

ANÀLISI CRÍTICA DEL TURISME DE VOLUNTARIAT

A PARTIR DE TESTIMONIS DE VOLUNTARIS

2019 - 2020 |

Andrea Gutiérrez Hernández



TUTORITZAT PER NEUS COSTA
FRANCESC FUSTÉ

Resum: El present Treball Final de Grau busca proporcionar una anàlisi crítica del *volunturisme* i dels propis voluntaris. Mitjançant una extensa revisió de la literatura existent, es delimitaran les característiques del voluntariat com a modalitat turística i es presentarà una visió general dels arguments d'autors que defensen els beneficis del turisme de voluntariat, tot contrastant-los amb les opinions d'aquells que es mostren escèptics sobre els respectius impactes positius. Més endavant, es realitzarà un estudi netnogràfic sobre els relats dels turistes de les seves experiències com a voluntaris. D'aquesta manera, des d'un aproximament qualitatiu, es proporcionarà una comprensió més profunda de les motivacions, els valors, les experiències i les actituds dels turistes que participen en un voluntariat.

Paraules clau: turisme de voluntariat, turistes voluntaris, motivacions, altruisme.

Índex

BLOC 1. Presentació del treball	1
1. Introducció.....	1
1.1 Justificació de l'elecció del treball	2
2. Objectius.....	2
3. Metodologia	3
BLOC II. Marc teòric.....	5
4. Marc conceptual del turisme de voluntariat.....	5
4.1 Dimensions del turisme de voluntariat	7
4.2 Classificació.....	8
5. Els protagonistes de l'experiència	10
5.1 L'oferta: organitzacions, agències i intermediaris.....	10
5.2 Els turistes voluntaris.....	13
Perfil demogràfic	13
Motivacions	14
5.3 La comunitat d'acollida	16
6. Ètica	17
6.1 Impactes positius.....	18
Autenticitat i intercanvi intercultural	18
Major consciència i compromís global	19
Desenvolupament del país d'acollida.....	20
6.2 Limitacions.....	20
Reforç dels estereotips i banalització de la pobresa	20
Motivacions egocèntriques	21
<i>Poverty trap</i> i la ineficàcia a llarg termini.....	23

Relacions de poder desiguals: paternalisme i neocolonialisme.....	25
6.3 Punts de vista contraposats.....	26
BLOC III. Estudi de cas: anàlisi dels testimonis dels voluntaris	28
7. Fonts d'estudi	28
8. Codificació	29
8.1 El turisme de voluntariat com a experiència.....	30
8.2 El turisme de voluntariat com a generador de sentiments.....	31
8.3 El turisme de voluntariat com a collida.....	32
8.4 El turisme de voluntariat com a canvi	34
9. Anàlisi temàtica dels testimonis	35
9.1 El procés del voluntariat.....	35
9.2 Motivació i altruisme.....	40
9.3 Impacte sobre la comunitat local	41
9.4 Complex d'heroi	43
9.5 Egocentrisme	45
9.6 Racionalització de la pobresa	46
BLOC IV. Conclusions	48
10. Conclusions.....	48
11. Limitacions i futures investigacions.....	53
BLOC V. Bibliografia	54
12. Bibliografia.....	54

Índex de gràfics

Gràfic 1. Classificació del turisme de voluntariat (adaptat de Callanan i Thomas, 2005)	8
Gràfic 2. La cadena del turisme de voluntariat (adaptat de Hermann, et al., 2018)	11
Gràfic 3. El turisme de voluntariat, paraules claus (elaboració pròpia).....	30
Gràfic 4. Procés previ al viatge de turisme de voluntariat (elaboració pròpia)	35
Gràfic 5. Procés durant el viatge del turisme de voluntariat (elaboració pròpia)	37
Gràfic 6. Procés posterior al viatge de voluntariat (elaboració pròpia).....	39

Índex de taules

Taula 1: Possibles impactes positius i negatius del turisme de voluntariat (elaboració pròpia)	27
--	----

BLOC 1. Presentació del treball

1. Introducció

El turisme de voluntariat és considerat el resultat del rebuig a la massificació i l'estandardització que caracteritzava el sector turístic durant la segona meitat del segle XX (Lyons i Wearing, 2008).

El *volunturisme* guanya cada cop més adeptes entre aquells que volen incloure els valors de la sostenibilitat en la seva experiència turística, combinant oci amb treball voluntari. Aquesta tipologia de turisme promou un turisme respectuós amb l'entorn, amb la cultura i amb la societat on es desenvolupa.

Cada vegada són més les organitzacions amb i sense ànim de lucre que organitzen viatges de voluntariat, oferint als seus voluntaris l'oportunitat de col·laborar en les accions que es duen a terme, convertint-se així en ambaixadors de la causa (Alboan, 2011).

Si bé en un principi es relaciona el turisme de voluntariat amb conceptes com altruisme, sostenibilitat, ecologisme, etc., moltes són les veus que posen en dubte els beneficis reals que aquesta tipologia turística aporta en les comunitats on es du a terme. Articles com *Turismo de voluntariado, un arma cargada de buenas intenciones* (Ye, 2019) o *The business of voluntourism: do western do-gooders actually do harm?* (Rosenberg, 2018), no només qüestionen els beneficis reals del turisme de voluntariat, sinó també l'eficàcia i l'ètica dels mateixos voluntaris. Sovint aquests són retratats pels mitjans de comunicació com a joves amb tendències egocentristes, obsessionats amb *fer-se una selfie* i, en definitiva, amb un comportament perjudicial per a les comunitats d'acollida.

