

2020

INFORMES EN CONTRAST

13 TURISME RESPONSABLE

TURISME DE VOLUNTARIAT

Caracterització i debats d'un fenomen global.

MARTA SALVADOR ALMELA





INFORMES EN CONTRAST
13

**Turisme de voluntariat.
Caracterització i debats d'un fenomen global.**

Marta Salvador Almela

Alba Sud Editorial
Sèrie Informes en Contrast, núm. 13, 2020

Aquest informe ha estat realitzat en el marc del projecte «Plataforma de recerca en turisme, drets humans i equitat de gènere sobre Amèrica Llatina» amb el recolzament de l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament (ACCD) de la convocatòria de subvencions per a projectes d'educació per al desenvolupament, 2019.



Del text:
Marta Salvador Almela



D'aquesta edició:
Alba Sud Editorial
info@albasud.org
www.albasud.org

Coordinació editorial: Ernest Cañada i Ivan Murray

Diseny gràfic: Boixader & Go
Fotografia de portada: Breezy Baldwin, sota llicència de creative commons

Barcelona, 2020
ISBN: 978-84-09-24461-4



Marta Salvador Almela

Graduada en Turisme per la Universitat CETT-UB, centre adscrit a la Universitat de Barcelona. Actualment col·labora amb Alba Sud des d'on fa recerca i publica articles disponibles al seu blog: [Més enllà de fer turisme](#). També és autora d'articles científics diversos a revistes indexades. Les seves investigacions estan centrades en l'àmbit del turisme i el desenvolupament, com el turisme de voluntariat, a més d'un interès per les dimensions ètiques de les pràctiques turístiques que tenen lloc tant al Nord com al Sud Global.



ÍNDEX

Grup de turistes de voluntariat.
Font: Proyecto Asis, sota llicència de creative commons.

- pàg. 5 **1. Introducció**

- pàg. 10 **2. Les organitzacions de turisme de voluntariat**
 - 2.1. Recomanacions d'actuació

- pàg. 16 **3. Els turistes de voluntariat**
 - 3.1. Les motivacions per a realitzar voluntarisme
 - 3.2. Els impactes positius de l'experiència
 - 3.3. Els impactes negatius de l'experiència

- pàg. 28 **4. Les comunitats locals**
 - 4.1. Els impactes positius de l'experiència
 - 4.2. Els impactes negatius de l'experiència

- pàg. 32 **5. Conclusions**

- pàg. 38 Referències bibliogràfiques

1. INTRODUCCIÓ

El turisme de voluntariat, també anomenat volunturisme, generalment es considera un **tipus de turisme que combina el fet de viatjar amb realitzar un voluntariat al país de la destinació**. Una de les definicions més utilitzades en l'àmbit acadèmic és la de Stephen Wearing (2001): el turisme de voluntariat engloba aquells turistes que, per motius diversos, fan voluntariat d'una manera organitzada mentre estan de vacances i que pot implicar ajudar o alleugerir la pobresa material d'alguns col·lectius de la societat, la restauració de certs entorns o la recerca d'aspectes de la societat i el medi ambient.

En els seus inicis, el turisme de voluntariat va començar a considerar-se un mitjà per a que els turistes accedissin a una experiència més autèntica i integradora dins de la comunitat d'acollida, una opció poc contemplada en el turisme massiu convencional (Gofrey et al., 2019). Aquest fet s'associa amb la transformació dels mercats turístics cap a formes post-fordistes de consum que ha contribuït a incrementar l'interès d'un mercat potencial cap a aquestes modalitats. El post-fordisme respon a un model de producció industrial basat en l'augment de la flexibilitat dels processos productius dependents de la demanda i amb una elevada presència de les tecnologies (Ioannides i Debbage, 1998). Aquests canvis en les formes de producció de les empreses en

El turisme de voluntariat va començar a considerar-se un mitjà per a que els turistes accedissin a una experiència més autèntica i integradora dins de la comunitat d'acollida.

un context de capitalisme cada vegada més globalitzat i competitiu, també acaben expressant-se en l'activitat turística. Així doncs, el turisme post-fordista destaca per una disminució del nombre de turistes en destinacions tradicionals, fet que deriva en la posada en valor de noves experiències turístiques i en un canvi en la manera general de viatjar (Hernández, 2016).

Tal i com afirma Crossley (2012), el creixement del volunturisme prové dels moviments de turisme alternatiu i sostenible dels anys setanta i principis dels anys vuitanta. Altres autors com McGloin i Georgeou (2015) vinculen l'augment de la popularitat d'aquesta activitat a partir del 1990, juntament amb l'Agenda de Desenvolupament Sostenible establerta a la Cimera de Rio de 1992. Un altre motiu d'aquest increment d'experiències de volunturisme es relaciona amb la proliferació, també cap als anys 90, del *gap year*, és a dir, l'any sabàtic que molts joves es prenen abans de començar els seus estudis universitaris, on aprofiten per a viatjar i fer turisme de voluntariat (Daldeniz i Hampton, 2010; Simpson, 2004).

Amb l'increment de consciència respecte dels problemes globals, **el nombre de voluntaris ha augmentat durant les darreres dues dècades, així com el nombre**

1.
INTRODUCCIÓ

d'organitzacions dedicades a organitzar, promocionar i comercialitzar programes per a enviar persones voluntàries, que principalment provenen del Nord Global (majoritàriament d'Estats Units, Canadà, Regne Unit, Austràlia i altres països del nord d'Europa) i viatgen a comunitats pobres del Sud Global (Sud o Sud-est d'Àsia, Àfrica, Centre o Sud d'Amèrica). Tot i que històricament s'iniciés com una pràctica vinculada a accions de solidaritat en l'àmbit internacional per part d'ONGs i grups religiosos, l'evolució i el desenvolupament del model de volunturisme contemporani ha estat marcat per la implicació d'organitzacions amb ànim de lucre. Així doncs, la proliferació d'organitzacions ha donat pas a una mercantilització d'experiències, les quals han passat de tenir un valor d'ús per als participants i les comunitats a un valor d'intercanvi al mercat (Tomazos i Cooper, 2012). Aquest fet ha generat un gran nombre de crítiques, debats i posicionaments per part d'organitzacions amb llarga trajectòria en aquest àmbit, les quals actualment lluiten per a promoure el voluntariat com una eina de transformació social, coherent, profunda i perdurable en el temps, i que viuen amb incomoditat aquest ascens mercantilitzat del voluntariat per vies turístiques.

Paral·lelament, **hi ha hagut un interès creixent en l'anàlisi d'aquest fenomen per part d'acadèmics** que han conceptualitzat i posat sobre la taula diferents dinàmiques del turisme de voluntariat (Salvador, 2019). No obstant, tot i les nombroses definicions del concepte, encara hi ha una manca de consens dels components claus del volunturisme (Gofrey et al., 2019). Alhora, també s'argumenta que el turisme de voluntariat ja no s'hauria de veure com una forma turística única, sinó que es pot utilitzar com un paraigües que conté diferents nínxols, tals com el turisme de voluntariat a orfenats; a zones slumificades on la comunitat hi viu en faveles; mèdic; ensenyament; de conservació ambiental; desastres naturals; etc. D'aquesta manera, la segmentació de micro-nínxols permetria una millor comprensió del participant a través d'àrees de recerca com ara les motivacions, que han estat àmpliament analitzades en la literatura científica (Stainton, 2016). Més concretament, els estudis empírics s'han centrat en els tres principals agents que interactuen en el turisme de voluntariat: les organitzacions, els voluntaris i les comunitats amfitriones. Així doncs, s'han explorat les formes d'organització i funcionament, les motivacions, els impactes, les implicacions ètiques, les dinàmiques generades, així com una valoració global d'aquest tipus de pràctiques.

El turisme de voluntariat és un fenomen molt complex que cal analitzar des d'una perspectiva holística per tal d'entendre totes les dinàmiques inherents i les estructures globals que hi conflueixen.

El turisme de voluntariat és un fenomen molt complex que cal analitzar des d'una perspectiva holística per tal d'entendre totes les dinàmiques inherents i les estructures globals que hi conflueixen. D'una banda, cal focalitzar l'atenció en la perspectiva decolonial que se centra en una percepció de superioritat del Nord Global cap al Sud Global i que busca canviar aquesta concepció. D'altra banda, els estudis de gènere se situen com un altre marc d'anàlisi que té l'objectiu d'entendre els impactes de les estructures patriarcals sobre el volunturisme i les desigualtats que es produeixen en qüestió de gènere. Així doncs, a continuació s'aprofundeix en aquestes dues perspectives per a poder entendre el context on es desenvolupa aquest fenomen.

1. INTRODUCCIÓ

Darrerament, el volunturisme s'ha començat a percebre com una nova forma de colonialisme on els desitjos i les necessitats locals són considerats secundaris en comparació amb les motivacions i els interessos dels voluntaris, per la qual cosa es generen dinàmiques de superioritat enfront dels països en desenvolupament (Molz, 2015). D'aquesta manera, amb el creixement de la mercantilització del turisme de voluntariat han sorgit dubtes sobre si proporcionar suport monetari directament a les comunitats o als projectes pot derivar d'una relació amb els antics estereotips colonials (Tomazos i Cooper, 2012). Un dels debats més presents en els articles acadèmics fa referència a la **dinàmica postcolonial** reproduïda en un fenomen que, des dels seus orígens, es compon d'iniciatives sorgides al Nord Global per al Sud Global. D'aquesta manera, el classisme i el racisme presents en l'època colonial persisteixen en les dinàmiques contemporànies. Tal i com afirmen Wearing et al., (2018), molts aspectes del turisme de voluntariat s'assemblen a la dinàmica colonial, sobretot a països o regions amb una llarga història de colonialisme, com l'Àfrica Subsahariana, on avui dia es duen a terme molts programes de desenvolupament amb tendències de superioritat del Nord Global respecte del Sud Global.

Al mateix temps, la reproducció de la dinàmica colonial en el fenomen del volunturisme ha fomentat la reproducció de l'imaginari d'un Sud victimitzat. Per tant, aquesta àrea es presenta com a dependent, impotent, pobre, miserable i necessitada, alhora que es reforça la idea que el Nord té el poder d'actuar, ajudar, guardar i ser el benefactor (Bandyopadhyay i Patil, 2017). El binarisme en aquest concepte presenta els països del Sud Global com a devastats, turmentats i maltractats, mentre que els països del Nord Global tenen el paper de ser els seus salvadors (Bandyopadhyay, 2019). De fet, aquest mateix autor qüestiona si el propòsit del turisme de voluntariat és ajudar al Sud Global a desenvolupar-se com el Nord Global o obligar-lo a mantenir un exotisme imaginat i projectat.



Voluntaris en un projecte de benestar animal.
Font: Proyecto Asis, sota llicència de creative commons.

1.
INTRODUCCIÓ

La mirada humanitària conserva la relació desigual entre qui mira i qui és mirat, situant-los en un bucle continu de desigualtat i reforçant el concepte d'alteritat.

Un concepte utilitzat habitualment per a descriure la dinàmica de poder present en el turisme de voluntariat és la *humanitarian gaze*, el que es traduiria com la **mirada humanitària**. Tascón (2017) afirma que l'humanitarisme s'ha construït com un discurs global basat en relacions geopolítiques desiguals que es reproduïxen a través d'imatges negatives i catastròfiques de l'"altre" que pateix. Per tant, la mirada humanitària posiciona a alguns a mirar els problemes d'altres mentre esperen que la mirada no sigui recíproca o en cas que es retorni, que no sigui de la mateixa manera. Per això, la mirada humanitària conserva la relació desigual entre qui mira i qui és mirat, situant-los en un bucle continu de desigualtat i reforçant el concepte d'alteritat, és a dir, percebent les altres persones com a diferents a la pròpia identitat. Aquesta mirada estandarditza la representació de l'altre, conceptualitzant un grup heterogeni de persones com a una massa anònima, amb les mateixes característiques i necessitats i, per tant, crea una visió irreal del fenomen observat (Ostrowska, 2019).

