

TURISMO E BEM COMUM: A RSC COMO ESCUDO TRANSNACIONAL CONTRA AS SOCIEDADES ANFITRIÃS E O AMBIENTE

Joan Buades¹

[tradução: Rubia Goldoni]

RESUMO

A globalização do turismo (com o surgimento da superpotência balear) antes da eclosão da crise financeira do final da década passada, longe de representar um avanço nas possibilidades de bem-estar das populações anfitriãs, explicitou sua perfeita consonância com a tripla ameaça que o neoliberalismo representa em escala mundial: o agravamento da crise ambiental, a insensibilidade social e a perseguição à ideia de democracia real local e planetária. Associar o turismo de massa com o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é um contrassenso para qualquer pessoa ou coletivo que deseje melhorar as condições de vida de sua região ou do próprio planeta.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa. Turismo. Empresas transnacionais. Globalização. Neoliberalismo. Balear. República Dominicana. Brasil. México.

O MUNDO REAL E A IDEIA DA RSC

A partir da segunda metade do século XX, a humanidade vem experimentando uma mudança de vida radical e inédita em sua história. Se tomarmos três variáveis-chave (população, economia e ambiente), é difícil não perceber a gravidade da situação que enfrentamos como espécie. Por um lado, num prazo de sessenta e poucos anos, nossa população mais que triplicou, saltando de 2,5 bilhões para mais de 7,5 bilhões entre 1950 e 2016. Segundo as previsões médias da ONU, chegaremos a 9 bilhões de seres humanos em 2050. Mais de 99% desse crescimento se dará no Sul, que hoje já representa mais de 80% da

¹ Pesquisador crítico de turismo ambiente e globalização. Membro da equipe de pesquisa de ALBA SUD. Entre 1999 e 2003, foi deputado no Parlamento Balear pelo partido Els Verds. Durante essa legislatura, lutou pela introdução da tributação ecológica do turismo nas Ilhas Baleares. Entre seus livros se destacam: *On brilla el sol: turisme a Balears abans del Boom* (2004), *Exportando paraísos: la colonización turística del planeta* (2006), *Do not disturb Barceló: viaje a las entrañas de un imperio turístico* (2009). Além disso, também escreve narrativa de ficção. Seu primeiro romance, *CRUI. Els portadores da torxa* obteve o prestigioso prêmio Joan Crexells, do Ateneu Barcelonès (2017).

humanidade. Enquanto isso, o avanço vertiginoso da industrialização capitalista neoliberal multiplicou por sete o volume do que chamamos “economia”. Suas ferramentas-chave foram a criação de novas “necessidades básicas”, monetizáveis sob a forma de sociedade de consumo de massa e a desregulamentação praticamente total da esfera financeira, que se transformou numa megarrodovia de negócios sem fronteiras e completamente desvinculada da produção de bens e bem-estar comunitário reais. Os maiores beneficiários desse processo foram as 70 mil empresas transnacionais (+500%, a partir de 1970) que dominam o mundo, acima de governos, parlamentos e fronteiras. Claro que tamanha riqueza é distribuída de forma cada vez mais desigual. Enquanto a “classe consumidora” é constituída por apenas 1,7 bilhões de pessoas, concentradas no Norte e nas camadas privilegiadas de alguns países ditos “emergentes” (um quarto da humanidade), 2,8 bilhões sobrevivem com menos de dois dólares por dia. Como corolário, a “pegada ecológica” da espécie humana no planeta assumiu proporções angustiantes para o nosso futuro imediato, já que nosso estilo de vida consome o equivalente a 1,3 planeta para se abastecer de bens e serviços e tratar nossos resíduos. Evidentemente, os níveis de responsabilidade são muito desiguais: enquanto nos Estados do Norte o consumo de recursos *per capita* equivale a 9,4 hectares globais (isto nos EUA; na Espanha atingiria 5,7), no Sul, a cota é notoriamente menor: 2,1 na China, 2,0 na Nicarágua, 1,3 na Nigéria e 0,5 em Bangladesh.

Nessa encruzilhada, no início dos anos 1970, alguns *think tanks* do capitalismo começaram a defender a necessidade de adotar estratégias de “Responsabilidade Social Corporativa” (RSC). Era a época dos primeiros relatórios sobre a urgência ambiental planetária, como o do Clube de Roma, em 1972, e do choque da primeira crise do petróleo na opulenta sociedade ocidental. Para esses ideólogos, os principais atores da economia internacional, as empresas transnacionais (ETNs), deviam passar à ofensiva em face das crescentes críticas quanto à sua responsabilidade pela crise global. Apesar da retórica do compromisso com os negócios “éticos”, que deu lugar à criação de uma fonte inesgotável de trabalho para profissionais do marketing a soldo das ETNs, a verdade é que o aspecto mais relevante da proliferação de códigos e estratégias de RSC é o fato de serem ações de caráter voluntário, não submetidas a nenhum mecanismo de avaliação participativa e independente. Isto é: a partir de sua própria concepção, são um instrumento de “cuidado de imagem” das próprias ETNs, que financiam e promovem o “produto” sem interferências nem controles regulatórios. À medida que a deterioração da situação socioambiental do planeta foi se acelerando, sob o impacto do turbocapitalismo financeiro controlado pelas ETNs, os programas e campanhas de RSC se multiplicaram e se sofisticaram (qualquer transnacional que se preze deve contar com uma fundação, um código de ética e um programa de garantias sobre o caráter “verde”, “solidário” e até “redistributivo para coletivos e sociedades empobrecidas”).

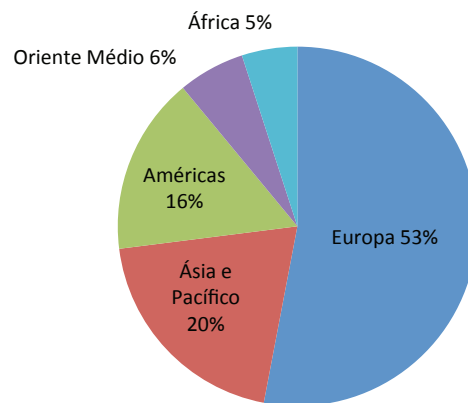
Infelizmente, existe um impressionante volume de provas documentais sobre a falsidade desse modelo de RSC, o único que realmente existe, tanto a nível global corporativo (www.corporatewatch.org; www.odg.cat; www.omal.info), como na pesquisa sobre suas muitas maneiras de se apresentar à sociedade internacional de consumidores, por meio das “marcas” (KLEIN, 2001; WERNER; WEISS, 2004).

O QUE O TURISMO TEM A VER COM TUDO ISSO?

Com o Ocidente em plena recessão, em 2012 bateu-se um recorde histórico no fluxo internacional de turistas: 1,035 bilhões de visitantes². Esse dado indica que, desde 1950, o volume de turistas se multiplicou por 41. Assim, a velocidade de crescimento da economia turística é cinco vezes maior que a da economia global. Esse é um primeiro indício de como a industrialização do turismo protagonizou um boom espetacular, superando até mesmo a história de sucesso do turbocapitalismo dos últimos decênios.

E isso não é tudo. De acordo com o World Travel & Tourism Council (o lobby que reúne as principais ETNs do setor), o turismo representa 9,4% do PIB mundial, 10,9% das exportações totais e 7,6% do emprego, pois teria gerado 220 milhões de postos de trabalho em 2008³. O reflexo territorial desse gigante econômico também é muito desigual:

Regiões turísticas por recepção



Fonte: OMT, 2009, p. 3.

Geograficamente e do ponto de vista da recepção, portanto, o turismo é um setor amplamente dominado pela hegemonia dos Estados do Norte (quase dois terços das viagens se dividem entre Europa, EUA, Canadá, Austrália e Nova

² Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (www.unwto.org).

³ Consultar www.wttc.org.

