

Turismo humanitario: una ayuda que entorpece la salud pública

Humanitarian tourism: aid that hinders public health

Iván Renato Zúñiga Carrasco,* Janett Caro Lozano†

* Jefe del Departamento de Epidemiología. UMF Núm. 223, IMSS, Lerma, México.

† Jefa del Departamento de Epidemiología. HGZ C/MF Núm. 1, IMSS, Chetumal, Quintana Roo.

RESUMEN

El turismo humanitario ha proliferado gracias al gran número de Organizaciones No Gubernamentales que lucran con situaciones de contingencia. En ocasiones no hacen más que obstaculizar los verdaderos servicios a los damnificados y a aquéllos que realmente están laborando en la zona de desastre. El turismo humanitario en apariencia tiene el propósito de ayudar a las víctimas, pero la realidad es que cumple el objetivo que persigue toda actividad turística: ocio y esparcimiento. Podemos ver a los turistas humanitarios tomarse fotos con cubrebocas y casco tomando *selfies* con sus celulares y como fondo el paisaje de contingencia, de las calles convertidas en escenas de desolación subiendo a sus redes sociales fotos y videos para ganar prestigio y ser tendencia.

Palabras clave: Turismo humanitario, desastres, contingencia, protagonismo, *selfie*, redes sociales.

Cuando hay un desastre natural en cualquier parte no sólo en México, sino en el mundo, la conciencia de muchas personas se mueve con el propósito de ayudar a sus semejantes que están viviendo condiciones bastante críticas. En el año 2007 en el centro y municipios conurbados del estado de Tabasco ocurrió una gran inundación de grandes magnitudes nunca antes vista en el estado y en las últimas décadas en el país. Se formó el Comité de Desastres, se comenzaron a realizar acciones propias de las brigadas de salud, las cuales ya están bien establecidas en todos los municipios del país; una semana y media después de las inundaciones cuando ya se tenía acceso por vía terrestre comenzó a llegar la «ayuda de voluntarios» deseosos de

ABSTRACT

Humanitarian tourism has proliferated thanks to the large number of Non-Governmental Organizations that profit from situations of contingencies; sometimes they do nothing but hinder the true services to the victims and those who are really working in the disaster area. Humanitarian tourism apparently has the purpose of helping the victims but the reality is that it fulfills the purpose pursued by all tourist activity: leisure and recreation. We can see the humanitarian tourists take pictures with mouths covers and helmets making selfies with their cell phones as background the landscape of contingency, of the streets turned into scenes of desolation uploading to their social networks photos and videos to gain prestige and to be a trend.

Keywords: Humanitarian tourism, disasters, contingency, protagonism, *selfie*, social networks.

apoyar en las actividades de rescate y «donde se necesitaran manos». Llegaron grupos de *scouts*, voluntarios de diversas profesiones, rescatistas, residentes de especialidades, entre muchos otros. Para quien no está en la zona de desastre pensaría que esto es algo muy noble y excelente para apoyar a las personas locales, pero la situación más delicada era dónde se va alojar a tanta gente y qué actividades van hacer. En realidad muchas de estas personas sólo venían a entorpecer las actividades que ya se tenían programadas para el día. Un ejemplo fueron los *scouts*, había niños y niñas de edades entre ocho y 15 años que en vez de ayudar se estaban exponiendo severamente a enfermedades emergentes y reemergentes posteriores a un desastre, este mismo riesgo lo corrían los voluntarios; rescatistas de diversas corporaciones querían imponer sus actividades urbanas no compatibles

Financiamiento: Ninguno. Conflicto de intereses: Ninguno.

con el evento del que se trataba conflictuándose con el personal que tiene años de experiencia en desastres. En el caso de los médicos y residentes no se les necesitaba para el tipo de contingencia, pues los servicios estatales de salud ya estaban atendiendo la necesidades de salud, lo único que hacían era esperar el momento de regresar a sus hospitales de origen; el turismo humanitario estaba presente sin generar ningún beneficio, sólo obstruir las labores diarias.^{1,2}