L'objectiu d'aquest treball és escapar dels tòpics que es relacionen amb el turisme de voluntariat proporcionant una anàlisi crítica del volunturisme i dels propis voluntaris, mitjançant una extensa revisió de literatura i un estudi qualitatiu sobre la percepció dels turistes de les seves pròpies experiències. Des d'un aproximament qualitatiu, es proporcionarà una comprensió més profunda de les motivacions, els valors, les experiències i les actituds dels turistes que participen en un voluntariat.

1.1 Justificació de l'elecció del treball

El motiu pel qual he escollit aquest tema és el fet que en el passat vaig participar en dos programes de voluntariat internacional: un voluntariat ambiental a Alemanya i un social a Polònia. Després de llegir un article de diari on es criticava la figura del turista voluntari, em vaig veure obligada a plantejar una pregunta: per què vaig decidir participar en un programa de voluntariat? Si bé és cert que trobava els projectes interessants, no totes les meves motivacions eren altruistes: desitjava gaudir d'una experiència internacional, practicar idiomes, conèixer gent d'altres cultures, afegir una experiència en el currículum, etc. Vaig realment aportar alguna cosa positiva a l'organització? En la meua recerca d'autosatisfacció, vaig inconscientment entorpir el projecte? Vaig adoptar el rol de voluntari amb complex d'heroi? Perquè no em vaig qüestionar prèviament al meu viatge si jo era la millor opció per a contribuir al projecte?

D'aquesta manera, trobo interessant descobrir si la meua manca de reflexió també es pot extrapolar a altres turistes voluntaris, analitzant els seus testimonis en recerca de situacions o actituds perjudicials per a les comunitats locals.

2. Objectius

L'objectiu principal d'aquest estudi és proporcionar una visió crítica del turisme de voluntariat, des de la perspectiva dels propis voluntaris. És el turisme de voluntariat una eina eficaç per a contribuir al desenvolupament de la societat d'acollida? Es troben els turistes voluntaris motivats per al·licients altruistes o es mouen per interessos personals? D'aquesta manera, s'explorarà el concepte de turisme de voluntariat, els seus impactes potencials i si aquests es poden percebre en les experiències dels voluntaris, prenent com a base d'anàlisi el relat d'individus que ja han realitzat un d'aquests viatges.

Els objectius específics d'aquest treball són:

- Establir els límits conceptuals del turisme de voluntariat.
- Definir els trets i les característiques dels viatges i dels protagonistes del turisme de voluntariat.
- Examinar les motivacions dels voluntaris i explorar la naturalesa d'aquestes: altruisme o egocentrisme?

- Descobrir els impactes positius i negatius del volunturisme segons la literatura existent i explorar si aquests impactes es perceben en els testimonis dels voluntaris.
- Determinar quines són les temàtiques més recurrents que envolten l'experiència de voluntariat, obtenint una visió sobre les opinions, valors i actituds dels turistes voluntaris.

3. Metodologia

Per tal d'assolir els objectius proposats, es realitzarà una revisió de la literatura existent al voltant del concepte de turisme de voluntariat, les seves característiques, el perfil dels voluntaris, així com els impactes positius i negatius d'aquest fenomen.

A la secció següent es realitzarà una anàlisi i reflexió de les experiències dels voluntaris, tot relacionant-la amb els conceptes treballats en la recerca literària anterior. Dins d'aquesta anàlisi, es desenvoluparà una investigació netnogràfica no participant, fent servir dades primàries com a font d'informació. Una recerca netnogràfica és un mètode de recerca qualitativa que "adapta tècniques de recerca etnogràfica a l'estudi de cultures i comunitats emergents de comunicacions en línia" (Zerva, 2018). Concretament, durant la investigació s'estudiaran 100 testimonis de voluntaris de Voluntarios en el mundo, ONG Voluntariado i Cooperating Volunteers, processant els resultats mitjançant una codificació oberta per tal de formar codis que resumeixin les perspectives dels turistes sobre les qüestions que es plantegen.

Primerament es va seleccionar Voluntarios en el mundo com a font principal per a aquesta investigació, tanmateix, els testimonis aportats (33) eren escassos, per la qual cosa, es va seleccionar ONG Voluntariado (44) i Cooperating Volunteers (23) com a fonts complementàries. Els principals motius pels quals s'han escollit aquestes fonts han estat principalment per la credibilitat i qualitat dels testimonis que oferien: garanteixen que totes les experiències dels voluntaris són reals i prou extenses per a realitzar una anàlisi satisfactòria del seu contingut, i tenen un recorregut consolidat en la gestió de programes de voluntariat. L'elecció de 100 testimonis com a mostra per a la realització d'aquesta anàlisi prové de la necessitat d'obtenir una mostra suficientment extensa per

a realitzar la codificació, però alhora evitant donar voltes sobre el mateix problema sense aportar noves idees. La majoria de voluntaris comparteixen vivències i desitjos similars en els seus testimonis, per la qual cosa no tenia sentit incrementar la mostra, ja que difícilment emergirien nous conceptes o perspectives sobre la qüestió analitzada.

Pel que fa a l'anàlisi de les experiències dels voluntaris, primerament s'utilitzarà un processador de text per identificar quines són les paraules més freqüents utilitzades pels voluntaris. Aquesta informació proporcionarà una primera introducció als mots i conceptes al voltant dels quals es focalitzen els voluntaris en narrar les seves vivències. Aleshores, es procedirà a llegir tot el material, amb la intenció de familiaritzar-se amb el text i obtenir una primera impressió general. D'aquesta primera lectura s'extrauran les cites que puguin semblar més importants, les quals s'organitzaran en un document Excel separat. Aquest document Excel servirà com a mitjà per ordenar i agrupar els conceptes extrets en termes més concrets, és a dir, categories. A continuació, es realitzarà una altra anàlisi, aquest cop més detallada, línia a línia, per a incloure subcategories i temes relacionats dins els codis ja existents. D'aquesta manera, primer es definiran les categories, desenvolupant-les en subcategories, les quals constituïran la base de l'anàlisi conceptual per fer les connexions entre els projectes i els principals beneficis i limitacions del turisme voluntari.