Aplicant aquest concepte al turisme de voluntariat, la mirada humanitària descriu com els volunturistes imaginen la seva relació d'ajuda amb desconeguts, reproduint discursos que creen una jerarquia binària entre donants i receptors, alhora que estableix qui és el legítim benefactor de l'ajuda (Mostafanezhad, 2013). Segons afirma aquesta autora, la mirada humanitària també perpetua el **binarisme de "nosaltres" i "ells"**, sent "nosaltres" els voluntaris i "ells" els locals, una dinàmica de poder que suggereix que algunes vides són per a ser salvades, mentre que d'altres són les salvadores. En general, amb un turisme de voluntariat altament comercial, aquesta mirada pot reflectir perspectives neocolonials que mostren com la comunitat d'acollida necessita els voluntaris, fet que reforça les diferències entre "nosaltres" i "ells", més que no pas les similituds entre els volunturistes i els locals (Gofrey et al., 2019). En aquest sentit, han sorgit iniciatives com la de [Radi-Aid](#), una campanya d'humor punyent que té com a objectiu suscitar un debat sobre la comunicació del desenvolupament internacional i la representació del Sud Global per part dels mitjans de comunicació (Schwarz i Richey, 2019).

L'anàlisi del turisme de voluntariat també es realitza des de la perspectiva de gènere, una visió que està guanyant interès en l'àmbit acadèmic. A través de l'exploració del nexa entre volunturisme i gènere es poden analitzar les relacions de poder i les dinàmiques opressives que han introduït la concepció dels països desenvolupats com a forts i potents, associats a una figura masculina capaç de resistir en un entorn salvatge, mentre que la idea dels països en desenvolupament els situa com a suposadament pobres i febles, relacionant-los amb figures femenines i reproduint encara més els rols tradicionals de gènere (Pritchard i Morgan, 2000). A més, Bandyopadhyay i Patil (2017) defensen que el fet que el volunturisme sigui principalment realitzat per dones blanques joves suposa un canvi del llegat dels processos colonials històrics masculinitzats. En aquest sentit, practicar turisme de voluntariat mitjançant el prisma del sentimentalisme, sobretot mitjançant la feminització del fenomen, és un aspecte clau per a despolititzar les agendes de desenvolupament internacional de manera que es substitueix el que és polític per allò personal (Mostafanezhad, 2013). Per altra banda, s'associa també aquesta **imatge feminitzada i dèbil del**

1. INTRODUCCIÓ

Sud Global a la seva infantilització, concepció que es reforça a través de l'elevada promoció de programes dirigits a voluntàries del Nord Global per a treballar amb infants. D'aquesta manera, l'herència d'aquestes distincions colonialistes i masclistes es reproduïx a través del turisme de voluntariat i estableix la lògica despolititzada de salvar i ajudar els altres (Bandyopadhyay i Patil, 2017).

Així doncs, per a poder estudiar en profunditat el fenomen del turisme de voluntariat, cal tenir en compte els darrers marcs d'anàlisi exposats. Més concretament, aquest informe té l'objectiu de realitzar un estat de la qüestió sobre el volunturisme a partir d'un anàlisi rigorós de la literatura científica que s'ha centrat en el seu estudi des dels anys 2000 fins al 2020. En el context de creixent interès del turisme de voluntariat, aquest informe pretén categoritzar el coneixement actual i situar els debats existents de forma transversal. A continuació, es fa un anàlisi en profunditat dels **tres agents propis del turisme de voluntariat: les organitzacions de voluntariat, els turistes de voluntariat i les comunitats locals**.

Tot i que la majoria de la literatura anglesa utilitza el terme *voluntourist*, cal destacar que en aquest informe s'usen indistintament els termes voluntari, turista (de voluntariat) o participant com a sinònims per a designar a les persones participants en el turisme de voluntariat.



Volunturistes en un programa de conservació mediambiental.
Font: Proyecto Asis, sota llicència de creative commons.

2.

LES ORGANITZACIONS DE TURISME DE VOLUNTARIAT

Les **organitzacions de turisme de voluntariat o *sending organizations*** (en anglès) són entitats molt variades, locals o internacionals, que inclouen ONGs, organitzacions benèfiques, universitats, agències de conservació, organitzacions religioses, òrgans governamentals i un nombre creixent d'organitzacions privades amb ànim de lucre (Aquino i Andereck, 2018; Park, 2017). Generalment, les organitzacions de volunturisme **actuen com a intermediàries entre els voluntaris i les comunitats locals, amb la missió principal d'enviar turistes amb paquets organitzats des de països del Nord Global a comunitats del Sud Global**. Els tipus de projectes varien segons cada organització, context geogràfic, polític o social. Així doncs, es duen a terme projectes de conservació mediambiental, construcció d'infraestructures, cura d'infants o de persones amb necessitats especials, educació a escoles (sobretot classes de llengua anglesa), protecció d'animals, etc. L'estada dels voluntariats també varia segons cada projecte, amb una durada mínima de dues setmanes fins a sis mesos o inclús un any, així com també canvia l'edat mínima per a realitzar el voluntariat, que és establerta per cada organització. Una altra característica variable dels paquets de volunturisme és la temporada quan es realitza el viatge, tot i que la majoria solen ser durant l'estiu (de juny a setembre) perquè és quan els participants tenen més disponibilitat de temps. Així doncs, els costos de realitzar turisme de voluntariat depenen de totes aquestes variants, a més de les despeses cobertes per l'organització i les condicions incloses.

L'enfocament comercial del turisme de voluntariat ha augmentat en els darrers anys i, actualment, hi ha una **distinció important entre les organitzacions sense ànim de lucre i les que obtenen profit d'aquesta activitat** (Simpson, 2004). Tal i com afirma Wearing (2004), les filosofies i les pràctiques de les ONGs i de les organitzacions sense ànim de lucre estan menys mercantilitzades perquè s'inclinen a deixar-se portar pels valors de preservar els entorns naturals i mantenir el benestar de les comunitats, en contraposició als enfocaments comercials dels operadors turístics, més propensos a centrar-se en l'obtenció de beneficis. No obstant, tot i que històricament moltes ONGs i organitzacions religioses han evitat la connexió amb la indústria turística per por a ser concebudes amb objectius comercials (Smith i Font, 2014), amb la participació creixent d'organitzacions amb ànim de lucre en el sector, la validesa i l'efectivitat dels programes han estat analitzades, amb dubtes sobre si es poden mantenir els objectius altruistes del turisme de voluntariat (Ong, Pearlman i Lockstone-Binney, 2011).

2.
LES
ORGANITZACIONS
DE TURISME DE
VOLUNTARIAT

Aquest debat sobre la comercialització de les activitats de turisme de voluntariat està molt present tant a nivell acadèmic com també a les pròpies xarxes de voluntariat. D'aquesta manera, algunes organitzacions han anat prenent mesures per a poder diferenciar-se, com ara xerrades de conscienciació abans de realitzar el voluntariat, major implicació en tot el procés del voluntariat (des que el participant s'interessa fins que torna del seu viatge) o, inclús, s'han començat a utilitzar diferents terminologies per a definir el volunturisme (camps de treball, estades solidàries, estades de voluntariat, etc.) que s'inclouen dins del màrqueting de les organitzacions. Així doncs, el turisme de voluntariat s'enfronta a tensions, dilemes i paradoxes, amb diferents grups d'interès que intenten imposar la seva visió rígida sobre aquest fenomen (Wearing, Young i Everingham, 2017).

La dimensió pedagògica del turisme de voluntariat se centra en provocar consciència als voluntaris internacionals de tal manera que els canviï la manera de pensar sobre el món.

La dimensió pedagògica del turisme de voluntariat se sol emmarcar des de la perspectiva de l'aprenentatge transformatiu, és a dir, provocar consciència als voluntaris internacionals de tal manera que els canviï la manera de pensar sobre el món (Prince, 2017). Un altre dels objectius que promocionen les organitzacions de voluntariat és el de **ciutadà del món** (*global citizenship*), un concepte que inclou la interrelació entre consciència global i civisme (Crossley, 2017). Aquesta dimensió de ciutadà del món

ha estat força explorada en l'àmbit acadèmic del turisme de voluntariat (Ong et al., 2017), amb certes visions que posen en dubte els efectes positius a llarg termini de participar en el volunturisme i aconseguir major consciència global. Les declaracions de visió i missió de les organitzacions de voluntariat, així com els principis explícits dels seus programes, és a dir, els documents de planificació que les guien, són elements essencials que poden revelar molt aspectes sobre les prioritats que es tenen en compte en el disseny dels programes de volunturisme (Ong, Pearlman i Lockstone-Binney, 2011).

2.1. Recomanacions d'actuació

Una gran part de la literatura sobre turisme de voluntariat també menciona aspectes que les organitzacions haurien de tenir en compte quan dissenyen i gestionen els programes. En primer lloc, es proposa **millorar la participació i la integració de la comunitat local en el funcionament dels programes**, la qual moltes vegades es veu desplaçada o ignorada per les organitzacions de voluntariat. És per això que cal potenciar el desenvolupament de programes juntament amb la comunitat amfitriona, ja que en nombroses ocasions els projectes no reben el seu suport (Frilund, 2015; Guttentag et al., 2012; Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018; Raymond i Hall, 2008), el que pot afectar al treball final dels voluntaris i a la seva experiència en general perquè es poden produir relacions conflictives entre amfitrions i turistes. Així doncs, cal tenir com a prioritat les necessitats i els desitjos de la comunitat local, que sovint es consideren insignificants o es deixen en segon pla (Guttentag, 2009; Park, 2017; Raymond i Hall, 2008), i millorar la identificació de les necessitats de la comunitat

2.
LES
ORGANITZACIONS
DE TURISME DE
VOLUNTARIAT

amfitriona per a poder respondre correctament a les expectatives i a les accions planificades (Frilund, 2015; Guttentag et al., 2012; Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018).

Finalment, cal contemplar el fet que les comunitats locals tinguin el control del voluntariat per a que en un futur siguin elles mateixes les que gestionin els projectes i les organitzacions puguin desplaçar-se cap a una altra comunitat on poder establir un nou programa de voluntariat (Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018; Raymond i Hall, 2008). Tal i com afirmen Tomazos i Cooper (2012), hi hauria d'haver intents d'involucrar els locals de la forma més àmplia possible, creant ocupació i condicions per a una viabilitat a llarg termini, de tal manera que es garanteixi la continuïtat dels programes, fins i tot sense la contribució de les organitzacions. Un exemple seria que els residents ofereixin cursos del seu idioma per als voluntaris, com pot ser el cas dels projectes realitzats a Llatinoamèrica. Això seria una oportunitat única per a empoderar els residents locals, proporcionar formació i desenvolupar habilitats laborals, mentre s'ofereix una major interacció entre la comunitat i els volunturistes.

Seguidament, es troben les recomanacions relacionades amb l'objectiu de **millorar el disseny del programa a partir d'un que estigui més ajustat a les característiques, expectatives i habilitats dels turistes**. Una de les propostes consisteix en tenir consciència de les diferències entre els voluntaris, les seves motivacions i els objectius personals que volen complir (Coghlan, 2008). Per tant, es recomana crear expectatives apropiades i realistes per als participants sobre com és la destinació, quines activitats duran a terme, què veuran o sentiran, etc. (Guttentag et al., 2012) per a evitar potencials frustracions però, per altra banda, incrementar el seu compromís (Aquino i Andereck, 2018) i el seu sentiment d'utilitat (Curtin i Brown, 2018). Per tal de que els voluntaris vagin ben preparats, es recomana **proveir-los d'assistència i formacions** abans del viatge sobre la missió i els objectius, així com fer-los conscients de les habilitats interpersonals necessàries (Gard i Almeida, 2005; Han et al., 2019; Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018; Park, 2017). D'aquesta manera, amb jornades d'orientació, es pot augmentar el seu coneixement sobre la destinació i la comunitat amb la qual treballaran; explicar quina serà la seva tasca, resoldre dubtes, etc. Altres aspectes que es poden tractar durant aquestes trobades són els reptes psicològics i físics (derivats del deficient sanejament, per exemple) que poden viure els volunturistes a l'hora d'ajustar-se a les condicions de vida locals (Lee i Won, 2017). A més, al final de l'experiència es pot oferir un dia complet de reflexió conjunta per a voluntaris, organització i residents, amb l'objectiu d'obrir oportunitats d'autoavaluació i valuació del programa de voluntariat i explorar millor els impactes a tots els agents implicats (Aquino i Andereck, 2018).

