

2020

INFORMES EN CONTRASTE

13 TURISMO RESPONSABLE

TURISMO DE VOLUNTARIADO

Caracterización y debates de un fenómeno global.

MARTA SALVADOR ALMELA





INFORMES EN CONTRASTE
13

**Turismo de voluntariado.
Caracterización y debates de un fenómeno global.**

Marta Salvador Almela

Alba Sud Editorial
Serie Informes en Contraste, núm. 13, 2020

Este informe ha sido realizado en el marco del proyecto «Plataforma de investigación en turismo, derechos humanos y equidad de género sobre América Latina» con el apoyo de la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo (ACCD) de la convocatoria de subvenciones para proyectos de educación para el desarrollo, 2019.



Del texto:
Marta Salvador Almela



De esta edición:
Alba Sud Editorial
info@albasud.org
www.albasud.org

Coordinación editorial: Ernest Cañada e Ivan Murray

Diseño gráfico: Boixader & Go
Fotografía de portada: Breezy Baldwin, bajo licencia de creative commons

Barcelona, 2020
ISBN: 978-84-09-24716-5



Marta Salvador Almela

Graduada en Turismo por la Universidad CETT-UB, centro adscrito a la Universidad de Barcelona. Actualmente colabora con Alba Sud desde donde realiza investigaciones y publica artículos disponibles en su blog: [Más allá de hacer turismo](#). También es autora de diversos artículos científicos en revistas indexadas. Sus investigaciones están centradas en el ámbito del turismo y el desarrollo, como el turismo de voluntariado, además de un interés por las dimensiones éticas de las prácticas turísticas que tienen lugar tanto en el Norte como en el Sur Global.



Grupo de turistas de voluntariado.
Fuente: Proyecto Asis, bajo licencia de creative commons.

pág. 5	1. Introducción
pág. 10	2. Organizaciones de turismo de voluntariado 2.1. Recomendaciones de actuación
pág. 16	3. Los turistas de voluntariado 3.1. Las motivaciones para realizar volunturismo 3.2. Los impactos positivos de la experiencia 3.3. Los impactos negativos de la experiencia
pág. 28	4. Las comunidades locales 4.1. Los impactos positivos de la experiencia 4.2. Los impactos negativos de la experiencia
pág. 32	5. Conclusiones
pág. 38	Referencias bibliográficas

1. INTRODUCCIÓN

El turismo de voluntariado, también llamado volunturismo, generalmente se considera un **tipo de turismo que combina el hecho de viajar con realizar un voluntariado al país del destino**. Una de las definiciones más usadas en el ámbito académico es la de Stephen Wearing (2001): el turismo de voluntariado engloba aquellos turistas que, por diversas razones, hacen voluntariado de manera organizada mientras están de vacaciones y que puede implicar ayudar o aliviar la pobreza material de algunos colectivos de la sociedad, la restauración de ciertos entornos o la búsqueda de aspectos de la sociedad y el medioambiente.

En sus inicios, el turismo de voluntariado empezó a considerarse un medio para que los turistas accediesen a una experiencia más auténtica e integradora dentro de la comunidad de acogida, una opción poco contemplada en el turismo masivo convencional (Gofret et al., 2019). Este hecho se asocia a la transformación de los mercados turísticos hacia formas postfordistas de consumo que ha contribuido a incrementar el interés de un mercado potencial hacia estas modalidades. El postfordismo responde a un modelo de producción industrial basado en el aumento de la flexibilidad de los procesos productivos dependientes de la demanda y con una elevada presencia de las tecnologías (Ioannides y Debbage, 1998). Estos cambios en las formas de producción de las empresas en un contexto de capitalismo cada vez más globalizado y competitivo, también terminan expresándose en la actividad turística. Así pues, el turismo postfordista destaca por una disminución del número de turistas en destinos tradicionales, hecho que deriva en la puesta en valor de nuevas experiencias turísticas y en un cambio en la forma general de viajar (Hernández, 2016).

El turismo de voluntariado empezó a considerarse un medio para que los turistas accediesen a una experiencia más auténtica e integradora dentro de la comunidad de acogida.

Tal como afirma Crossley (2012), el crecimiento del volunturismo proviene de los movimientos de turismo alternativo y sostenible de los años setenta y principios de los años ochenta. Otros autores como McGloin y Georgeou (2015) vinculan el aumento de la popularidad de esta actividad a partir de 1990, juntamente con la Agenda de Desarrollo Sostenible establecida a la Cumbre de Río de 1992. Otro motivo de este incremento de experiencias de volunturismo se relaciona con la proliferación, también hacia los años 90, del *gap year*, es decir, el año sabático que muchos jóvenes se toman antes de empezar sus estudios universitarios, donde aprovechan para viajar y hacer turismo de voluntariado (Daldeniz y Hampton, 2010; Simpson, 2004).

1.
INTRODUCCIÓN

Con el incremento de conciencia respecto a los problemas globales, **el número de voluntarios ha aumentado durante las últimas dos décadas, así como el número de organizaciones dedicadas a organizar, promocionar y comercializar programas** para enviar personas voluntarias, que principalmente provienen del Norte Global (mayoritariamente de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Australia y otros países del norte de Europa) y viajan a comunidades pobres del Sur Global (Sur o Sur-este de Asia, África, Centro o América del Sur). Aunque históricamente se iniciara como una práctica vinculada a acciones de solidaridad en el ámbito internacional por parte de ONGs y grupos religiosos, la evolución y el desarrollo del modelo de volunturismo contemporáneo ha estado marcado por la implicación de organizaciones con ánimo de lucro. Así pues, la proliferación de organizaciones ha dado lugar a una mercantilización de experiencias, las cuales han pasado de tener un valor de uso para los participantes y las comunidades a un valor de intercambio al mercado (Tomazos y Cooper, 2012). Este hecho ha generado un gran número de críticas, debates y posicionamientos por parte de organizaciones con larga trayectoria en este ámbito, las cuales actualmente luchan para promover el voluntariado como una herramienta de transformación social, coherente, profunda y perdurable en el tiempo, y que viven con incomodidad este ascenso mercantilizado del voluntariado por vías turísticas.

Paralelamente, **ha habido un interés creciente en el análisis de este fenómeno por parte de académicos** que han conceptualizado y puesto sobre la mesa diferentes dinámicas del turismo de voluntariado (Salvador, 2019). No obstante, a pesar de las numerosas definiciones del concepto, aún hay una falta de consenso de los componentes claves del volunturismo (Gofrey et al., 2019). A la vez, también se argumenta que el turismo de voluntariado ya no se debería ver como una forma turística única, sino que se puede usar como un paraguas que contiene diversos nichos, como el turismo de voluntariado en orfanatos; a zonas slumificadas donde la comunidad vive en favelas; médico; enseñanza; de conservación ambiental; desastres naturales; etc. De esta manera, la segmentación de micro nichos permitiría

El turismo de voluntariado es un fenómeno muy complejo que se debe analizar desde una perspectiva holística con tal de entender todas las dinámicas inherentes y las estructuras globales que confluyen.

una mejor comprensión del participante a través de áreas de estudio como las motivaciones, que han sido ampliamente analizadas en la literatura científica (Stainton, 2016). Más concretamente, los estudios empíricos se han centrado en los tres principales agentes que interactúan en el turismo de voluntariado: las organizaciones, los voluntarios y las comunidades anfitrionas. Así pues, se han explorado las formas de organización y funcionamiento del fenómeno, las motivaciones, los impactos, las implicaciones éticas, las dinámicas generadas, así como una valoración global de este tipo de prácticas.

El turismo de voluntariado es un fenómeno muy complejo que se debe analizar desde una perspectiva holística con tal de entender todas las dinámicas inherentes y las estructuras globales que confluyen. Por un lado, es necesario focalizar la atención en la perspectiva decolonial que se centra en una percepción de superioridad del Norte Global hacia el Sur Global y que busca cambiar esta concepción. Por el otro,

1.
INTRODUCCIÓN

los estudios de género se sitúan como otro marco de análisis que tienen el objetivo de entender los impactos de las estructuras patriarcales sobre el volunturismo y las desigualdades que se producen en cuestión de género. Así pues, a continuación, se profundiza en estas dos perspectivas para poder entender el contexto donde se desarrolla este fenómeno.

Últimamente, el volunturismo se ha empezado a percibir como una nueva forma de colonialismo donde los deseos y las necesidades locales son considerados secundarios en comparación con las motivaciones y los intereses de los voluntarios, por lo que se generan dinámicas de superioridad frente los países en desarrollo (Molz, 2015). De esta manera, con el crecimiento de la mercantilización del turismo de voluntariado han surgido dudas sobre si proporcionar apoyo monetario directamente a las comunidades o a los proyectos puede derivar de una relación con los antiguos estereotipos coloniales (Tomazos y Cooper, 2012). Uno de los debates más presentes en los artículos académicos hace referencia a la **dinámica postcolonial** reproducida en un fenómeno que, desde sus orígenes, se compone de iniciativas surgidas en el Norte Global para el Sur Global. De esta manera, el clasismo y el racismo presentes en la época colonial persisten en las dinámicas contemporáneas. Tal como afirman Wearing et al., (2018), muchos aspectos del turismo de voluntariado se parecen a la dinámica colonial, sobre todo en países o regiones con una larga historia de colonialismo, como África Subsahariana, donde hoy en día se llevan a cabo muchos programas de desarrollo con tendencias de superioridad del Norte Global respecto al Sur Global.

Al mismo tiempo, la reproducción de la dinámica colonial en el fenómeno del volunturismo ha fomentado la reproducción del imaginario de un Sur victimizado. Por lo tanto, esta área se presenta como dependiente, impotente, pobre, miserable y necesitada, a la vez que se refuerza la idea que el Norte tiene el poder de actuar,



Voluntarios en un proyecto de bienestar animal.
Fuente: Proyecto Asis, bajo licencia de creative commons.

1.
INTRODUCCIÓN

ayudar, guardar y ser el benefactor (Bandyopadhyay y Patil, 2017). El binarismo en este concepto presenta los países del Sur Global como devastados, atormentados y maltratados, mientras que los países del Norte Global tienen el papel de ser sus salvadores (Bandyopadhyay, 2019). De hecho, este mismo autor cuestiona si el propósito del turismo de voluntariado es ayudar al Sur Global a desarrollarse como el Norte Global u obligarlo a mantener un exotismo imaginado y proyectado.

La mirada humanitaria conserva la relación desigual entre quien mira y quien es mirado, situándolos en un bucle continuo de desigualdad y reforzando el concepto de alteridad.

Un concepto utilizado habitualmente para describir la dinámica de poder presente en el turismo de voluntariado es la *humanitarian gaze*, lo que se traduciría como la **mirada humanitaria**. Tascón (2017) afirma que el humanitarismo se ha construido como un discurso global basado en relaciones geopolíticas desiguales que se reproducen a través de imágenes negativas y catastróficas del “otro” que padece. Por lo tanto, la mirada humanitaria posiciona a algunos a mirar los problemas de los otros mientras esperan que la mirada no sea recíproca o en caso que se devuelva, que no sea de la misma

manera. Por eso, la mirada humanitaria conserva la relación desigual entre quien mira y quien es mirado, situándolos en un bucle continuo de desigualdad y reforzando el concepto de alteridad, es decir, percibiendo a las otras personas como diferentes de la propia identidad. Esta mirada estandariza la representación del otro, conceptualizando un grupo heterogéneo de personas como a una masa anónima, con las mismas características y necesidades y, por lo tanto, crea una visión irreal del fenómeno observado (Ostrowska, 2019).