Zelândia), ao passo que a África, o continente mais pobre e carente de oportunidades de bem-estar, recebe escassos 5% dos turistas. As duas regiões situadas fora das áreas centrais do Norte que se destacam pela intensidade do uso turístico em relação a sua população e território são o Mediterrâneo (nas suas três costas continentais), com 250 milhões de turistas anuais, e o Caribe–México, mais a América Central, onde se concentram cerca de 50 milhões (OMT, 2009).

A oferta hoteleira apresenta duas características fundamentais: um crescimento enorme e a tendência à concentração. Em 1989, eram 10,8 milhões de quartos disponíveis, em 2005 chegaram a 16,3 milhões. Quanto ao grau de concentração, basta dizer que, se no final dos anos 1980 as duzentas primeiras cadeias controlavam 25% da oferta mundial, na metade da década passada, as dez primeiras ETNs dominavam 20% do mercado global (BUADES, 2006).

Quais são as dez primeiras companhias hoteleiras em escala mundial? O dado crucial é que, apesar da globalização, em 2007, oito delas continuavam a ter sua sede nos EUA, assim como doze das vinte primeiras. As demais, exceto a ETN chinesa Jin Jiang International Hotels (17ª colocada), estão domiciliadas na UE. Até a 50ª posição, encontramos somente quatro ETNs turísticas do Sul, e sempre em colocações discretas: outras três chinesas (Shangri-La Hotels & Resorts [35ª], Jin Ling Hotels & Resort Corp. [48ª] e Guandong International Hotels Management Holdings Ltd. [50ª]) e o Grupo Posadas de México [42ª].

Ranking 2007	Companhia Sede corporativa	Quartos 2007	Hotéis 2007
1	IHG (InterContinental Hotels Group) Windsor, Reino Unido	585.094	3.949
2	Wyndham Hotel Group Parsippany, N.J., EUA	550.576	6.544
3	Marriott International Washington, D.C., EUA	537.249	2.999
4	Hilton Hotels Corp. Beverly Hills, Califórnia, EUA	502.116	3.000
5	Accor Paris, França	461.698	3.871
6	Choice Hotels International Silver Spring, Maryland, EUA	452.027	5.570
7	Best Western International Phoenix, Arizona, EUA	308.636	4.035
8	Starwood Hotels & Resorts Worldwide White Plains, Nova York, EUA	274.535	897
9	Carlson Hotels Worldwide Minneapolis, Minnesota, EUA	146.600	969
10	Global Hyatt Corp. Chicago, Illinois, EUA	135.001	721

Fonte: Hotels' 325, 2008.

Ainda assim, é preciso destacar que o Investimento Direto das ETNs hoteleiras nos países do Sul continua sendo notoriamente baixo, já que apenas 18% de sua oferta de alojamento se localizada nessa porção do globo, especialmente no Caribe e na América Latina, embora se verifique um crescente investimento na Ásia Oriental (sobretudo na China) (Unctad, 2007).

O cenário de médio prazo previsto pela Organização Mundial do Turismo (OMT) é inquietante pela imensidão do crescimento iminente: nada menos que mais de 500 milhões de novos turistas no planeta até o final da próxima década. Tudo isso sem que haja mudanças relevantes quanto à geografia dos fluxos turísticos, já que, segundo essa previsão, o predomínio do Norte continuará praticamente incólume:

	1995	2010	2020	Cota (2020)
Mundo	565	1.066	1.561	100
Europa	336	527	717	45,9
Ásia Oriental e Pacífico	81	195	397	25,4
Américas	110	190	282	18,1
África	20	44	77	5,0
Oriente Médio	14	36	69	4,4
Ásia Meridional	4	11	19	1,2

Fonte: www.unwto.org

Como vimos, o boom da hotelaria mundial a partir da metade dos anos 1980 é paralelo à expansão sem precedentes do capitalismo financeiro. O ponto de contato, a sinergia que possibilitou esse fenômeno, foi a construção de uma enorme oferta turística sob a forma de *cluster* de negócio, em que ao hotel tradicional pode somar-se uma ampla gama de atrativos (de condo-hotéis a campos de golfe, passando por cassinos ou marinas). Para os fundos de investimento especulativo que caracterizaram o turbocapitalismo até a crise atual, a boa imagem social (a “indústria sem chaminés”, a do “passaporte para o desenvolvimento”) do investimento turístico permite, ao mesmo tempo, ocultar a origem obscura de boa parte de seus capitais e ao mesmo tempo obter lucros rápidos. Para as ETNs hoteleiras, a formação de parcerias estratégicas, com todo tipo de engenharia de investimento financeiro, proporcionava uma extraordinária liquidez que lhes permitia crescer numa escala impensável poucos anos atrás (BUADES, 2006, pp. 41-58). Esses benefícios mútuos disparavam ao veicular boa parte do fluxo financeiro e de capitais através da densa rede de paraísos fiscais (da City de Londres às ilhas Caiman, passando pela Bolsa de Nova York) que funciona como caixa-dois das ETNs que dominam o mundo acima de governos, leis e fronteiras. De fato, não existe ETN hoteleira que

não disponha de diversas sociedades-fantasma domiciliadas nesses buracos negros da economia internacional, à margem de qualquer controle público (CHAVAGNEUX; PALAN, 2007).

Essas rendas “ocultas” do setor são reforçadas pelo não lugar que o turismo ocupa na ciência política, por seu pouco peso acadêmico nas ciências econômicas e sociais e, sobretudo, sua “exótica” falta de regulação como atividade industrial a nível internacional e até local. Tudo isso aumenta seu atrativo para os conservadores interesses industrialistas, sempre temerosos de que “a política” invada tudo. O turismo é visto por eles como um dos últimos espaços em que a liberdade pode ser “desfrutada” indistintamente por pessoas e empresas (MUNDT, 2004).

Em suma: a indústria do turismo constitui um grande obstáculo à tarefa de avançar rumo a um mundo ecologicamente com futuro, onde as comunidades sejam levadas em conta e a democracia seja uma realidade cotidiana.

A SUPERPOTÊNCIA TURÍSTICA ESPANHOLA E SUA RESPONSABILIDADE GLOBAL

O famoso “milagre turístico espanhol” dos anos 1950 aos 1970 reflete o sucesso da Espanha franquista em atrair os tour operadores do Norte. A expansão foi de fato explosiva:

	Milhões de turistas
1950	0,4
1956	1,5
1960	6,1
1963	10,9
1970	24,1
1975	30,1
1995	62,4
2007	57,4

Fontes: Bote Gómez (1998) e www.iet.tourspain.es.

Dois fatores tiveram enorme influência para que a Espanha ficasse na moda, ambos de crucial importância para entender o poder atual das ETNs hispânicas. Primeiro, o franquismo aproveitou a conjuntura geopolítica (a Guerra Fria) para se posicionar como um destino seguro e ensolarado para o turismo do Norte, numa região em disputa (o Mediterrâneo). Depois, colocou-se ao alcance dos interesses dos poderosos tour operadores do Norte, a fim de que pudessem operar no país sem entraves fiscais, legais ou ambientais (BUADES, 2006, pp. 32-37). Essas duas “forças” do

modelo espanhol de industrialização turística de massa, a mais radical operada no Mediterrâneo na segunda metade do século XX, entrou em crise com o fim da “paz social” garantida pela ditadura e com a reforma democrática, a legalização dos sindicatos e a emergência de movimentos ambientalistas contrários à urbanização selvagem do litoral, a principal vítima territorial do produto-padrão da época (“Sun, Sand & Sex”).