Establir uns **requisits mínims als volunturistes respecte de les habilitats necessàries** per a dur a terme les tasques en els projectes és una altra recomanació (Frilund, 2015; Guttentag, 2009; McGloin i Georgeou, 2015). La majoria de les organitzacions no demanen cap requisit de participació i això pot tenir un impacte negatiu sobre la comunitat amfitriona, ja que els projectes poden estar malament

2.
LES
ORGANITZACIONS
DE TURISME DE
VOLUNTARIAT

realitzats, com pot ocórrer en la construcció d'infraestructures o pous d'aigua, per exemple, si no es tenen coneixements de com fer-ho. Però, a més d'establir uns requisits mínims, en el cas del turisme de voluntariat amb infants cal encaixar el coneixement, les habilitats i la percepció dels voluntaris amb el sistema d'ensenyament o les necessitats específiques dels infants, ja que moltes vegades no coincideix el que la destinació demana i el que els volunturistes poden oferir (Bargeman, Richards i Govers, 2018; Hernandez-Maskivke, Lapointe i Aquino, 2018). Alhora, tal i com afirmen Aquino i Andereck (2018), **s'ha de posar especial atenció a les persones més vulnerables per a intentar reduir els impactes negatius** del seu benestar emocional i protegir-los de tal manera que els voluntaris mai es quedin sols o sense supervisió amb aquests col·lectius. També es recomana millorar el desenvolupament dels programes tenint en compte quin tipus de treball realitzen els turistes per a que aquest sigui profitós per a la comunitat (Raymond i Hall, 2008). La manca de formació obligatòria pot tenir un impacte negatiu en els projectes, però també en la motivació dels volunturistes, sobretot pel que fa a prendre's la seva participació de manera seriosa (Tomazos i Cooper, 2012).

Les organitzacions han de ser conscients dels estereotips que tenen els turistes respecte de les comunitats amfitriones i de la visió romàntica de la pobresa.

Una altra proposta consisteix en tenir una major comprensió del procés de desenvolupament i de maduració dels participants (Schneller i Coburn, 2018), els quals majoritàriament són adolescents que estan en un procés de canvi i de planificació d'estudis futurs i volen tenir una experiència significativa i educativa. Així doncs, tal i com afirmen aquests mateixos autors, els dissenyadors i dinamitzadors dels programes de voluntariat haurien d'entendre millor les complexitats del desenvolupament i la capacitat dels adolescents per a comprendre la multiplicitat de dinàmiques econòmiques, socials, culturals i ambientals de les comunitats dels països en desenvolupament, que és on majoritàriament es duu a terme el turisme de voluntariat. Alhora, entendre lels participants pot ajudar a aquestes organitzacions a planificar les seves estratègies de reclutament i a gestionar amb èxit els seus programes (Lee i Won, 2017). D'altra banda, Crossley (2012) recalca que les organitzacions han de ser conscients dels estereotips que tenen els turistes respecte de les comunitats amfitriones i de la **visió romàntica de la pobresa** on s'imaginin societats privades materialment, però felices amb les seves formes de vida, on la pobresa és compensada amb la "riquesa" emocional, espiritual o comunitària. Finalment, es recomana utilitzar l'autoeficàcia, entesa com el coneixement que els individus tenen sobre les seves capacitats i confiança per a aconseguir un objectiu o enfrontar-se a una situació, com a predictor de futures intencions de comportament dels voluntaris (Lee i Kim, 2017).

Una altra qüestió se centra en el fet de **millorar la gestió dels projectes per a fomentar els impactes positius d'intercanvi i d'apreciació cultural i, alhora, reduir-ne els negatius**. Primerament, per tal de disminuir els impactes negatius del sector, cal tenir una major consciència d'aquests, de manera que els projectes es desenvolupin i es gestionin evitant que es produeixin (Guttentag, 2009). En segon lloc, amb l'objectiu de fomentar els impactes positius, es recomana a les organitzacions

2.
LES
ORGANITZACIONS
DE TURISME DE
VOLUNTARIAT

Les organitzacions haurien d'ajudar a desenvolupar una apreciació cultural i enteniment de les comunitats, així com fomentar l'aprenentatge transformatiu i experiencial.

facilitar el desenvolupament de xarxes i oportunitats d'intercanvi entre els turistes de voluntariat i la comunitat (Gard, 2012; Olsen, Vogt i Andereck, 2017; Raymond i Hall, 2008; Schneller i Coburn, 2018). En tercer lloc, es proposa comercialitzar els programes de voluntariat a diferents països per tal d'atraure gent més diversa i augmentar l'intercanvi cultural (Raymond i Hall, 2008). Aquesta comercialització també hauria d'enforçar-se cap a un màrqueting per tal de mostrar de manera transparent la realitat d'una destinació (Smith i Font, 2014), tot creant estratègies de comunicació coherents amb els objectius del voluntariat, amb les quals les organitzacions poden millorar la imatge, la satisfacció i la confiança percebudes pels viatgers i, per tant, impulsar majors intencions de realitzar turisme de voluntariat (Han et al., 2019). Finalment, les organitzacions haurien d'ajudar a aconseguir l'objectiu del turisme de voluntariat de desenvolupar una apreciació cultural i enteniment de les comunitats, així com fomentar l'aprenentatge transformatiu i experiencial (Park, 2017; Raymond i Hall, 2008). Un aspecte a tenir en compte és la sensibilitat dels participants, la qual implica que les organitzacions animen als voluntaris a ser sensibles culturalment i a aprendre de la seva experiència, creant comprensió i tolerància cap a les altres persones i cultures (Tomazos i Cooper, 2012).

Les organitzacions de voluntariat també juguen un paper crucial a l'hora de **donar forma i evitar que els voluntaris puguin sentir-se vulnerables pel que fa al gènere, la nacionalitat o la raça**. Moltes organitzacions dicten on poden anar els volunturistes i amb qui, construint l'accés a espais, activitats i interaccions tant per a homes com per a dones voluntàries (Kipp, Hawkins i Gray, 2020). Així doncs, en moltes ocasions els nois voluntaris se senten obligats per les organitzacions a acompanyar les noies voluntàries i a ser els seus protectors, especialment durant les hores nocturnes o en zones considerades més perilloses. D'aquesta manera, el gènere masculí té un paper específic que també pot ser conflictiu, ja que els voluntaris prenen consciència de la desigualtat de gènere en què es troben les seves companyes.

Aquests mateixos autors afirmen també que un altre tema sobre els rols de gènere perpetrats per les organitzacions és el fet de **donar instruccions sobre en quins projectes de voluntariat poden participar els turistes en funció del seu gènere**. De vegades, aquesta divisió apareix quan l'activitat requereix un esforç físic, de manera que es creu que les dones tenen menys força que els homes, una desigualtat històrica que està present en experiències de turisme de voluntariat (Salazar, 2012). D'altra banda, una cop els voluntaris participen de l'experiència, s'observa que **les dones tenen més accés a espais privats i de cura**, com ara les cuines i els orfenats, mentre que els homes tenen un accés més fàcil als espais públics, com els carrers i els mercats, reproduint de nou les tasques segregades per gènere (Kipp, Hawkins i Gray, 2020). Zavitz i Butz (2011) també observen la divisió de gènere de tasques assistencials com la cuina, espais on cal sumar-hi un important

2.
LES
ORGANITZACIONS
DE TURISME DE
VOLUNTARIAT

biaix racial que naturalitza que aquestes tasques les realitzin voluntàries no blanques, i afegeix que els homes locals són els supervisors del treball voluntari, desenvolupant la tasca masculina de control.

D'aquesta manera, les organitzacions de voluntariat haurien de revisar el paper que juguen a l'hora de fomentar i perpetuar les desigualtats de gènere presents en aquests espais. A més, cal tenir en compte la necessitat de **transversalitzar les experiències** de les persones que realitzen el voluntariat en termes d'interseccionalitat, entenent que a les dinàmiques de poder desiguals respecte del gènere, s'hi afegeixen eixos d'opressió com ara el racial o l'edat, entre d'altres. Així doncs, el rol de les organitzacions a l'hora d'enfrontar aquesta problemàtica és clau prèviament al viatge, establint debats per a crear consciència sobre les desigualtats amb què els volunturistes es poden trobar i com encarar-les; durant el viatge a través del suport i el contacte constant en cas que ho necessitin; i amb posterioritat a l'experiència, per tal de mantenir-se en un procés de revisió constant.



Volunturistes en un programa d'educació escolar.
Font: Breezy Baldwin, sota llicència de creative commons.

3.

ELS TURISTES DE VOLUNTARIAT

Els **turistes de voluntariat** són un dels agents principals que intervenen en aquest fenomen, els quals es caracteritzen per ser **habitants del Nord Global** (majoritàriament d'Estats Units, Canadà, Regne Unit, Austràlia i altres països del nord d'Europa) **que fan un voluntariat a països del Sud Global** (Sud o Sud-est d'Àsia, Àfrica, Centre o Sud d'Amèrica). La majoria són joves amb edats compreses entre 18 i quasi 30 anys, encara que no hi ha un límit d'edat. El rati de gènere dels participants és clarament i desproporcionadament femení (Bailey i Fernando, 2011; Brondo, Kent i Hill, 2016; Lee i Kim, 2017; Mostafanezhad, 2013; Ong et al., 2017), el que ha esdevingut una característica intrínseca del turisme de voluntariat i un aspecte que s'ha estudiant normalment des de la variable demogràfica del gènere, sense analitzar en profunditat les causes, les realitats i les conseqüències d'aquest fet. En relació a l'educació i als ingressos dels voluntaris, una investigació de Lee i Won (2017) mostra que tendeixen a tenir alts nivells d'educació o amb interès per a formar-se i, per altra banda, afirma que tenen nivells elevats d'ingressos i que poden permetre's els costos del turisme de voluntariat.

3.1. Les motivacions per a realitzar volunturisme

Un dels temes més mencionat i discutit constantment a la literatura del turisme de voluntariat és la motivació dels turistes per a dur a terme un voluntariat. Una primera observació és que hi ha una gran diversitat de motivacions, ja que cada persona voluntària ve d'un context diferent, amb valors i experiències diverses que repercuteixen directament en les seves motivacions. Per això, resulta necessari diferenciar els motius que porten a realitzar un voluntariat i agrupar-los per temes. En primer lloc hi ha les **motivacions relacionades amb l'altruisme**, el que es defineix com fer un sacrifici personal en benefici dels altres. Aquest es pot considerar com el que hauria de ser l'essència i l'objectiu principal del volunturisme, d'ajudar a resoldre problemes econòmics i humanitaris al món. Dins d'aquest primer tema es troba la motivació de contribuir i ajudar a la població local (Coghlan, 2008; Daldeniz i Hampton, 2010; Guiney, 2017; Han et al., 2019; McGloin i Georgeou, 2015; Olsen, Vogt i Andereck, 2017; Schneller i Coburn, 2018; Sin, 2009), el que sol anomenar-se com a *give back*, essent així un sentiment de deute del turista cap a la comunitat amfitriona que visita.

3.
ELS TURISTES
DE VOLUNTARIAT

Backpacker. Font: Kun Fotografi, sota llicència de creative commons.

El segon tema fa referència a les **motivacions relacionades amb el desenvolupament personal**, ja que molts turistes fan voluntariat amb un desig de créixer i millorar en diferents aspectes personals. És per això que alguns volen obtenir noves habilitats i coneixements (Olsen, Vogt i Andereck, 2017; Roques et al., 2018) a través del turisme de voluntariat com ara de comunicació i de relació, treball en equip, empatia i/o coneixements relacionats amb la destinació, les persones que hi viuen i la seva cultura, però també adquirir nous coneixements relacionats amb les tasques que s'estan duent a terme durant el voluntariat. Els turistes també estan motivats per guanyar experiència personal (Han et al., 2019; Roques et al., 2018) pel fet de viure en un lloc nou, amb gent desconeguda, en una cultura amb hàbits i estils de vida diferents, etc. A més, volen aconseguir un creixement personal i fer auto-reflexió (Molz, 2015; Schneider, 2018; Schneller i Coburn, 2018) del que viuen, senten o veuen durant aquesta experiència, així com aprendre més d'uns mateixos i guanyar autoconfiança (Curtin i Brown, 2018). Aquesta darrera motivació es relaciona amb la de fer voluntariat per *self-interest* i *self-gratification* (Coghlan, 2008; Guttentag, 2009) traduït com l'interès i la gratificació personal dels turistes.