Aplicando este concepto al turismo de voluntariado, la mirada humanitaria describe como los volunturistas imaginan su relación de ayuda con desconocidos, reproduciendo discursos que crean una jerarquía binaria entre donantes y receptores, a la vez que establecen quien es el legítimo benefactor de la ayuda (Mostafanezhad, 2013). Según afirma esta autora, la mirada humanitaria también perpetúa el **binarismo de “nosotros” y “ellos”**, siendo “nosotros” los voluntarios y “ellos” los locales, una dinámica de poder que sugiere que algunas vidas son para ser salvadas, mientras que otras son las salvadoras. En general, con un turismo de voluntariado altamente comercial, esta mirada puede reflejar perspectivas neocoloniales que muestran como la comunidad de acogida necesita los voluntarios, hecho que refuerza las diferencias entre “nosotros” y “ellos”, más que las similitudes entre los volunturistas y los locales (Gofrey et al., 2019). En este sentido, han surgido iniciativas como la de [Radi-Aid](#), una campaña de humor punzante que tiene como objetivo suscitar un debate sobre la comunicación del desarrollo internacional y la representación del Sur Global por parte de medios de comunicación (Schwarz y Richey, 2019).

El análisis del turismo de voluntariado también se realiza desde la perspectiva de género, una visión que está ganando interés en el ámbito académico. A través de la exploración del nexo entre volunturismo y género se pueden analizar las relaciones de poder y las dinámicas opresivas que han introducido la concepción de los países desarrollados como fuertes y potentes, asociados a una figura masculina capaz de resistir en un entorno salvaje, mientras que la idea de los países en desarrollo los

1. INTRODUCCIÓN

sitúa como supuestamente pobres y débiles, relacionándolos con figuras femeninas y reproduciendo aún más los roles tradicionales de género (Pritchard y Morgan, 2000). Además, Bandyopadhyay y Patil (2017) defienden que el hecho que el volunturismo sea principalmente realizado por mujeres blancas jóvenes supone un cambio en el legado de los procesos coloniales históricos masculinizados. En este sentido, practicar turismo de voluntariado mediante el prisma del sentimentalismo, sobre todo mediante la feminización del fenómeno, es un aspecto clave para despolitizar las agendas de desarrollo internacional de manera que se sustituya lo que es político por aquello personal (Mostafanezhad, 2013). Por otro lado, se asocia también esta **imagen feminizada y débil del Sur Global** a su infantilización, concepción que se refuerza a través de la elevada promoción de programas dirigidos a voluntarias del Norte Global para trabajar con niños y niñas. De esta manera, la herencia de estas distinciones colonialistas y machistas se reproduce a través del turismo de voluntariado y establece la lógica despolitizada de salvar y ayudar a los otros (Bandyopadhyay y Patil, 2017).

Así pues, para poder estudiar en profundidad el fenómeno del turismo de voluntariado, se deben tener en cuenta los últimos marcos de análisis expuestos. Más concretamente, este informe tiene el objetivo de realizar un estado de la cuestión sobre el volunturismo a partir de un análisis riguroso de la literatura científica que se ha centrado en su estudio desde los años 2000 hasta el 2020. En el contexto de creciente interés del turismo de voluntariado, este informe pretende categorizar el conocimiento actual y situar los debates existentes de forma transversal. A continuación, se hace un análisis en profundidad de **los tres agentes propios del turismo de voluntariado: las organizaciones de voluntariado, los turistas de voluntariado y las comunidades locales.**

Aunque la mayoría de la literatura inglesa utiliza el término voluntourist, cabe destacar que en este informe se usan indistintamente los términos voluntario, turista (de voluntariado) o participante como sinónimos para designar a las personas participantes en el turismo de voluntariado.



Volunturistas en un programa de conservación medioambiental.
Fuente: Proyecto Asis, bajo licencia de creative commons.

2.

ORGANIZACIONES DE TURISMO DE VOLUNTARIADO

Las **organizaciones de turismo de voluntariado o *sending organizations*** (en inglés) son entidades muy variadas, locales o internacionales, que incluyen ONGs, organizaciones benéficas, universidades, agencias de conservación, organizaciones religiosas, órganos gubernamentales y un número creciente de organizaciones privadas con ánimo de lucro (Aquino y Andereck, 2018; Park, 2017). Generalmente, las organizaciones de volunturismo actúan como intermediarias entre los voluntarios y las comunidades locales, con la misión principal de enviar turistas con paquetes organizados desde países del Norte Global a comunidades del Sur Global. Los tipos de proyectos varían según cada organización, contexto geográfico, político o social. Así pues, se llevan a cabo proyectos de conservación medioambiental, construcción de infraestructuras, cuidado de niños y niñas o de personas con necesidades especiales, educación en escuelas (sobre todo clases de lengua inglesa), protección de animales, etc. La estancia de los voluntarios también varía según cada proyecto, con una duración mínima de dos semanas hasta seis meses o incluso un año, así como también cambia la edad mínima para realizar el voluntariado, que es establecida por cada organización. Otra característica variable de los paquetes de volunturismo es la temporada en qué se realiza el viaje, aunque la mayoría suelen ser durante el verano (de junio a septiembre) porque es cuando los participantes tienen más disponibilidad de tiempo. Así pues, los costes de realizar turismo de voluntariado dependen de todas estas variantes, además de los gastos cubiertos por la organización y las condiciones incluidas.

El enfoque comercial del turismo de voluntariado ha aumentado en los últimos años y, actualmente, hay una **distinción importante entre las organizaciones sin ánimo de lucro y las que obtienen provecho de esta actividad** (Simpson, 2004). Tal como afirma Wearing (2004), las filosofías y las prácticas de las ONGs y de las organizaciones sin ánimo de lucro están menos mercantilizadas porque se inclinan a dejarse llevar por los valores de preservar los entornos naturales y mantener el bienestar de las comunidades, en contraposición a los enfoques comerciales de los operadores turísticos, más propensos a centrarse en la obtención de beneficios. No obstante, aunque históricamente muchas ONGs y organizaciones religiosas han evitado la conexión con la industria turística por miedo a ser concebidas con objetivos comerciales (Smith y Font, 2014), con la participación creciente de organizaciones con ánimo de lucro en el sector, la validez y la efectividad de los programas han sido analizadas, con dudas sobre si se pueden mantener los objetivos altruistas del turismo de voluntariado (Ong, Pearlman y Lockstone-Binney, 2011).

2.
ORGANIZACIONES
DE TURISMO DE
VOLUNTARIADO

Este debate sobre la comercialización de las actividades de turismo de voluntariado está muy presente tanto a nivel académico como también en las propias redes de voluntariado. De esta manera, algunas organizaciones han ido tomando medidas para poder diferenciarse, como charlas de concienciación antes de realizar el voluntariado, mayor implicación en el proceso del voluntariado (desde que el participante se interesa hasta que vuelve de su viaje) o, incluso, se han empezado a usar diferentes terminologías para definir el volunturismo (campos de trabajo, estancias solidarias, estancias de voluntariado, etc.) que se incluyen dentro del marketing de las organizaciones. Así pues, el turismo de voluntariado se enfrenta a tensiones, dilemas y paradojas, con diversos grupos de interés que intentan imponer su visión rígida sobre este fenómeno (Wearing, Young y Everingham, 2017).

La dimensión pedagógica del turismo de voluntariado se centra en provocar conciencia a los voluntarios internacionales de tal manera que les cambie la manera de pensar sobre el mundo.

La dimensión pedagógica del turismo de voluntariado se suele enmarcar desde la perspectiva del aprendizaje transformativo, es decir, provocar conciencia a los voluntarios internacionales de tal manera que les cambie la manera de pensar sobre el mundo (Prince, 2017). Otro de los objetivos que promocionan las organizaciones de voluntariado es el de **ciudadano del mundo** (*global citizenship*), un concepto que incluye la interrelación entre consciencia global y civismo (Crossley, 2017). Esta dimensión de ciudadano del mundo ha estado muy explorada en el ámbito académico del turismo de voluntariado (Ong et al., 2017), con ciertas visiones que ponen en duda los efectos positivos a largo plazo de participar en el volunturismo y conseguir mayor consciencia global. Las declaraciones de visión y misión de las organizaciones de voluntariado, así como los principios explícitos de sus programas, es decir, los documentos de planificación que les guían, son elementos esenciales que pueden revelar muchos aspectos sobre las prioridades que se tienen en cuenta en el diseño de los programas de volunturismo (Ong, Pearlman y Lockstone-Binney, 2011).

2.1. Recomendaciones de actuación

Una gran parte de la literatura sobre turismo de voluntariado también menciona aspectos que las organizaciones deberían tener en cuenta cuando diseñan y gestionan los programas. En primer lugar, se propone **mejorar la participación y la integración de la comunidad local en el funcionamiento de los programas**, la cual muchas veces se ve desplazada o ignorada por las organizaciones de voluntariado. Es por eso que hace falta potenciar el desarrollo de programas juntamente con la comunidad anfitriona, ya que en numerosas ocasiones los proyectos no reciben su apoyo (Frilund, 2015; Guttentag et al., 2012; Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018; Raymond y Hall, 2008), lo que puede afectar al trabajo final de los voluntarios y a su experiencia en general porque se pueden producir relaciones conflictivas entre anfitriones y turistas. Así pues, se deben tener como prioridad las necesidades y los deseos de la comunidad local, que a menudo se consideran insignificantes o se dejan en segundo plano (Guttentag, 2009; Park, 2017; Raymond y Hall, 2008), y mejorar la

2. ORGANIZACIONES DE TURISMO DE VOLUNTARIADO

identificación de las necesidades de la comunidad anfitriona para poder responder correctamente a las expectativas y a las acciones planificadas (Frilund, 2015; Guttentag et al., 2012; Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018).

Finalmente, se debe contemplar el hecho que las comunidades locales tengan el control del voluntariado para que en un futuro sean ellas mismas las que gestionen los proyectos y las organizaciones puedan desplazarse hacia otra comunidad donde establecer un nuevo programa de voluntariado (Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018; Raymond y Hall, 2008). Tal como afirman Tomazos y Cooper (2012), debería haber intentos de involucrar a los locales de la forma más rápida posible, creando ocupación y condiciones para una viabilidad a largo plazo, de tal manera que se garantice la continuidad de los programas, incluso sin la contribución de las organizaciones. Un ejemplo sería que los residentes ofrecieran cursos de su idioma para los voluntarios, como puede ser el caso de los proyectos realizados en Latinoamérica. Esto sería una oportunidad única para empoderar a los residentes locales, proporcionar formación y desarrollar habilidades laborales, mientras se ofrece una mayor interacción entre la comunidad y los volunturistas.