O impasse foi resolvido com determinação a partir de meados da década de 1980, quando empresas turísticas emblemáticas como Sol Meliá e Barceló começaram a apostar em deslocalizar sua oferta em direção ao Sul. Sol Meliá pactuou com o ditador indonésio Suharto condições excelentes para seu primeiro estabelecimento no exterior (em Bali, em 1985), enquanto Barceló estreava, no mesmo ano, na República Dominicana, pela mão do todo-poderoso sócio local, Frank Ranieri, para iniciar a construção do seu novo paraíso com a marca “Bávaro” (BUADES, 2006 e 2009). Enquanto se desfaziam de suas propriedades e de uma parte da gestão de seus cada vez menos rentáveis estabelecimentos na Espanha (especialmente nos dois arquipélagos – Baleares e Canárias – e na costa peninsular mediterrânea), algumas empresas hispânicas que tinham crescido servindo de cabeça de ponte local para os tour operadores do Norte se metamorfosearam em poderosas ETNs. Aproveitando seu *know how* anterior a 1975, souberam buscar importantes aliados e padrinhos públicos e privados para garantir “mercados” cativos, sem riscos democráticos, sociais ou ambientais, onde fosse possível obter níveis de rentabilidade estratosféricos. O resultado salta aos olhos: a Espanha, a praia do Ocidente por excelência durante a Guerra Fria, é hoje uma superpotência turística planetária e conta com oito ETNs situadas entre as primeiras setenta do mundo.

Ranking	ETN	Quartos	Hotéis
15	SOL MELIÁ S.A. Palma de Maiorca, Baleares	75.022	301
21	NH Hoteles S.A. Madri	49.677	341
24	BARCELÓ Hotels & Resorts Palma de Maiorca	42.173	162
27	RIU Hotels & Resorts Palma de Maiorca, Baleares	36.512	102
31	IBEROSTAR Hotels & Resorts Palma de Maiorca, Baleares	31.000	97
63	H10 Hotels Barcelona	12.386	44
65	HUSA Hotels Group Barcelona	12.174	152
69	FIESTA Hotel Group Ibiza, Baleares	11.553	42

Fonte: Hotels' 325, 2008.

Juntas, as “Oito Grandes” controlavam, em 2009, cerca de 1.300 estabelecimentos hoteleiros e 280 mil vagas. O domínio balear-catalão é muito significativo. Se relacionarmos essas empresas a seus parceiros empresariais globais, sua relevância é ainda maior, considerando os laços da Sol Meliá com a Wyndham (a segunda ETN mundial) ou o controle da TUI (a 13ª do planeta) pelo consórcio Riu/Fiesta-Sirenis e a Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM). Todas elas estendem suas redes sobre as regiões em que operam, articulando-se com companhias aéreas, agências de viagem e, principalmente, com incorporadoras e entidades financeiras. Assim como ocorre com as dez maiores ETNs, sua principal fonte de negócios é a residencialização e a engenharia financeira em paraísos fiscais.

Um fato-chave é que mais da metade dessa oferta, com tendência crescente, está situada no exterior. México e Caribe, EUA, a hotelaria urbana da UE e os balneários mediterrâneos (do Marrocos à Turquia, passando por Itália, Croácia, Bulgária e Chipre) constituem os principais focos de negócio. Em regiões turísticas do globo como a República Dominicana, Iucatã, Cuba ou Canárias, as ETNs hoteleiras espanholas se tornaram as verdadeiras donas da economia (CAÑADA, 2009).

Finalmente, não teria sido possível às ETNs espanholas desenvolverem sua vocação exportadora sem a entusiástica colaboração do Estado espanhol, não apenas por meio de organismos públicos de apoio ativo à internacionalização, como o ICEX (Instituto de Comercio Exterior, com seus “planos país”), ou dos numerosos convênios de “cooperação turística”, para facilitar a remessa de lucros sem custo fiscal relevante para as ETNs, mas também com a participação crucial dos governos González, Aznar e Zapatero. Acima das diferenças partidárias, o estímulo e as facilidades concedidas pelos governos democráticos para que as ETNs turísticas se deslocalizassem foram firmes e cada vez mais radicais. Além da assinatura do neoliberal Acordo Geral sobre o Comércio de Serviços, da Organização Mundial do Comércio (OMC), a Espanha foi desmantelando todo controle real sobre os fluxos de capitais e sobre o regime de investimentos nacionais no exterior (BUADES, 2006, pp. 67-92).

Naturalmente, há algumas ETNs que acompanharam essa expansão global com crescentes demonstrações de seu compromisso com a sociedade e o meio ambiente. Infelizmente, a maioria delas se move no âmbito das ações pontuais e intermitentes, já que seis das Oito Grandes não dispõem sequer de um “código de ética” corporativo, isto é, uma simples declaração de intenções sobre o caráter benéfico e ambientalmente sustentável da companhia.

ETN	Fundação própria	Publica relatório anual	Código de ética	Programa ambiental	Programa de ação social	Investimento sobre EBITDA declarado (em milhões de €)
Sol Meliá	Não	Não	Não	Sim	Sim	1.6 m. / 349.2 m. € [0.4%]
NH	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	638.317€/283 m. € [0.2%]
Barceló ⁴	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	c. 1 m. € /122 [0.8%]
Riu	Não	Não	Não	Não	Não	?
Iberostar	Sim	Não	Não	Não	Não	?
H10	Não	Não	Não	Não	Não	?
Husa	Não	Não	Não	Não	Não	?
Fiesta –Sirenis	Não	Não	Não	Não	Não	?

Fontes: sites corporativos (consultados em 2009).

Só duas ETNs têm um “código de ética” (NH e Barceló), uma fundação própria (Barceló e Iberostar) ou um programa ambiental formal (Sol Meliá e NH). Três delas dispõem de programas de ação social (Sol Meliá, NH e Barceló). Justamente as três mais importantes são as únicas que publicam seus resultados brutos, anteriores ao recolhimento de impostos e taxas, bem como o investimento em RSC. Em todos os casos, o montante a fundo perdido – além de não se submeter a nenhuma auditoria independente, de muita de suas ações ter idoneidade questionável e, inclusive, de boa parte do valor ser amortizada com incentivos fiscais para seus próprios projetos – chama a atenção por sua insignificância. Assim, a correlação com os resultados brutos é de apenas 0,8%, no melhor dos casos (Barceló). No caso de Riu, Iberostar, H10, Husa e Fiesta-Sirenis, o compromisso real é desconhecido: simplesmente não publicam relatórios anuais.

Portanto, embora as ETNs espanholas se situem no topo do ranking global do setor turístico, surpreendentemente, seu compromisso, mesmo que formal, com a chamada RSC é muito limitado e desproporcional para empresas que se pretendem líderes globais.

⁴ Não inclui os resultados, não publicados, de Barceló Crestline, domiciliada nos EUA, que administra um terço dos hotéis do Grupo. Portanto, o investimento na RSC é aqui subestimado.

A RSC DA INDÚSTRIA TURÍSTICA: UM SUJO CADERNO DE CAMPO

As duas grandes plataformas globais do turismo internacional tentam, há anos, promover a ideia de compromisso do setor com a “responsabilidade social corporativa”. A OMT conseguiu que a ONU adotasse o “Código de Ética mundial para o turismo” (OMT, 2001) e, em setembro de 2008, lançasse o programa TOURPact.GC, voltado a mobilizar o apoio das empresas turísticas aos Objetivos do Milênio e à Declaração de Davos sobre a mudança climática e o turismo⁵. Como um influente lobby privado, o WTTC, vem publicando diversos relatórios de orientação estratégica, entre os quais se destaca o chamado “Corporate Social Leadership in Tourism & Travel” (WTTC, 2002).

Na origem desses esforços está a necessidade de edulcorar a dura realidade perante a opinião pública. Por um lado, o setor turístico demonstra um notável atraso na adoção de compromissos voluntários de reforma ambiental e social em relação a outros setores industriais, quando sua responsabilidade é maior. Além disso, apesar do crescimento em variedade e quantidade de objetivos (do respeito à Natureza ao repúdio do turismo sexual, passando pelo patrocínio do microcrédito para projetos de bem-estar comunitário), a tendência de fundo vai no sentido contrário.