El turismo humanitario se ha disimulado como vacaciones al extranjero, también conocidas como «vacaciones solidarias» o «voluntariado», las cuales han aumentado en los últimos años un 20% según la Organización Mundial del Turismo (OMT). Empresas del sector turístico se benefician con estas nuevas formas de turismo: desastres, humanitarismo, etcétera. Diversas agencias en apariencia se manejan como asociaciones no lucrativas para promocionar sus viajes solidarios. Estas agencias preguntan a los visitantes en su página web si son viajeros responsables y si les alienta iniciar «el gran proyecto de su vida» en algunas comunidades dentro del país o en el extranjero. El voluntariado-turismo es una oferta atractiva, un proyecto que reviste solidaridad, pero su fin verdadero es acumular ingresos. No menos importantes son los objetivos que mueven a los turistas a contratar sus vacaciones solidarias. La buena intención es innegable, pero una buena intención no siempre implica una aportación positiva. De hecho, se han sumado quejas de comunidades contra los voluntarios por construir instalaciones innecesarias e inútiles o por prestar servicios absurdos que los habitantes no piden ni necesitan. Tanto la agencia como los viajeros desconocen por completo las necesidades de esos pueblos y sobre todo dan por hecho que ellos podrían mitigarlas. El voluntariado se desvirtúa si se compara con el ocio tranquilizador de conciencias. Vivir una experiencia solidaria debe ser consecuencia de un voluntariado con formación y preparación.

El turismo humanitario ha proliferado gracias al gran número de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que lucran en situaciones de contingencia y/o desastres, en ocasiones se promocionan ofreciendo sus productos o servicios a los damnificados y no hacen más que obstaculizar a aquéllos que realmente están laborando en la zona de desastre. Cuando existen señalamientos y/o acusación en medios de comunicación y redes sociales, los representantes de las ONG muestran su desacuerdo

justificando que cualquier ayuda es buena, provenga de pequeñas o grandes instituciones solidarias y que pese a la existencia de casos puntuales, la gran mayoría trabaja sin remuneración o de manera desinteresada.

El turismo humanitario en apariencia tiene el propósito de ayudar a las víctimas y mostrar protección al desposeído, pero la realidad es que cumple el fin que fundamentalmente persigue toda actividad turística: ocio y esparcimiento. La mayor parte de los visitantes pasan de espaldas frente a una zona en situación de desastre, no apoyan en las labores de contingencia, sólo acuden a tomarse una *selfie* con sus sonrisas y orgullosos rostros. Podemos ver a los turistas humanitarios tomarse fotos con cubrebocas y casco que describen a través de sus celulares el paisaje de contingencia, de las calles convertidas en escenas de desolación, salen con la imagen digitalizada que muestra un categórico: «yo estuve allí».

Ha sido posible atestiguar legiones de visitantes atraídos por el morbo que supone la tragedia ajena, es la misma fascinación que un grave accidente en una vialidad ejerce en los curiosos o en el resto de los automovilistas que pasan por la escena conduciendo lentamente para bajarse, tomarse una foto como dando a entender en las redes sociales que formaron parte de los supervivientes.

El turismo humanitario no respeta clases sociales, edad o sexo, puede uno apreciar al igual señoras elegantes que viven en colonias residenciales que visten pantalones de 500 dólares comprados en el extranjero con el pelo recogido en pañoletas de marcas prestigiosas que a jóvenes de barrios populares que atestiguan que el desastre también puede cebarse en contra de los pudientes. Unos y otros portan chalecos de rescatista, cubrebocas y algún casco protector y comienzan a deambular por el «tour» improvisado en las zonas siniestradas. Cuando las autoridades en algún momento llegan a difundir que hay demasiados voluntarios, ricos y pobres regresan por donde llegaron, eso sí con el corazón pleno y gratificado por haber sentido el deseo de ayudar al prójimo y por estar en posibilidades de subir la foto en todas sus redes sociales para demostrarlo.³ Hay personas que acuden a apoyar en rescates, remoción de escombros o selección de víveres e insumos para la contingencia, pero lo hacen con la única finalidad de que si encuentran joyas, dinero o algo de valor lo guardan para sí, algunos desvían los insumos obtenidos de donaciones a sus

domicilios justificando que ellos se merecen algo por ayudar.