Alguns dels voluntaris estan motivats per **make a difference al món** (Guiney, 2017; Molz, 2015), entès com el fet de causar algun canvi o sentir-se importants duent a terme una activitat significativa. És per això que utilitzen el turisme de voluntariat com una estratègia personal i un estil de vida, tot i que alguns autors com ara Wearing, Young i Everingham (2017), defensen que aquest concepte de "fer la diferència" no s'hauria de contemplar des de la perspectiva d'"ajudar", sinó a través d'una lent de comprensió i mutualitat interculturals. Altres volunturistes veuen aquesta experiència com un repte i volen posar-se a prova sortint de la seva zona de confort (Kontogeorgopoulos, 2017; Sin, 2009), per a comprovar si són capaços de gaudir-la

3.
ELS TURISTES
DE VOLUNTARIAT

o si és un desafiament tan gran que no poden assolir-lo. Una altra de les motivacions per a dur a terme turisme de voluntariat és el fet de promoure la unió familiar entre els membres que participen d'aquesta experiència (Molz, 2015).

El tercer tema se centra en les **motivacions relacionades amb el desig de trencar amb la rutina habitual del voluntari**, i se'n poden destacar cinc subtemes. Alguns turistes busquen la possibilitat d'escapar d'una feina o d'una carrera professionals que els frustrava i decideixen realitzar un voluntariat per a aprofundir en un nou sector (Daldeniz i Hampton, 2010). Altres també busquen tenir un espai per a escapar de la vida diària (Han et al., 2019; Olsen, Vogt i Andereck, 2017; Schneider, 2018) i es troben que el turisme de voluntariat contempla la possibilitat d'estar el temps suficient o necessari en un context totalment diferent a l'habitual, que els permet desconnectar i tenir noves experiències. El fet de tenir una nova experiència (Coghlan, 2008) és un

L'experiència va més enllà de la voluntat d'escapar i el gaudi, ja que senten la felicitat com una combinació de viatges significatius i un funcionament òptim com a voluntaris.

altra motivació dels voluntaris, ja que els permet viure moments diferents, amb persones que no formen part del seu entorn habitual i en llocs nous. Una altra motivació ve donada per no saber què fer en la vida i escollir el turisme de voluntariat com a opció (Daldeniz i Hampton, 2010). Això els succeeix a molts estudiants quan acaben l'educació obligatòria i encara no saben quina carrera estudiar i decideixen fer voluntariat per tal de no quedar-se a casa sense fer res. Finalment, l'última motivació fa referència a passar-ho bé, gaudint del viatge i del voluntariat (Coghlan, 2008; Han et al., 2019; Sin, 2009) com una experiència divertida, il·lusionant i enriquidora.

En un estudi de Curtin i Brown (2018), els volunturistes revelen que l'experiència va més enllà de la voluntat d'escapar i el gaudi, és a dir, dels dominis hedonistes, ja que la senten felicitat com una combinació de viatges significatius i un funcionament òptim com a voluntaris.

El quart tema són les **motivacions relacionades amb aspectes de la carrera professional dels turistes i el seu futur laboral**. D'un costat, volen millorar el currículum, obtenint noves habilitats i experiències (Daldeniz i Hampton, 2010; McGloin i Georgeou, 2015) que els serveixin per a obtenir llocs de treball o per a millorar en la seva feina. De l'altre, els volunturistes desitgen avançar en la seva carrera professional i guanyar experiència laboral en l'àmbit internacional, com ara la cooperació o el desenvolupament (McBride, Lough i Sherraden, 2012).

El cinquè tema classifica les **motivacions vinculades amb el fet de trobar-se persones amb qui poder establir noves relacions**. En primer lloc, el voluntaris estan motivats per conèixer gent que comparteix interessos similars als seus i fer noves amistats (Schneller i Coburn, 2018). En segon lloc, també poden contactar amb professionals de turisme i/o comunitats, establint xarxes de contactes per als seus interessos (Olsen, Vogt i Andereck, 2017). En tercer lloc, els volunturistes estan motivats per desenvolupar relacions personals amb els amfitrions de les destinacions per a fer més real la seva experiència i entendre millor el context local on duen a terme el voluntariat (Sin, 2009) i, per tant, poder viure la cultura autèntica de la destinació que visiten (Kontogeorgopoulos, 2017).

3.
ELS TURISTES
DE VOLUNTARIAT

Les **motivacions relacionades amb la tipologia de viatge** conformen el sisè tema. El turisme de voluntariat es concep com una manera més còmoda i barata de viatjar, així com una oportunitat de viatjar en grup de forma organitzada (Olsen, Vogt i Andereck, 2017; Sin, 2009) fet que es converteix en un factor de motivació dels turistes. Aquests, també troben que el turisme de voluntariat els ofereix la possibilitat de dur a terme voluntariat de llarga durada i amb més dedicació que en el seu propi país o comunitat (Schneller i Coburn, 2018). Finalment, els voluntaris estan motivats per viure un estil de vida de “vacances” que els permet estendre el viatge que havien començat com a *backpackers* i continuar-lo com a turistes de voluntariat (Daldeniz i Hampton, 2010).

En el setè i últim tema dins de les **motivacions es troben les relacionades amb la destinació del voluntariat**. Alguns voluntaris tenen el desig de viatjar a un lloc exòtic i desconegut, a més d'experimentar aquest destí durant la seva estada (Coghlan, 2008; Daldeniz i Hampton, 2010; Park, 2017; Roques et al., 2018; Schneider, 2018; Schneller i Coburn, 2018; Sin, 2009). Altres, tenen la voluntat de contribuir a la reducció de la pobresa a la qual s'associen idees romàntiques d'escenaris on relacionar-se amb habitants locals, observar la cultura estrangera i els bells paisatges (Burrai et al., 2015; Guttentag, 2009; Park, 2017; Schneider, 2018). Cal destacar que aquestes imatges romàntiques solen ser creades per les pròpies organitzacions de turisme de voluntariat o pels propis turistes d'idees preconcebudes del Nord Global. Una altra de les motivacions és el fet d'estar més a prop de la natura (Coghlan, 2008) o de gaudir de la bellesa dels paisatges i la tranquil·litat, que proporcionen un context òptim d'aventura (Curtin i Brown, 2018), ja que alguns projectes de voluntariat es duen a terme en zones rurals o estan relacionats amb la conservació del medi ambient i la millora de pràctiques sostenibles. Finalment, alguns turistes també estan motivats perquè tenen una relació personal amb la destinació del voluntariat (Olsen, Vogt i Andereck, 2017).

Ahora, resulta necessari analitzar les diferències en **les motivacions i les preferències en funció del gènere de la persona voluntària**, per bé que certs estudis afirmen que el gènere és un factor sense rellevància (Tukamushaba, Xiao i Ladkin, 2017). En primer lloc, pel que fa a les preferències, les dones es mostren més disposades a emprendre un viatge per motius relacionats amb l'oci i el gaudi (Roques, Jacoboson i McCleery, 2018), mentre que, en segon lloc, escullen els viatges en grup a través de paquets organitzats, contràriament als viatgers homes, per motius de seguretat (Kipp, Hawkins i Gray, 2020; Roques, Jacoboson i McCleery, 2018). En tercer lloc, les dones tendeixen a mostrar-se més propenses a realitzar una experiència de turisme de voluntariat, així com també a implicar-se en altres voluntariats amb posterioritat (Suhud i Willson, 2016). Pel que fa a les motivacions investigades amb perspectiva de gènere, les dones mostren inclinació per centrar la seva tasca en infants del Sud Global, als quals se'ls associen idees d'innocència i dependència, que resulten atractives per a la concepció de les dones voluntàries com a salvadores i proveïdores de cures. Per aquest motiu, el turisme d'orfenat és una part del turisme de voluntariat amb interès creixent, especialment per part de dones de classe mitja-alta i alta (Mostafanezhad, 2013).

3.
ELS TURISTES
DE VOLUNTARIAT**CAS D'ESTUDI:**
Experiència de turisme d'orfenat a Ghana

El turisme d'orfenat és una part de la indústria de turisme de voluntariat de gran popularitat, on la principal activitat consisteix en atendre i cuidar a infants orfes com una part de les vacances. Una investigació de Bargeman, Richards i Govers (2016) explora els impactes positius i negatius d'aquest tipus de turisme a un orfenat de Ghana, anomenat Tamale Children's Home, on hi viuen 25 infants d'entre dos mesos i quatre anys.

En primer lloc, es distingeixen alguns beneficis de la presència de voluntaristes a l'orfenat, com ara la reducció de l'escassetat de personal i la càrrega de treball. Els voluntaris també compren medicaments i material, porten als infants a l'hospital, recolzen econòmicament els projectes, etc. Això provoca impactes positius en una millora de la salut i dels estàndards d'higiene del Tamale Children's Home. No obstant, segons els voluntaris, els membres del personal de l'orfenat no gestionen correctament les donacions i, de vegades, se les emporten, les vénen o les emmagatzemen. Una conseqüència negativa d'aquests fets és que els voluntaris estan menys motivats per fer donacions si aquestes després no arriben als infants. D'altra banda, els treballadors ressalten que, per als voluntaris, les motivacions de viatjar i experimentar una nova cultura són més importants que el treball a l'orfenat i això crea sentiments negatius entre ells. Alhora, senten que es troben amb turistes no qualificats, als quals han de repetir constantment com fer la feina, fet que també els produeix frustració i enuig. D'aquesta manera, es produeixen malentesos o enfrontaments derivats de les diverses maneres de treballar amb els infants, el que suggereix que la interacció entre diferents actors no sempre condueix a l'èxit.



Voluntàries participant en una activitat amb infants.
Font: Breezy Baldwin, sota llicència de creative commons.

3.2. Els impactes positius de l'experiència

Generalment, els turistes que viatgen per a realitzar turisme de voluntariat busquen viure una experiència enriquidora i inoblidable. Tot i això, els efectes d'aquesta vivència poden ser tant positius com negatius. Pel que fa als impactes positius, en la literatura especialitzada es distingeix un primer tema relacionat amb **els canvis personals dels voluntaris que es veuen reflectits en la seva personalitat, conducta, consciència, autoconeixement, reflexió, etc.** El turisme de voluntariat representa una oportunitat per a exposar les desigualtats socials i mediambientals i els problemes polítics actuals, el que permet al turista guanyar una major consciència, provocant que assumeixi allò personal com a polític i el condueixi cap al canvi social (Gard, 2012; Gard i Almeida, 2005; Schneider, 2018). Un altre efecte positiu és que es promouen reflexions crítiques sobre el mateix fenomen del turisme de voluntariat, les seves estructures i les relacions desiguals que sustenta en el context de Nord Global – Sud Global (Coghlan, 2018; Molz, 2015; Schech, 2017).

Durant l'estada de voluntariat, els turistes entenen més profundament les condicions dels locals i obtenen un major creixement personal que es veu reflectit en la consciència social, empatia, etc. (Gard i Almeida, 2005; Guttentag, 2009; Han et al., 2019; Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018; Raymond i Hall, 2008; Schneider, 2018; Sin, 2009). A més, també canvien la seva manera de ser i d'actuar: sent més autocrítics, avaluant el seu comportament en diferents situacions, canviant la manera de veure la vida o les conductes mediambientals (Bailey i Fernando, 2011; Crossley, 2012; Gard, 2012; Gard i Almeida, 2005; Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018; Schneller i Coburn, 2018; Sin, 2009) i també encoratjant-los a reflexionar sobre les seves prioritats i els seus valors (Kontogeorgopoulos, 2017). Finalment, el turisme de voluntariat té un efecte en la millora de la ciutadania global dels voluntaris, els quals obtenen un major sentiment de responsabilitat, es converteixen en líders madurs i en persones disposades a ajudar a un món injust (Gard i Almeida, 2005; Molz, 2015).

El turisme de voluntariat representa una oportunitat per a que el turista guanyi major consciència, provocant que assumeixi allò personal com a polític i el condueixi cap al canvi social.

El segon tema que es distingeix en aquest apartat són **els canvis associats amb la vinculació, el compromís social o la manera de relacionar-se dels voluntaris**. El primer efecte positiu es veu reflectit en una major participació i suport en moviments socials (Gard i Almeida, 2005; Schneller i Coburn, 2018) relacionats amb problemes de comunitat i causes mediambientals. Des d'aquesta perspectiva, els volunturistes es consideren millors persones quan retornen a casa seva (Curtin

i Brown, 2018; Kontogeorgopoulos, 2017). Alguns continuen realitzant activitats de voluntariat, tant comunitari com a l'estranger, i recolzant a les organitzacions que el promouen (Bailey i Fernando, 2011; Gard, 2012; Gard i Almeida, 2005; Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018; Schneller i Coburn, 2018). Relacionat amb aquest darrer efecte, alguns turistes també continuen estudis relacionats amb el tipus de voluntariat realitzat com ara estudis acadèmics de ciències ambientals (Schneller i Coburn, 2018).