Do ponto de vista de sua relevância, existem *três grandes buracos negros* que fagocitam qualquer efeito positivo das incontáveis pequenas medidas que algumas ETNs tentam adotar: o descuido ambiental, a insensibilidade social e a ameaça à democracia, tanto local como global.

O “DESCUIDO” AMBIENTAL

Os compromissos ambientais das *ETNs ignoram três problemas-chave* da crise global que afetam o planeta: *mudança climática, perda de biodiversidade e estresse hídrico*.

Normalmente, a ênfase costuma recair sobre o modo como o efeito estufa pode afetar a viabilidade do negócio turístico nas várias regiões do globo. Mas a verdade é que *os cálculos oficiais sobre o papel do turismo na deterioração do clima são cada vez mais preocupantes*. Um relatório do Programa Ambiental das Nações Unidas, por exemplo, chama a atenção para a subestimação do peso do setor na mudança climática. Para além dos propalados 5% de responsabilidade, se fosse considerado não apenas o CO₂, mas o conjunto de gases-estufa, o setor seria responsável por algo em torno de 14% das emissões. E mais: o relatório reconhece que esse cálculo ainda é conservador, porque não inclui o consumo de energia na construção de hotéis, aeroportos, estradas e rodovias.

⁵ Ver comunicado de 27 de setembro da OMT em www.unwto.org/media/news/sp.

Atendo-nos à emissão de CO², os 5% atribuídos à atividade turística estão ligados ao enorme impacto do transporte (cerca de 90%). O tipo de transporte utilizado está longe de ser indiferente: a aviação é responsável por cerca de 75% das emissões, ao passo que ônibus e trens, que contemplam 34% das viagens turísticas, produzem apenas 13% de CO². Por outro lado, embora as viagens aéreas de longa distância respondam por apenas 2,7% do turismo internacional, representam 17% das emissões de CO². Além disso, a responsabilidade é muito desigual, porque o turismo internacional é um produto do qual apenas 2% da população mundial (cerca de 140 milhões de pessoas) se beneficia (SIMPSON et al., 2008).

As previsões para o médio prazo são bem piores: até por volta de 2035, o turismo terá crescido 179% e sua contribuição para o efeito estufa, 188%, sobretudo devido à expansão do tráfego aéreo. Tudo isso num cenário em que o International Panel on Climate Change (IPCC) exige uma redução de 50% das emissões de gases-estufa atuais até por volta de 2050 (idem, 2008). Nesse contexto, até em veículos como o *Financial Times* é possível ler que, num futuro próximo, o turismo internacional “será visto como o inimigo ambiental número um” (TOMKINS, 2006).

Qual foi a reação das ETNs diante dessas evidências? Basicamente, atuar como lobby para impedir que o Protocolo de Kyoto e seu eventual substituto incluam qualquer referência a objetivos concretos de limitação do crescimento do transporte aéreo e, muito menos, de utilização de mecanismos de tributação ambiental para favorecer a redução das emissões. A aposta passa por entrar no “mercado das emissões de carbono” e introduzir o uso de biocombustíveis (OMT, 2007; WTTC, 2009). Ou seja, a ênfase está em melhorar a eficiência e minimizar o impacto das viagens individuais, deixando de lado qualquer mudança real na tendência de fundo: o crescimento constante e explosivo do transporte aéreo e do turismo internacional de longa distância da América do Norte e Europa para a Ásia oriental e o Pacífico, bem como para o Caribe e os Emirados Árabes, principais polos de atração turística no médio prazo.

Além do fator transporte, hoje não há exemplos de nenhum tipo de plano de solarização geral dos resorts, o que é absolutamente inacreditável quando a imensa maioria deles está situada nas áreas de maior radiação solar anual do planeta (Mediterrâneo, Caribe, Trópicos). Qual o sentido, então, de se vangloriar de um programa-piloto de substituição de lâmpadas incandescentes por iluminação eficiente, quando elas serão usadas em resorts com um desenho energético absolutamente insustentável no que diz respeito a tipologias, materiais, isolamento e refrigeração?

Uma *segunda fatura ambiental* é composta pela participação do turismo internacional na *perda de biodiversidade*, identificada na Cúpula da Terra do Rio de Janeiro, em 1992, como o outro grande desafio ambiental global. Assim, os investimentos das ETNs implicam na:

- *Colonização e artificialização turística de zonas tropicais* com alto valor ecológico, por ser o bioma mais rico do planeta (Costa Rica, Indonésia).
- *Devastação generalizada do litoral*, tanto do Mediterrâneo como do México e da América Central. A residencialização da oferta e a localização maciça de infraestruturas aeroportuárias, estradas e rodovias sacrifica continuamente praias, ecossistemas dunares, mangues, estuários e áreas protegidas. Se o exemplo da urbanização extrema da costa espanhola é de permanente atualidade, os litorais croata, turco, tunisiano e marroquino se assemelham cada vez mais a esse modelo.
- *Preferência pela localização em espaços insulares*, que, junto com os tropicais, abrigam os ecossistemas mais frágeis do planeta. Além das Baleares e das Canárias, as ETNs espanholas são as verdadeiras proprietárias da República Dominicana, Cuba, Jamaica e de Cabo Verde (BUADES, 2006, pp. 59-119).

O corolário dessa colonização turística de regiões tropicais, litorâneas e insulares é a utilização do apelo “natural” como gancho comercial re-quentado de velhos e novos “destinos” (de Maiorca à Costa Rica, passando pelo Brasil). As áreas protegidas são transformadas, assim, no cartão de visitas para atrair novos empreendimentos residenciais e turísticos que, quando materializados, provocam o desaparecimento ou a forte deterioração dessas áreas⁶. Segundo o Programa Ambiental das Nações Unidas, o turismo para as zonas mais ambientalmente ameaçadas do planeta teria dobrado na década de 1990 (CHRIST et al., 2003).

O *estresse hídrico* sempre acompanha a industrialização turística. Por um lado, as “necessidades” de consumo de água do setor são muito superiores às da população permanente. Assim, por exemplo, um turista consome 3,8 vezes mais água que um/a cidadão/cidadã de Lanzarote (nas Canárias), enquanto, em Barbados, esse consumo pode chegar a ser até 10 vezes maior (BUADES, 2008). Numerosas práticas suntuárias ligadas à oferta turística (como campos de golfe, piscinas ou parques aquáticos) fazem o consumo disparar. Um campo de golfe exige, por ano, a mesma quantidade de água que uma comunidade de 8 mil pessoas (GOV. MAIORCA, 2000).

A maioria das regiões turísticas mais exploradas se situa em zonas de escassez hídrica, ou acabam se transformando numa em consequência do superconsumo do turismo. Enquanto no Mediterrâneo a pressão turística

⁶ Para a situação na hiperturistizada Maiorca, visitar o portal www.salvemmallorca.org.

e residencial propugna por produzir água dessalinizada artificialmente para sustentar o crescimento a todo custo (transferindo o problema ao clima, pois a dessalinização gera grandes quantidades de CO²), no Caribe e na América Central, a disputa pela água se traduz em lutas cidadãs pela defesa de aquíferos ante a ameaça da sua privatização e de seu esgotamento nas mãos de ETNs turísticas e imobiliárias. É paradigmático o caso da mobilização em defesa do rio Nimboyore, no Guanacaste costarriquenho, contra projetos hoteleiros e residenciais como os de Sol Meliá em Playa Conchal e Reserva Conchal, ou de Riu e outras em El Coco e Ocotál⁷ (RAMÍREZ COVER, 2008).

A INSENSIBILIDADE SOCIAL

O mapa mundial da localização da oferta das ETNs também revela como a aposta na turistização, longe de representar uma melhora no bem-estar das comunidades afetadas, cria novos problemas.