Seguidamente, se encuentran las recomendaciones relacionadas con el objetivo de **mejorar el diseño del programa a partir de uno que esté más ajustado a las características, expectativas y habilidades de los turistas**. Una de las propuestas consiste en tener consciencia de las diferencias entre los voluntarios, sus motivaciones y los objetivos personales que quieren cumplir (Coghlan, 2008). Por lo tanto, se recomienda crear expectativas apropiadas y realistas para los participantes sobre cómo es el destino, qué actividades llevarán a cabo, qué verán o sentirán, etc. (Guttentag et al., 2012) para evitar potenciales frustraciones pero, por otro lado, incrementar su compromiso (Aquino y Andereck, 2018) y su sentimiento de utilidad (Curtin y Brown, 2018). Con tal de que los voluntarios vayan bien preparados, se recomienda **proveerlos de asistencia y formaciones** antes del viaje sobre la misión y los objetivos, así como hacerlos conscientes de las habilidades interpersonales necesarias (Gard y Almeida, 2005; Han et al., 2019; Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018; Park, 2017). De esta manera, con jornadas de orientación, se puede aumentar su conocimiento sobre el destino y la comunidad con la que trabajarán, explicar cuál será su tarea, resolver dudas, etc. Otros aspectos que se pueden tratar durante estos encuentros son los retos psicológicos y físicos (derivados del deficiente saneamiento, por ejemplo) que pueden vivir los volunturistas a la hora de ajustarse a las condiciones de vida locales (Lee y Won, 2017). Además, al final de la experiencia se puede ofrecer un día completo de reflexión conjunta para voluntarios, organización y residentes, con el objetivo de abrir oportunidades de autoevaluación y evaluación del programa de voluntariado y explorar mejor los impactos a todos los agentes implicados (Aquino y Andereck, 2018).

Establecer unos **requisitos mínimos a los voluntarios respecto a las habilidades necesarias** para llevar a cabo las tareas en los proyectos es otra recomendación (Frilund, 2015; Guttentag, 2009; McGloin y Georgerou, 2015). La mayoría de las

2.
ORGANIZACIONES
DE TURISMO DE
VOLUNTARIADO

organizaciones no piden ningún requisito de participación y esto puede tener un impacto negativo sobre la comunidad anfitriona, ya que los proyectos pueden estar mal realizados, como puede ocurrir en la construcción de infraestructuras o pozos de agua, por ejemplo, si no se tienen conocimientos de cómo hacerlo. Pero, además de establecer unos requisitos mínimos, en el caso del turismo de voluntariado con niños y niñas se deben encajar el conocimiento, las habilidades y la percepción de los voluntarios con el sistema de enseñanza o las necesidades específicas de los pequeños y las pequeñas, ya que muchas veces no coincide lo que el destino pide y lo que los volunturistas pueden ofrecer (Bargeman, Richards y Govers, 2018; Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018). A la vez, tal como afirman Aquino y Andreck (2018), **se debe poner especial atención a las personas más vulnerables para intentar reducir los impactos negativos** de su bienestar emocional y protegerlos de tal manera que los voluntarios nunca se queden solos o sin supervisión con estos colectivos. También se recomienda mejorar el desarrollo de los programas teniendo en cuenta qué tipo de trabajo realizan los turistas para que este sea provechoso para la comunidad (Raymond y Hall, 2008). La falta de formación obligatoria puede tener un impacto negativo en los proyectos, pero también en la motivación de los volunturistas, sobre todo respecto a tomarse su participación de manera seria (Tomazos y Cooper, 2012).

Las organizaciones deben ser conscientes de los estereotipos que tienen los turistas respecto a las comunidades anfitrionas y de la visión romántica de la pobreza.

Otra propuesta consiste en tener una mayor comprensión del proceso de desarrollo y maduración de los participantes (Schneller y Coburn, 2018), los cuales mayoritariamente son adolescentes que están en un proceso de cambio y de planificación de estudios futuros y quieren tener una experiencia significativa y educativa. Así pues, tal como afirman estos mismos autores, los diseñadores y dinamizadores de los programas de voluntariado deberían entender mejor las complejidades del desarrollo y la capacidad de los

adolescentes para comprender la multiplicidad de dinámicas económicas, sociales, culturales y ambientales de las comunidades de los países en desarrollo, que es donde mayoritariamente se lleva a cabo el turismo de voluntariado. Al mismo tiempo, entender a los participantes puede ayudar a estas organizaciones a planificar sus estrategias de reclutamiento y a gestionar con éxito sus programas (Lee y Won, 2017). Por otro lado, Crossley (2012) recalca que las organizaciones deben ser conscientes de los estereotipos que tienen los turistas respecto a las comunidades anfitrionas y de la **visión romántica de la pobreza** donde se imaginan sociedades privadas materialmente, pero felices con sus formas de vida, donde la pobreza es compensada con la "riqueza" emocional, espiritual o comunitaria. Finalmente, se recomienda usar la autoeficiencia, entendida como el conocimiento que los individuos tienen sobre sus capacidades y confianza para alcanzar un objetivo o enfrentarse a una situación, como predictor de futuras intenciones de comportamiento de los voluntarios (Lee y Kim, 2017).

Otra cuestión se centra en el hecho de **mejorar la gestión de los proyectos para fomentar los impactos positivos de intercambio y de apreciación cultural y,**

2.
ORGANIZACIONES
DE TURISMO DE
VOLUNTARIADO

Las organizaciones deberían ayudar a desarrollar una apreciación cultural y entendimiento de las comunidades, así como fomentar el aprendizaje transformativo y experiencial.

a la vez, reducir los negativos. Primeramente, con tal de disminuir los impactos negativos del sector, se debe tener una mayor conciencia de estos, de manera que los proyectos se desarrollen y se gestionen evitando que se produzcan (Guttentag, 2009). En segundo lugar, con el objetivo de fomentar los impactos positivos, se recomienda a las organizaciones facilitar el desarrollo de redes y oportunidades de intercambio entre los turistas de voluntariado y la comunidad (Gard, 2012; Olsen, Vogt y Andereck, 2017; Raymond y Hall, 2008; Schneller y Coburn, 2018). En tercer lugar, se propone comercializar los programas de voluntariado a diversos países con tal de atraer gente más diversa y aumentar el intercambio cultural (Raymond y Hall, 2008). Esta comercialización también debería enfocarse hacia un marketing con tal de mostrar de manera transparente la realidad de un destino (Smith y Font, 2014),

creando estrategias de comunicación coherentes con los objetivos del voluntariado, con las cuales las organizaciones puedan mejorar la imagen, la satisfacción y la confianza percibidas por los viajeros y, por lo tanto, impulsar mayores intenciones de realizar turismo de voluntariado (Han et al., 2019). Finalmente, las organizaciones deberían ayudar a conseguir el objetivo del turismo de voluntariado de desarrollar una apreciación cultural y entendimiento de las comunidades, así como fomentar el aprendizaje transformativo y experiencial (Park, 2017; Raymond y Hall, 2008). Un aspecto a tener en cuenta es la sensibilización de los participantes, la cual implica

que las organizaciones animan a los voluntarios a ser sensibles culturalmente y a aprender de su experiencia, creando comprensión y tolerancia hacia las otras personas y culturas (Tomazos y Cooper, 2012).

Las organizaciones de voluntariado también juegan un papel crucial a la hora de **dar forma y evitar que los voluntarios puedan sentirse vulnerables por lo que respecta al género, la nacionalidad o la raza.** Muchas organizaciones dictan dónde pueden ir los volunturistas y con quién, construyendo el acceso a espacios, actividades e interacciones tanto para hombres como para mujeres voluntarias (Kipp, Hawkins y Gray, 2020). Así pues, en muchas ocasiones los chicos voluntarios se sienten obligados por las organizaciones a acompañar a las chicas voluntarias y a ser sus protectores, especialmente durante las horas nocturnas o en zonas consideradas más peligrosas. De esta manera, el género masculino tiene un papel específico que también puede ser conflictivo, ya que los voluntarios toman conciencia de la desigualdad de género en la cual se encuentran sus compañeras.

Estos mismos autores afirman también que otro tema sobre los roles de género perpetuados por las organizaciones es el hecho de **dar instrucciones sobre en qué proyectos de voluntariado pueden participar los turistas en función de su género.** A veces, esta división aparece cuando la actividad requiere un esfuerzo físico, de manera que se cree que las mujeres tienen menos fuerza que los hombres, una desigualdad histórica que está presente en experiencias de turismo de voluntariado (Salazar, 2012). Por otro lado, una vez los voluntarios participan de la experiencia, se observa que **las mujeres tienen más acceso a espacios privados y de cuidados,**

2.
ORGANIZACIONES
DE TURISMO DE
VOLUNTARIADO

como las cocinas y los orfanatos, mientras que los hombres tienen un acceso más fácil a los espacios públicos, como las calles y los mercados, reproduciendo de nuevo las tareas segregadas por género (Kipp, Hawkins y Gray, 2020). Zavitz y Butz (2011) también observan la división de género de tareas asistenciales como la cocina, espacios donde se debe sumar un importante sesgo racial que naturaliza que estas tareas las realicen voluntarias no blancas y, añade que los hombres locales son los supervisores del trabajo voluntario, desarrollando la tarea masculina de control.

De esta manera, las organizaciones de voluntariado deberían revisar el papel que juegan a la hora de fomentar y perpetuar las desigualdades de género presentes en estos espacios. Además, se debe tener en cuenta la necesidad de **transversalizar las experiencias** de las personas que realizan el voluntariado en términos de interseccionalidad entendiendo que, a las dinámicas de poder desiguales respecto al género, se añaden dos ejes de opresión como el racial o la edad, entre otros. Así pues, el rol de las organizaciones a la hora de afrontar esta problemática es clave previamente al viaje, estableciendo debates para crear conciencia sobre las desigualdades con que los volunturistas se pueden encontrar y cómo encararlas; durante el viaje a través del apoyo y el contacto constante en caso que lo necesiten; y, con posterioridad a la experiencia, con tal de mantenerse en un proceso de revisión constante.



Volunturistas en un programa de educación escolar.
Fuente: Breezy Baldwin, bajo licencia de creative commons.

3.

LOS TURISTAS DE VOLUNTARIADO

Los **turistas de voluntariado** son uno de los agentes principales que intervienen en este fenómeno, los cuales se caracterizan por ser **habitantes del Norte Global** (mayoritariamente de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Australia y otros países del norte de Europa) **que hacen un voluntariado en países del Sur Global** (Sur o Sureste de Asia, África, Centro o América del Sur). La mayoría son jóvenes con edades comprendidas entre 18 y casi 30 años, aunque no hay un límite de edad. La ratio de género de los participantes es claramente y desproporcionadamente femenino (Bailey y Fernando, 2011; Brondo, Kent y Hill, 2016; Lee y Kim, 2017; Mostafanezhad, 2013; Ong et al., 2017), lo que ha llegado a ser una característica intrínseca del turismo de voluntariado y un aspecto que se ha estudiado normalmente desde la variable demográfica de género, sin analizar en profundidad las causas, las realidades y las consecuencias de este hecho. En cuanto a la educación y a los ingresos de los voluntarios, una investigación de Lee y Won (2017) muestra que tienden a tener altos niveles de educación o con interés para formarse y, por otro lado, afirma que tienen niveles elevados de ingresos y que pueden permitirse los costes del turismo de voluntariado.

