2011) "Academics as policy-makers: (not) researching tourism and events policy formation from the inside" *Current Issues in Tourism* 14 (6): 493-506

Empresas transnacionales turísticas de capital español: el neocolonialismo discreto

Jordi Gascón

Article publicat originalment en el número 30 de la revista *ONGC*, al 2007

Les polítiques neoliberals dominants asseguruen als països empobrits que només poden oferir mà d'obra barata i recursos naturals a una economia globalitzada. A l'abric d'aquest marc ideològic, el turisme apareix com una via ràpida, senzilla i barata cap al desenvolupament. Certament, el nou sector ha permès a molts d'aquests països millorar les seves dades macroeconòmiques. Així, el PIB per càpita d'un país tan turístic com la República Dominicana va passar de 4.598 a 7.449 dòlars USA entre 1998 i 2004 ⁴². I això, patint durant el període una forta crisi financera.

⁴² PNUD (2000) Informe sobre el desenvolupament humà 2000. ANUE: Barcelona i PNUD (2006) Informe sobre el desenvolupament humà 2006. Angle editorial:

Però molts dels indicadors que s'utilitzen per mesurar el creixement econòmic no semblen reflectir les condicions de vida de la població. I és que índexs com l'esmentat Producte Interior Brut, actualment tan emprat, no només no consideren si els beneficis s'han distribuït o no equitativament, sinó que ni tan sols diferencien si la riquesa generada és de propietat autòctona o de capital forà.

Tornant al cas dominicà, en aquest mateix període el país va caure del lloc 87 al 94 en l'Índex de Desenvolupament Humà, indicador que pretén revelar el nivell de vida de

Barcelona

la població d'un país, quan d'acord amb el seu PIB hauria d'ocupar el lloc 73. I el seu índex Gini, que determina el nivell de desigualtat econòmica, és molt alt.

El fet cert és que el turisme que reben els països del Sud es caracteritza per un grau de retorn molt elevat. És a dir, que la major part del desemborsament que realitza el turista acaba engrossant els beneficis d'empreses dels països rics, i només una part marginal acaba al lloc de destí. Per contra, els seus impactes en el nivell de vida de la majoria de la població amfitriona i en el seu ecosistema solen ser altament perjudicials: creixement de l'Índex de Preus al Consum per damunt dels ingressos; augment de les diferències socioeconòmiques; sobreexplotació i contaminació de recursos naturals; desviament dels usos tradicionals de l'aigua per cobrir les necessitats d'infraestructures turístiques; increment del preu de la terra; deteriorament de les condicions laborals; substitució de sectors productius tradicionals; etc.

L'estat mexicà de Quintana Roo, on trobem els famosos centres turístics de Cancún i Cozumel, és un exemple d'això. Cancún, amb una població de mig milió d'habitants, disposa d'uns 140 hotels amb 24.000 habitacions i rep tres milions de visitants a l'any. Diàriament arriben al voltant de 190 vols. El seu desenvolupament turístic es basa en grans hotels, en el *tot inclòs* i en una ampla oferta nocturna. Però al costat d'aquest món de luxe i oci destinat a classes mitjanes de països rics, la població autòctona s'amuntega en enormes guetos sense les condicions de salubritat i habitabilitat més bàsiques. Les condicions laborals són

deplorables: Quintana Roo és l'estat que presenta una mitjana d'hores treballades per persones i dia més elevada de tot Mèxic, si bé cadascuna d'aquestes hores es paga per sota de l'euro i mig⁴³. La prostitució, inclosa la practicada amb menors, és un segell característic del territori. La degradació dels recursos naturals és constant: aqüífers contaminats i sobreexplotats, llacunes dessecades per aconseguir més terreny on construir infraestructures turístiques, destrucció de manglars per edificar a primera línia de mar, etc.