Tener la oportunidad de viajar y conocer mientras se comparte conocimiento con comunidades vulnerables no es tan fácil como parece; hay voluntarios que no investigan el lado ético de la organización o sólo quieren acudir con el único fin de tomar fotografías, ya sea para subirlas a las redes sociales o para exponerlas en una galería de la colonia más pretenciosa de su ciudad.

Existen cuatro áreas de oportunidad detectadas:

- No todas las agencias u organizaciones de voluntarios son de fiar. Diversas organizaciones carecen de transparencia financiera y no trabajan de cerca con las comunidades locales (incluso si dicen que lo hacen), no tienen proyectos sustentables a largo plazo. El trabajo puede terminar siendo más provechoso para el voluntario que para las comunidades. Las páginas web que venden estas experiencias hacen énfasis en la autorrealización del cliente, poniendo las necesidades de quienes acogen al voluntario en segundo plano. En ocasiones los voluntarios no están capacitados o calificados porque creen que es legítimo ir a «practicar» algo que no pueden hacer todavía en lo suyo.
- El trabajo voluntario puede perturbar las economías locales y fomentar la dependencia. Participar en estos proyectos puede promover los estereotipos y las relaciones desiguales de poder.
- Estas «vacaciones» convierten la ayuda y el cambio social en una mercancía. El problema con mercantilizar la ayuda es que se ofrece el cambio social como algo que se puede comprar como cualquier otro producto.
- El voluntariado irresponsable comienza por viajar por razones equivocadas, hace el tipo de trabajo equivocado y tiene una mentalidad confusa.

Entre las personalidades de los voluntarios se identifican:

- Los que quieren ser «héroes». Acudir por querer «salvar» a las personas viajando a países en vías de desarrollo o en situación de desastre.

- Imponer valores propios a las comunidades que acogen a los voluntarios y descuidar sus necesidades.
- Hacer trabajo para el que no se está calificado o entrenado.

Aunque muchos de estos errores de comportamiento a menudo se producen involuntariamente, la «iniciativa» termina implicando el gasto de miles de dólares por una estancia de dos semanas con un impacto cero y hasta negativo en las comunidades.^{4,5}

CONCLUSIÓN

Cuando exista la necesidad de acudir a brindar apoyo humanitario en alguna contingencia o comunidad, es recomendable evitar el protagonismo tan desagradable que entorpece las acciones que lleva a cabo personal con amplia experiencia en urgencias y desastres, los cuales saben qué hacer y cómo hacerlo; ya que al querer implementar algo no validado por organizaciones internacionales puede haber una ruptura en los procesos aceptados mundialmente, generando un desequilibrio ya sea en los damnificados o personas que están en situaciones de pobreza extrema o comunidades emergentes que tienen sus propios usos y costumbres.

REFERENCIAS

1. Zúñiga CI, Baeza B, Bernal A, Muñoz W, Domínguez M. Casos de leptospirosis posterior a la gran inundación en el Municipio de Centro, Estado de Tabasco, 2007. *Enf Inf Microbiol*, 2011; 31 (1): 33-37.
2. Operativo para la Seguridad en Salud por inundaciones, octubre-diciembre 2007. Informe de cierre de actividades. Villahermosa, Tabasco. 20 de diciembre, 2007.
3. Zepeda PJ. Turismo humanitario y otras infamias. *El País*. 28 septiembre 2017. [Consultado: 27/08/18] Disponible en: https://elpais.com/internacional/2017/09/27/mexico/1506548759_742191.html.
4. Sevilla A. Turismo... ¿humanitario? *El País*. 29 de agosto 2016. Tercera vía. [Consultado: 27/08/18] Disponible en: <http://terceravia.mx/2016/08/turismo-humanitario/>.
5. How to Communicate The World: A Social Media Guide For Volunteers and Travelers. Radi Aid. Norwegian Students' & Academics' International Assistance Fund.

Correspondencia:

Dr. Iván Renato Zúñiga Carrasco

E-mail: ivan.zuniga@imss.gob.mx