3.1. Las motivaciones para realizar volunturismo

Uno de los temas más mencionado y discutido constantemente en la literatura del turismo de voluntariado es la motivación de los turistas para llevar a cabo un voluntariado. Una primera observación es que hay una gran diversidad de motivaciones, ya que cada persona voluntaria viene de un contexto diferente con valores y experiencias diversas que repercuten directamente en sus motivaciones. Por eso, resulta necesario diferenciar los motivos que llevan a realizar un voluntariado y agruparlos por temas. En primer lugar, hay **motivaciones relacionadas con el altruismo**, lo que se define como hacer un sacrificio personal en beneficio de los otros. Este se puede considerar como lo que debería ser la esencia y el objetivo principal del volunturismo, de ayudar a resolver problemas económicos y humanitarios en el mundo. Dentro de este primer tema se encuentra la motivación de contribuir y ayudar a la población local (Coghlan, 2008; Daldeniz y Hampton, 2010; Guiney, 2017; Han et al., 2019; McGloin y Georgeou, 2015; Olsen, Vogt y Andereck, 2017; Schneller y Coburn, 2018; Sin, 2009), lo que suele nombrarse como *give back*, siendo así un sentimiento de deuda del turista hacia la comunidad anfitriona que visita.

3.
LOS TURISTAS
DE VOLUNTARIADO



Backpacker. Fuente: Kun Fotografi, bajo licencia de creative commons.

El segundo tema hace referencia a las **motivaciones relacionadas con el desarrollo personal**, ya que muchos turistas hacen voluntariado con un deseo de crecer y mejorar en diversos aspectos personales. Es por eso que algunos quieren obtener nuevas habilidades y conocimientos (Olsen, Vogt y Andereck, 2017; Roques et al., 2018) a través del turismo de voluntariado como de comunicación y de relación, trabajo en equipo, empatía y/o conocimientos relacionados con el destino, las personas que viven y su cultura, pero también adquirir nuevos conocimientos relacionados con las tareas que se están llevando a cabo durante el voluntariado. Los turistas también están motivados por ganar experiencia personal (Han et al., 2019; Roques et al., 2018) por el hecho de vivir en un nuevo lugar, con gente desconocida, en una cultura con hábitos y estilos de vida diferentes, etc. Además, quieren conseguir un crecimiento personal y hacer autorreflexión (Molz, 2015; Schneider, 2018; Schneller y Coburn, 2018) de lo que viven, sienten o ven durante esta experiencia, así como aprender más de unos mismos y ganar autoconfianza (Curtin y Brown, 2018). Esta última motivación se relaciona con la de hacer voluntariado por *self-interest* y *self-gratification* (Coghlan, 2008; Guttentag, 2009) traducido como el interés y la gratificación personal de los turistas.

Algunos de los voluntarios están motivados por **make a difference al món** entendido como el hecho de causar algún cambio o sentirse importantes llevando a cabo una actividad significativa. Es por eso que utilizan el turismo de voluntariado como una estrategia personal y un estilo de vida, aunque algunos autores como Wearing, Young y Everingham (2017) defienden que este concepto de “hacer la diferencia” no se debería contemplar desde la perspectiva de “ayudar”, sino a través de una lente de comprensión y mutualidad interculturales. Otros volunturistas ven esta experiencia como un reto y quieren ponerse a prueba saliendo de su zona de confort (Kontogeorgopoulos, 2017; Sin, 2009) para comprobar si son capaces de disfrutarla o

3.
LOS TURISTAS
DE VOLUNTARIADO

si es un desafío tan grande que no pueden alcanzarlo. Otra de las motivaciones para llevar a cabo turismo de voluntariado es el hecho de promover la unión familiar entre los miembros que participan de esta experiencia (Molz, 2015).

El tercer tema se centra en las **motivaciones relacionadas con el deseo de romper con la rutina habitual del voluntario**, y se pueden destacar cinco subtemas. Algunos turistas buscan la posibilidad de escapar de un trabajo o de una carrera profesional que los frustra y deciden realizar un voluntariado para profundizar en un nuevo sector (Daldeniz y Hampton, 2010). Otros también buscan tener un espacio para escapar de la vida diaria (Han et al., 2019; Olsen, Vogt y Andereck, 2017; Schneider, 2018) y se encuentran con que el turismo de voluntariado contempla la posibilidad de estar el tiempo suficiente o necesario en un contexto totalmente diferente al habitual, que les permite desconectar y tener nuevas experiencias. El hecho de tener una nueva experiencia (Coghlan, 2008) es otra motivación de los voluntarios, ya que les permite vivir momentos diferentes, con personas que no forman parte de su entorno habitual y en lugares nuevos. Otra motivación viene dada por no saber qué

La experiencia va más allá de la voluntad de escapar y del disfrute, ya que sienten la felicidad como una combinación de viajes significativos y un funcionamiento óptimo como voluntarios.

hacer en la vida y escoger el turismo de voluntariado como opción (Daldeniz y Hampton, 2010). Esto les sucede a muchos estudiantes cuando acaban la educación obligatoria y aún no saben qué carrera estudiar, por lo que deciden hacer voluntariado con tal de no quedarse en casa sin hacer nada. Finalmente, la última motivación hace referencia a pasarlo bien, disfrutar del viaje y del voluntariado (Coghlan, 2008; Han et al., 2019; Sin, 2009) como una experiencia divertida, ilusionante y enriquecedora. En un estudio de Curtin y Brown (2018), los volunturistas revelan que la experiencia va más allá de la voluntad de escapar y del disfrute, es decir, de los dominios

hedonistas, ya que sienten la felicidad como una combinación de viajes significativos y un funcionamiento óptimo como voluntarios.

El cuarto tema incluye las **motivaciones relacionadas con aspectos de la carrera profesional de los turistas y su futuro laboral**. Por un lado, quieren mejorar el currículum, obteniendo nuevas habilidades y experiencias (Daldeniz y Hampton, 2010; McGloin y Georgeou, 2015) que les sirvan para obtener puestos de trabajo o para mejorar en estos. Del otro, los volunturistas desean avanzar en su carrera profesional y ganar experiencia laboral en el ámbito internacional, como la cooperación o el desarrollo (McBride, Lough y Sherraden, 2012).

El quinto tema clasifica las **motivaciones relacionadas con el hecho de encontrarse con personas con quien poder establecer nuevas relaciones**. En primer lugar, los voluntarios están motivados por conocer gente que comparte intereses similares a los suyos y hacer nuevas amistades (Schneller y Coburn, 2018). En segundo lugar, también pueden contactar con profesionales de turismo y/o comunidades, estableciendo redes de contactos para sus intereses (Olsen, Vogt y Andereck, 2017). En tercer lugar, los volunturistas están motivados por desarrollar relaciones personales con los anfitriones para hacer más real su experiencia y entender mejor el contexto local donde se lleva a cabo el voluntariado (Sin, 2009) y, por lo tanto, poder vivir la cultura auténtica del destino que visitan (Kontogeorgopoulos, 2017).

3.
LOS TURISTAS
DE VOLUNTARIADO

Las **motivaciones relacionadas con la tipología de viaje** conforman el sexto tema. El turismo de voluntariado se concibe como una manera más cómoda y barata de viajar, así como una oportunidad de viajar en grupo de forma organizada (Olsen, Vogt y Andereck, 2017; Sin, 2009) hecho que se convierte en un factor de motivación de los turistas. Estos, también encuentran que el turismo de voluntariado les ofrece la posibilidad de llevar a cabo voluntariado de larga duración y con más dedicación que en su propio país o comunidad (Schneller y Coburn, 2018). Finalmente, los voluntarios están motivados por vivir un estilo de vida de “vacaciones” que les permite entender el viaje que habían empezado como *backpackers* y continuarlo como turistas de voluntariado (Daldeniz y Hampton, 2010).

En el séptimo y último tema dentro de las **motivaciones se encuentran las relacionadas con el destino del voluntariado**. Algunos turistas tienen el deseo de viajar a un lugar exótico y desconocido, además de experimentar este destino durante su estancia (Coghlan, 2008; Daldeniz y Hampton, 2010; Park, 2017; Roques et al., 2018; Schneider, 2018; Schneller y Coburn, 2018; Sin, 2009). Otros tienen la voluntad de contribuir a la reducción de la pobreza a la cual se asocian ideas románticas de escenarios donde relacionarse con habitantes locales, observar la cultura extranjera y los bellos paisajes (Burrai et al., 2015; Guttentag, 2009; Park, 2017; Schneider, 2018). Se debe destacar que estas imágenes románticas suelen ser creadas por las propias organizaciones de turismo de voluntariado o los propios turistas en base a ideas preconcebidas del Norte Global. Otra de las motivaciones es el hecho de estar más cerca de la naturaleza (Coghlan, 2008) o de disfrutar de la belleza de los paisajes y la tranquilidad, que proporcionan un contexto óptimo de aventura (Curtin y Brown, 2018), ya que algunos proyectos de voluntariado se llevan a cabo en zonas rurales o están relacionados con la conservación del medioambiente y la mejora de las prácticas sostenibles. Finalmente, algunos turistas también están motivados porque tienen una relación personal con el destino del voluntariado (Olsen, Vogt y Andereck, 2017).

Al mismo tiempo, resulta necesario analizar **las diferencias en las motivaciones y las preferencias en función del género de la persona voluntaria**, por bien que ciertos estudios afirman que el género es un factor sin relevancia (Tukamushaba, Xiao y Ladkin, 2017). En primer lugar, respecto a las preferencias, las mujeres se muestran más dispuestas a emprender un viaje por motivos relacionados con el ocio y el disfrute (Roques, Jacobson y McCleery, 2018), mientras que, en segundo lugar, escogen los viajes en grupo a través de paquetes organizados, contrariamente a los viajeros hombres, por motivos de seguridad (Kipp, Hawkins y Gray, 2020; Roques, Jacobson y McCleery, 2018). En tercer lugar, las mujeres tienden a mostrarse más propensas a realizar una experiencia de turismo de voluntariado, así como también a implicarse en otros voluntariados con posterioridad (Suhud y Willson, 2016). En cuanto a las motivaciones investigadas con perspectiva de género, las mujeres muestran inclinación por centrar su tarea en niños y niñas del Sur Global, a los cuales se les asocian ideas de inocencia y dependencia que resultan atractivas para la concepción de mujeres voluntarias como salvadoras y proveedoras de cuidados. Por este motivo, el turismo de orfanato es una parte del turismo de voluntariado con interés creciente, especialmente por parte de mujeres de clase mediana-alta y alta (Mostafanezhad, 2013).

3.
LOS TURISTAS
DE VOLUNTARIADO**CASO DE ESTUDIO:**
Experiencia de turismo de orfanato en Ghana

El turismo de orfanato es una parte de la industria de turismo de voluntariado de gran popularidad, donde la principal actividad consiste en atender y cuidar a niños y niñas huérfanos como una parte de las vacaciones. Una investigación de Bargeman, Richards y Govers (2016) explora los impactos positivos y negativos de este tipo de turismo en un orfanato de Ghana llamado Tamale Children's Home, donde viven 25 niños y niñas de entre dos meses y cuatro años.