3.
ELS TURISTES
DE VOLUNTARIAT

El turisme de voluntariat també fomenta la **creació de relacions d'amistat dels turistes amb la comunitat local** que visiten (Burrai, Font i Cochrane, 2015; Gard i Almeida, 2005; Guiney, 2017; Kontogeorgopoulos, 2017; Park, 2017; Raymond i Hall, 2008). Alhora, també permet formar una comunitat d'individus amb valors i objectius iguals, proveint un terreny fèrtil pel desenvolupament de xarxes i experiències d'augment de consciència (Gard i Almeida, 2005) i oportunitats per a un major intercanvi cultural (Wearing, Young i Everingham, 2017). Els turistes tenen la possibilitat de constituir-se com a agents de canvi, suggerint que tenen el poder i la capacitat d'ajudar als que ho necessiten (Gard, 2012; Gard i Almeida, 2005; McGloin i Georgeou, 2015). Finalment, un altre efecte positiu és que ajuda a solucionar problemes existents en el tercer món i fomenta que hi hagi una major connexió amb els pares quan es realitza turisme de voluntariat en família (Molz, 2015).

3.3. Els impactes negatius de l'experiència

Respecte dels impactes negatius sobre els voluntaris, se'n diferencien dos tipus segons si ocorren durant o després del voluntariat i si estan relacionats amb la comunitat local o els volunturistes.

En primer lloc, dins dels efectes negatius que esdevenen durant el voluntariat i que estan relacionats amb la comunitat local, es troba el fet de **construir i mantenir barreres per a distanciar-se físicament i socialment dels locals**, a més de no esforçar-se per explorar la cultura autòctona (Park, 2017; Schneider, 2018). Un dels motius pels quals hi ha una manca d'interacció entre turistes i locals és per la barrera lingüística, ja que sense entendre l'idioma local és difícil comprendre's els uns als altres i mantenir un major contacte (Aquino i Andreck, 2018; Gofrey et al., 2019). A més, de vegades els voluntaris estableixen la dicotomia entre "nosaltres" (turistes) i "ells" (comunitat amfitriona) i en veuen més les diferències (Molz, 2015; Raymond i Hall, 2008; Simpson, 2004), el que també ajuda a reforçar estereotips negatius sobre els locals, vistos com inferiors o amb menys possibilitats (Guttentag, 2009; Molz, 2015; Raymond i Hall, 2008; Schech, 2017; Sin, 2009), per la qual cosa es defineix com un altre dels efectes negatius del turisme de voluntariat.

Durant la seva experiència, els volunturistes també poden desenvolupar **paternalisme occidental** i promoure la superioritat enfront de les comunitats, ja que creuen saber què és millor per a elles. D'aquesta manera prenen rols d'experts, el que és vist com una representació de la construcció neocolonialista de l'occident racialment i culturalment superior (Park, 2017; Raymond i Hall, 2008). Els voluntaris també solen mostrar-se **dependents d'un ideal de "sort"** per a explicar les desigualtats i les diferències que troben durant el voluntariat (Crossley, 2012; Gofrey et al., 2019; Kontogeorgopoulos, 2017; Simpson, 2004), és a dir, observar la pobresa els fa sentir-se afortunats i apreciar el que tenen o el lloc on han nascut. Finalment, els volunturistes excusen la desigualtat material i la pobresa a través de la concepció de **poor but happy** i no s'oposen a elles (Simpson, 2004). Aquesta expressió és molt utilitzada en la literatura de turisme de voluntariat per a referir-se a les comunitats pobres, però felices.

3.
ELS TURISTES
DE VOLUNTARIAT**CAS D'ESTUDI:**
Les relacions entre volunturistes i locals a Pueblo Blanco, Hondures.

Hondures és un dels països on els últims anys ha crescut la seva popularitat per a dur a terme programes de voluntariat. Més concretament, la següent experiència se centra en la vivència de 23 voluntaris a l'escola de Pueblo Blanco, per tal d'observar quines són les relacions que es produeixen entre aquests i la població local.

Matthew Jerome Schneider (2018), investigador d'aquest cas d'estudi, destaca que els voluntaris nord-americans demostren una consciència creixent del seu color de pell i la seva raça, establint-ho com un marcador físic de la seva diferència cultural i de la seva posició relativament avançada. Per a ells, la blancor es conceptualitza com un estatus de privilegi, juntament amb la seva nacionalitat, la cultura, el gènere i la classe.

Alhora, durant l'experiència de voluntariat els turistes prefereixen ocupar àrees on no han de tenir contacte amb la població local, com per exemple els campus d'ONG, bars, hotels, cafeteries, etc. Els voluntaris els consideren espais segurs, tot i que en algunes ocasions són els propis locals qui pressionen als turistes per anar-hi. En aquests espais s'exigeix als assistents que demostrin un capital cultural necessari, prestigi i habilitats lingüístiques comunes entre els volunturistes. Això els produeix una sèrie de contradiccions i un canvi de percepcions en relació a les que tenien abans de realitzar el viatge.



Turistes de voluntariat reunits.
Font: Helena Lopes, www.pexels.com.

3.
ELS TURISTES
DE VOLUNTARIAT

No obstant, tal i com afirma Crossley (2012), pot portar contradiccions ja que els turistes se senten decebuts perquè no es troben amb la pobresa imaginada producte d'idees preconcebudes, sinó que veuen comunitats vivint alegres i felices, el que alhora els fa sentir-se alleugerits de no haver de lidiar amb la pobresa. En un cas d'estudi de Gofrey et al., (2019) sobre una experiència de volunturisme a Cusco, es mostra com els participants estaven sorpresos de tenir electricitat, aigua corrent i Wi-Fi a les cases dels amfitrions locals, ja que eren recursos que no esperaven trobar-se en un país en vies de desenvolupament.

Per altra banda, una de les principals **desigualtats que perceben les dones voluntàries és la preocupació per la seva seguretat personal**, associada a l'assetjament sexual per part d'homes locals, especialment els *catcalling*, és a dir, **l'assetjament verbal pel carrer**. Aquesta por es relaciona amb un imaginari consistent en una "cultura masclista hipersexualitzada", on els cossos blancs es consideren vulnerables a les amenaces dels cossos no blancs i, en major mesura, en el cas de les dones. Alguns d'aquests estereotips de gènere són una reminiscència dels discursos colonials, on els homes africans són percebuts com a "depredadors" de dones blanques (Mindry, 2010). En alguns contextos de turisme de voluntariat, els *catcalls* i les mirades que reben les turistes per part d'homes locals representen les relacions desiguals de gènere. Aquesta trobada provoca por, ja que les dones senten que l'assetjament pot donar lloc a agressions, robatoris o altres interaccions no desitjades (MacDonald, 2019), com ara les propostes de matrimoni d'homes locals (Park, 2017). Per tant, les dones voluntàries adopten diferents estratègies de negociació per a poder afrontar aquestes situacions, tals com limitar els seus moviments, passejar amb els auriculars posats o no estar soles, sobretot a la nit i també experimenten diferents emocions, com la ira, la frustració i la confusió (MacDonald, 2019). En aquest sentit, quan entenen la seva posició social com a dones blanques procedents del Nord Global, les turistes veuen que l'exotisme del lloc imaginat on es realitza el voluntariat també pot ser perillós amb les situacions descrites anteriorment (Schneider, 2018).

Segons el tipus de voluntariat, els participants poden tenir l'opció d'allotjar-se amb les famílies amfitriones. Més concretament, són **les dones qui mostren major preferència per allotjar-se a una casa familiar** que els homes i entre les raons s'esmenta, en ordre descendent d'importància, la seguretat, la interacció social, el desenvolupament i servei a la comunitat, la immersió cultural i el cost econòmic menor; mentre que els homes trien aquesta opció a causa del preu inferior, la immersió cultural, el servei i el desenvolupament a la comunitat, la interacció social i, per últim, la seguretat i la calidesa (Agyeiwaah et al., 2013). Els voluntaris que s'allotgen amb les famílies de les comunitats on es realitza el voluntariat són vistos i acollits com a membres de la família, no com a convidats, fet que porta a anomenar i a considerar els adults de les seves cases com a "mares" i "pares".

En aquestes trobades amb la comunitat local, **les mares d'acollida tenen un paper de cura dels volunturistes** com a treball d'"amor", una tasca que implica

3.
ELS TURISTES
DE VOLUNTARIAT

ensenyar al voluntari com fer la bugada; cuinar; xerrar i, generalment, tenir cura del participant (MacDonald, 2019). Tal i com afirma aquest mateix autor, a mesura que el treball d'atenció s'estén a mantenir segurs els voluntaris, les famílies d'acollida es converteixen en intermediàries culturals ajudant-los a moure's per les comunitats que es troben fora de perill, essent les mares d'acollida les que expressen més preocupacions per la seguretat dels volunturistes mentre es troben fora de casa i, especialment, per les dones voluntàries. A més, allotjar-se amb una família local significa afrontar les normes ja establertes, les quals poden tenir un efecte diferent en cada participant quan fan referència a la seva protecció. Tal i com mostra la investigació desenvolupada per Kipp, Hawkins i Gray (2020) sobre seguretat, gènere i racialització, alguns voluntaris són més propensos a entendre aquestes normes com un acte de cura, mentre que altres s'hi enfronten fins al punt on és possible acabar l'experiència del voluntariat abans del previst degut a aquestes normes, percebudes com una coerció de la seva llibertat.

El segon apartat se centra en els efectes negatius que esdevenen després del voluntariat i estan directament vinculats amb els volunturistes. Aquests darrers, un cop tornen del voluntariat, són igual de **susceptibles a no contribuir a les seves comunitats d'origen** i, per això, de vegades decideixen no participar ni donar suport en moviments socials (Ong et al., 2017; Sin, 2009). D'altra banda, expressen apreciació per la seva vida actual i se senten afortunats sense esmentar els problemes existents sobre la desigualtat mundial o la pobresa que han percebut durant la seva experiència (Park, 2017). Finalment, no tenen el desig d'interrompre estructures de poder existents entre les comunitats del Nord i del Sud que conformen desigualtats globals i només volen desenvolupar-se personalment (Molz, 2015; Simpson, 2004).

Hi ha una manca de consciència i treball personal durant l'experiència de voluntariat.

En un estudi d'Aquino i Andereck (2018), es mostra com els voluntaris no tenen certesa sobre els seus impactes globals. Alguns no estan segurs sobre els seus impactes positius i només perceben els efectes negatius mínims, mentre que d'altres no veuen cap conseqüència negativa. Aquest fet mostra com hi ha una manca de consciència i treball personal durant l'experiència de voluntariat i d'espais d'anàlisi que han d'anar acompanyats de les organitzacions de voluntariat i de les pròpies comunitats. La investigació també assenyala que majoritàriament els turistes se centren en ells mateixos i els impactes que han tingut sobre la comunitat de manera individual, en lloc de considerar una perspectiva general de com el volunturisme ha afectat, afecta i afectarà a la comunitat.

Alguns dels efectes negatius anteriorment comentats es poden emmarcar en l'anàlisi d'algunes dinàmiques globals, com ara la mirada humanitària que en aquest cas es trasllada a la *tourist gaze*, és a dir, la **mirada turística** (Gofrey et al., 2019). Aquesta permet explorar com el turisme de voluntariat, amb experiències més comercials, construeix la seva mirada sobre la comunitat local on els voluntaris assumeixen una posició de dominació.

3.
ELS TURISTES
DE VOLUNTARIAT

En aquest sentit, el concepte “**síndrome del salvador blanc**” s'utilitza com a categoria per a mostrar la personificació de la dinàmica de poder esmentada anteriorment, que produeix una desigualtat entre el Nord Global i el Sud Global, encara que no sigui un comportament totalment conscient. En el turisme de voluntariat hi ha certs conceptes oposats com ara volunturista/membre de la comunitat, treball/oci, privilegiat del Nord/desfavorit del Sud, desenvolupat/subdesenvolupat, Est/Oest. Tots aquests binarismes es deriven de la construcció de l'altre, és a dir, com els voluntaris veuen als amfitrions a partir d'un imaginari creat al Nord Global (Wearing et al., 2018). Per tant, el “salvador blanc” no reconeix els diferencials de poder que han creat històricament aquestes distincions, donant com a resultat construccions simplistes de desigualtat (Bandyopadhyay i Patil, 2017).