BLOC II. Marc teòric

Per a començar, és necessari conèixer què és el que s'entén com a turisme de voluntariat. D'aquesta manera, a continuació es presenten les principals definicions del volunturisme, així com els seus trets característics.

4. Marc conceptual del turisme de voluntariat

A partir dels anys vuitanta del segle XX, es va desencadenar un moviment en contra del turisme massiu, en recerca d'una experiència de viatge més autèntica i significativa que permetés la interacció entre turistes i la comunitat local (Butcher i Smith, 2010). Fruit d'aquest moviment varen sorgir diversos nínxols de turisme alternatiu, entre ells, el turisme de voluntariat. Actualment, el volunturisme s'està convertint ràpidament en un dels nínxols amb major projecció de creixement (Hermann, Hopkins, Milne, Moscoso i Thorburn, 2018). A diferència d'altres activitats de turisme alternatiu, el turisme voluntari incorpora altres tipologies de turisme: cultural, de natura, educatiu, d'aventura i científic, entre d'altres (Bakker i Lamoureux, 2008).

Stephen Wearing (2001, citat per McGehee, 2013), un dels principals investigadors del turisme de voluntariat, va ser el primer a donar una definició d'aquesta modalitat de turisme, sent aquella en la qual “els turistes, per raons especials, s'ofereixen voluntaris de manera organitzada per fer vacances que puguin implicar ajudar o alleujar la pobresa d'alguns grups de la societat, la restauració de determinats entorns o la investigació sobre aspectes de la societat o el medi ambient” (p. 1).

La conceptualització del turisme voluntari s'ha ampliat encara més a la literatura: existeixen multitud de definicions del concepte de turisme de voluntariat que, mentre que mantenen certs trets en comú, pateixen algunes variacions segons on l'autor posa el pes. McGehee i Santos (2005) defineixen el turisme voluntari com “l'ús discrecional de temps i ingressos per a viatjar fora de l'esfera habitual per auxiliar a altres que es troben en una situació de necessitat” (p.760). En aquesta mateixa línia, Fuentes, Muñoz i Rodríguez (2016) conceben el turisme de voluntariat com el realitzat pels turistes on “la motivació principal és la pràctica de la solidaritat d'una manera altruista, viatjant a un altre destí en el seu propi país o a l'estranger” (p.508).

Scheyvens (2002) identifica el turisme voluntari com una forma de "turisme de justícia", ja que implica "persones de països occidentals que paguen per venir al Tercer Món per assistir en treballs de desenvolupament o conservació, ja que desitgen aconseguir alguna cosa més significativa que el plaer" (p.102).

Si bé en la majoria de definicions es destaca la solidaritat com a principal motivació a l'hora de realitzar el viatge, certs autors posen sobre la taula l'existència d'una relació de reciprocitat, on tant el voluntari com les comunitats d'acollida es beneficien de l'experiència (Hall i Raymond, 2008).

Brown (2005) ofereix una definició de volunturisme des de la perspectiva de producte turístic, en la qual "un operador turístic ofereix als viatgers l'oportunitat de participar en una excursió opcional que tingui un component voluntari, així com un intercanvi cultural amb la gent local" (p.480). Aquesta definició presenta una discrepància amb les exposades anteriorment: si bé segons Brown (2005) el voluntariat només representa un component més del viatge; en definicions com la de Wearing (2001), és l'element principal. De totes maneres, l'element clau és l'existència tant d'un component voluntari, com d'un component turístic. Quan un turista viatja per a realitzar un projecte de voluntariat està practicant turisme i no simplement voluntariat, en incloure un trasllat de la seva residència habitual. Conseqüentment, el seu viatge posseeix els elements característics d'un viatge turístic tradicional (trasllat, allotjament, consum de béns i serveis, activitats addicionals, etc.), afegint-li pràctiques altruistes.

Més enllà de la definició concreta de voluntariat, l'ABTA (*Association of British Travel Agents*), estableix que el volunturisme es caracteritza per quatre elements clau (2016, citat per *The Code*, 2016):

- El fet que s'adquireix l'experiència com a part d'un paquet turístic (inclosos transport, allotjament i/o altres elements del viatge);
- L'oportunitat que els turistes puguin treballar durant un viatge;
- La col·laboració del turista en un projecte de voluntariat de forma lliure i sense rebre cap benefici financer;
- Els beneficis són conjunts: tant per a la comunitat receptora com pels mateixos turistes.

Així doncs, el volunturisme es pot considerar aquella modalitat de turisme en la qual els turistes viatgen a una destinació fora de la seva esfera quotidiana per a donar suport a la comunitat local, de forma lliure i altruista, i durant un període determinat.

4.1 Dimensions del turisme de voluntariat

Quan parlem de voluntariat internacional hi ha quatre dimensions de gran importància que hem de tenir en consideració (Baum, Homes, Lockstone-Binney, Smith i Storer, 2010):

- La dimensió geogràfica. Els autors diferencien l'origen i el destí del turista, reconeixent que és necessari el factor viatge. A més a més, s'adverteix que aquest desplaçament pot suposar una dificultat afegida a l'hora de dur a terme la tasca assignada, ja que pot suposar al voluntari un sentiment de desarrelament.
- La dimensió temporal. El temps que el turista es compromet a participar en el voluntariat, que pot variar des d'experiències regulars, fins a esporàdiques i puntuals.
- La llibertat d'elecció del turista de les activitats d'oci dins el voluntariat. Segons el compromís del turista en el voluntariat, aquest pot escollir assolir més reptes i focalitzar el seu temps i esforç col·laborant en el projecte o afegir més activitats pròpies de turisme i d'oci.
- La dimensió econòmica. Dur a terme un voluntariat suposa un cost: aquesta despesa inicial la solen suportar els propis voluntaris. Tanmateix, pot succeir que no es demani cap pagament o, fins i tot, que els voluntaris rebin el reemborsament de les despeses del viatge.