Um primeiro indicador disso é o *grau de liberdade sindical e de respeito pelos direitos trabalhistas*. Nas Baleares, por exemplo, uma das regiões mais turistizadas do planeta, faz tempo que os sindicatos deixaram de atuar como tais, para se transformarem em gestores de subsídios públicos e em garantia para as ETNs de que o trabalho “normal” a que se pode aspirar é o “de temporada”, no melhor dos casos como “fixo-temporário” (sic), durante seis meses por ano (BUADES, 2006, p. 26). Em sua expansão para a América Latina, as ETNs espanholas têm exportado esse modelo de precarização. A confederação Rel-UITA denunciou o comportamento antissindical do conjunto das ETNs espanholas na América Latina, destacando o caso de Barceló, que permite seções sindicais em menos de um quarto de seus estabelecimentos. O caso mais extremo é o de Cuba onde, apesar de a sindicalização ser obrigatória, na realidade o acesso a um posto de trabalho em turismo depende do aval do regime comunista (REL-UITA, 2008). O tipo de emprego gerado pelo setor demanda mão de obra majoritariamente pouco qualificada, com baixa remuneração, enquanto os cargos de direção são reservados a uma elite de confiança (no caso das ETNs espanholas, executivos importados de suas regiões de origem). O desrespeito às normas de proteção sanitária e trabalhista levou a situações dramáticas até em países como a Costa Rica, que se jacta de ser a Suíça latino-americana. Assim, por exemplo, em novembro de 2008, a cadeia RIU “perdia”, no Guanacaste, um trabalhador da construção civil devido à superlotação e às condições insalubres dos barracões que dividia

⁷ Para que se tenha uma ideia da demanda hídrica gerada por esse polo de desenvolvimento turístico, consultar o site www.reservaconchal.com.

com outras 1.500 pessoas empregadas em projetos hoteleiros e imobiliários da região⁸.

Por outro lado, as expectativas de especulação imobiliária geradas pela implantação das ETNs turísticas transformam o *solo em palco de disputa* extremamente encarniçada entre as comunidades locais e os agentes da indústria do ócio. Em Maiorca, em 2005, o solo classificado como urbanizado ou urbanizável previa um teto populacional de 3,3 milhões de habitantes, quando a população fixa era de 700 mil pessoas. Quer dizer, um planejamento territorial a serviço das ETNs turísticas e imobiliárias previa multiplicar a população por quatro no médio prazo. De fato, àquela altura, já haviam sido construídas 1,4 milhão de vagas residenciais. Paradoxalmente, apesar da abundância teórica de habitação disponível (duas vagas por habitante), a maioria da população não podia ter acesso a uma moradia digna porque o mercado imobiliário era o mais caro da Espanha (GOV. MAIORCA, 2006). O boom imobiliário residencial para o mercado internacional, enquanto a população local se vê privada de moradia, tornou-se justamente a imagem de marca do litoral mediterrâneo espanhol nas últimas décadas (DÍAZ OURETA; LOURÉS, 2006). Em sua expansão sem fronteiras, as ETNs provocaram frequentes conflitos com as comunidades pelo uso da terra⁹. Muitas vezes, governos “amigos” tentaram facilitar a espoliação pura e simples de terras comunais de alto valor paisagístico e ambiental, como no caso da disputa pela conservação da Laguna de Apoyo, na Nicarágua (www.laprensa.com.ni, 13 nov. 2007). Em casos extremos, houve violência física. Na República Dominicana, são frequentes os assassinatos perpetrados por paramilitares a soldo de companhias turísticas e urbanizadoras na costa leste vizinha a Bávaro (www.listin.com.do, 9 abr. 2009). Em todo caso, o resultado é a falência das economias camponesas e locais, sem que a prosperidade econômica, os bons empregos e o bem-estar em áreas como educação, saúde ou serviços sociais cheguem à maioria (BAÑOS RAMÍREZ; CASTAÑEDA-NAVARRETE, 2007; BUADES, 2006, pp. 29-40).

Outro elemento relevante do impacto social das ETNs tem a ver com o *choque intercultural* decorrente de sua implantação. De fato, a industrialização turística costuma usar a paisagem e as comunidades como mero “cenário” sob a forma de “valor agregado” de um negócio que se quer rápido e descomplicado. O turismo poria em contato com o mundo “cosmopolita”, “moderno” e “monetarizado”, sociedades “atrasadas”, pitorescamente

⁸ Ver dossiê sobre o caso em www.turismo-responsable.org/denuncia/0903_riu_costarica.html.

⁹ É muito interessante o dossiê da Fundación Prisma de El Salvador sobre turismo e desenvolvimento imobiliário na América Central (www.prisma2.org.sv/web/Inmobiliario/index.htm).

“arcaicas” e “em vias de extinção” (SANTA ANA, 2004). A padronização de produtos e serviços inerente à indústria turística, independentemente de sua localização no globo, leva à aculturação e à erosão do capital social das comunidades afetadas. Além disso, o boom especulativo funciona como um ímã para a imigração maciça a essas zonas. Na ausência de qualquer estratégia de coesão social, o consequente boom migratório acelera a despersonalização e a fragmentação comunitárias (BOISSEVAIN, 1996; BUADES, 2007; JIMÉNEZ MARTÍNEZ; SOSA FERREIRA, 2007).

A AMEAÇA À DEMOCRACIA LOCAL E GLOBAL

As ETNS são indiferentes ao caráter democrático ou ditatorial dos sistemas políticos ao decidir suas localizações. Sua preferência está muito mais voltada para regimes “sem incerteza”, como os de República Dominicana, México, Indonésia ou Marrocos, do que para sistemas democráticos tradicionais. Como fizeram no campo de provas balear e espanhol, entre 1955 e 1975, trata-se de se garantir, por meio de uma poderosa rede de “amigos” locais, um quadro seguro de facilidades de investimento e de remessa de lucros para o exterior, incluindo baixos salários em empregos pouco qualificados, bem como o apoio do setor público para fornecer infraestruturas, cada vez maiores, de transporte (aeroportos, portos e rodovias), energia, água e saneamento. O objetivo é criar *clusters* de negócio em grande escala voltados para o crescimento quantitativo constante. Nesse sentido, as sinergias entre Sol Meliá e a ditadura de Suharto permitiram, em 1985, o primeiro salto internacional da primeira ETN espanhola. Hoje em dia, a pujança de Barceló seria inexplicável sem esse *know how* que lhe permite “fazer” a República Dominicana ou o Marrocos com segurança, com o respaldo de padrinhos locais como Frank Raineri ou Mohammed VI (BUADES, 2009).

As ETNs pressionam o Estado para que atue como facilitador de seus projetos, investindo o máximo de dinheiro público possível em infraestruturas para sustentar uma expansão constante em nível de vagas de alojamento e residenciais, sem esquecer seu papel ativo na comercialização do seu produto, através de campanhas milionárias de promoção no exterior. Naturalmente, as impressionantes quantias de dinheiro público postas a serviço dos interesses das ETNs fluem em prejuízo dos investimentos em desenvolvimento humano das sociedades teoricamente beneficiadas. Onde crescem aeroportos e rodovias, onde aparecem estações de tratamento de água e lixo, onde quantias fabulosas são dilapidadas em publicidade de férias em benefício de negócios privados, o investimento em educação básica e universitária, em saúde e bem-estar social costuma cair ou, simplesmente, desaparecer, como no caso da moradia social (BUADES, 2006, pp.

67-119). Quando os protestos da cidadania local pareceram ameaçar aqueles investimentos, fosse no México ou na Jamaica, as Oito Grandes não hesitaram em convocar os serviços de mediação e proteção tanto do presidente espanhol como do próprio rei (www.economista.es, 15 jul. 2007 e www.diariodeibiza.es, 21 fev. 2009).