En aquest procés, especialment en determinades regions com el Carib o el litoral sud de la Mediterrània, el paper del capital espanyol no és trivial. Algunes de les principals empreses transnacionals turístiques a nivell mundial, i de les de més ràpid creixement, tenen aquest origen: Sol Meliá, Barceló, Ibero Star, Riu, Optursa, Husa, Oasis, Gala, Globalia, NH, etc. La majoria, concretament, d'origen balear: empreses que van néixer i créixer amb el *boom* turístic de les Illes i que

⁴³ Martocia, Hugo (2006) "Cancún, la vida tras el oropel" La jornada, 27 de desembre de 2006

a partir dels '90, arribat al límit del model en el territori i aprofitant la popularització dels viatges en avió, van començar a buscar nous espais per a la seva expansió.

Aquesta expansió es realitza mitjançant diverses estratègies. En alguns casos, les ETN aposten per centrar-se en la gestió hotelera, ja sigui adquirint, arrendant, construint o establint contractes de gestió d'un major nombre d'establiments. Sol Meliá, de la família Escarrer, és un exemple d'aquest model, amb prop de 350 hotels segmentats mitjançant *branding* en diverses marques (Meliá, Tryp, Sol, Paradisus, etc.) i distribuïts en 30 països⁴⁴.

Un altre mecanisme de creixement consisteix en participar en diversos àmbits del sector turístic i controlar així un major nombre de baules de la cadena de valor (*trust* vertical). Possiblement Globalia, propietat de la família Hidalgo, és el grup empresarial espanyol del sector que més aposta per aquesta política corporativa: posseeix cadenes hoteleres (Globalia Hotels & Resorts), companyies aèries (Air Europa), agències de viatges (Viajes Ecuador i Halcón Viajes), touroperadors (Travelplán), serveis de handling (Globalia handling), creuers (Globalia cruceros), lloguer de automòbils (Pepecar), immobiliària (Century 21), etc.⁴⁵

Paral·lelament a la cimera de caps d'estat de la Unió Europea i Amèrica Llatina celebrada a Viena el maig de

2006 es va organitzar un Tribunal dels Pobles a les empreses transnacionals en el si de l'Encontre "Enllaçant Alternatives II", vinculat al Fòrum Social Mundial. Una de les ponències va girar al voltant de les condicions laborals en Quintana Roo, i en ella es van "jutjar" les pràctiques de diverses ETN turístiques, la majoria de capital hispà⁴⁶.



I és que les denúncies de les polítiques corporatives d'aquestes empreses es multipliquen: construccions il·legals (Globalia al Parque Nacional del Este, República Dominicana), alienació d'espais públics (Oasis a Akumal, Mèxic), vulneració de la legislació nacional (Riu a Cancún, Mèxic), doloses condicions laborals (Barceló a Managua, Nicaragua), urbanització de zones protegides (Globalia a Cozumel, Mèxic), competència deslleial enfront d'empreses locals i comunitàries (Barceló a Puntarenas, Costa Rica); apropiació de terra i aigua (FADESA a Saidia, Marroc), etc.

⁴⁴ Dades de l'empresa: Secció "Acerca de Sol Meliá" de la web corporativa (<http://www.solmelia.com>)

⁴⁵ Dades de l'empresa: Secció "Sobre Globalia" de la web corporativa (<http://www.globalia-corp.com>)

⁴⁶ Movimiento de Cultura Popular (2006) Informe preliminar al TPP sobre la presentación del caso del Caribe Maya Mexicano, comercialmente llamado "Riviera Maya". Viena

Mentre que la denúncia de les conseqüències en el Sud de les polítiques d'ETN d'origen espanyol de sectors com l'energètic, el tèxtil o el financer ja té un camí recorregut entre els moviments socials de l'Estat, el sector turístic sembla cobert per un vel d'invisibilitat que li ha permès treballar impunement en la seva internacionalització. I no només hi ha ETN hoteleres darrere d'aquest model d'expansió. Nombroses empreses constructores espanyoles han iniciat la seva internacionalització de la mà de polítiques de desenvolupament turístic; l'esmentat cas de FADESA a Marroc, tan recolzada per la monarquia alauita, és un exemple meridià⁴⁷.