D'altra banda, les pràctiques i les imatges fotogràfiques en el turisme de voluntariat també poden presentar similituds amb la mirada popular humanitària (Mostafanezhad, 2014). Així doncs, mitjançant certes maneres de com es fotografia el Sud Global, **els volunturistes perpetuen determinades imatges, com ara la vulnerabilitat**, que reforça l'estètica de la pobresa i justifica, per tant, la implicació dels occidentals en projectes de desenvolupament (Sin i He, 2018). Moltes de les imatges que fan els participants durant la seva experiència són *selfies* amb les persones a qui estan ajudant, fotografies que després es distribueixen a través de les xarxes socials com Facebook (Bandyopadhyay i Patil, 2017), Instagram, Twitter, etc. Una altra plataforma



Volunturista fotografiant a la comunitat local.
Font: Breezy Baldwin, sota llicència de creative commons.

3.
ELS TURISTES
DE VOLUNTARIAT

on es troben els *selfies*, especialment amb infants, és Tinder on les fotografies es converteixen en un element d'atracció (Schwarz i Richey, 2019). Així, l'acte de penjar una foto en el context del volunturisme mostra com els participants negocien entre fer el bé i aparentar fer el bé (Schwarz i Richey, 2019), però també **les relacions desiguals entre el fotògraf i el fotografiat** (Ghaderi i Béal, 2020), on a vegades els membres de la comunitat local demanen als voluntaris que no es facin fotos d'ells (Park, 2017).

Per exemple, les imatges de volunturistes, sobretot dones blanques, agafades de la mà, abraçades, amb rialles i envoltades d'infants són representacions habituals de l'experiència de turisme de voluntariat a Internet (Mostafanezhad, 2013, Sin i He, 2018). La captura i la publicació de fotos a les xarxes socials per part de turistes de voluntariat no és un fet que hagi passat desapercebut. En els darrers anys, han aparegut nombroses crítiques online, com el compte d'Instagram conegut com a

S'ha sentimentalitzat i despolititzat la trobada humanitària, prioritzant els desitjos personals per sobre de la consciència de reproduir comportaments neocolonials.

Barbie Saviour (Sin i He, 2018). Aquesta iniciativa representa la nina *Barbie* com una dona voluntària, jove i blanca que reproduïx totes les dinàmiques esmentades, especialment amb infants, animals salvatges i l'apropiació d'estils tradicionals de vestir i de pentinats (Schwarz i Richey, 2019). Així doncs, imita a una turista en el paper de "salvador blanc", atès que la popularitat del turisme de voluntariat entre les dones procedents de països desenvolupats és el resultat de les dimensions de gènere, racialitzades i de poder dins de la indústria (Bandyopadhyay i Patil, 2017). No obstant, tot i que el compte va ser creat com a crítica d'aquest particular perfil i comportament dels volunturistes, és vital ser conscients que aquests judicis simplistes també poden mantenir els binarismes de raça i gènere i poden homogeneïtzar un fenomen tan complex (Wearing et al., 2018).

D'altra banda, les pròpies organitzacions de voluntariat de vegades utilitzen famosos i famoses per a promoure programes de volunturisme, convertint-los en interlocutors i portaveus de l'humanitarisme i reconfigurant les agendes de desenvolupament internacional (Mostafanezhad, 2013). La relació entre el **sector del desenvolupament i la indústria de les celebritats** s'ha formalitzat de manera que les ONG i d'altres agències internacionals encoratgen a una persona famosa per a que sigui la representant de la seva tasca (Richey, 2016). La majoria d'aquestes famoses són dones que s'han convertit en un referent per a noies joves i han augmentat la consciència sobre algunes qüestions humanitàries presents actualment, com ara els programes d'ajuda a les comunitats del Sud Global per part del turisme de voluntariat. Tot i això, també s'ha sentimentalitzat i despolititzat la trobada humanitària, prioritzant els desitjos personals per sobre de la consciència de reproduir comportaments neocolonials (Mostafanezhad, 2013).

4.

LES COMUNITATS LOCALS

Les **comunitats locals o amfitriones** són el conjunt de persones que habiten al Sud Global i reben ajuda per part de persones voluntàries provinents del Nord Global. Donada la seva diversitat (nombre de persones, gènere, edat, religió, localització geogràfica i física, context social i històric, formes d'organització, activitat econòmica de la zona, etc.) **resulta complex definir les característiques** de les comunitats locals. Tot i això, generalment són mencionades com grups de persones amb necessitats i carències que són suplertes pels voluntaris i les organitzacions que gestionen els programes de voluntariat.

Aquino i Andereck (2018) defineixen les comunitats marginades i vulnerables com aquelles en què els residents tenen un poder i un control limitat sobre la seva vida. En el turisme de voluntariat, les comunitats tenen el rol d'acollir els projectes i els volunturistes que arriben per a contribuir a la millora d'alguns aspectes de la seva vida. No obstant, la població local no sempre és considerada com un altre agent, sinó que queda en un segon pla sota dinàmiques d'imposició i subordinació que tenen lloc durant aquestes experiències.

4.1. Els impactes positius de l'experiència

El turisme de voluntariat, com qualsevol altre tipus de turisme, deixa una sèrie d'impactes a la comunitat on es realitza el voluntariat. És per això que es diferencien els efectes positius i els negatius derivats d'aquesta pràctica.

Pel que fa als efectes positius, es poden distingir els **beneficis econòmics, els socials i els mediambientals**. Respecte dels primers, es detecta un creixement econòmic a la destinació gràcies al volunturisme (Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018) i un augment dels recursos, com ara el material pels docents i la construcció de noves escoles a partir de les donacions dels turistes (Bargeman, Richards i Govers, 2018).

En segon lloc, els beneficis socials identificats són **l'enfortiment de la comunitat** (Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018); la millora de l'educació i el coneixement, tant dels infants com dels professors (Bargeman, Richards i Govers, 2018; Frilund, 2015); la creació d'una atmosfera més afectuosa ja que els voluntaris presten més atenció personal als infants i això fa que a l'escola se sentin com a casa (Bargeman, Richards i Govers, 2018); un major enteniment sociocultural per part de

4.
LES COMUNITATS
LOCALS

la comunitat per la seva implicació en els projectes (Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018); **el desenvolupament local** amb, per exemple, projectes que treballen per al desenvolupament rural en zones on la comunitat ara compta amb fonts d'energia alternatives i sistemes de purificació d'aigua (Daldeniz i Hampton, 2010); l'obtenció d'un espai per a l'emancipació dels locals (Gard, 2012) on les comunitats amfitriones poden accedir a un estat d'autonomia, contrari al sentiment d'opressió que té lloc en les relacions desiguals de poder. Finalment, el darrer benefici social és la creació de relacions d'amistat amb els voluntaris (Burrari, Font i Cochrane, 2015; Gard i Almeida, 2005; Guiney, 2017; Park, 2017; Raymond i Hall, 2008).

En tercer lloc, es troben els beneficis ambientals, ja que alguns dels projectes de voluntariat es dediquen a la conservació de la natura com la sabana o recursos marins, a la neteja d'espais naturals, o l'ajuda en el naixement de tortugues marines, etc. Per una banda, s'aconsegueix **més consciència mediambiental** atès que els turistes es poden convertir en el motor de l'acció mediambiental local, ajudant a netejar platges o esculls de corall de les destinacions (Daldeniz i Hampton, 2010). Per l'altra, es satisfan les necessitats de conservació i desenvolupament dels ecosistemes, obtenint suport per a la investigació i la millora dels mitjans de subsistència de regions poc afavorides (Roques et al., 2018).

4.2. Els impactes negatius de l'experiència

La segona secció d'aquest apartat fa referència als efectes negatius del turisme de voluntariat sobre la comunitat, els quals també es poden agrupar en tres temes diferents. Primerament es troben els **efectes negatius no previstos derivats de la presència del turisme de voluntariat**. Dins d'aquests, s'han determinat quatre impactes: la **reducció d'oportunitats de treball** ja que els voluntaris supleixen i/o realitzen feines de manera gratuïta que podrien fer els membres de la comunitat local



Reunió de dones en una iniciativa de turisme de voluntariat.
Font: Flickr, sota llicència de creative commons.

4.
LES COMUNITATS
LOCALS

de manera remunerada (Bargeman, Richards i Govers, 2018; Daldeniz i Hampton, 2010; Guttentag, 2009, 2012; Raymond i Hall, 2008); **la creació de dependència** ja que les comunitats confien en els recursos externs d'assistència i desconfien dels proveïdors locals, convertint-les en extremadament vulnerables perquè els projectes poden aturar-se en qualsevol moment (Burrai, Font i Cochrane, 2015; Frilund, 2015; Guttentag, 2009, 2012; Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018; Ong et al., 2017); **els canvis culturals en les comunitats** que tenen efectes negatius sobre aquesta i que són provocats per l'intercanvi produït entre voluntaris i locals (Guttentag, 2009, 2012) i, per últim, es dona pas a que **la població local i els infants es converteixin en un marcadore d'allò exòtic**, l'autèntic "altre", que pot ser tractat com un objecte i consumit per la mirada turística, el que també pot produir relacions de poder perjudicials (Crossley, 2012; Guiney i Mostafanezhad, 2015; Frilund, 2015).

El següents **efectes negatius són derivats de reaccions, sentiments o canvis d'actitud dels locals**. Un dels impactes que es produeix és **tensions culturals** entre els voluntaristes i els locals (Daldeniz i Hampton, 2010; Guttentag, 2009), ja que els primers moltes vegades actuen seguint els hàbits i les normes que tenen en el seu país d'origen sense tenir en compte com això pot afectar a la comunitat amfitriona. També es poden generar sentiments de gelosia degut a que els locals (sobretot infants) intenten imitar patrons de consum estranger, però es troben que els elements de riquesa estan fora del seu abast (Guttentag, 2009). Per últim, pot aparèixer un **sentiment d'inferioritat respecte dels turistes** degut a les desigualtats de poder i coneixement entre turistes i amfitrions, on es genera una jerarquia que situa als voluntaris com a donants benèvolos i als locals com a receptors de caritat (Burrai, Font i Cochrane, 2015; Gard, 2012; Guttentag, 2009; McGloin i Georgeou, 2015; Schneider, 2018; Sin, 2009).

Per acabar, es classifiquen els **efectes negatius provocats per una mala gestió dels projectes o falta d'habilitats dels voluntaristes**. De vegades, els objectius dels projectes de les organitzacions poden ser contraris als desitjos de les comunitats locals (Guttentag et al., 2012). Altres, es valora menys la transformació social de les destinacions o la causa per la qual s'està desenvolupant un projecte, ja que es prioritzen els resultats finals i els econòmics (Burrai i Hannam, 2017; Park, 2017; Simpson, 2004). També pot ocórrer que hi hagi un impediment o una **realització insatisfactòria del treball** degut a que als voluntaris els manquen habilitats i coneixements (Bargeman, Richards i Govers, 2018; Burrai, Font i Cochrane, 2015; Guttentag, 2009; Schwarz, 2017; Simpson, 2004) com pot passar en una escola on els turistes donessin classes d'anglès ja que és la seva llengua materna, però sense haver estudiat mai abans com ensenyar un idioma o sense haver treballat les habilitats que ha de tenir un professor. Finalment, l'últim efecte negatiu té a veure amb l'ús excessiu dels recursos naturals de la destinació per als projectes degut a una mercantilització de l'àrea o camp on es duen a terme aquests (Hernandez-Maskivker, Lapointe i Aquino, 2018).

4.
LES COMUNITATS
LOCALS**CAS D'ESTUDI:**
Les trobades amb la pobresa en les experiències de volunturisme

Els impactes negatius a les comunitats locals s'observen des de diverses perspectives i estudis de cas. El següent se centra a Kenya, on s'avaluen les experiències i subjectivitats de 10 volunturistes d'Anglaterra, amb edats compreses entre els 18 i els 24 anys. Aquest programa d'entre un i tres mesos, ofert per un proveïdor comercial, inclou un mescla de projectes amb les comunitats locals i de conservació mediambiental, juntament amb activitats turístiques com ara safaris i estades a la platja. L'autora d'aquesta investigació, Émilie Crossley (2012), explora la relació dels turistes amb la pobresa com un impacte negatiu cap a la comunitat local.