Seja como for, a falta de transparência fundamental tem a ver com o aproveitamento da *engenharia financeira via paraísos fiscais*. Em janeiro de 2000, 140 Estados presentes na Organização Mundial de Comércio, o instrumento institucional crucial do turbocapitalismo, deram à luz o Acordo Geral sobre o Comércio de Serviços (GATS, na sigla em inglês). Ele criava um novo marco absolutamente favorável para os investimentos das ETNs de todo tipo, em qualquer país, *acima de suas legislações e normas econômicas, ambientais ou sociais*. O que transforma as ETNs num concorrente com os mesmos direitos que qualquer empresa ou iniciativa local. Assim, e dada a desigualdade entre umas e outras, criam-se condições para multiplicar abruptamente os projetos turísticos e imobiliários em amplas regiões do mundo. Todas as grandes áreas de desenvolvimento turístico se localizam em Estados que ratificaram o GATS, e os Estados que aspiram a se tornar novos e promissores “destinos” se apressam a ratificá-lo. Assim sendo, e para poder atrair a atenção das ETNs, as economias locais são submetidas a uma competição canibal em matéria de tributação, direitos sociais e trabalhistas e proteção ambiental. Quanto mais empobrecido o país, mais radical o desmantelamento de qualquer normativa de planejamento e supervisão democráticos sobre o território, a economia e o ambiente. Sem falar na privatização subsequente de bens sociais, como a água ou a terra (EQUATIONS, 2007).

Esse marco ultraliberal tão favorável chega ao paroxismo com a aposta das ETNs turísticas no fluxo financeiro através de paraísos fiscais¹⁰. Não existe nenhuma transnacional turística espanhola que não movimentasse boa parte de sua contabilidade nessa sombria rede de prestidigitação de capitais que escapa a todo controle internacional público. Sol Meliá, por exemplo, tem mais de vinte sociedades domiciliadas em paraísos fiscais como Ilhas Caiman, Antilhas Holandesas, Panamá, Luxemburgo ou Ilhas Jersey. NH prefere Luxemburgo e os Países Baixos. Barceló tem uma queda pela Suíça e pelo Panamá, enquanto Riu e Fiesta-Sirenis têm forte presença financeira em Aruba, Bahamas, Panamá, Chipre e Cabo Verde. Iberostar movimentava sua engenharia financeira através das Antilhas Holandesas. Graças a sua perspicácia, as ETNs conseguem, assim, ocultar suas verdadeiras contas de lucros e resultados da supervisão das comunidades onde operam (BUADES, 2006, pp. 66-87). O dinheiro não declarado

¹⁰ Ver www.taxjustice.blogspot.com.

afeta muito especialmente os Estados do Sul. Segundo a Oxfam, a sonegação fiscal planetária de particulares que deveriam pagar impostos no Sul totalizaria 124 bilhões de dólares por ano. Somando-se a parte proporcional dos mais de 200 bilhões adicionais que as ETNs subtraem do controle fazendário do Sul, os países empobrecidos teriam a seu dispor pelo menos o dobro do dinheiro que recebem sob a forma de ajuda ao desenvolvimento (cerca de 103 bilhões de dólares por ano)¹¹.

Finalmente, é preciso destacar como *a relação das ETN com os povos passíveis de acolher seus projetos baseia-se, até hoje, na chantagem*. As grandes transnacionais espanholas não hesitaram em formar um lobby por meio da plataforma Inverotel para conseguir de governos como o costarriquenho, o jamaicano, o dominicano e o mexicano condições ainda mais vantajosas para projetos em escalas cada vez mais gigantescas (www.caribepreferente.com, 28 abr. 2008). Em lugares como a Jamaica, diante das primeiras pressões populares e governamentais para que cumprissem a lei, as empresas preferiram se retirar ou congelar os novos empreendimentos, como forma de pressão, a acatar as decisões emanadas das instituições da República (www.jamaica-gleaner.com, 14 maio 2008). O mais grave é a orientação estratégica da missão das ETNs turísticas: seu objetivo é fazer negócios em locais seguros, e, para tanto, nada melhor que criar situações de crise que possam ser aproveitadas para fazer *tabula rasa* das comunidades que devem servir a seus projetos (KLEIN, 2007, pp. 385-405). Vista assim, a turistização manifesta-se como uma mutação radical das sociedades afetadas, que entram na lógica do neoliberalismo, do consumismo e da “modernização”, sem conseguirem melhorar sensivelmente seu bem-estar e seu desenvolvimento humano (CAÑADA, 2009).

CHAVES PARA A IMPRESCINDÍVEL RESPONSABILIDADE TURÍSTICA

Em vista da situação mundial, estamos diante de uma encruzilhada como civilização: a crise do turbocapitalismo pode acirrar a desigualdade, a miséria e os conflitos, ou pode revelar-se uma oportunidade para começar a fazer as pazes com o planeta, oferecer possibilidades de desenvolvimento humano à maioria empobrecida e ampliar os níveis de democracia real.

Como sabemos, por seu peso na economia mundial e sua responsabilidade na mudança climática, na exploração dos bens sociais e na colonização das comunidades empobrecidas do planeta, o que vier a acontecer com o turismo internacional será decisivo nos próximos anos. Partindo da premissa de que o menos ruim dos sistemas conhecidos é o do “mercado com

11 Consultar www.oxfam.org/es/pressroom/pressrelease/2009-03-13/control-paraisos-fiscales-liberar-millones-dolares.

democracia (também econômica)”, chegou a hora de mudar o marco operacional do turismo global. Apesar das diferenças “interculturais” entre as ETNs, os governos e as sociedades afetadas, há *três fatores que convidam à cooperação*:

O *tempo para agir*, salvando a qualidade de vida geral e garantindo o negócio turístico, *está acabando*. Temos poucas décadas pela frente para enfrentar de forma inteligente a mudança climática, o estresse hídrico, a devastação dos últimos biomas essenciais. Se não fizermos nada, boa parte dos “destinos” simplesmente desaparecerá (SIMPSON et al., 2008).

A *consciência de boa parte da classe ociosa internacional e de muitos proprietários e executivos das ETNs está mudando* e não se aceita uma mera “maquiagem” do produto.

Determinados tipos de turismo, sensíveis aos equilíbrios ambientais e geradores de bem-estar real nas comunidades que decidam democraticamente promovê-lo, podem ser decisivos para sustentar sociedades ameaçadas pela miséria e condenadas à emigração maciça.

O *ponto crucial é ir além* da multiplicação de “projetos-piloto” e microações em *soluções de “fim de tubo”*. Há anos que as ETNs e os governos vêm implantando ações demonstrativas pontuais. Por sua própria natureza, os resultados têm sido praticamente irrelevantes. O desafio urgente é *incidir em três campos “generalistas”* para que a RSC possa se traduzir numa prática real: *o ambiente, o bem-estar social das comunidades afetadas e a transparência econômica e democrática em escala local e global.*

Em primeiro lugar, a indústria turística tem de encarar uma *reforma verde da oferta*. As prioridades estratégicas deveriam passar por:

- *A ecologização das instalações e dos serviços existentes.* As ETNs poderiam implantar projetos de solarização e eficiência energética em todas suas posições, a fim de reduzir sua fatura em gases-estufa e a pressão por mais centrais termelétricas ou nucleares. Paralelamente, deveriam instalar, de forma generalizada, planos de redução do uso e reutilização de água e resíduos. Deveriam considerar, por exemplo, abolir campos de golfe e parques aquáticos nas regiões bioclimaticamente mais frágeis, como o Mediterrâneo ou o Caribe.
- *O apoio ativo e não parasitário à proteção da biodiversidade,* especialmente em florestas tropicais e áreas protegidas. Em vez do modelo “vitrine” (que faz das áreas protegidas um mero anúncio publicitário de empreendimentos hoteleiros e imobiliários), as ETNs poderiam contribuir economicamente para sua gestão

conservacionista e se comprometer a não implantar novas instalações e estabelecimentos em seu interior. Esse compromisso viria necessariamente conjugado ao da participação das comunidades e organizações cidadãs locais no seu planejamento e gestão, a fim de garantir que a proteção ambiental incluía também as sociedades que cuidaram desses espaços ao longo do tempo.