Però la crítica i la denúncia no pot limitar-se a les polítiques empresarials. També cal fer seguiment de les polítiques públiques de suport a la internacionalització de tot aquest capital, gens escasses, i que fins i tot utilitzen els fons destinats a la cooperació internacional:

“En cuanto a las relaciones con los países y las instituciones mediterráneas e iberoamericanas, el trabajo se enmarca en estrechar la cooperación internacional que se desarrolla desde la Agencia Española de Cooperación Internacional (...) y la Administración turística española dirigido a un doble propósito: mejorar la calidad de la cooperación turística que se preste y **reorientar las actuaciones concretas de cooperación en este campo de manera que exista una verdadera conexión e implicación entre las estrategias de cooperación y las de internacionalización del sector turístico español**”⁴⁸. (El subratllat és nostre)

La tasca d'estudiar i denunciar les conseqüències de les polítiques corporatives de les ETN turístiques de capital espanyol encara està, per tant, a les bassaroles, però ja s'ha iniciat. Portals web com “turismo-responsable.org”, publicacions com la recent i ineludible “Exportando paraísos” de Joan Buades⁴⁹ o la creació de consorcis com la “Plataforma de Turismo Responsable” conformada per diverses ONG de l'Estat espanyol i que assumeix aquest tema com una de les seves línies de treball prioritàries, així ho evidencien.

⁴⁷ Fierro, José Daniel (2006) “Empresarios españoles al asalto del mercado marroquí: La deslocalización de los especuladores inmobiliarios” Rebelión, 1 de desembre de 2006 (<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=42280>)

⁴⁸ Secretaria de Estado de Turismo y Comercio (2000) Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006 (<http://www.mcx.es/turismo/picte2000/>)

⁴⁹ Buades, Joan (2006) Exportando paraísos: la colonización turística del planeta. Palma de Mallorca: La Lucerna.

Foro Social Català: Campanyes catalanes de denúncia de les activitats no ètiques i de les violacions dels DDHH d'empreses transnacionals

Acció per un Turisme Responsable - ATR

Intervenció en la taula “Campanyes catalanes de denúncia de les activitats no ètiques i de les violacions dels DDHH de les empreses transnacionals: el sector turístic” del Foro Social Català (gener de 2008)

Sembla evident l'impacte ecològic de Repsol-YPF quan opera a reserves de la biosfera a diferents punts d'Amèrica Llatina, però quin impacte ecològic poden tenir una entitat financera, una cadena d'hotels o un supermercat?

El turisme és una gran maquinaria de destrucció del medi ambient, encara que, curiosament, viu del paisatge, que és una dels principals elements d'atracció dels viatgers. Però en realitat el turisme el que fa és “civilitzar” el paisatge als suposats gustos i comoditats del turista: viure uns dies a primer línia de mar, sobre un acantilat, entre camps de golf com

a “paisatge natural”, etc. No fa falta anar al Sud per veure aquests impactes: son ben presents a casa nostra.

Voldria destacar, però, dos temes que sovint no son tan evidents. El primer és el paper del capital immobiliari. Quant parlem de turisme no només ens tenim que referir a les cadenes hoteleres, sinó també a les d'aquell altre sector. En realitat, i especialment en el que fa al tema del paisatge, son aquestes les més violentes: les que busquen nous espais on construir, no només hotels, sinó també segones residències, per no parlar d'infraestructures d'ús

turístic (ports esportius, autopistes, aeroports, etc.). Son, en realitat, les grans especuladores del territori que creixen a l'ombra del turisme. I en aquest últims anys, aquestes empreses de capital espanyol estan donant el salt a la seva internacionalització, degut a dos fenòmens. Per un costat, la crisi del sector immobiliari a l'Estat espanyol (Espanya ja no és un territori rendible), y per un altre, els plans de desenvolupament turístic en zones eufemísticament anomenades "emergents", com l'Est europeu o l'Àfrica mediterrània, desitjoses d'atraure aquest capital.