Por un lado, se distinguen algunos beneficios de la presencia de volunturistas en el orfanato, como la reducción de la escasez de personal y la carga de trabajo. Los voluntarios también compran medicamentos y material, llevan a los niños y niñas al hospital, apoyan económicamente los proyectos, etc. Esto provoca impactos positivos en una mejora de la salud y de los estándares de higiene del Tamale Children's Home. No obstante, según los voluntarios, los miembros del personal del orfanato no gestionan correctamente las donaciones y, a veces, se las llevan, las venden o las almacenan. Una consecuencia negativa de estos hechos es que los voluntarios están menos motivados para hacer donaciones si estas después no llegan a los niños y niñas.

Por otro lado, los trabajadores resaltan que, para los voluntarios, las motivaciones de viajar y experimentar una nueva cultura son más importantes que el trabajo al orfanato y eso crea sentimientos negativos entre ellos. A la vez, sienten que se encuentran con turistas no cualificados, a los que deben repetir constantemente cómo hacer el trabajo, hecho que también les produce frustración y enojo. De esta manera, se producen malentendidos o enfrentamientos derivados de las diversas maneras de trabajar con los niños y niñas, lo que sugiere que la interacción entre diferentes actores no siempre conduce al éxito.



Voluntarias participando en una actividad con niños y niñas.
Fuente: Breezy Baldwin, bajo licencia de creative commons.

3.
LOS TURISTAS
DE VOLUNTARIADO

3.2. Los impactos positivos de la experiencia

Generalmente, los turistas que viajan para realizar turismo de voluntariado buscan vivir una experiencia enriquecedora e inolvidable. Aun así, los efectos de esta vivencia pueden ser tan positivos como negativos. Por lo que respecta a los impactos positivos, en la literatura especializada se distingue un primer tema relacionado con los **cambios personales de los voluntarios que se ven reflejados en su personalidad, conducta, conciencia, autoconocimiento, reflexión, etc.** El turismo de voluntariado representa una oportunidad para exponer las desigualdades sociales y medioambientales y los problemas políticos actuales, lo que permite al turista ganar una mayor conciencia, provocando que asuma aquello personal como político y lo conduzca hacia el cambio social (Gard, 2012; Gard y Almeida, 2005; Schneider, 2018). Otro efecto positivo es que se promueven reflexiones críticas sobre el mismo

El turismo de voluntariado representa una oportunidad para que el turista gane una mayor conciencia, provocando que asuma aquello personal como político y lo conduzca hacia el cambio social.

fenómeno del turismo de voluntariado, sus estructuras y las relaciones desiguales que sustenta en el contexto de Norte Global - Sur Global (Coghlan, 2018; Molz, 2015; Schech, 2017).

Durante la estancia de voluntariado, los turistas entienden más profundamente las condiciones de los locales y obtienen un mayor crecimiento personal que se ve reflejado en la conciencia social, empatía, etc. (Gard y Almeida, 2005; Guttentag, 2009; Han et al., 2019; Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018;

Raymond y Hall, 2008; Schneider, 2018; Sin, 2009). Además, también cambian su manera de ser y de actuar: siendo más autocríticos, evaluando su comportamiento en diferentes situaciones, cambiando la manera de ver la vida o las conductas medioambientales (Bailey y Fernando, 2011; Crossley, 2012; Gard, 2012; Gard y Almeida, 2005; Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018; Schneller y Coburn, 2018; Sin, 2009) y también animándoles a reflexionar sobre sus prioridades y sus valores (Kontogeorgopoulos, 2017). Finalmente, el turismo de voluntariado tiene un efecto en la mejora de la ciudadanía global de los voluntarios, quienes obtienen un mayor sentimiento de responsabilidad, se convierten en líderes maduros y en personas dispuestas a ayudar a un mundo injusto (Gard y Almeida, 2005; Molz, 2015).

El segundo tema que se distingue en este apartado es los **cambios asociados con la vinculación, el compromiso social o la manera de relacionarse de los voluntarios.** El primer efecto positivo se ve reflejado en una mayor participación y apoyo en movimientos (Gard y Almeida, 2005; Schneller y Coburn, 2018) relacionados con problemas de comunidad y causas medioambientales. Desde esta perspectiva, los volunturistas se consideran mejores personas cuando vuelven a su casa (Curtin y Brown, 2018; Kontogeorgopoulos, 2017). Algunos continúan realizando actividades de voluntariado, tanto comunitario como al extranjero, y apoyando a las organizaciones que lo promocionan (Bailey y Fernando, 2011; Gard, 2012; Gard y Almeida, 2005; Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018; Schneller y Coburn, 2018). Relacionado con este último efecto, algunos de los turistas también continúan estudios relacionados con el tipo de voluntariado realizado como estudios académicos de ciencias ambientales (Schneller y Coburn, 2018).

3.
LOS TURISTAS
DE VOLUNTARIADO

El turismo de voluntariado también fomenta la **creación de relaciones de amistad de los turistas con la comunidad local que visitan** (Burrai, Font y Cochrane, 2015; Gard y Almeida, 2005; Guiney, 2017; Kontogeorgopoulos, 2017; Park, 2017; Raymond y Hall, 2008). A la vez, también permite formar una comunidad de individuos con valores y objetivos iguales, proveyendo un terreno fértil para el desarrollo de redes y experiencias de aumento de consciencia (Gard y Almeida, 2005) y oportunidades para un mayor intercambio cultural (Wearing, Young y Everingham, 2017). Los turistas tienen la posibilidad de constituirse como agentes de cambio, sugiriendo que tienen el poder y la capacidad de ayudar a los que lo necesitan (Gard, 2012; Gard y Almeida, 2005; McGloin y Georgeou, 2015). Finalmente, otro efecto positivo es que ayuda a solucionar problemas existentes en el tercer mundo y fomenta que haya una mayor conexión con los padres cuando se realiza turismo de voluntariado en familia (Molz, 2015).

3.3. Los impactos negativos de la experiencia

Respecto a los impactos negativos sobre los voluntarios, se diferencian dos tipos según si ocurren durante o después del voluntariado y si están relacionados con la comunidad local o los volunturistas.

En primer lugar, dentro de los efectos negativos que se producen durante el voluntariado y que están relacionados con la comunidad local, se encuentra el hecho de **construir y mantener barreras para distanciarse físicamente y socialmente de los locales**, además de no esforzarse por explorar la cultura autóctona (Park, 2017; Schneider, 2018). Uno de los motivos por los que hay una falta de interacción entre turistas y locales es por la barrera lingüística, ya que sin entender el idioma local es difícil comprenderse los unos a los otros y mantener un mayor contacto (Aquino y Andereck, 2018; Gofrey et al., 2019). Además, a veces los voluntarios establecen la dicotomía entre “nosotros” (turistas) y “ellos” (comunidad anfitriona) y ven más las diferencias (Molz, 2015; Raymond y Hall, 2008; Simpson, 2004), lo que también ayuda a reforzar estereotipos negativos sobre los locales, vistos como inferiores o con menos posibilidades (Guttentag, 2009; Molz, 2015; Raymond y Hall, 2008; Schech, 2017; Sin, 2009), por la cual cosa se define como otro de los efectos negativos del turismo de voluntariado.

Durante su experiencia, los volunturistas también pueden desarrollar paternalismo occidental y promover la superioridad frente de las comunidades, ya que creen saber qué es mejor para ellas. De esta manera, toman roles de expertos, lo que es visto como una representación de la construcción neocolonialista del occidente racialmente y culturalmente superior (Park, 2017; Raymond y Hall, 2008). Los voluntarios también suelen mostrarse **dependientes de un ideal de “suerte”** para explicar las desigualdades y las diferencias que encuentran durante el voluntariado (Crossley, 2012; Gofrey et al., 2019; Kontogeorgopoulos, 2017; Simpson, 2004), es decir, observar la pobreza les hace sentirse afortunados y apreciar lo que tienen o el lugar donde han nacido.

3.
LOS TURISTAS
DE VOLUNTARIADO**CASO DE ESTUDIO:**
Las relaciones entre volunturistas y locales en Pueblo Blanco, Honduras.

Honduras es uno de los países que durante los últimos años ha crecido en popularidad para llevar a cabo programas de voluntariado. Más concretamente, la siguiente experiencia se centra en la vivencia de 23 voluntarios en la escuela de Pueblo Blanco, con tal de observar cuáles son las relaciones que se producen entre estos y la población local. Matthew Jerome Schneider (2018), investigador de este estudio, destaca que los voluntarios norteamericanos demuestran una conciencia creciente de su color de piel y de su raza, estableciéndolo como un marcador físico de su diferencia cultural y de su posición relativamente avanzada. Para ellos, la blancura se conceptualiza como un estatus de privilegio, juntamente con su nacionalidad, la cultura, el género y la clase.

A la vez, durante la experiencia de voluntariado los turistas prefieren ocupar áreas donde no tienen contacto con la población local, como por ejemplo los campus de ONGs, bares, hoteles, cafeterías, etc. Los voluntarios los consideran espacios seguros, aunque en algunas ocasiones son los propios locales quienes presionan a los turistas para que vayan. En estos espacios se exige a los asistentes que demuestren un capital cultural necesario, prestigio y habilidades lingüísticas comunes entre los volunturistas. Esto les produce una serie de contradicciones y un cambio de percepciones en relación a las que tenían antes de realizar el viaje.



Turistas de voluntariado reunidos.
Fuente: Helena Lopes, www.pexels.com.

3.
LOS TURISTAS
DE VOLUNTARIADO

Finalmente, los volunturistas excusan la desigualdad material y la pobreza a través de la concepción de **poor but happy** y no se oponen a ellas (Simpson, 2004). Esta expresión es muy utilizada en la literatura en turismo de voluntariado para referirse a las comunidades pobres, pero felices. No obstante, tal como afirma Crossley (2012), puede conllevar contradicciones, ya que los turistas se sienten decepcionados porque no se encuentran con la pobreza imaginada producto de ideas preconcebidas, sino que ven comunidades alegres y felices que les hacen sentirse aliviados de no haber de lidiar con la pobreza. En un caso de estudio de Gofrey et al., (2019) sobre una experiencia de volunturismo en Cusco, se muestra como los participantes estaban sorprendidos de tener electricidad, agua corriente y Wi-Fi a las casas de los anfitriones locales, ya que eran recursos que no esperaban encontrarse en un país en vías de desarrollo.

Por otro lado, una de las principales **desigualdades que perciben las mujeres voluntarias es la preocupación por su seguridad personal**, asociada al acoso sexual por parte de hombres locales, especialmente los *catcalling*, es decir, **el acoso verbal por la calle**. Este miedo se relaciona con un imaginario consistente en una “cultura machista hipersexualizada”, donde los cuerpos blancos se consideran vulnerables a las amenazas de los cuerpos no blancos y, en mayor medida, en el caso de las mujeres. Algunos de estos estereotipos de género son una reminiscencia de los discursos coloniales, donde los hombres africanos son percibidos como “depredadores” de mujeres blancas (Mindry, 2010). En algunos contextos de turismo de voluntariado, los *catcalls* y las miradas que reciben las turistas por parte de hombres locales representan las relaciones desiguales de género. Este encuentro provoca miedo, ya que las mujeres sienten que el acoso puede dar lugar a agresiones, robos u otras interacciones no deseadas (MacDonald, 2019), como las propuestas de matrimonio de hombres locales (Park, 2017). Por lo tanto, las mujeres voluntarias adoptan diferentes estrategias de negociación para poder afrontar estas situaciones, tales como limitar sus movimientos, pasear con los auriculares puestos o no estar solas sobre todo por la noche (MacDonald, 2019). Este mismo autor también comenta que las mujeres experimentan diferentes emociones, como la ira, la frustración y la confusión. En este sentido, cuando entienden su posición social como mujeres blancas procedentes del Norte Global, las turistas ven que el exotismo del lugar imaginado donde se realiza el voluntariado también puede ser peligroso con las situaciones descritas anteriormente (Schneider, 2018).

Según el tipo de voluntariado, los participantes pueden tener la opción de alojarse con las familias anfitrionas. Más concretamente, son **las mujeres quienes muestran mayor preferencia por alojarse en una casa familiar** que los hombres y entre las razones se menciona, en orden descendente de importancia, la seguridad, la interacción social, el desarrollo y servicio a la comunidad, la inmersión cultural y el coste económico; mientras que los hombres escogen esta opción a causa del precio inferior, la inmersión cultural, el servicio y el desarrollo a la comunidad, la interacción social y, por último, la seguridad y la calidez (Agyeiwaah et al., 2013). Los voluntarios que se alojan con las familias de las comunidades donde se realiza el voluntariado son vistos y acogidos como miembros de la familia, no como invitados, hecho que lleva a llamarlos y a considerar los adultos de sus casas como a “madres” y “padres”.

3.
LOS TURISTAS
DE VOLUNTARIADO

En estos encuentros con la comunidad local, **las madres de acogida tienen un papel de cuidado de los voluntarios** como trabajo de “amor”, una tarea que implica enseñar al voluntario cómo hacer la colada; cocinar; conversar y, generalmente, tener cuidado del participante (MacDonald, 2019). Tal como afirma este mismo autor, a medida que el trabajo de atención se intensifica por mantener seguros a los voluntarios, las familias de acogida se convierten en intermediarias culturales ayudándolos a moverse por las comunidades que se encuentran fuera de peligro, siendo las madres de acogida las que expresan más preocupaciones por la seguridad de los voluntarios mientras se encuentran fuera de casa y, especialmente, por las mujeres voluntarias. Además, alojarse con una familia local significa afrontar las normas ya establecidas, las cuales pueden tener un efecto diferente en cada participante cuando hace referencia a su protección. Tal como muestra la investigación desarrollada por Kipp, Hawkins y Gray (2020) sobre seguridad, género y racialización, algunos voluntarios son más propensos a entender estas normas como un acto de cuidado, mientras que otros se enfrentan hasta el punto donde es posible terminar la experiencia de voluntariado antes de lo previsto debido a estas normas, percibidas como una coerción de su libertad.

El segundo apartado se centra en los efectos negativos que tienen lugar después del voluntariado y están directamente vinculados con los volunturistas. Estos últimos, una vez vuelven del voluntariado, son **susceptibles a no contribuir a sus comunidades de origen** y, por eso, a veces deciden no participar ni dar apoyo a movimientos sociales (Ong et al., 2017; Sin, 2009). Por otro lado, expresan apreciación por su vida actual y se sienten afortunados sin mencionar los problemas existentes sobre la desigualdad mundial o la pobreza que han percibido durante su experiencia (Park, 2017). Finalmente, los volunturistas no tienen el deseo de interrumpir estructuras de poder existentes entre las comunidades del Norte y del Sur que conforman desigualdades globales y, por lo tanto, solo quieren desarrollarse personalmente (Molz, 2015; Simpson, 2004).

Hay una falta de
consciencia y trabajo
personal durante la
experiencia de voluntariado.

En un estudio de Aquino y Andereck (2018), se muestra como los voluntarios no tienen certeza sobre sus impactos globales. Algunos no están seguros sobre sus impactos positivos y solamente perciben los efectos negativos mínimos, mientras que otros no ven ninguna consecuencia negativa. Este hecho muestra cómo hay una falta de consciencia y trabajo personal durante la experiencia de voluntariado y de espacios de análisis que deben ir acompañados de las organizaciones de voluntariado y de las propias comunidades. La investigación también señala que mayoritariamente los turistas se centran en ellos mismos y que los impactos que han tenido sobre la comunidad de manera individual, en lugar de considerar una perspectiva general de cómo el volunturismo ha afectado, afecta y afectará a la comunidad.

Algunos de los efectos negativos anteriormente comentados se pueden enmarcar en el análisis de algunas dinámicas globales, como la mirada humanitaria que en este caso se traslada a la *tourist gaze*, es decir, la **mirada turística** (Gofrey et al., 2019). Esta

3. LOS TURISTAS DE VOLUNTARIADO

permite explorar cómo el turismo de voluntariado, con experiencias más comerciales, construye su mirada sobre la comunidad local donde los voluntarios asumen una posición de dominación.

En este sentido, el concepto **“síndrome del salvador blanc”** se utiliza como categoría para mostrar la personificación de la dinámica de poder comentada anteriormente, que produce una desigualdad entre el Norte Global y el Sur Global, aunque no sea un comportamiento totalmente consciente. En el turismo de voluntariado hay ciertos conceptos opuestos como volunturista/miembro de la comunidad, trabajo/ocio, privilegiado del Norte/desfavorecido del Sur, desarrollado/subdesarrollado, Este/Oeste. Todos estos binarismos se derivan de la construcción del otro, es decir, cómo los voluntarios ven a los anfitriones a partir de un imaginario creado en el Norte Global (Wearing et al., 2018). Por lo tanto, el “salvador blanco” no reconoce los diferenciales de poder que han creado históricamente estas distinciones, dando como resultado contradicciones simplistas de desigualdad (Bandyopadhyay y Patil, 2017).

Por otro lado, las prácticas y las imágenes fotográficas en el turismo de voluntariado también pueden presentar similitudes con la mirada popular humanitaria (Mostafanezhad, 2014). Así pues, mediante ciertas formas de cómo se fotografía el Sur Global, los volunturistas perpetúan determinadas imágenes, como la vulnerabilidad, que refuerza la estética de la pobreza y justifica, por lo tanto, la implicación de los



Volunturista fotografiando a la comunidad local.
Fuente: Breezy Baldwin, bajo licencia de creative commons.

3.
LOS TURISTAS
DE VOLUNTARIADO

occidentales en proyectos de desarrollo (Sin y He, 2018). Muchas de las fotografías que toman los participantes durante su experiencia son *selfies* con las personas a quienes están ayudando, imágenes que después se distribuyen a través de las redes sociales como Facebook (Bandyopadhyay y Patil, 2017), Instagram, Twitter, etc. Otra plataforma donde se encuentran los *selfies*, especialmente con niños y niñas, es Tinder donde las fotografías se convierten en un elemento de atracción (Schwarz y Richey, 2019). Así, el acto de colgar una foto en el contexto del volunturismo muestra cómo los participantes negocian entre hacer el bien y aparentar hacer el bien (Schwarz y Richey, 2019), pero también **las relaciones desiguales entre el fotógrafo y el fotografiado** (Ghaderi y Béal, 2020), donde a veces los miembros de la comunidad local piden a los voluntarios que no se hagan fotos de ellos (Park, 2017).

Por ejemplo, las imágenes de volunturistas, sobre todo mujeres blancas, cogidas de la mano, abrazadas, con risas y rodeadas de niños y niñas son representaciones habituales de la experiencia de turismo de voluntariado en Internet (Mostafanezhad, 2013; Sin y He, 2018). La captura y la publicación de fotos en las redes sociales por parte de turistas de voluntariado no es un hecho que haya pasado desapercibido. En los últimos años, han aparecido numerosas críticas online, con la cuenta de Instagram conocida como *Barbie Saviour* (Sin y He, 2018). Esta iniciativa representa la muñeca *Barbie* como una mujer voluntaria, joven y blanca que reproduce todas las dinámicas mencionadas, especialmente con niños y niñas, animales salvajes y la apropiación de estilos tradicionales de vestir y de peinados (Schwarz y Richey, 2019). Así pues, imita a una turista en el papel de “salvador blanco”, dado que la popularidad del turismo de voluntariado entre las mujeres procedentes de países desarrollados es el resultado de las dimensiones de género, racializadas y de poder dentro de la industria (Bandyopadhyay y Patil, 2017). No obstante, aunque la cuenta fue creada como a crítica de este particular perfil y comportamiento de los volunturistas, es vital ser consciente que estos juicios simplistas también pueden mantener los binarismos de raza y género y pueden homogeneizar un fenómeno tan complejo (Wearing et al., 2018).

Se ha sentimentalizado y despolitizado la política cultural del encuentro humanitario, priorizando los deseos personales sobre la conciencia de reproducir comportamientos neocoloniales.

Por otro lado, las propias organizaciones de voluntariado a veces utilizan famosos y famosas para promover programas de volunturismo, convirtiéndolos en interlocutores y portavoces del humanitarismo y reconfigurando las agendas de desarrollo internacional (Mostafanezhad, 2013). La relación entre **el sector**

del desarrollo y la industria de las celebrities se ha formalizado de manera que las ONG y otras agencias internacionales animan a una persona famosa para que sea la representante de su tarea (Richey, 2016). La mayoría de estas famosas son mujeres que se han convertido en un referente para chicas jóvenes y han aumentado la conciencia sobre algunas cuestiones humanitarias presentes actualmente, como los programas de ayuda a las comunidades del Sur Global por parte del turismo de voluntariado. Aun así, también se ha sentimentalizado y despolitizado la política cultural del encuentro humanitario, priorizando los deseos personales sobre la conciencia de reproducir comportamientos neocoloniales (Mostafanezhad, 2013).

4.

LAS COMUNIDADES LOCALES

Las comunidades locales o anfitrionas son el conjunto de personas que habitan en el Sur Global y reciben ayuda por parte de personas voluntarias provenientes del Norte Global. Dada su diversidad (número de personas, género, edad, religión, localización geográfica y física, contexto social e histórico, formas de organización, actividad económica de la zona, etc.) resulta complejo definir las características de las comunidades locales. Sin embargo, generalmente son mencionadas como grupos de personas con necesidades y carencias que son suplidas por los voluntarios y las organizaciones que gestionan los programas de voluntariado.

Aquino y Andereck (2018) definen las comunidades marginadas y vulnerables como aquellas en que los residentes tienen un poder y un control limitado sobre su vida. En el turismo de voluntariado, las comunidades tienen el rol de acoger los proyectos y los volunturistas que llegan para contribuir a la mejora de algunos aspectos de su vida. No obstante, la población local no siempre es considerada como otro agente, sino que queda en un segundo plano frente a dinámicas de imposición y subordinación que tienen lugar durante estas experiencias.

4.1. Los impactos positivos de la experiencia

Por lo que respecta a los positivos, se pueden distinguir los **beneficios económicos, los sociales y los medioambientales**. Respecto a los primeros, se detecta un crecimiento económico en el destino gracias al volunturismo (Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018) y **un aumento de los recursos**, como el material para docentes y la construcción de nuevas escuelas a partir de la donación de los turistas (Bargeman, Richards y Govers, 2018).

En segundo lugar, los beneficios sociales identificados son el **fortalecimiento de la comunidad** (Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018); la mejora de la educación y el conocimiento, tanto de niños y niñas como de profesores (Bargeman, Richards y Govers, 2018); la creación de una atmósfera más afectuosa ya que los voluntarios prestan más atención personal a los niños y niñas y eso hace que en la escuela se sientan como en casa (Bargeman, Richards y Govers, 2018); un mayor entendimiento sociocultural por parte de la comunidad por su implicación en los proyectos (Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018); el desarrollo local con, por ejemplo, proyectos que trabajan para el desarrollo rural en zonas donde la comunidad ahora cuenta con fuentes de energía alternativas y sistemas de purificación de agua

4.
LAS COMUNIDADES
LOCALES

(Daldeniz y Hampton, 2010); la obtención de un espacio para la emancipación de los locales (Gard, 2012) donde las comunidades anfitrionas pueden acceder a un estado de autonomía, contrario al sentimiento de opresión que tiene lugar en las relaciones desiguales de poder. Finalmente, el último beneficio social es la creación de relaciones de amistad con los voluntarios (Burrai, Font y Cochrane, 2015; Gard y Almeida, 2005; Guiney, 2017; Park, 2017; Raymond y Hall, 2008).

En tercer lugar, se encuentran los beneficios ambientales, ya que algunos proyectos de voluntariado se dedican a la conservación de la naturaleza como la sabana o recursos marinos, a la limpieza de espacios naturales, o a la ayuda en el nacimiento de tortugas marinas, etc. Por un lado, se consigue **más conciencia medioambiental** debido a que los turistas se pueden convertir en el motor de la acción medioambiental local, ayudando a limpiar playas o arrecife de coral de los destinos (Daldeniz y Hampton, 2010). Por el otro, se satisfacen las necesidades de conservación y desarrollo de los ecosistemas, obteniendo apoyo para la investigación y la mejora de los medios de subsistencia de regiones poco favorecidas (Roques et al., 2018)

4.2. Los impactos negativos de la experiencia

La segunda sección de este apartado hace referencia a los efectos negativos del turismo de voluntariado sobre la comunidad, los cuales también se pueden agrupar en tres temas diferentes. Primeramente, se encuentran **los efectos negativos no previstos derivados de la presencia del turismo de voluntariado**. Dentro de estos, se han determinado cuatro impactos: **la reducción de oportunidades de trabajo** ya que los voluntarios suplen y/o realizan trabajos de manera gratuita que podrían hacer los miembros de la comunidad local de forma remunerada (Bargeman,



Reunión de mujeres en una iniciativa de turismo de voluntariado.
Fuente: Flickr, bajo licencia de creative commons.

4. LAS COMUNIDADES LOCALES

Richards y Govers, 2018; Daldeniz y Hampton, 2010; Guttentag, 2009; Guttentag et al., 2012; Raymond y Hall, 2008); la **creación de dependencia** ya que las comunidades confían en los recursos externos de asistencia y desconfían de los proveedores locales, convirtiéndolas en extremadamente vulnerables porque los proyectos pueden paralizarse en cualquier momento (Burrai, Font y Cochrane, 2015; Frilund, 2015; Guttentag, 2009; Guttentag et al., 2012; Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018; Ong et al., 2017); **los cambios culturales en las comunidades** que tienen efectos negativos sobre esta y que son provocados por el intercambio producido entre voluntarios y locales (Guttentag, 2009; Guttentag et al., 2012) y, por último, se da lugar a que **la población local y los niños y niñas se conviertan en un marcador de lo exótico**, el auténtico “otro”, que puede ser tratado como un objeto y consumido por la mirada turística, lo que también puede producir relaciones de poder perjudiciales (Crossley, 2012; Guiney y Mostafanezhad, 2015; Frilund, 2015).

Los siguientes **efectos negativos son derivados de reacciones, sentimientos o cambios de actitud de los locales**. Uno de los impactos que se produce es tensiones culturales entre los volunturistas y los locales (Daldeniz y Hampton, 2010; Guttentag, 2009), ya que los primeros muchas veces actúan siguiendo los hábitos y las normas que tienen en su país de origen si tener en cuenta cómo esto puede afectar a la comunidad anfitriona. También se pueden generar sentimientos de celos debido a que los locales (sobre todo los más jóvenes) intentan imitar patrones de consumo extranjero, pero se encuentran que los elementos de riqueza están fuera de su abasto (Guttentag, 2009). Por último, puede aparecer un **sentimiento de inferioridad respecto a los turistas** debido a las desigualdades de poder y conocimiento entre turistas y anfitriones, donde se genera una jerarquía que sitúa a los voluntarios como donantes benévolos y a los locales como receptores de caridad (Burrai, Font y Cochrane, 2015; Gard, 2012; Guttentag, 2009; McGloin y Georgeou, 2015; Schneider, 2018; Sin, 2009).

Para terminar, se clasifican **los efectos negativos provocados por una mala gestión de los proyectos o falta de habilidades de los volunturistas**. A veces, los objetivos de los proyectos de las organizaciones pueden ser contrarios a los deseos de las comunidades locales (Guttentag et al., 2012). Otras veces, se valora menos la transformación social de los destinos o la causa por la cual se está desarrollando un proyecto, ya que se priorizan los resultados finales y los económicos (Burrai y Hannam, 2017; Park, 2017; Simpson, 2004). También puede ocurrir que haya un impedimento o una **realización insatisfactoria del trabajo** debido a que a los voluntarios les faltan habilidades y conocimientos (Bargeman, Richards y Govers, 2018; Burrai, Font y Cochrane, 2015; Guttentag, 2009; Schwarz, 2017; Simpson, 2004) como puede ocurrir en una escuela donde los turistas dan clases de inglés ya que es su lengua materna, pero sin haber estudiado nunca antes cómo enseñar un idioma o sin haber trabajado las habilidades que debe tener un profesor. Finalmente, el último efecto negativo tiene que ver con el uso exclusivo de los recursos naturales del destino para los proyectos debido a una mercantilización del área o campo donde estos se llevan a cabo (Hernandez-Maskivker, Lapointe y Aquino, 2018).

4.
LAS COMUNIDADES
LOCALES

CASO DE ESTUDIO:
Los encuentros con la pobreza en las experiencias de volunturismo

Los impactos negativos a las comunidades locales se observan desde varias perspectivas y casos de estudio. El siguiente se centra a Kenia, donde se avalúan las experiencias y subjetividades de 10 volunturistas de Inglaterra, con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años. Este programa de entre uno y tres meses, ofrecido por un proveedor comercial, incluye una mezcla de proyectos con las comunidades locales y de conservación medioambiental, juntamente con actividades turísticas como safaris y estancias en la playa. La autora de esta investigación, Émilie Crossley (2012), explora la relación de los turistas con la pobreza con un impacto negativo hacia la comunidad local.

Así pues, muestra como los turistas de voluntariado se encuentran inmersos en imágenes desoladoras de las comunidades pobres porque eso crea un sentimiento de urgencia y necesidad que les permite asumir positivamente el rol de voluntario. Por otro lado, se sienten sorprendidos y positivamente decepcionados porque la población local no es tan infeliz como ellos se esperaban. Una de las voluntarias reflexiona que cuando menos se tiene, se aprecia más a la familia y a los amigos, y no tanto a las cosas materiales. Es aquí donde se ve el ideal de “apreciación” a las comunidades locales. Con una actitud de turista convencional, el trato como objeto a las personas y a los lugares en el Tercer Mundo y el uso de la fotografía puede producir una barrera entre la población local y los turistas, promoviendo relaciones de poder perjudiciales. Además, se añade el riesgo de identificar las prácticas de la experiencia con la pobreza como parte de un paisaje consumible, permitiendo también a los turistas descifrar el paisaje como un marco estético y cultural, y no económico y social. Un posible resultado de este hecho es idealizar y restar importancia a la pobreza



Conversación entre turistas de voluntariado.
Fuente: Breezy Baldwin, bajo licencia de creative commons.

5.

CONCLUSIONES

La popularidad del turismo de voluntariado ha crecido en los últimos años, no solo por la proliferación de organizaciones del Norte Global dedicadas a realizar programas de voluntariado a países del Sur Global, sino también por el interés y la repercusión mediática que ha habido en los medios de comunicación. Esta tendencia creciente del número de volunturistas también se ha visto reflejada en el aumento de estudios empíricos sobre este fenómeno desde principios del siglo XXI, con un interés que es cada vez mayor. Por lo tanto, se puede afirmar que **el turismo de voluntariado es un nicho turístico en potencial expansión**, que ha generado discusiones tanto en la academia como entre las mismas organizaciones. Así pues, con el objetivo de comprender y analizar este fenómeno tan complejo, resulta necesario llevar a cabo estudios holísticos y en profundidad.

A la vez, es necesario entender ciertas cuestiones estructurales que muchas veces pueden pasar desapercibidas, pero permiten comprender las dinámicas generadas en los programas de turismo de voluntariado. Por un lado, hay una fuerte creencia por parte de un grupo numeroso de investigadores respecto de las formas postcoloniales que se incorporan en este fenómeno. Así pues, teniendo en cuenta que la mayoría de los proyectos se realizan en el Sur Global, se critica cómo **las raíces históricas de inferioridad y de superioridad racial son perpetuadas en el volunturismo**. Esto también se puede ver reflejado en la concepción del Norte como salvador de un Sur victimizado y miserable, donde la mirada humanitaria contribuye a la reproducción de discursos geopolíticos de las relaciones de poder que naturalizan la desigualdad política, económica y social. Esta mirada también mantiene ciertos imaginarios sobre el binarismo de “nosotros” versus “ellos”, que refuerza jerarquías binarias de donantes del Norte y receptores del Sur. Por otro lado, últimamente ha crecido el interés por analizar el nexo entre el turismo de voluntariado y el género, desde donde **se asocian los países en desarrollo con figuras femeninas (débiles y pobres)** y los países desarrollados con la fortaleza y la potencia que tienen los hombres. De esta manera, se perpetúa la infantilización del Sur, concepción reforzada con las imágenes de niños y niñas con una carga emocional que provocan empatía cosmopolita y se convierten en componentes clave de la mirada popular humanitaria.

La evolución del turismo de voluntariado también ha dado lugar a los debates sobre la comercialización de esta actividad turística donde hay una clara diferencia entre las organizaciones sin ánimo de lucro, como ONGs, y las empresas que usan el volunturismo para obtener beneficios. De esta manera, el turismo de voluntariado

5.
CONCLUSIONES

parece depender, como cualquier otra actividad económica, de la disponibilidad de recursos, que en este caso son proveídos principalmente por los participantes y eso lleva a las organizaciones a competir entre ellas para conseguir un mayor número de voluntarios. No obstante, tal como ya lo han hecho algunas organizaciones sin ánimo de lucro, **hay un deseo para diferenciarse y promover los objetivos reales del voluntariado**. Se debe tener en cuenta, pues, que el crecimiento del sector ha provocado una homogeneización de las organizaciones de voluntariado y, por lo tanto, es necesario establecer estrategias de diferenciación donde poder poner en valor los objetivos del desarrollo y la capacidad transformadora de los voluntariados.