- *Priorizar o transporte regional sobre o transcontinental.* Isto passaria por fixar um teto global para o transporte aéreo de longa distância no marco dos acordos de proteção do clima que substituirão o Protocolo de Kyoto. A indústria turística poderia se tornar parte signatária do novo Protocolo. Naturalmente, o objetivo seria priorizar a oferta de viagens intracontinentais ou regionais, aumentando o uso do transporte coletivo e de superfície (trem, ônibus) ou marítimo, que têm um impacto climático muito menor que o avião.
- *Reduzir o transporte de materiais e alimentos,* adaptando-se à oferta local. Uma parte muito importante dos serviços (a alimentação) e inclusive das instalações (materiais de construção, revestimentos) têm um custo ecológico extremo por serem importados, até de regiões remotas. Tudo o que permitir recorrer à oferta local ou regional melhoraria o equilíbrio ambiental global.

Os resultados dessa nova “missão” das ETNs turísticas deveriam permitir reduzir de maneira sensível sua pegada ecológica em termos biofísicos. Para uma comparação significativa, numa sociedade tão radicalmente turística como a balear, a pegada ecológica atual – equivalente a quase seis vezes a capacidade bioprodutiva da região – deve ser minimizada, e a própria indústria tem uma larga margem de responsabilidade nisso (MURRAY, RULLAN; BLÀZQUEZ, 2005).

Paralelamente, chegou a hora de *vincular a rentabilidade empresarial à real melhoria das condições de vida das comunidades locais* afetadas pela indústria turística. Haveria quatro direções essenciais de dignificação da RSC das ETNs:

- *Fomentar a livre sindicalização e favorecer a participação* dos trabalhadores e das trabalhadoras na tomada de decisões estratégicas das empresas.
- *O emprego e, se for o caso, a formação profissional de quadros diretivos locais* para as filiais dos Estados do Sul, evitando o colonialismo na estrutura do pessoal (estrangeiros em postos de direção; locais somente nos níveis menos qualificados).

- Oferecer um *fundo social à parte trabalhadora* que garanta vantagens em matéria de moradia social, assistência médica, apoio à formação profissional e escolarização.
- A *inclusão do uso das línguas locais nos serviços oferecidos*, bem como o *respeito pelas tradições culturais próprias* do lugar.
- Exercer um *mecenato acordado com as associações e líderes locais* para favorecer a educação e a saúde, serviços sociais, bolsas de estudos universitários e a implantação de novas tecnologias de uso coletivo.

Dada a importância da cooperação ambiental e social, seus *progressos não serão duradouros sem a garantia de transparência econômica das ETNs*. Isso exigirá que, se quiserem continuar vivendo da demanda turística, as próprias transnacionais, *motu proprio, ou por exigência dos governos e das comunidades*, se abram à participação de processos de criatividade democrática inéditos. Para que o planeta seja ambientalmente viável, é preciso que empresas como Sol Meliá, Barceló ou Fiesta deixem de operar a seu bel-prazer, à margem de toda regulação democrática internacional e sem que nenhuma instância independente e com participação das associações de prestígio das comunidades onde realizam seus negócios possam fiscalizar se elas cumprem ou não com sua responsabilidade social.

É urgente que as ETNs emitam sinais claros do seu desejo de mudança em prol das comunidades e do ambiente. Nesse sentido, poderiam, por exemplo:

- *Tornar pública sua contabilidade domiciliada em paraísos fiscais* para as fazendas públicas dos Estados onde estão implantadas. Isso permitiria que as comunidades empobrecidas e exploradas turisticamente recuperassem os ganhos que deixam de receber por evasão fiscal, que serviriam para financiar programas de desenvolvimento humano absolutamente urgentes.
- Comprometer-se a *reinvestir parte dos lucros nas sociedades turisticizadas em programas conservacionistas e de bem-estar comunitário*, partindo sempre do pressuposto de que deve existir um marco normativo legal que garanta a participação da cidadania local na tomada de decisões e em seu acompanhamento.
- *Participar ativamente e de maneira regrada nos processos da Agenda 21* global, regional e local em andamento, junto com outros setores (institucionais, sociais e especializados).
- *Adotar como setor uma estratégia de RSC acordada* que permita ganhar volume e capacidade de incidência relevante nas áreas-chave citadas, além de incrementar a credibilidade de seu grau real de sensibilidade ética perante a cidadania mundial.

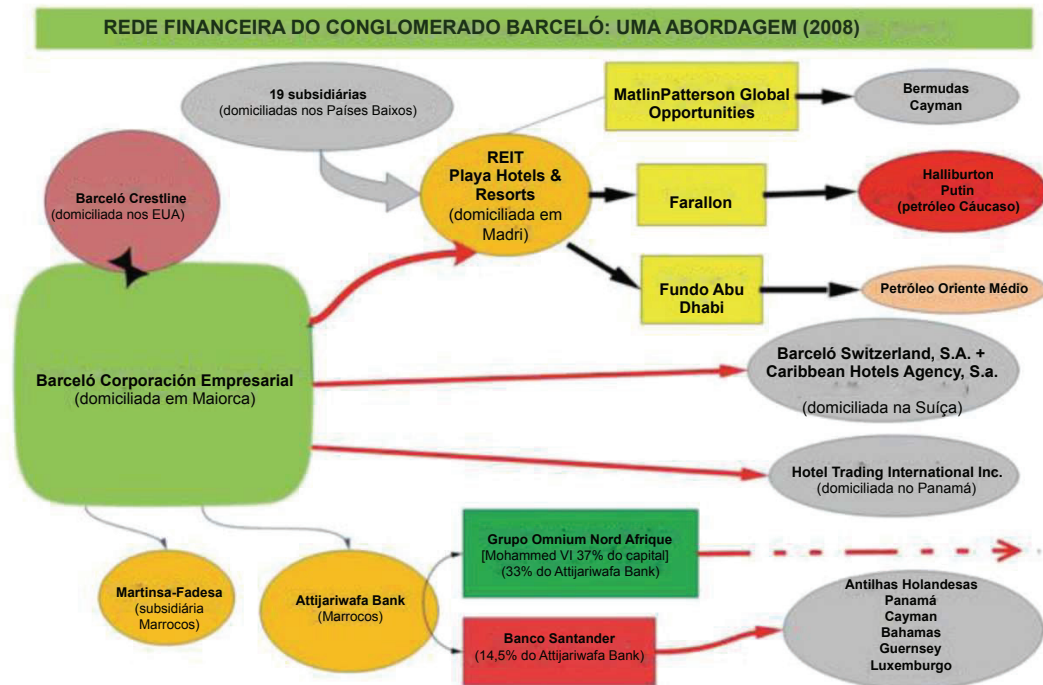
- *Experimental fórmulas de supervisão independentes do próprio setor* na hora de programar, avaliar e melhorar os compromissos da RSC. Obviamente, as ONGs de reconhecido prestígio internacional e local deveriam ser partícipes destacados desses processos.

Logicamente, nesse percurso, é bem provável que a missão, os valores e a marca das transnacionais mais arrojadas no respeito pelo bem comum se transformem a tal ponto que seu valor agregado brilhe com luz própria aos olhos da opinião pública mundial.