Aquest es el cas de FADESA (ara MARTINSA-FADESA, després d'una recent fusió) o MARINA D'OR, per assenyalar dues empreses immobiliàries de gran capital i especialment denostades pel seu paper en la destrucció del litoral a l'Estat espanyol. El primer ha sapigut aprofitar la nova política "aperturista" del règim marroquí, molt interessat en la creació de focus de desenvolupament turístic al Rif, i la bona relació del seu antic president i principal accionista, Manuel Jové, amb el rei alauita, per adjudicar-se substanciosos contractes com el del

complex de Saidia (aprop de la frontera amb Algèria) en consorci de transnacionals hoteleres com la cadena Barceló. El cas de Saidia és especialment significatiu perquè l'impacte mediambiental és tan gran (suposa la destrucció de més de vuit quilòmetres de costa pràcticament verge i dels boscos propers) que ha generat una forta oposició en un país on enfrontar-se al règim i als interessos del rei és molt arriscat. L'aposta de Marina D'Or es dirigeix més a l'est del Mediterrani (Egipte, Romania i Bulgària), on pretén replicar el model del macro-complexe situat a la costa de Castelló que va ser l'origen de l'empresa, i que està considerat per Greenpeace com un dels deu principals punts negres amenaçats pel totxo i la contaminació a la costa espanyola (informe "Destrucción a toda costa 2008").

El segon element que volia destacar era la capacitat del sector turístic de generar impactes ecològics no només en les àrees on s'estableix, sinó també a centenars i milers de quilòmetres de distància per a cobrir les seves necessitats d'aigua i energia. L'augment de la demanda d'aquests recursos requereix molts vegades la construcció de termoelectriques i/o pantans en llocs allunyats del centre d'atracció turística.

El turisme ha sabut vendre's com una "indústria sense xemeneies", neta. Però en realitat els seus impactes ecològics són molt considerables i de difícil rectificació. Pensem que el cost de desmantellar una fàbrica és relativament baix, però el d'expropiar, tirar abaix i reconstruir el paisatge de trenta quilòmetres lineals de construccions a primera línia de mar és

innassumible per a qualsevol institució pública.

Si en aquestes campanyes pressioneu per a que els infants no treballin, no pot ser que provoquen que quedin en situacions d'exclusió social més greus com ara la prostitució?

La prostitució es consubstancial al turisme. Quan es desenvolupa el turisme en un determinat lloc, els nivells de prostitució augmenten per una simple raó: hi ha turistes que ho demanen, i per tant, apareix la oferta. Barcelona és un exemple.

Però podem imaginar que quan el turisme s'entrecreu amb les relacions Nord-Sud i amb diferències entre enriquits i empobrits, aquest procés és molt més fort i arriba a situacions extremes. Una d'elles, la prostitució infantil.



Les ETN de turisme son part, indiscutiblement, del problema, perquè promocionen el turisme que és la causa d'aquesta situació. Fins i tot, en determinats destins especialment significatius, es beneficien perquè aquest és un dels principals reclams turístics de la zona. No obstant, és una relació

indirecta: ells no tenen, només faltaria, una participació activa en el procés.

El que m'he interessa ara destacar, però, és com la prostitució infantil, en canvi, si els serveix per promocionar la seva solidaritat. Fins i tot amb reticències, moltes cadenes hoteleres estan signant cartes i decàlegs contra la prostitució infantil sorgides a partir de campanyes de l'Organització Mundial del Turisme o d'ECPAT (plataforma internacional d'organitzacions socials que lluita contra l'explotació infantil). Fins i tot, ho integren en les seves polítiques de Responsabilitat Social Corporativa. En realitat, aquests decàlegs l'únic a que els hi obliga és a impedir que en les seves instal·lacions pugui donar-se casos de prostitució infantil o a denunciar-los. Es a dir, simplement els obliga a que acatin les lleis existents en tots el països i els acords internacionals.

Conclusió: si bé aquestes ETN son corresponsables del fenomen de la prostitució infantil al ser agents de desenvolupament del turisme internacional, que és la seva principal causa, utilitzen aquest fenomen com a estratègia de marketing. Estratègia de marketing que no els obliga més que a acatar les normes legals locals i internacionals, però que els hi renta la cara d'una manera prou convincent.