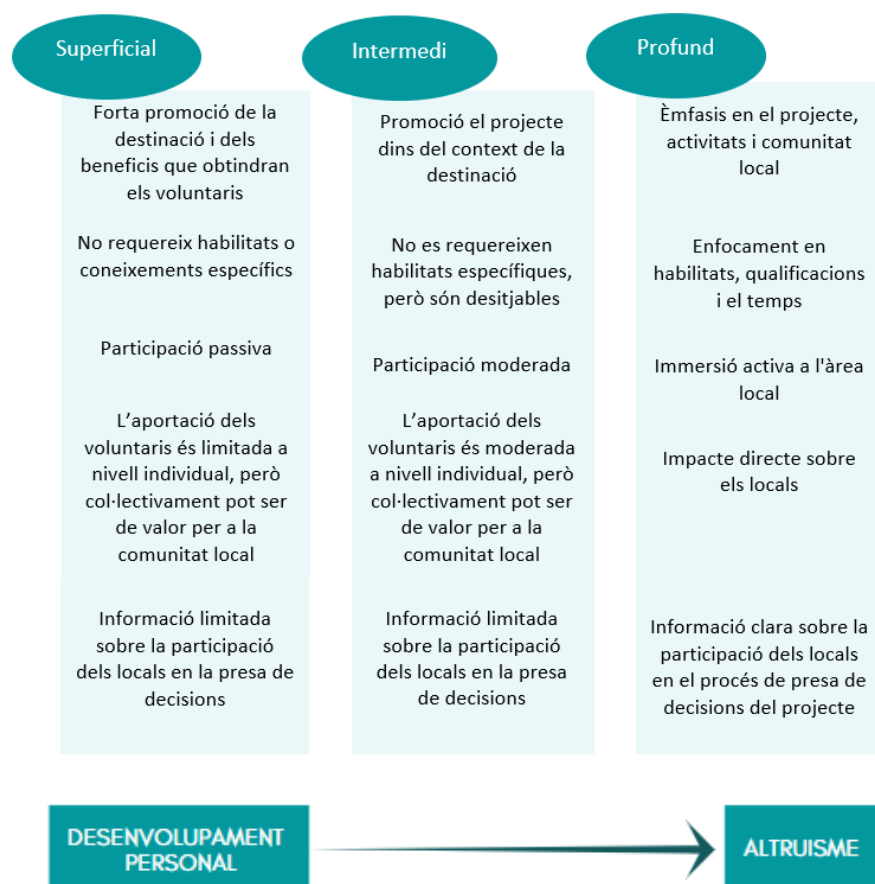
En aquesta classificació es podria afegir, a més a més, una dimensió psicològica, entesa com la retribució personal que reben els turistes (desenvolupament personal, confiança en un mateix, assimilació de noves habilitats, etc.). En aquest mateix sentit, Neil i Wearing (2000) suggereixen que un viatge de voluntariat provoca un efecte profund en el turista, provocant la "renegociació" de la seva identitat gràcies a la interacció amb persones de diferents orígens culturals.

4.2 Classificació

Un aspecte que caracteritza aquesta modalitat de turisme és la seva gran heterogeneïtat, tant en la gran varietat d'institucions que organitzen els viatges (ONG, universitats, agències de viatges, organitzacions religioses, etc.) (Callanan i Thomas, 2005), en els projectes que es realitzen (benestar comunitari, conservació i conservació del medi ambient, educació, desenvolupament de negocis i salut), com en la seva duració (setmanes, mesos o anys) (Hall i Raymond, 2008).

A causa d'aquesta gran heterogeneïtat, Callanan i Thomas (2005) proposen agrupar els projectes de turisme voluntari i els turistes voluntaris en tres categories: *shallow* (superficial), *intermediate* (intermedi) i *deep* (profund). Aquesta classificació es fa d'acord amb sis criteris principals: la destinació, el temps que dedica el voluntari al projecte, el focus d'experiència, les qualificacions prèvies, el grau de participació (activa versus passiva) i el nivell de contribució als locals.

Gràfic 1. Classificació del turisme de voluntariat (adaptat de Callanan i Thomas, 2005)



- Turisme de voluntariat superficial. Són projectes de curt termini que es focalitzen en el desenvolupament del voluntari, del qual no es requereix una participació activa ni cap coneixement o habilitat concreta i que genera un impacte poc significatiu dins la comunitat d'acollida. Es realitza una promoció d'aquests projectes des d'una perspectiva més comercial amb l'objectiu d'atraure voluntaris, emfatitzant els beneficis que obtindran a partir d'aquesta experiència, en comptes dels que es generaran a la comunitat local. Els autors consideren que aquells voluntaris que corresponen a aquest grup són *mass tourists* que visiten destinacions alternatives.
- Turisme de voluntariat intermedi. Tot i que l'experiència continua basant-se principalment al voltant de les expectatives del turista, el treball d'un col·lectiu de voluntaris pot aportar millores a la comunitat local. L'estada dels voluntaris és major (entre dos i quatre mesos), temps que es comparteix entre col·laborar en el projecte i dur a terme activitats més pròpiament turístiques.
- Turisme de voluntariat profund. S'aprecia el viatge com a treball social més que turisme. Els viatges disposen d'una major durada (sis mesos) i el projecte gira al voltant de les necessitats de la comunitat local, seleccionant aquells voluntaris amb habilitats que més s'ajusten als requisits. A més a més, es proporciona als participants un extens material informatiu sobre el projecte abans i/o després del viatge.