Em todo caso, as comunidades não devem deixar as decisões nas mãos das próprias transnacionais, já que o risco de serem pisoteadas, ignoradas e exploradas se confunde com a história real das ETNs turísticas. Por isso, *o ponto decisivo para que exista RSC é ganhar democracia econômica, capacidade de regulação pública sobre suas intervenções e manobras, bem como a vertebração de comunidades vivas e fortes em que a prioridade não seja simplesmente aprovar ou rejeitar projetos turístico-imobiliários, e sim poder exercer a faculdade de decidir que tipo de vida, que tipo de economia e de bem-estar coletivo queremos.*

Sem autênticas democracias locais, sem governança democrática mundial com capacidade de controle dos fluxos financeiros e da ética empresarial das transnacionais turísticas, a ideia de RSC continuará sendo parte do departamento de marketing de cada ETN, sem nenhum peso relevante no equilíbrio ambiental e social global. Até agora, amargamos a fase neoliberal da RSC, aquela que deixava cada empresa à vontade para decidir o que e como fazer as coisas acima de qualquer regulação pública e participação social. O resultado teria feito a alegria de Milton Friedman, que falava do “perigo” do conceito de “responsabilidade social corporativa”, porque constituiria uma doutrina “subversiva” numa sociedade livre. Para o ideólogo mais radical do neoliberalismo, a única responsabilidade social que se poderia exigir de uma transnacional seria aumentar seus próprios lucros (www.nytimes.com, 13 set. 1970). Para além de sua crescente retórica sobre a RSC e seu altruísmo, as ETNs turísticas espanholas têm se dedicado basicamente a acumular fortunas ao redor do mundo, sem nenhuma consideração com o ambiente, os direitos sociais e a democracia. Em plena hecatombe financeira e social provocada pela aplicação do receituário neoliberal, hoje sabemos que Friedman e seus acólitos não tinham em conta que a sobrevivência do negócio turístico é cada vez mais indissociável do cuidado do ambiente do qual se nutre, do respeito pelas pessoas e comunidades onde se estabelece e de exibir mãos limpas num planeta em que a exigência de uma verdadeira democracia mundial encontra um eco cada vez maior.

ANEXO 1



Fonte: Buades, J. (2009).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAÑOS RAMÍREZ, Othón; CASTAÑEDA-NAVARRETE, Jennifer. Las tres economías de una región ganadora: la península del Yucatán, 1970-2004. *Comercio Exterior*, 357 (4 y 5), pp. 314-322; 392-404, 2007.
- BOISSEVAIN, Jeremy. *Coping with tourist: European Reactions to Mass Tourism*. Oxford: Berghahn Books, 1996.
- BOTE GÓMEZ, Venancio. El desarrollo del turismo en España: cambio de rumbo y oportunidades científicas. *Revista Valenciana d'Estudis Autònòmics* (25), pp. 29-43, 1998.
- BUADES, Joan. *Exportando paraísos: La colonización turística del planeta*. Palma: La Lucerna, 2006.
- _____. Migraciones: El imán de la especulación turística e inmobiliaria. *Ecología política. Cuadernos de debate internacional* (33), pp. 65-66, 2007.
- _____. Dessalar la Mediterrània? De quimera, negocis i béns comuns. *Scripta Nova. Revista electrònica de geografia y ciencias sociales*, XII (270(30)), 2008.
- _____. *Do not disturb, Barceló: Viaje a las entrañas de un imperio turístico*. Barcelona: Icaria, 2009.

CAÑADA, Ernest. *El Imperio Turístico Balear “donde nunca se pone el sol”*. Entrevista con Joan Buades y Macià Blàzquez. Manáguia: Albasud, 2009.

CHAVAGNEUX, Christian; PALAN, Ronen. *Les paradis fiscaux*. Paris: La Découverte, 2007.

CHRIST, Costas, HILLEL, Oliver; MATUS, Seleni; SWEETING, Jamie. *Tourism and Biodiversity: Mapping Tourism’s Global Footprint*. Washington: Conservation International e United Nations Environment Programme, 2003.

DÍAZ OURETA, Fernando; LOURÉS, María Luisa. Housing, tourism and the real state sector: The Spanish Mediterranean Coast. *Housing in an expanding Europe: theory, policy, participation and implementation*. Ljubljana: Urban Planning Institute of the Republic of Slovenia, 2006. Disponível em <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2775/1/W24_DiazLoures.pdf>.

EQUATIONS. Expansión del turismo internacional y liberalización de los servicios. In *Tricontinental, Turismo de hoy: Ganadores y Perdedores*. Alternativas meridionales, pp. 27-61. Madrid: Popular, 2007.

GOVERNO DE MAIORCA. *Camps de golf: “Lobos con piel de cordero”*. Palma: Gov. Maiorca, 2000.

_____. *Salvem Mallorca*. Palma: Governo de Maiorca, 2006.

HOTELS’ 325. *Corporate 300 Ranking 2007*. 7 set. 2008. Disponível em <<https://futurehospitalityleaders.files.wordpress.com/2012/10/2008-july-hotels-325.pdf>>.

JIMÉNEZ MARTÍNEZ, Alfonso de Jesús; SOSA FERREIRA, Ana Pricila. *Cocktail Cancún: Reflexiones sobre los impactos sociales del turismo en la comunidad local*. Cancún: Universidad del Caribe, 2007.

KLEIN, Noemi. *No Logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós, 2001.

_____. *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*. New York: Metropolitan Books, 2007.

MUNDT, Jörn. W. *Tourismuspolitik*. Munich: Oldenburg, 2004.

MURRAY, Ivan; RULLAN, Onofre; BLÀZQUEZ, Macià. Las huellas territoriales de deterioro ecológico. El trasfondo oculto de la explotación turística de Baleares. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, IX (199), 2005. Disponível em <<http://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/909/886>>.

Organização Mundial do Turismo (OMT). *Código ético mundial para el turismo*. Madrid: Nações Unidas e Organização Mundial do Turismo, 2001.

_____. *De Davos a Bali: La contribución del turismo al reto del cambio climático*. Madrid: Organización Mundial do Turismo, 2007. Disponível em <<http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ccbrochdavbalmembbgsp.pdf>>.

_____. Breve visión general de las tendencias clave. *Barómetro OMT del turismo mundial*, 7 (1), p. 3, 2009.

RAMÍREZ COVER, Alonso. *Turismo como nuevas forma de acumulación y conflictividad socio-ambiental relacionada a los recursos hídricos: Perspectivas para Guanacaste*. San José: Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad de Costa Rica, 2008.

REL-UITA. *Las cadenas hoteleras españolas en América Latina y las libertades sindicales*. Buenos Aires: Rel-UITA, 2008.

SANTA ANA, Mariano de. *Paisajes del placer, paisajes de la crisis*. Teguique: Fundación César Manrique, 2004.

SIMPSON, Murray C. et al. *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*. Paris: UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO, 2008. Disponível em <<http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx1047xPA-ClimateChange.pdf>>.

TOMKINS, Reggie. Welcome to the age of less. *Financial Times*, 11 nov. 2006.

TOURISM Watch; EVANGELISCHER Entwicklungsdienst. *Climate Change, CSR and Tourism: Decision Makers Need to Act*. Bonn: EED, 2009. Disponível em <[https://www.tourism-watch.de/files/ClimateChange%2C CSR and Tourism.pdf](https://www.tourism-watch.de/files/ClimateChange%2C%20CSR%20and%20Tourism.pdf)>.

UNCTAD. *FDI in Tourism: The Development Dimension*. New York/ Geneva: United Nations, 2007. Disponível em <www.unctad.org/en/docs/iteiia20075_en.pdf>.

WERNER, Klaus; WEISS, Hans. *El libro negro de las marcas: El lado oscuro de las empresas globales*. Barcelona: Debate, 2004.

WTTC. *Corporate Social Leadership in Tourism & Travel*. London: WTTC, 2002. Disponível em <http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT_2002-11-01_00149.pdf>.

_____. *Leading the challenge on climate change*. London: WTTC, 2009. Disponível em <<https://www.cisl.cam.ac.uk/publications/publication-pdfs/leading-the-challenge-on-climate-change.pdf>>.