Així doncs, mostra com els turistes de voluntariat es troben immersos en imatges desoladores de les comunitats pobres perquè això crea un sentiment d'urgència i necessitat que els permet assumir positivament el rol de voluntari. Per l'altra banda, se senten sorpresos i positivament decebuts perquè la població local no és tan infeliç com ells s'esperaven. Una de les voluntàries reflexiona que quan menys es té, s'aprecia més a la família i els amics, i no tant a les coses materials. És aquí on es veu l'ideal "d'apreciació" a les comunitats locals. Amb una actitud de turista convencional, el tracte com a objecte a les persones i els llocs en el Tercer Món i l'ús de la fotografia pot produir una barrera entre la població local i els turistes, promovent relacions de poder perjudicials. A més, s'afegeix el risc d'identificar les pràctiques de l'experiència amb la pobresa com part d'un paisatge consumible, permetent també als turistes desxifrar el paisatge com un marc estètic i cultural més que no pas un econòmic i social. Un possible resultat d'aquest fet és idealitzar i restar importància a la pobresa.



Conversa entre turistes de voluntariat.
Font: Breezy Baldwin, sota llicència de creative commons.

5.

CONCLUSIONS

La popularitat del turisme de voluntariat ha crescut en els darrers anys, no només per la proliferació d'organitzacions del Nord Global dedicades a realitzar programes de voluntariat a països del Sud Global, sinó també per l'interès i la repercussió mediàtica que ha hagut als mitjans de comunicació. Aquesta tendència creixent del nombre de volunturistes també s'ha vist reflectida en l'augment d'estudis empírics sobre aquest fenomen des de principis del segle XXI, amb un interès que és cada vegada major. Per tant, es pot afirmar que **el turisme de voluntariat és un nínxol turístic en potencial expansió**, que ha generat discussions tant a l'acadèmia com entre les mateixes organitzacions. Així doncs, amb l'objectiu de comprendre i analitzar aquest fenomen tan complex, resulta necessari dur a terme estudis holístics i en profunditat.

Alhora, cal entendre certes qüestions estructurals que moltes vegades poden passar per desapercebudes, però permeten comprendre les dinàmiques generades en els programes de turisme de voluntariat. D'una banda, hi ha una forta creença per part d'un grup nombrós d'investigadors pel que fa a les formes postcoloniales que s'incorporen en aquest fenomen. Així doncs, tenint en compte que la majoria de projectes es realitzen al Sud Global, es critica com **les arrels històriques d'inferioritat i de superioritat racial són perpetuades en el volunturisme**. Això també es pot veure reflectit en la concepció del Nord com a salvador d'un Sud victimitzat i miserable, on la mirada humanitària contribueix a la reproducció de discursos geopolítics de les relacions de poder que naturalitzen la desigualtat política, econòmica i social. Aquesta mirada també manté certs imaginaris sobre el binarisme de "nosaltres" versus "ells", que reforça les jerarquies binàries de donants del Nord i receptors del Sud. D'altra banda, darrerament ha crescut l'interès per analitzar el nexa entre el turisme de voluntariat i el gènere, des d'on **s'associen els països en desenvolupament amb les figures femenines (febles i pobres)** i els països desenvolupats amb la fortalesa i la potència que tenen els homes. D'aquesta manera, es perpetua la infantilització del Sud, concepció reforçada amb les imatges d'infants amb una càrrega emocional que provoquen empatia cosmopolita i es converteixen en components clau de la mirada popular humanitària.

L'evolució del turisme de voluntariat també ha donat lloc als debats sobre la comercialització d'aquesta activitat turística on hi ha una clara diferència entre les organitzacions sense ànim de lucre, com ara ONGs, i les empreses que utilitzen el volunturisme per a obtenir beneficis. D'aquesta manera, el turisme de voluntariat sembla dependre, com qualsevol altra activitat econòmica, de la disponibilitat de

5. CONCLUSIONS

recursos, que en aquest cas són proveïts principalment pels participants i això porta a les organitzacions a competir entre elles per a aconseguir un major nombre de voluntaris. No obstant, tal i com ja ho han fet algunes organitzacions sense ànim de lucre, **hi ha un desig per a diferenciar-se i promoure els objectius reals del voluntariat**. Cal tenir en compte, doncs, que el creixement del sector ha provocat una homogeneïtzació de les organitzacions de voluntariat i, per tant, és necessari establir estratègies de diferenciació on poder posar en valor els objectius del desenvolupament i la capacitat transformadora dels voluntariats.

Un altre aspecte a tenir en compte són les recomanacions per a les organitzacions que tenen un paper imprescindible per a potenciar els impactes positius d'aquest fenomen. Per això, el disseny i la implementació dels programes és un factor clau de l'èxit, tant des de la perspectiva de les comunitats com dels volunturistes. Les propostes establertes tenen l'objectiu de millorar el funcionament dels programes i intentar encaixar les necessitats dels locals amb les motivacions, les habilitats i els coneixements dels turistes per a que el resultat final sigui profitós per a la comunitat amfitriona. Tenint en compte les dinàmiques comercials del turisme de voluntariat, es pot concloure que el disseny dels programes de voluntariat moltes vegades només contempla els interessos de les pròpies organitzacions com ara atraure a voluntaris i obtenir un benefici econòmic, sense tenir en compte les necessitats dels locals, els possibles impactes negatius a la comunitat amfitriona o el coneixement que tenen els turistes sobre el voluntariat.

No obstant, no és possible generalitzar aquests darrers aspectes del volunturisme, ja que cada organització treballa de manera diferent i estableix unes línies d'acció d'acord amb la seva missió i els seus valors. Un fet que pot ajudar a millorar els projectes de voluntariat i que moltes organitzacions ja incorporen des de fa temps **són les formacions per als participants, tant abans d'iniciar el viatge, com**



Visita turística a volunturistes de la mà d'un guia local.
Font: Flickr, sota llicència de creative commons.

5.
CONCLUSIONS

durant l'experiència i un cop es retorna al país d'origen. Aquestes trobades entre organitzacions i voluntaris i, inclús amb la comunitat amfitriona, permeten augmentar la consciència sobre accions, dinàmiques i implicacions ètiques del turisme de voluntariat. A més, hi ha aspectes mencionats anteriorment com ara el gènere o el colonialisme que són molt interessants de tractar per tal d'evitar actituds masclistes i racistes o per a establir mecanismes de denúncia en cas de trobar-se amb certes agressions, algunes de les quals inclús poden ser perpetuades per les pròpies organitzacions.

Pel que fa als turistes de voluntariat, cal tenir en compte que no s'ha de globalitzar la seva imatge ni la seva actitud ja que cap participant és igual a un altre. Aquesta diversitat també es reflecteix a les motivacions dels volunturistes que varien en funció de cadascú, tot i que s'han pogut establir algunes categories per a classificar-les. El més destacat d'aquesta categorització és que **la majoria de motivacions fan referència al desenvolupament personal o professional dels voluntaris, la tipologia de viatge o la destinació**, més que no pas als aspectes altruistes de realitzar un voluntariat. Aquestes motivacions estan vinculades amb el creixement del turisme post-fordista, en el qual són preferents les experiències particulars i significatives per als turistes, que al mateix temps fugen dels llocs més turístics i massificats. És per això que el turisme de voluntariat els ofereix una oportunitat de viatjar sota diferents coordenades i viure una nova experiència allunyada de les típiques destinacions turístiques.

Cal destacar també les motivacions i les preferències segons el gènere dels voluntaris, tot i que hi ha una manca de dades específiques i investigacions que ho associïn amb dinàmiques estructurals. No obstant, les voluntàries, essent majoritàriament dones

S'evidencia un escenari molt contraposat, sense consens suficient per a determinar el tipus d'efectes que genera el turisme de voluntariat.

joves, busquen una experiència personal relacionada amb la cura i l'educació d'infants ja sigui en escoles o orfenats. Aquest fet es vincula amb les referències i les imatges que veuen de les famoses en la cooperació internacional i els rols que aquestes prenen com a "salvadores blanques", on moltes vegades reproduïxen actituds de superioritat. També és important ressaltar les diferències de preferència pel servei i el desenvolupament de la comunitat i la

interacció social, on es mostra **una clara intenció de les dones per implicar-se en tasques vinculades als rols de gènere tradicionals.** D'altra banda, les seves preferències de romandre amb la família d'acollida estan estretament relacionades amb la seva seguretat i la interacció social amb la comunitat, mentre que els participants masculins no solen estar-ne tan preocupats. El gran contrast entre la seguretat que perceben les voluntàries i els voluntaris mostra una clara influència d'una realitat en què les dones semblen haver de protegir-se més que els homes per tal d'evitar situacions perilloses, com ara la violència i l'assetjament sexual.

Respecte dels impactes positius i negatius del turisme de voluntariat als propis volunturistes, es pot afirmar que hi ha una gran varietat d'arguments exposats pels acadèmics en els seus articles i casos d'estudi, la qual cosa evidencia un escenari molt contraposat, sense consens suficient per a determinar el tipus d'efectes que genera

5.
CONCLUSIONS

el turisme de voluntariat. Aquest fet també es pot aplicar a les comunitats local, on les dinàmiques exposades permeten afirmar que **hi ha una elevada controvèrsia de visions en la valoració d'un mateix model turístic pel que fa als efectes positius i negatius**. D'aquesta manera, és necessari comentar que no es pot valorar si el turisme de voluntariat té més impactes positius que negatius o a l'inrevés, ja que cal aprofundir en el grau d'aquests efectes. També és difícil fer un balanç perquè hi ha una gran abundància tant de casos d'èxit com de fracàs.

Partint de la premissa que el turisme de voluntariat és un fenomen complex i en constant evolució, també cal centrar l'atenció en les **futures investigacions**. Aquestes reflecteixen un clar interès per part dels investigadors en seguir analitzant, explorant i fent recerca sobre el turisme de voluntariat. En aquest sentit, repensar el concepte de turista de voluntariat incloent al mateix turista en les discussions i les accions en seria un exemple, ja que el propi turista evoluciona al llarg dels anys i així ho ha de fer la seva definició i, per tant, aquest és un aspecte interessant a estudiar. De la mateixa manera, caldria explorar específicament per què es produeixen tantes diferències en la valoració dels impactes positius i negatius del volunturisme, amb casos concrets, i determinar els efectes a llarg termini sobre les comunitats i els participants. Les futures línies d'investigació també haurien d'incloure una perspectiva de gènere a l'hora d'estudiar més profundament la transformació de les relacions de gènere en experiències de turisme de voluntariat des del punt de vista d'ambdós, participants i comunitats locals, tenint en compte les estructures de poder existents globalment. Finalment, per tal d'aprofundir en el coneixement existent sobre el turisme de voluntariat i completar els buits existents en la literatura científica és necessari seguir investigant de manera reflexiva, crítica i holística.

És necessari seguir investigant de manera reflexiva, crítica i holística.

Tot i les diferents pràctiques i les crítiques que ha rebut el turisme de voluntariat durant els últims anys pel seu creixent procés de mercantilització, aquest és clarament un nínxol de mercat allunyat del turisme de masses tradicional. Actualment **no hi ha una visió clara sobre com la pandèmia de la COVID-19 afectarà al volunturisme**, tenint en compte que és sobretot a l'estiu quan es realitzen la major part dels programes. D'un costat, els viatges internacionals quedaran reduïts a les mesures decretades en cada país, fet que disminuirà el nombre de turistes de voluntariat. Atès que la pandèmia ha alterat els cicles escolars i els períodes de vacances a nivell global, els voluntariats promoguts per programes de mobilitat estudiantil es veuran més afectats. De l'altre costat, pot ser que algunes organitzacions rebin recolzament financer per part d'institucions econòmiques globals per a destinar-les a executar projectes de voluntariat, com aquells gestionats per agències de cooperació internacional que s'enfoquen en temes de salut per a països més vulnerables.

La reducció parcial o total del nombre de volunturistes pot afectar també a les comunitats dependents d'aquests programes i de les institucions que els possibiliten.

5.
CONCLUSIONS

És per això que el context actual s'estableix com **un escenari propici per a repensar el paper d'aquestes organitzacions i la gestió que fan sobre el voluntariat**, tot procurant que els projectes siguin gestionats per les mateixes comunitats. Així mateix, també és interessant que els propis voluntaris es qüestionin les seves motivacions i la necessitat de viatjar internacionalment per a desenvolupar habilitats per les quals es proposen fer volunturisme, tenint en compte les limitacions en la mobilitat. Finalment, davant d'aquesta crisi de la COVID-19, el turisme de voluntariat pot ser un model a seguir sempre que mantingui la seva aposta per la contribució al benestar social, en termes de salut, sobirania alimentària, educació i desenvolupament comunitari, mantenint com a principal objectiu l'altruisme front a les visions consumistes i individualistes d'altres formes de turisme.