Aquests tres grups representen els tres matisos d'altruisme que pot adoptar un voluntari: en una banda trobem el turista profund, sent el que té motivacions més altruistes; en el centre, l'intermedi, compartint motivacions de desenvolupament personal i altruistes; fins a arribar a l'extrem oposat, el superficial, focalitzant-se en el seu propi benefici.

5. Els protagonistes de l'experiència

Tot i que el focus del treball se centra al voltant de la figura del voluntari, són tres els agents fonamentals dels programes de voluntariat internacionals: els voluntaris, les organitzacions i la comunitat local. Així mateix, existeix una gran varietat de *stakeholders* implicats en la realització d'aquesta activitat turística, com enumera el *Tourism Research and Marketing*, TRAM per les seves sigles (2008):

- Els turistes voluntaris potencials o ja experimentats;
- Operadors turístics, amb i sense ànim de lucre;
- Agències de viatges privades, operadors turístics i serveis turístics en línia;
- Companyies aèries que ofereixen descomptes en els viatges;
- Amfitrions i ONG que assisteixen als participants en els projectes de voluntariat;
- Les comunitats locals i altres grups beneficiats gràcies al turisme de voluntariat.

Tots els actors que tenen una participació directa o indirecta en el desenvolupament d'un viatge de voluntariat es troben en una situació de col·laboració i dependència, pel fet que poden afectar o ser afectats per les accions i polítiques de la resta (Callanan i Thomas, 2005).

5.1 L'oferta: organitzacions, agències i intermediaris

Tot i que tradicionalment els voluntariats es vinculaven a organitzacions sense ànim de lucre, actualment són molts els agents que participen en el desenvolupament d'aquesta tipologia turística, sovint amb ànim de lucre i intencions purament comercials (McGehee, 2013).

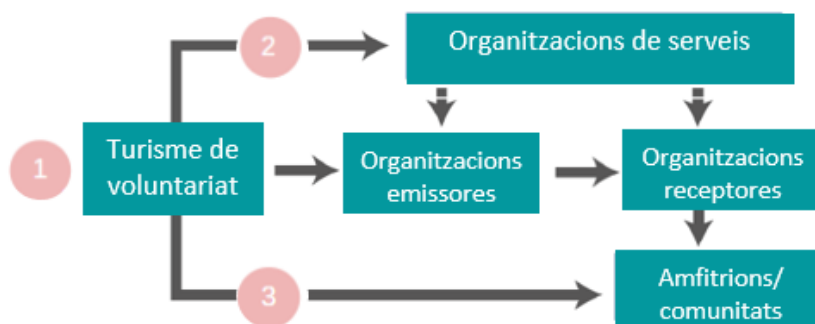
La gran proliferació d'empreses que s'involucren en el volunturisme té com a origen la necessitat de les ONG durant els anys vuitanta de col·laborar amb agències de viatges per a proveir els serveis addicionals necessaris per assolir una bona experiència turística (allotjament, transports, bitllets, etc.). Primer varen ser les agències de viatges les beneficiades d'aquesta necessitat, les quals van evolucionar fins a crear els seus propis paquets turístics. A finals de la dècada dels 90, es va oferir una major assistència al turisme voluntari, especialment per part de les companyies aèries i serveis de viatges en línia (Hermann, et. al., 2018).

Els proveïdors de programes de voluntariat es poden classificar segons si envien, acullen o presten un servei als voluntaris (TRAM, 2008):

- Les *organitzacions emissores* són el vincle de contacte entre els voluntaris i les organitzacions d'acollida. Les seves funcions poden variar en cada cas, però, idealment, proporcionen informació sobre el projecte; s'encarreguen d'organitzar (en diferents graus) aspectes concrets del viatge (allotjament, transport, visats, etc.); i fan el seguiment del participant durant la seva estada.
- Les *organitzacions d'acollida o receptores* s'encarreguen de proporcionar tot el que els turistes necessiten en la destinació: proporcionen orientació i instruccions sobre l'activitat de voluntariat i subministren els serveis essencials del viatge (menjar, allotjament, activitats, etc.). Les organitzacions poden actuar com a socis locals de les organitzacions emissores o ser totalment independent d'aquestes.
- Les *organitzacions de serveis* són habitualment llocs web que actuen com a intermediaris, comercialitzant i venent els programes de voluntariat d'organitzacions alienes. En aquesta categoria trobem llocs web com *Go abroad* (www.goabroad.com) o *Workaway* (www.workaway.info).

La cadena de voluntaris descriu tres rutes diferents a través de les quals un turista nacional o internacional s'implica en el volunturisme (Hermann, et al., 2018):

Gràfic 2. La cadena del turisme de voluntariat (adaptat de Hermann, et al., 2018)



Un voluntari (1) pot utilitzar una organització emissora per a posar-se en contacte amb una organització local que du a terme el voluntariat. D'altra banda, el voluntari (2) pot recórrer a una organització de serveis a fi de seleccionar una organització emissora o d'acollida, les quals s'ocuparan directament d'organitzar el viatge. Per últim, el voluntari

(3) pot posar-se en contacte directament amb la comunitat local, sense necessitat de cap intermediari (Hermann, et al., 2018).

Una altra forma comuna de classificar l'oferta del turisme de voluntariat és segons si és estructurada, agències de viatges que organitzen el voluntariat; o no-estructurada, agències que comercialitzen viatges de voluntariat, però no estan registrades com a agències de viatges turístiques. Pertanyen en el segon cas, entre d'altres, les ONG com Oxfam Intermón (*oxfamintermon.org*) o Mans Unides (*mansunides.org*), les quals ofereixen programades de voluntariat que, tot i apreciar-se els viatges com a treball social i no com a turisme, es consideren volunturisme, pel fet d'incloure un desplaçament a una altra destinació i activitats d'oci (Gómez, 2014).

