

Responsabilidad social en toda su extensión

EL TURISMO QUE VIENE, A EXAMEN



Antonio-Pedro Tejera Reyes*

Me escriben desde Canarias sobre mi última publicación, "La trepidante e ilusionante marcha del turismo", en la que menciono las reflexiones de **José Luis Zoreda**, vicepresidente ejecutivo de **Exceltur**. Algunos comentarios de profesionales y empresarios del sector muestran su aceptación al análisis que se hace en esa publicación con referencia a la consolidación del turismo en los destinos eufemísticamente llamados "maduros", lo que nos ha llevado a considerar nuevamente las miles de veces que hemos tratado sobre este tema en nuestras aulas de enseñanza turística, durante todos estos pasados largos años, viendo cómo se destrozan y se aniquilan los más preciosos lugares y hermosas realizaciones, por no entender, saber, o simplemente desconocer, el significado de lo que es "la capacidad de carga" de los territorios.

La avaricia, el desarrollo mal entendido, el afán de lucro, junto a la ignorancia, son los elementos que priman en este escenario, donde, como bien dice **José Luis Zoreda**, "el éxito no está en batir récords, sino en ampliar la riqueza que genera el turismo", a lo que añade que "el sector turístico está muy atomizado y es poco solidario: precisa de un liderazgo aglutinador. Echamos de menos un mayor esfuerzo catalizador, agregador de iniciativas, que debe hacer la gestión pública". Toda una excelente panorámica donde está presente la dinámica que

castiga al sector número uno del desarrollo mundial en todos sus estamentos, aunque la poderosa presencia de la ignorancia le tenga oculto este hecho incontrovertible, desde a los más relevantes personajes a los humildes obreros a quienes incluso se les demoniza el turismo para poder manejarlos políticamente.

Estamos ante hechos relevantes que ya las Naciones Unidas venían anunciando y que ahora se hace énfasis en ello, recogidos en el Pacto Mundial, donde la responsabilidad social debe de caer de lleno en la autoridad política del sistema, tal como indica nuestro insigne amigo el diplomático Alejandro J. Gallard Prio, en su último artículo publicado en el semanario digital El Archivo, refiriéndose a las necesidades que el desarrollo del turismo requiere, en lo cual tenemos en primer lugar que analizar y dejar perfectamente definida "la capacidad de carga" del lugar, al que se deberá de añadir todas estas recomendaciones que con su ilustrativa experiencia nos indica Alejandro Gallard.

"No podemos seguir pretendiendo ser un destino turístico sin preocuparnos en ofrecer un producto seguro y de calidad, el turismo de "chiringuito" es irresponsable y daña la imagen de cualquier destino. Debemos invitar a organizaciones aceptadas a nivel mundial, a que revisen y cataloguen nuestra infraestructura turística. Me refiero a todo aquel negocio, por pequeño que sea, que esté involucrado en forma directa, o indirecta, en servicios al turismo...".

"Cada Ministerio de Turismo debe de aceptar su responsabilidad en el desarrollo de este importante sector económico, en el cual está involucrada toda la fuerza productiva y de servicio de un país, tan diversa, que en realidad no hay actividad que se pueda

sustraer de su importancia, pues el turista es un residente temporal, con mucha más curiosidad y actividad que el anfitrión y, por lo tanto, dispuesto a aventuras que demandan utilizar todos los servicios que ofrece el país, lo que incluye hospitales, clínicas privadas, taxis, autobuses, autos de alquiler, etc."

El toque de atención que deja al final de su enjundioso artículo este brillante personaje, tiene una importante extensión de muy especial significado, para quienes conocemos y hemos vivido dentro de las interioridades del desarrollo del turismo mundial: "Me preocupa cuando aparecen organismos oficiales de turismo involucrados en propagandas partidistas o ideológicas, en ciertos países de la región iberoamericana. Así como deben respetarse las ideologías religiosas de los pueblos, se deben respetar sus costumbres e idiosincrasias, ya que son riquezas turísticas, materiales, naturales y humanas, que representan a todos, y ese es el material con que cuentan las *oficinas de turismo* para promocionar y vender sus países al mundo."

Serias y profundas reflexiones nacidas fruto de las experiencias que personajes sensibles al desarrollo de la sociedad han sabido acumular y que no dudan en hacerlas públicas con la esperanza de que algún día alcancen la debida recepción de aquellos dirigentes que hoy siguen autorizando hoteles donde no cabe uno más -por poner un sencillo ejemplo- convirtiendo espacios naturales de singulares bellezas en auténticos esperpentos, o creando y aprobando leyes populistas estrafalarias que van en contra de un turismo justo y de calidad, todo esto con inconfesables fines, algunas veces producto de la soberbia, la avaricia o la ignorancia, cuando no, de otros extraños motivos...

*Del Grupo de Expertos de la Organización Mundial del Turismo. UNTWO