Els països empobrits necessiten finançament per fer inversions productives i en infraestructures. Per què critiqueu que l'Estat Espanyol ofereixi préstecs amb condicions avantatjoses?

Nosaltres no parlariem només d'ajuda

reembossable, sinó també d'altres tipus de polítiques de "cooperació" que fa l'Estat espanyol al voltant, directa o indirectament, dels interessos turístics d'ETN espanyoles.



Voldriem començar citant un text del ***Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006***:

“En cuanto a las relaciones con los países y las instituciones mediterráneas e iberoamericanas, el trabajo se enmarca en estrechar la cooperación internacional que se desarrolla desde la Agencia Española de Cooperación Internacional y la Administración turística española dirigido a un doble propósito: mejorar la calidad de la cooperación turística que se preste y **reorientar las actuaciones concretas de cooperación en este campo de manera que exista una verdadera conexión e implicación entre las estrategias de cooperación y las de internacionalización del sector turístico español**”

És molt obvi, en aquesta cita, l'ús que es vol fer de l'Ajuda Oficial al Desenvolupament (AOD): recolzar la internacionalització de les ETN del sector de capital espanyol. El mecanisme es externalitzar a càrrec d'aquesta AOD part de la despesa d'inversió i funcionament. Així, fons de cooperació poden anar destinats a la formació de recursos humans bàsics pel desenvolupament de la activitat turística, com ara quadres mitjans o mà d'obra especialitzada (cambrers, cuiners, guies, etc.), inversió que d'altre manera hauria de ser costejat pel capital transnacional.

Però l'element més substanciós és el de les infraestructures. L'activitat turística requereix aeroports, carreteres, ports, canalització d'aigües, xarxes energètiques, etc. I moltes vegades aquestes obres es fan amb ajuda reembossable via instrument com els crèdits FAD o préstecs d'institucions multilaterals com el Banc Mundial.

Aquest endeutament s'excusa, normalment, com una necessitat de crear infraestructures per al desenvolupament del país o regió. Però en realitat no és cert, ja que moltes vegades les infraestructures no són multifuncionals, sinó que tenen un ús exclusiu o majoritari per a una determinada activitat. Aquestes infraestructures acaben generant pols de desenvolupament dependents d'activitats econòmiques foranes i no beneficien les endògenes. Fins i tot, va en detriment d'aquestes (la construcció d'un port o carreteres pot afavorir l'arribada de productes foranes que facin *dumping* als de producció local, per exemple).



La **Xarxa de Consum Solidari** és una associació que des de l'any 1996 treballa en l'àmbit del comerç just i el consum responsable. La *Xarxa* té una visió integral del comerç just que engloba tot el cicle d'un producte (des de la seva producció fins a la seva comercialització) i que defensa els principis propugnats per la sobirania alimentària.



El **Foro de Turismo Responsable** és una plataforma conformada per 13 d'organitzacions no governamentals de l'Estat espanyol, preocupades per les conseqüències que el turisme pot tenir en tots els països, especialment del Sud. Treballem conjuntament des del 2004 a favor d'un turisme sostenible i denunciant els impactes negatius dels models turístics dominants.

Barcelona. Desembre de 2013

www.xarxaconsum.org

No hi ha indústria legal que pugui exhibir un creixement més accelerat i exponencial en els últims 60 anys com el turisme: ha estat capaç de sortejar crisis de tipus conjuntural com de caràcter estructural. Aquest ràpid creixement i aquesta capacitat d'enfrontar contextos econòmicament desfavorables, sumat al convenciment que el turisme genera beneficis sense requerir grans inversions (al cap i a la fi el paisatge, el sol, la cultura o la gastronomia són insums turístics preexistents), ho han embolicat en un halo mitològic que ho presenta com un eficaç motor del desenvolupament.

Però quan els mites s'enfronten a la realitat, moltes vegades es descobreixen simples quimeres.

Amb el suport de: