

TURISMUL SOCIAL – TURISMUL DEZVOLTĂRII

CLAUDIA MOISĂ

Universitatea “1 Decembrie 1918” Alba Iulia, str. N. Iorga, nr. 11-13, Alba Iulia, jud. Alba,

email: claudiapatrut@yahoo.com

FILIMON STREMȚAN

Universitatea “1 Decembrie 1918” Alba Iulia, str. N. Iorga, nr. 11-13, Alba Iulia, jud. Alba

Atât conceptul cât și conținutul turismului social au fost caracterizate de un puternic dinamism în ultimii ani, lucru care poate fi explicat prin faptul că operatorii din domeniul turismului social care au dat ascultare consumatorilor într-o mai mare măsură sunt cei care au reușit mai bine și mai oportun să dimensioneze noile tendințe ale turismului social printr-o interpretare corectă a așteptărilor tinerilor turiști, a persoanelor în vârstă și a familiilor.

Pornind de la cea mai simplă definiție a turismului, ca fiind “o formă de recreere alături de alte activități și formule de petrecere a timpului liber”¹⁵⁶, se poate spune că timpul de vacanță nu trebuie să fie o perioadă de inactivitate, organizatorii de vacanțe trebuind să le ofere turiștilor posibilitatea de a descoperi natura, locuri și oameni noi, activități culturale și sportive, fie la nivel individual fie la nivel de colectivitate.

Istoria vacanțelor pentru tineri începe în primii ani ai secolului al XIX-lea odată cu apariția primelor asociații turistice și cu deplasările tinerilor turiști pe motive religioase sau de alt fel (cercetași etc.), în jurul preocupărilor legate de bunăstare, de mediul înconjurător (grupuri de tineri din mediul urban care descopereau viața la țară).

Venirea la putere a vacanțelor a avut loc în jurul anului 1936, an care a marcat apariția civilizației vacanțelor fondată pe noțiunea de “vacanțe pentru toți”. În Franța, crearea Secretariatului de Stat pentru Vacanțe și a Federației Léo Lagrange au permis organizarea de vacanțe culturale și sportive, iar pentru facilitarea practicării turismului de către tineri au fost lansate centrele de vacanță și au apărut primele unități de cazare pentru tineri.

După cel de-al 2-lea război mondial, când se dezvoltă schimburile de tineri și în mod deosebit cele cu caracter școlar și lingvistic începe să se dezvolte rețeaua unităților de cazare destinate tinerilor și apar diverse asociații și organizații în turismul de tineret.

A apărut atunci noțiunea de turism de masă, formă de turism dezvoltată de către organizațiile care promovau turismul popular și pe care unii specialiști o considerau ca referindu-se la problema tinerilor.

Se poate aprecia cu certitudine că turismul social al anilor 2000 nu poate fi considerat exclusiv ca fiind “...ansamblul raporturilor și fenomenelor rezultate din participarea la

¹⁵⁶ Minciu, R., *Economia turismului*, ediția a 3-a, Ed.Uranus, București, 2004.

turism a păturilor sociale cu venituri modeste”, ci trebuie interpretat și analizat prin prisma importanțelor schimbări care au loc în societatea noastră, schimbări pe care Biroul Internațional al Turismului Social le-a inserat în Carta de la Viena (1972) și mai recent, în Declarația de la Montréal (1996).

În acest context, *noul concept de turism social* pe care l-au definit specialiștii cu ocazia Congresului Mondial al BITS (a 40-a aniversare a BITS) care a avut loc în Belgia în perioada 28-30 aprilie 2004, ca fiind turismul dezvoltării, va fructifica și va îmbina dezvoltarea turismului cu protecția mediului înconjurător și cu respectarea identității populației locale, promovarea dezvoltării turismului fără degradarea resurselor turistice, precum și generarea de beneficii economice, sociale și culturale pentru populația locală.

Vacanțele aparțin deci unei noi practici sociale. În evoluția structurilor societății industriale, turismul devine un factor social chiar înainte de constituirea sectorului economic la nivel mondial. Turismul social se dovedește a fi un turism al dezvoltării, un turism afectiv, un factor de putere economică capabil să-și demonstreze acest rol în domeniul economiei sociale.

Bazându-ne pe aceste fundamente, putem spune că turismul social nu este o reminiscență a trecutului ci o realitate activă și dinamică, o realitate capabilă să promoveze dreptul la vacanță, respectul și dezvoltarea proprietății culturale și de mediu, precum și creșterea economică și socială a comunităților locale.

Cu alte cuvinte, este vorba despre un turism durabil și responsabil pentru toți și al tuturor, care este o parte activă a globalizării economice, capabil să armonizeze eficiența economică cu dreptatea socială și respectul față de mediu.

Astăzi într-o lume în care evoluția celor mai dezvoltate țări este inegală și toate clasele sociale beneficiază de o creștere a duratei concediilor plătite, descoperirile din domeniul tehnologiei informației determină o reducere a mâinii de lucru, se formează alianțe economice de mari dimensiuni acționând după propriile legi asupra pieței libere iar dezvoltarea rapidă a multor țări cu tradiție turistică oferă posibilități de practicare a turismului familial, turismul se dezvoltă rapid. Are loc o dezvoltare puternică a turismului de afaceri și de petrecere a timpului liber, o deschidere a granițelor, o diversificare a destinațiilor turistice etc. Declarația Universală a Drepturilor Omului menționează faptul că toate ființele umane au dreptul la odihnă, la timp liber, la un număr limitat al orelor de muncă și la concedii plătite. Însă, acest drept este departe de a fi universal acceptat, subordonarea timpului liber și a turismului nevoilor umane fiind permanent urmărită de către turismul social a cărui obiectiv principal a fost dintotdeauna accesul la oportunitățile de a călători și de a petrece timpul liber pentru toți.

Principalul obiectiv al tuturor inițiativelor de dezvoltarea a turismului trebuie să fie realizarea deplină a potențialului individual al fiecăruia, atât ca persoană, cât și ca cetățean. Acest obiectiv care se referă la facilitarea accesului tuturor la turism – inclusiv a familiilor, tinerilor și a persoanelor în vârstă – înseamnă, în mod absolut necesar, ca acesta să lupte împotriva inechității și excluderea diferențelor culturale, a acelor cu posibilități limitate sau a persoanelor care trăiesc în țări în curs de dezvoltare.

În acest scop trebuie identificate și implementate măsuri specifice cum ar fi: definirea politicilor sociale în turism, crearea și dezvoltarea infrastructurii specifice, punerea la punct a unui sistem de facilități pentru cei dezavantajați, calificarea și perfecționarea continuă a personalului din turism etc.

Vacanțele și călătoriile constituie ocazii privilegiate pentru îmbogățirea nivelului de cultură al persoanelor, prin descoperirea de noi locuri, culturi și civilizații, prin practicarea diverselor activități artistice, sportive sau cu caracter distractiv (diferite jocuri etc.), prin întâlniri cu alți oameni, dincolo de orice diferențe culturale sau de alt fel.

Turismul social este un mijloc de coeziune socială întrucât agenții economici din domeniu doresc să contribuie la dezvoltarea relațiilor interumane atât prin profesionalismul de care dau dovadă cât și prin activitățile de animare a grupurilor de turiști. Adresându-se tuturor claselor sociale și tuturor vârstelor, turismul social antrenează sute de milioane de turiști la nivel mondial.

Parte integrantă a economiei sociale, turismul social oferă din ce în ce mai mult o șansă economică excepțională. Într-o altă accepțiune, turismul social este un mijloc de dezvoltare economică, generând un flux continuu de turiști și investiții, care contribuie la dezvoltarea regională, produce bunăstare națională și internațională și stimulează transferul resurselor dinspre economiile dezvoltate înspre țările mai puțin dezvoltate.

Aporturile turismului trebuie să fie benefice pentru întreaga comunitate. El trebuie să contribuie la dezvoltarea economică și socială a regiunilor și cetățenilor priviți ca un întreg. Sectorul turistic trebuie să genereze locuri de muncă și să garanteze, în același timp, drepturile fundamentale ale persoanelor care sunt angajate.

Toți actorii-cheie ai dezvoltării turistice sunt supuși aceluiași exigențe, constrângeri de ordin economic. Fie întreprinzători, gestionari ai echipamentelor turistice, prestatori de servicii turistice, organizatori de vacanțe, ghizi sau animatori, sunt subiecți ai aceluiași așteptări privitoare la competențe, profesionalism și performanță. Urmărirea obiectivelor dezvoltării sociale depinde de managementul exemplar și de ameliorarea rezultatelor economice.

Participarea tot mai largă a tinerilor la mișcarea turistică a dus la afirmarea unei forme distincte a turismului și anume turismul de tineret. Prin caracteristicile sale această formă de turism se integrează turismului social.

Cu mult înaintea promovării sale de către organizațiile internaționale, conceptul de “dezvoltare durabilă” a fost adoptat de către turismul social și exprimat în următoarele obiective:

- conciliere între dezvoltarea turismului, protecția mediului și respectul față de identitatea comunităților locale;
- găsirea unor resurse noi în regiunile neglijate și promovarea acestora fără epuizarea lor;
- generarea de beneficii locale economice, sociale și culturale;

- în timp ce turismul este, la scară globală, unul din motoarele dezvoltării regionale el nu trebuie să conducă niciodată la exploatarea necontrolată a teritoriului respectiv, a populației locale sau distrugerea culturii sale.

Turismul poate, și trebuie să reprezinte o speranță pentru multe din economiile fragile. Protecția mediului natural trebuie să reziste la presiunea asiduă din partea diverselor organizații sau indivizi cu scopul unui câștig comercial sau personal.

Prin proiectele de dezvoltare turistică se vor califica și perfecționa continuu cei angajați direct în domeniul turismului social, se va încetățeni respectul față de mediu și față de comunitățile locale.

Turismul, atunci când se dezvoltă controlat, respectând mediul și comunitățile locale, constituie una dintre speranțele economice, sociale și culturale a multor regiuni în ceea ce privește dezvoltarea acestora. Din acest motiv, toți cei implicați în turismul social trebuie să pună în practică proiecte de dezvoltare la nivel regional.

Peste tot în lume, sunt și vor fi esențiale noi forme de cooperare și de parteneriate, din moment ce dezvoltarea turismului presupune susținerea din partea autorităților locale, a organizațiilor sociale, a rețelelor comerciale, partenerilor financiari și bineînțeles a agenților economici din turismul social.

Potrivit Declarației de la Montréal – *Pentru o viziune umanistă și socială a turismului*, (BITS, 1996) “orice organizație de turism (asociație, cooperativă, federație, fundație, organizație non-profit, companie etc.) care, prin diverse forme de asociere se identifică cu obiectivele sociale și cu scopul de a face produsele turistice accesibile majorității populației, poate să se declare membră a mișcării turismului social”.

Cuvântul “social” semnifică în sens larg, solidaritate și fraternitate, și poate fi o sursă de speranță pentru multe persoane care nu dispun de mijloacele necesare pentru a practica turismul. Validitatea acestei apartenențe este justificată de următoarele:

- activitățile turistice presupun anumite obiective sociale, educaționale și culturale care favorizează respectul și dezvoltarea individului;
- publicul-țintă este clar identificat, fără discriminări pe considerente rasiale, culturale, religioase, politice sau sociale;
- valoarea adăugată noneconomică formează o parte integrantă a produsului propus;
- apare dorința de integrare nedistructivă a mediului local;
- activitatea managerială este în concordanță cu legislația socială și trebuie să promoveze satisfacția în muncă și să presupună o pregătire susținută pentru dezvoltarea personalului din turism.

Datorită dezvoltării atinse de Europa, în general, se impune considerația globală că marile probleme nu mai pot fi tratate numai în funcție de optica națională. În condițiile în care tentativele cele mai îndrăznețe sunt amorsate în vederea integrării europene, abordarea problemelor sociale poate și trebuie făcută în aceeași optică.

Accesul la turism al maselor prezintă interesul cel mai remarcabil, contribuind la echilibrul de ansamblu în raporturile intra-europene. După cum este cunoscut, Uniunea Europeană are

drept scop esențial de a asigura ansamblului țărilor membre și nu numai un mai bun echilibru economic, atât în raporturile dintre ele, cât și în raporturile lor cu lumea exterioară.

Rolul turismului în economia Europei fiind formal recunoscut, o politică coerentă și curajoasă a turismului social poate contribui la consolidarea echilibrului menționat.

Dar industria turistică poate juca un rol în echilibrul european numai în condițiile unei rentabilități proprii. Turismul social poate interveni aici atât ca element regulator, cât și ca element compensator. Evoluția turismului european din ultimii ani relevă diminuarea drastică a puterii de cumpărare individuală, specifică pentru categoriile sociale “tradiționale” – devaforizate.

Turismul social oferă posibilitatea unei compensații apreciabile pentru că reprezintă accesul la turism al unei clientele cu slabă capacitatea de cheltuielă individuală, dar enormă prin masa ei. Transporturile și hotelăria medie vor putea găsi în această masă sprijinul compensatoriu reducerii resurselor tradiționale.

Pe de altă parte, mult mai sensibil decât alte sectoare la condițiile prețurilor sectorul turismului social este evident cel mai susceptibil să răspundă nevoii fundamentale a industriei turistice de a prelungi durata anuală de exploatare echipamentelor sale.

În altă ordine de idei, prin asigurarea unei perioade anuale de odihnă completă și reparatorie, susceptibilă de a reda echilibrul fizic, nervos și psihologic va influența considerabil creșterea productivității muncii în Europa.

Văzut sub aspectul schimburilor internaționale, turismul social reprezintă singura oportunitate veritabilă oferită milioanelor de europeni de a învăța să cunoască și să respecte celelalte popoare ce constituie comunitatea lor.

În țările cu tradiție, această formă de turism se adresează cu deosebire clasei mijlocii, fiind un turism de grup (familie, membrii unei asociații, grupuri de tineri) care înlesnește reuniunile de tip socio-cultural prin asociații și organisme cu scop non-profit și viața în comun (pensiuni familiale, camping la fermă, sate de vacanță). Se au în vedere veniturile categoriilor socio-profesionale care reprezintă unele avantaje: salariu de concediu, al treispezecelea salariu, prime trimestriale sau anuale, unele ajutoare, elemente care permit realizarea unui buget de vacanță.

BIBLIOGRAFIE

1. Ionescu, I., *Turismul – fenomen social-economic și cultural*, Ed. Oscar Print, București, 2000.
2. Pătruț (Moisă), C., *Conținutul și particularitățile turismului de tineret și interconexiunile cu celelalte forme de turism*, Referat doctorat ASE, București, 2005.
3. Minciu, R., *Economia turismului*, ediția a 3-a, Ed. Uranus, București, 2004.
4. Snak, O., Baron, P., Neacșu, N., *Economia turismului*, Ed. Expert, București, 2001.
5. Stremțan, F., Ispas, A., Moisă, C., *Marketing turistic*, Ed. Didactică a Universității “1 Decembrie 1918”, Alba Iulia, 2005.