Tot i que la missió de cada organització acostuma a ser quelcom similar, els productes que ofereixen són altament heterogenis, tant en els seus objectius, la seva distribució geogràfica, com en el seu preu. Es tracta de viatges no estandarditzats i molt flexibles, la programació dels quals sol respondre a les inquietuds i preferències dels viatgers però fonamentalment a les necessitats de les comunitats receptores. Entre les principals característiques destaquen "(i) formació prèvia al viatge, (ii) inclusió de visites a projectes de desenvolupament i organitzacions solidàries, (iii) contractació de serveis turístics locals, (iv) transparència en els preus com a principi bàsic, (v) nombre reduït de participants per viatge i (vi) concentració de viatges a països del Sud" (Fuentes, et al., 2016, p. 231).

Com anteriorment s'ha exposat, en trobar-se el turisme de voluntariat en un període d'expansió, cada vegada són més les organitzacions implicades en aquest sector, algunes d'elles enfocades a la comercialització i a la generació de beneficis per a la pròpia empresa en comptes de proporcionar ajuda eficaç i sostenible als destinataris del voluntariat. Normalment, les organitzacions orientades al benefici propi generen un impacte contrari al d'aquelles sense ànim de lucre (McGehee, 2013). Per aquesta raó, l'Associació Internacional de Programes de Voluntariat (IVPA per les sigles en anglès) ha desenvolupat un programa de directius per a bones pràctiques. La seva recomanació més important és que les organitzacions emissores facin ús d'entitats locals ja existents, en lloc d'intentar crear nous projectes de voluntariat (Bakker i Lamoureux, 2008).

5.2 Els turistes voluntaris

Els turistes voluntaris són aquells que “cansats de paquets de vacances estandarditzats, cerquen tipologies alternatives de turisme que ofereixin una extensa gamma d'experiències” (Callanan i Thomas, 2005, p. 186).

Actualment, no existeix cap estudi que mesuri el nombre real de turistes voluntaris globalment. Si bé s'han dut a terme estudis de mercat reduïts al Regne Unit i als Estats Units, a molts altres països les estadístiques són escasses, incompletes o no disponibles (Bakker i Lamoureux, 2008).

Seguint la classificació de Plog (1974, citat per Cruz-Milán, 2017) els turistes que participen en un viatge de voluntariat serien classificats com al·locèntrics, és a dir, aquells motivats per àrees no turístiques, noves experiències i destinacions diferents, en què no hi hagi desenvolupament turístic previ i pugui adaptar-se als costums locals.

Perfil demogràfic

A partir de diferents estudis realitzats sobre els voluntaris, a continuació es detallen els trets principals del turista de voluntariat.

Segons un informe dut a terme per Bakker i Lamoureux (2008), els turistes que pertanyen a un ranc d'edat entre 20 i 25 anys conformen la major part de la demanda del turisme de voluntariat amb una estimació del 70% de la quota total; sent els *Baby Boomers* (edat entre 45 i 64 anys) el segon grup més nombrós. La durada mitjana d'un viatge de voluntariat oscil·la majoritàriament entre 7 i 90 dies (Darren, Dimaras, Loh, Loiseau, Raman i Sibbald, 2016).

D'altra banda, algunes organitzacions privades publiquen informes dels seus voluntariats; aquests resultats són orientatius i depenen de la demografia i dels projectes que s'ofereixen. Per exemple, *Volunteering Solutions*, empresa que ofereix projectes de voluntariat a 21 països del món, va publicar un informe, el *Global Volunteer Abroad Trends* (2014), analitzant la seva base de dades de 10.000 voluntaris. Segons les dades aportades, els estatunidencs són la nacionalitat que més participa com a voluntari (29%), seguits dels britànics amb un 16%. També disposen d'una gran presència

ciutadans de països europeus, concretament d'Alemanya (12%) i d'Espanya (6%). Així mateix, tots els estudis mencionats coincideixen en el fet que les dones, amb una quota de prop del 70%, participen més que els homes.

Així mateix, el programa més popular del 2007 al 2014 va ser l'atenció a la infància amb una quota del 37%, seguit de l'atenció a persones amb discapacitat (17%), l'ensenyament (14%) i el 5%- 4% d'altres programes (*Volunteering Solutions*, 2014).

Els fluxos de volunturisme generalment van del Nord al Sud. Àfrica, Àsia i Amèrica Llatina representen més del 90% de les destinacions que ofereixen projectes de turisme de voluntariat (ABTA, 2016, citat per *The Code*, 2016). Així mateix, Àsia i Àfrica són els continents més demandats, sent l'Índia (30%) la destinació preferida per excel·lència, seguida de Tailàndia (10%), Kènia (8%) i Ghana (7%) (*Volunteering Solutions*, 2014).

Motivacions

Una de les principals corrents de recerca en el turisme de voluntariat gira al voltant de les raons per la qual un turista s'anima a participar en un viatge d'aquesta tipologia i si aquestes són diferents de les que poden tenir els turistes tradicionals (McGehee, 2013).

Quan es tracta de les motivacions del turisme de voluntariat, el debat generalment se centra al voltant de l'altruisme. Aquest fet provoca una gran controvèrsia: hi ha autors que creuen que per a considerar una activitat com a turisme de voluntariat, l'altruisme ha de ser la motivació principal del turista (Callanan i Thomas, 2005); i d'altres, que els voluntaris poden adoptar qualsevol posició entre l'altruisme i l'egoisme (Hustinx, 2001).