Otro aspecto a tener en cuenta es las recomendaciones para las organizaciones que tienen un papel imprescindible para potenciar los impactos positivos de este fenómeno. Por eso, el diseño y la implementación de los programas es un factor clave del éxito, tanto desde la perspectiva de las comunidades como de los volunturistas. Las propuestas establecidas tienen el objetivo de mejorar el funcionamiento de los programas e intentar encajar las necesidades de los locales con las motivaciones, las habilidades y los conocimientos de los turistas para que el resultado final sea provechoso para la comunidad anfitriona. Teniendo en cuenta las dinámicas comerciales del turismo de voluntariado, se puede concluir que el diseño de los programas de voluntariado muchas veces sólo contempla los intereses de las propias organizaciones como atraer a voluntarios y obtener un beneficio económico, sin tener en cuenta las necesidades de los locales, los posibles impactos negativos a la comunidad anfitriona o el conocimiento que tienen los turistas sobre el voluntariado.

No obstante, no es posible generalizar estos últimos aspectos del volunturismo, ya que cada organización trabaja de manera diferente y establece unas líneas de acción de acuerdo con su misión y sus valores. Un hecho que puede ayudar a mejorar los proyectos de voluntariado y que muchas organizaciones ya incorporan desde hace tiempo es las **formaciones para los participantes, tanto antes de iniciar el viaje,**



Visita turística a volunturistas de la mano de un guía local.
Fuente: Flickr, bajo licencia de creative commons.

5.
CONCLUSIONES

como durante la experiencia y una vez se vuelve al país de origen. Estos dos encuentros entre organizaciones y voluntarios e, incluso con la comunidad anfitriona, permiten aumentar la consciencia sobre acciones, dinámicas e implicaciones éticas del turismo de voluntariado. Además, hay aspectos mencionados anteriormente como el género o el colonialismo que son muy interesantes de tratar con tal de evitar actitudes machistas y racistas o para establecer mecanismos de denuncia en caso de encontrarse con ciertas agresiones, algunas de las cuales incluso pueden ser perpetuadas por las propias organizaciones.

Respecto a los turistas de voluntariado, se debe tener en cuenta que no se puede globalizar su imagen ni su actitud ya que ningún participante es igual a otro. Esta diversidad también se refleja en las motivaciones de los volunturistas que varían en función de cada uno, aunque se han podido establecer algunas categorías para clasificarlas. Lo más destacado de esta categorización es que **la mayoría de motivaciones hacen referencia al desarrollo personal o profesional de los voluntarios, la tipología de viaje o el destino**, en vez de los aspectos altruistas de realizar un voluntariado. Estas motivaciones están vinculadas al crecimiento del turismo postfordista, en el que son preferentes las experiencias particulares y significativas para los turistas, que al mismo tiempo huyen de los lugares más turísticos y masificados. Es por eso que el turismo de voluntariado les ofrece una oportunidad de viajar bajo diferentes coordenadas y vivir una nueva experiencia alejada de las típicas destinaciones turísticas.

Cabe destacar también las motivaciones y las preferencias según el género de los voluntarios, aunque hay una falta de datos específicos e investigaciones que lo asocian con dinámicas estructurales. No obstante, las voluntarias, siendo mayoritariamente mujeres jóvenes, buscan una experiencia personal relacionada con la cura y la educación de niños y niñas ya sea en escuelas u orfanatos. Este hecho se vincula con las referencias y las imágenes que ven de las famosas en la cooperación internacional y los roles que estas toman como “salvadoras blancas”, donde muchas veces reproducen actitudes de superioridad. También es importante resaltar las diferencias de preferencia por el servicio y el desarrollo de la comunidad y la interacción social, donde se muestra **una clara intención de las mujeres por implicarse en tareas vinculadas a los roles de género tradicionales**. Por otro lado, sus preferencias de quedarse con la familia de acogida están estrechamente relacionadas con su

Se evidencia escenario muy contrapuesto, sin consenso suficiente para determinar el tipo de efectos que genera el turismo de voluntariado.

seguridad y la interacción social con la comunidad, mientras que los participantes masculinos no suelen estar tan preocupados. El gran contraste entre la seguridad que perciben las voluntarias y los voluntarios muestra una clara influencia de una realidad en que las mujeres parecen haberse de proteger más que los hombres con tal de evitar situaciones peligrosas, como la violencia y el acoso sexual.

Respecto a los impactos positivos y negativos del turismo de voluntariado a los propios volunturistas, se puede afirmar que hay una gran variedad de argumentos expuestos por los académicos en sus artículos y casos de estudio,

5.
CONCLUSIONES

la cual cosa evidencia un escenario muy contrapuesto, sin consenso suficiente para determinar el tipo de efectos que genera el turismo de voluntariado. Este hecho también se puede aplicar a las comunidades locales, donde las dinámicas expuestas permiten afirmar que **hay una elevada controversia de visiones en la valoración de un mismo modelo turístico por lo que respecta a los efectos positivos y negativos**. De esta manera, es necesario comentar que no se puede valorar si el turismo de voluntariado tiene más impactos positivos que negativos o al revés, ya que se debe profundizar en el grado de estos efectos. También es difícil hacer un balance porque hay una gran abundancia tanto de casos de éxito como de fracaso.

Partiendo de la premisa que el turismo de voluntariado es un fenómeno complejo y en constante evolución, también se debe centrar la atención en las **futuras investigaciones**. Estas reflejan un claro interés por parte de los investigadores en seguir analizando, explorando y haciendo estudios sobre el turismo de voluntariado. En este sentido, repensar el concepto de turista de voluntariado incluyendo al mismo turista en las discusiones y las acciones sería un ejemplo, ya que el propio turista evoluciona al largo de los años y así lo debe hacer su definición y, por lo tanto, este es un aspecto interesante a estudiar. De la misma manera, hace falta explorar específicamente por qué se producen tantas diferencias en la valoración de los impactos positivos y negativos del volunturismo, con casos concretos, y determinar los efectos a largo plazo sobre las comunidades y los participantes. Las futuras líneas de investigación también deberían incluir una perspectiva de género a la hora de estudiar más profundamente la transformación de las relaciones de género en experiencias de turismo de voluntariado desde el punto de vista de ambos, participantes y comunidades locales, teniendo en cuenta las estructuras de poder existentes globalmente. Finalmente, con tal de profundizar en el conocimiento existente sobre el turismo de voluntariado y completar los vacíos existentes en la literatura científica es necesario seguir investigando de manera reflexiva, crítica y holística.

Es necesario seguir investigando de manera reflexiva, crítica y holística.

A pesar de las diferentes prácticas y las críticas que ha recibido el turismo de voluntariado durante los últimos años por su creciente proceso de mercantilización, este es claramente un nicho de mercado alejado del turismo de masas tradicional. Actualmente **no hay una visión clara sobre cómo la pandemia de la COVID-19 afectará al volunturismo**, teniendo en cuenta que es sobre todo en verano cuando se realizan la mayor parte de los programas. Por un lado, los viajes internacionales quedarán reducidos a las medidas decretadas en cada país, hecho que disminuirá el número de turistas de voluntariado. Dado que la pandemia ha alterado los ciclos escolares y los periodos vacacionales a nivel global, los voluntariados promovidos por programas de movilidad estudiantil se verán más afectados. Por otro lado, puede ser que algunas organizaciones reciban apoyo financiero por parte de instituciones

5.
CONCLUSIONES

económicas globales para destinarlas a ejecutar proyectos de voluntariado, como aquellos gestionados por agencias de cooperación internacional que se enfoquen en temas de salud para países más vulnerables.

La reducción parcial o total del número de volunturistas puede afectar también a las comunidades dependientes de estos programas y de las instituciones que los posibilitan. Es por eso que el contexto actual se establece como **un escenario propicio para repensar el papel de estas organizaciones y la gestión que hacen sobre el voluntariado**, procurando que los proyectos sean gestionados por las mismas comunidades. Así mismo, también es interesante que los propios voluntarios se cuestionen sus motivaciones y la necesidad de viajar internacionalmente para desarrollar habilidades por las que se proponen hacer volunturismo, teniendo en cuenta las limitaciones en la movilidad. Finalmente, frente a esta crisis de la COVID-19, el turismo de voluntariado puede ser un modelo a seguir siempre que mantenga su apuesta por contribuir al bienestar social, en términos de salud, soberanía alimentaria, educación y desarrollo comunitario, manteniendo como principal objetivo el altruismo contra las visiones consumistas e individualistas de otras formas de turismo.



Grupo de turistas de voluntariado.
Fuente: Proyecto Asis, bajo licencia de creative commons.



Voluntarista en un programa de construcción y restauración de infraestructuras.
Fuente: Commander, US, bajo licencia de creative commons.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agyeiwaah, E., Akyeampong, O., Amenumey, E., y 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., y Andereck, K. (2018). Volunteer tourists' perceptions of their impacts on marginalized communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(11), 1967-1983.
- Bailey, A., y 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., y 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., y Govers, E. (2018). Volunteer tourism impacts in Ghana: a practice approach. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1486-1501.
- Brondo, K.V., Kent, S., y 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., y 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., y 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., y 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., y 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., y Almeida, C. (2005). Social change, discourse and volunteer tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 760–779.
- Ghaderi, Z., y Béal, L. (2020). Local impression of tourist photographing: A perspective from Iran. *Tourism Management*, 76.
- Godfrey, J., Wearing, S.L., Schultenkorf, N., y 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., y 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., y 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., y 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 Turydes: Turismo y Desarrollo*, 21.
- Hernandez-Maskivker, G., Lapointe, D., y 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., y Debbage, K.G. (1998). Neo-Fordism and flexible specialization in the travel industry. A D. Ioannides y K.G. Debbage (Eds.), *The economic geography of the tourist industry: a supply-side analysis* (pp. 97-119). Routledge: London.
- Kipp, A., Hawkins, R., y Gray, N.J. (2020). Gendered and racialized experiences and subjectivities in volunteer tourism. *Gender, Place & Culture*, 1-21.

REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS

- 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., y 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., y 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., y Sherraden, M. (2012). International Service and the Perceived Impacts on Volunteers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41(6), 969-990.
- McGloin, C., y 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., y 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., y Juneke, O. (2017). Global global, acting local: volunteer tourists as prospective community builders. *Tourism Recreation Research*, 43(2), 135-146.
- Ong, F., Pearlman, M., y 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., y Morgan, N.J. (2000). Privileging the male gaze. *Gendered Tourism Landscapes. Annals of Tourism Research*, 27(4), 884-905.
- Raymond, E.M., y 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., y 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 (Trabajo Final de Grado). 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. y 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., y 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., y He, S. (2018). Volunteering on Facebook and Instagram: Photography and social media in constructing the 'Third World' experience. *Tourist Studies*, 1-23.
- Smith, V.L., y Font, X. (2014). Volunteer tourism, greenwashing and understanding responsible marketing using market signalling theory. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 942-963.

REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS

- Stainton, H. (2016). A segmented volunteer tourism industry. *Annals of Tourism Research*, 62, 256-258.
- Suhud, U., y 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., y 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., y 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 y 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., y 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., y Everingham, P. (2017). Evaluating volunteer tourism: has it made a difference?. *Tourism Recreation Research*, 42(4), 512-521.
- Zavitz, K.J., y 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 para el desenvolupament

www.albasud.org

Con el apoyo de



**Generalitat
de Catalunya**



**Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament**

ISBN:978-84-09-24716-5



9 788409 247165