Grup de turistes de voluntariat.
Font: Proyecto Asis, sota llicència de creative commons.



Voluntarista en un programa de construcció i restauració d'infraestructures.
Font: Commander, US, sota llicència de creative commons.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Agyeiwaah, E., Akyeampong, O., Amenumey, E., i Boakye, K.A. (2014). Accommodation preference among international volunteer tourists in the Kumasi Metropolis of Ghana. *Tourism Management Perspectives*, 10, 7-10.
- Aquino, J.F., i Andereck, K. (2018). Volunteer tourists' perceptions of their impacts on marginalized communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(11), 1967-1983.
- Bailey, A., i Fernando, I. (2011). Decoding the voluntourism process: a case study of the pay it forward tour. *Journal of Experiential Education*, 33(4), 406-410.
- Bandyopadhyay, R. (2019). Volunteer tourism and "The White Man's Burden": globalization of suffering, white savior complex, religion and modernity. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-17.
- Bandyopadhyay, R., i Patil, V. (2017). "The white woman's burden" – the racialized, gendered politics of volunteer tourism. *Tourism Geographies*, 19(4), 644–657.
- Bargeman, B., Richards, G., i Govers, E. (2018). Volunteer tourism impacts in Ghana: a practice approach. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1486-1501.
- Brondo, K.V., Kent, S., i Hill, A. (2016). Teaching collaborative environmental anthropology: a case study embedding engaged scholarship in critical approaches to voluntourism. *Annals of Anthropological Practice*, 40(2), 193-206.
- Burrai, E., i Hannam, K. (2017). Challenging the responsibility of 'responsible volunteer tourism'. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 10(1), 90-95.
- Burrai, E., Font, X., i Cochrane, J. (2015). Destination Stakeholders' Perceptions of Volunteer Tourism: An Equity Theory Approach. *International Journal of Tourism Research*, 17, 451–459.
- Coghlan, A. (2008). Exploring the role of expedition staff in Volunteer tourism. *International Journal of Tourism Research*, 10, 283-191.
- Crossley, E. (2012). Poor but happy: volunteer tourists' encounters with poverty. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 14(2), 235-253.
- Crossley, E. (2017). Cosmopolitan empathy in volunteer tourism: a psychosocial perspective. *Tourism Recreation Research*, 42(2), 150-163.
- Curtin, S., i Brown, L. (2018). Travelling with a purpose: An ethnographic study of the eudemonic experiences of volunteer expedition participants. *Tourist Studies*, 19(2), 192-214.
- Daldeniz, B., i Hampton, M.P. (2010). Charity-based voluntourism versus 'lifestyle' voluntourism: evidence from Nicaragua and Malaysia. University of Kent (Working paper), 211.
- Frilund, R. (2015). Teasing the boundaries of 'volunteer tourism': local NGOs looking for global workforce. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 355-368.
- Gard, N. (2012). Oppression, emancipation, and volunteer tourism: research propositions. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 84–107.
- Gard, N., i Almeida, C. (2005). Social change, discourse and volunteer tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 760–779.
- Ghaderi, Z., i Béal, L. (2020). Local impression of tourist photographing: A perspective from Iran. *Tourism Management*, 76.
- Godfrey, J., Wearing, S.L., Schlenker, N., i Grabowski, S. (2019). The 'volunteer tourist gaze': commercial volunteer tourists' interactions with, and perceptions of, the host community in Cusco, Peru. *Current Issues in Tourism*, 1-17.
- Guiney, T. (2017). "Hug-an-orphan vacations": "Love" and emotion in orphanage tourism. *The Geographical Journal*, 184(2), 1-11.
- Guiney, T., i Mostafanezhad, M. (2015). The political economy of orphanage tourism in Cambodia. *Tourist Studies*, 15(2), 132-155.
- Guttentag, D.A. (2009). The possible negative impacts of volunteer tourism. *International Journal of Tourism Research*, 11, 537-551.
- Guttentag, D.A., Butcher, J., i Raymond, E. (2012). Volunteer Tourism: is it benign? A.T.V. Singh (ed.), *Critical Debates in Tourism* (p. 151-172). Bristol: Channel View Publications.
- Han, H., Meng, B., Chua, B-L., Ryu, H.B., i Kim, W. (2019). International volunteer tourism and youth travelers – an emerging tourism trend. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 549-562.
- Hernández, V. C. (2016). Prefordismo, Fordismo y Postfordismo en el turismo: modelos para el análisis del turismo. *Revista Turýdes: Turismo y Desarrollo*, 21.
- Hernandez-Maskivker, G., Lapointe, D., i Aquino, R. (2018). The impact of volunteer tourism on local communities: A managerial perspective. *International Journal of Tourism Research*, 20(5), 650-659.
- Ioannides, D., i Debbage, K.G. (1998). Neo-Fordism and flexible especialization in the travel industry. A.D. Ioannides i K.G. Debbage (Eds.), *The economic geography of the tourist industry: a supply-side analysis* (pp. 97-119). Routledge: London.
- Kipp, A., Hawkins, R., i Gray, N.J. (2020). Gendered and racialized experiences and subjectivities in volunteer tourism. *Gender, Place & Culture*, 1-21.

REFERÈNCIES
BIBLIOGRÀFIQUES

- Kontogeorgopoulos, N. (2017). Finding oneself while discovering others: An existential perspective on volunteer tourism in Thailand. *Annals of Tourism Research*, 65, 1-12.
- Lee, J.S., i Kim, H.L. (2017). Roles of perceived behavioral control and self-efficacy to volunteer tourists' intended participation via theory of planned behavior. *International Journal of Tourism Research*, 20(2), 182-190.
- Lee, Y.-J., i Won, D. (2017). Understanding International Volunteering: Who Is Most Likely to Participate?. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 30(1), 95-110.
- MacDonald, K. (2019). Between catcalls and sharing space: Intimacy in volunteer abroad Katie. *Women's Studies International Forum*, 73, 42-49.
- McBride, A.M., Lough, B.J., i Sherraden, M. (2012). International Service and the Perceived Impacts on Volunteers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41(6), 969-990.
- McGloin, C., i Georgeau, N. (2015). 'Looks good on your CV': The sociology of voluntourism recruitment in higher education. *Journal of Sociology*, 1-15.
- Mindry, D. (2010). Engendering care: HIV, humanitarian assistance in Africa and the reproduction of gender stereotypes. *Culture, Health & Sexuality: An International Journal for Research, Intervention and Care*, 12(5), 555-568.
- Molz, J.G. (2015). Making a difference together: discourses of transformation in family voluntourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(6), 805-823.
- Mostafanezhad, M. (2013). "Getting in Touch with your Inner Angelina": celebrity humanitarianism and the cultural politics of gendered generosity in volunteer tourism. *Third World Quarterly*, 34(3), 485-499.
- Mostafanezhad, M. (2014). Volunteer tourism and the popular humanitarian gaze. *Geoforum*, 54, 111-118.
- Olsen, L.M., Vogt, C., i Andereck, K. (2017): Sustaining the common good: tourism professional motives to volunteer for the tourism industry. *Tourism Recreation Research*, 43(1), 68-81.
- Ong, F., King, B., Lockstone-Binney, L., i Junek, O. (2017). Global global, acting local: volunteer tourists as prospective community builders. *Tourism Recreation Research*, 43(2), 135-146.
- Ong, F., Pearlman, M., i Lockstone-Binney, L. (2011). An examination of non-for-profit volunteer tourism sending organisations' guiding considerations that influence volunteer tourism programmes. *World Leisure Journal*, 53(4), 296-311.
- Ostrowska, D. (2019). "The migrant gaze" and "the migrant festive chronotope"- programming the refugee crisis at the European human rights and documentary film festivals. The case of the One World International Human Rights Documentary Film Festival (2016). *Studies in European Cinema*, 16(3), 266-28.
- Park, J. H. (2017). Cultural implications of international volunteer tourism: US students' experiences in Cameroon. *Tourism Geographies*, 20(1), 144-162.
- Prince, S. (2017). Volunteer tourism and the eco-village: Finding the host in the pedagogic experience. *Hospitality & Society*, 9(1), 71-89.
- Pritchard, A., i Morgan, N.J. (2000). Privileging the male gaze. Gendered Tourism Landscapes. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 884-905.
- Raymond, E.M., i Hall, C.M. (2008). The Development of Cross-Cultural (Mis)Understanding Through Volunteer Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 530-543.
- Roques, K. G., Jacobson, S. K., i McCleery, R.A. (2018). Assessing contributions of volunteer tourism to ecosystem research and conservation in southern Africa. *Ecosystem Services*, 30, 382-390.
- Salazar, R. (2012). Producing affect: Transnational volunteerism in a Malaysian orangutan rehabilitation center. *American Ethnologist*, 39(4), 673-687.
- Salvador, M. (2019). Caracterització i debats sobre el turisme de voluntariat (Treball Final de Grau). CETT-UB, Barcelona.
- Schech, S. (2017). International volunteering in a changing aidland. *Geography Compass*, 11(12), 1-13.
- Schneider, M.J. (2018). Exotic place, white space: racialized volunteer spaces in Honduras. *Sociological Forum*, 33(3), 690-711.
- Schneller, A.J. i Coburn, S. (2018). For-profit environmental voluntourism in Costa Rica: teen volunteer, host community, and environmental outcomes. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(5), 832-851.
- Schwarz, K.C. (2017). Volunteer tourism and the intratourist gaze. *Tourism Recreation Research*, 43(2), 186-196.
- Schwarz, K.C., i Richey, A.R. (2019). Humanitarian humor, digilantism, and the dilemmas of representing volunteer tourism on social media. *New media & society*, 21(9), 1928-1946.
- Simpson, K. (2004). 'Doing development': the gap year, volunteer-tourists and a popular practice of development. *Journal of International Development*, 16, 681-692.
- Sin, H.L. (2009). Volunteer tourism – "Involve me and I will learn"?. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 480-501.
- Sin, H.L., i He, S. (2018). Voluntouring on Facebook and Instagram: Photography and social media in constructing the 'Third World' experience. *Tourist Studies*, 1-23.
- Smith, V.L., i Font, X. (2014). Volunteer tourism, greenwashing and understanding responsible marketing using market signalling theory. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 942-963.

REFERÈNCIES
BIBLIOGRÀFIQUES

- Stainton, H. (2016). A segmented volunteer tourism industry. *Annals of Tourism Research*, 62, 256-258.
- Suhud, U., i Willson, G. (2016). *Giving Over Taking/Receiving in Volunteer Tourism The impact of motivation, attitude, and subjective norm on stage of readiness and its implication on social marketing*. Conference presented in the Asia Tourism Forum 2016 – The 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia (ATF-16).
- Tascón, S. (2017). *'The humanitarian gaze', human rights films, and glocalised social work*. A M. Livholts and L. Bryant (Eds.), *Social Work in a Glocalised World* (pp. 71-86).
- Tomazos, K., i Cooper, W. (2012). Volunteer tourism: at the crossroads of commercialisation and service?. *Current Issues in Tourism*, 15(5), 405-423.
- Tukamushaba, E.K., Xiao, H., i Ladkin, A. (2017). 'Self-transcendence: an alternative explanation for voluntourism in developing countries'. *International Journal Sustainable Society*, 9(1) 61–75.
- Wearing, S. (2001). *Volunteer tourism. Experiences that make a difference*. Wallingford: CABI.
- Wearing, S. (2004). Examining best practice in volunteer tourism. A R. A. Stebbins i M. Graham (Eds.), *Volunteering as leisure/leisure as volunteering: An international assessment* (pp. 209–224). Wallingford: CABI.
- Wearing, S., Mostafanezhad, M., Nguyen, N., Nguyen, T.H.T., i McDonald, M. (2018). "Poor children on Tinder" and their Barbie Saviours: towards a feminist political economy of volunteer tourism. *Leisure Studies*, 1–15.
- Wearing, S., Young, T., i Everingham, P. (2017). Evaluating volunteer tourism: has it made a difference?. *Tourism Recreation Research*, 42(4), 512-521.
- Zavitz, K.J., i Butz, B. (2011). Not That Alternative: Short-term Volunteer Tourism at an Organic Farming Project in Costa Rica. *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies*, 10(3), 412-441.

Una publicació de

ALBA SUD 

investigació i comunicació per al desenvolupament

www.albasud.org

Amb el recolzament de



**Generalitat
de Catalunya**



**Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament**

ISBN:978-84-09-24461-4



9 788409 244614