En aquesta línia, són molts els autors que elaboren diferents classificacions dels turistes de voluntariat segons la seva predisposició a actuar de forma altruista. Una de les classificacions més generalitzades és la que diferencia els turistes en dos grans grups: els voluntaris *volunteer-minded*, que dediquen la gran part de la seva estada en dur a terme les tasques de voluntariat; i els *vacation-minded*, que consideren el voluntariat com un element més dins del seu viatge d'oci (Brown i Morrison, 2003, citat per Brown, 2005). A més a més, com s'ha esmentat anteriorment, variaran les expectatives dels turistes segons si participen en un projecte de voluntariat superficial, els quals segurament tindran preocupacions encaminades cap a matèries de desenvolupament

personal; o de voluntariat profund, viatgers més compromesos a proporcionar ajuda seriosa i de centrar-se en les necessitats de la comunitat local (Callanan i Thomas, 2005).

Per últim, Clemmons, Lee i McGehee (2009) classifiquen els turistes en tres categories tenint en compte les seves diferències demogràfiques i els seus interessos:

- a) *Les avantguardes*. Conformat per aquells turistes més joves i compromesos, que busquen l'experiència física i mentalment intensa. El seu interès per a participar en un voluntariat és el desenvolupament de les seves habilitats (interès propi). A més a més, són els més flexibles: estan disposats a participar en programes informatius previs al viatge i s'adapten millor a les condicions que s'ofereixen.
- b) *Els pragmàtics*. De mitjana edat i conformant la majoria de voluntaris, aquests voluntaris es mouen per un desig de connexió humana, d'establir vincles amb els membres de la comunitat amfitriona. A més a més, són els que requereixen més informació prèvia al viatge, sobretot amb relació a qüestions de seguretat.
- c) *Els cercadors*. Aquest grup el conformen les persones de major edat i els menys segurs de quins són els motius pels quals participen en un viatge de voluntariat, però acostumen a gravitar lleugerament cap als altruistes. Aquests voluntaris són els que inverteixen més diners i major quantitat de temps en el viatge.

Actualment, existeixen diversos estudis focalitzats en descobrir quines són les motivacions dels turistes de voluntariat. Per una banda, Chua, Han, Lee, Meng i Ryu (2020) afirmen que el "desenvolupament personal" és la principal motivació dels voluntaris, seguida de "pràctica/aprenentatge d'idiomes", "millora de la personalitat/actitud", "diferents cultures i tradicions" i "noves experiències" (p.6). D'altra banda, Brown (2005) va concloure que les quatre grans motivacions són: "*giving back*, immersió cultural, recerca de companyonia (amistat), i la recerca d'oportunitats d'educació i d'unió" (p.487). Els turistes voluntaris són capaços de tenir múltiples motivacions alhora. Per a Sin (2009) les motivacions poden variar des "d'aprendre sobre les cultures locals", a "anar més enllà de paquets turístics superficials on no veus com viu realment la gent" (p.497). D'aquesta manera, s'evidencia que les motivacions poden variar segons l'autor que realitza l'estudi i la mostra utilitzada, identificant-se

motivacions de caràcter més altruista o d'altres més encaminades cap a la satisfacció personal del voluntari.

5.3 La comunitat d'acollida

La comunitat d'acollida és el tercer actor i es podria afirmar que conforma la branca més important. A diferència d'altres formes de turisme tradicional, el volunturisme és un fenomen que reforça les identitats i les cultures locals, la participació de la comunitat i fomenta la comprensió, el coneixement i l'aprenentatge mutu entre turistes i residents (Garrison, 2015). D'aquesta manera, la interacció entre locals i voluntaris no només afecta els darrers, sinó que la comunitat d'acollida també es transforma: la curiositat i l'interès que genera la presència dels turistes, inicia un procés d'assimilació de nous valors positius que poden servir com a base per al desenvolupament comunitari (McAllum i Zahra, 2015).

Pingel (2007) relata que la comunitat local desenvolupa les següents funcions dins del turisme de voluntariat (citada per Bottaro i Legajo, 2015):

- Són els destinataris dels programes de turisme voluntari;
- Inclouen una part dels beneficis obtinguts de l'activitat turística en el seu projecte de desenvolupament;
- Poden prestar serveis turístics;
- Han de participar activament en totes les etapes de desenvolupament: planificació, implementació i gestió, i retroalimentació.

The Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC), un fòrum econòmic regional creat per impulsar la creixent interdependència d'Àsia i el Pacífic, va publicar l'any 2018 un informe centrat en les tendències, reptes i oportunitats que afronta el voluntarisme a les regions que el conformen. Aquest informe, produït per Milne, et al., afirma que el turisme de voluntariat genera beneficis positius a les comunitats: protegeix la fauna i el medi ambient; contribueix econòmicament gràcies a les despeses generades pels turistes; i millora les relacions entre persones en compartir habilitats i cultures. Tanmateix, adverteix que per arribar a aquestes oportunitats és essencial, no només alinear els programes amb les necessitats i prioritats locals, sinó també planificar el projecte *amb* les comunitats, adoptant aquestes el rol de participant actiu. No obstant

això, el turisme de voluntariat sovint no és capaç d'integrar plenament a la comunitat local en el desenvolupament d'aquesta activitat, fet que comporta que els ingressos aportats pels turistes *fugin* de la destinació local (Lyons i Wearing, 2008).

6. Ètica

Un cop identificats els agents que participen en el turisme de voluntariat, és essencial explorar les possibles conseqüències que aquesta tipologia de turisme pot comportar en l'entorn on es du a terme. Wearing (2001, citat per McGehee, 2013) afirma que la forma d'apropar-se a aquest fenomen ha variat en els anys: si bé inicialment bona part de la investigació definia el volunturisme com una activitat ideal amb pocs impactes negatius, on el turista s'endinsava en aquesta experiència només amb motius altruistes; amb el pas dels anys, s'ha estès un aproximament més prudent, identificant els seus potencials impactes negatius.

Com ja s'ha esmentat anteriorment, el turisme de voluntariat inclou un gran ventall de projectes ben diferenciats entre ells: no hi ha una experiència igual, cada voluntari fa el seu propi viatge. Per aquest motiu, tant els beneficis com els aspectes negatius generats en un programa de voluntariat poden dissemblar dels generats per un altre. A més a més, no s'han desenvolupat mecanismes per avaluar els impactes reals dels programes de turisme voluntari a les comunitats d'acollida i les avaluacions actuals són generalment teòriques (Bailey, Lupoli, Morse i Schelhas, 2014)

Així doncs, és evident que existeix un debat polaritzat sobre l'eficàcia i l'ètica del volunturisme com a eina de desenvolupament. En aquest apartat es dona una visió general dels arguments d'autors que aclamen els beneficis d'aquesta modalitat turística i, a continuació, es contrasten amb les opinions d'autors que es mostren escèptics sobre els respectius impactes positius.

6.1 Impactes positius

El turisme de voluntariat genera beneficis importants en tres direccions: a la pròpia persona voluntària, a la comunitat que l'accepta i a la societat d'origen.

Tot seguit s'explorarà quins són els principals impactes positius d'aquesta tipologia turística. Tanmateix, és important ressaltar que la majoria de beneficis que es descriuen giren al voltant del voluntari, atès que en les diferents fonts d'informació cercades es mencionen principalment els canvis positius que es generen en aquest, ignorant sovint la perspectiva de les comunitats d'acollida.

Autenticitat i intercanvi intercultural

Tota experiència turística es basa en l'intercanvi de béns tangibles i intangibles entre els amfitrions (locals) i els hostes (visitants). Aquest intercanvi es basa en una acció de reciprocitat, en el donar-rebre (Hernández i Vogeler, 2018). Tanmateix, una de les crítiques principals del turisme és la superficialitat en el contingut d'aquests intercanvis: sobre la base d'un referent real conformat per les característiques ambientals, econòmiques i socioculturals que s'estableixen en un destí, s'articula un imaginari que idealitza el seu aspecte més exportable, difuminant el referent real, el qual és reemplaçat per un referent turístic (Nyaupane i Stone, 2018).

El turisme de voluntariat és considerat per molts una de les millors opcions per superar la "frontera invisible" que separa el *front* i el *back* (MacCannell, 1973); l'escenificació i l'autenticitat; el que es mostra als visitants i les zones privades de la vida dels nadius, que queden lluny de la vista dels turistes.

En el transcurs d'un voluntariat, els voluntaris poden accedir a aquesta vida autèntica del natiu i experimentar nous patrons de convivència que impliquen l'adaptació de valors i codis culturals. Les interaccions fomentades per aquesta forma de turisme tenen el potencial de conduir a una millor comprensió intercultural entre amfitrions i voluntaris, on aquests últims gaudeixen de l'oportunitat de comprendre la cultura local, així com els problemes reals que afronten dia a dia la comunitat local (Hall i Raymond, 2008).

Els voluntaris esdevenen més que simples turistes, es converteixen en amics i companys de treball (Brown, 2005). Aquesta interacció intercultural entre amfitrions i voluntaris pot contribuir cap a una societat pacífica; a un escenari de ciutadania global, d'interdependència i responsabilitat mútua i a una reconciliació turística, entesa com a *cleaning up our own mess* (Crabtree, 1998, citat per Hall i Raymond, 2008).

Hall i Raymond (2008) citen al president i CEO de *Global Volunteers*, una de les agències sense ànim de lucre especialitzades en turisme de voluntariat més reconegudes internacionalment, per a demostrar la capacitat del voluntarisme com a eina per a generar vincles entre persones: "Volunteer service engenders hope and friendship, both of which are critical to waging peace... The more people volunteer all over the world and make friends with local people, the more peaceful the world will be" (p. 533).

De la distància, diferència i passivitat que caracteritza el turisme massiu, a la recerca d'experiència, coneixement i participació del turisme de voluntariat.

Major consciència i compromís global

La participació en turisme voluntari podria ajudar a millorar la societat en general, més enllà del mateix voluntariat. Per a molts voluntaris, la majoria provinent de països moderns i industrialitzats, resulta quelcom nou descobrir altres formes de vida. Els voluntaris disposen de l'oportunitat d'anar més enllà de les interaccions superficials que sovint caracteritzen altres tipologies de turisme més tradicionals i d'adquirir un creixement personal, una visió canviada del món (Broad 2003; citat per Lee, Lo, 2011) i una major consciència global (McGehee, 2013).

No només el turisme de voluntariat pot ajudar als turistes a assolir nous valors i canvis en les seves pautes de conducta viatges, sinó que també pot actuar com a element potenciador per a la futura participació en moviments d'acció social i suport a l'activisme (McGehe i Santos, 2005; citat per McGehee, 2013). Bailey i Russell (2012) van descobrir que els universitaris que participaven en una experiència turística voluntària "reportaven nivells superiors d'actituds cíviques, obertes, compassives i reflexives" (p.131). Devereux (2008) suggereix que els voluntaris retornats recentment tenen aspiracions de bondat i que el volunturisme ofereix "una forma realista però creativa i

empoderadora de mobilitzar les persones a escala mundial per al desenvolupament basat en la confiança i la comprensió” (p.358).

Desenvolupament del país d’acollida

El turisme de voluntariat es promociona sovint com una eina que contribueix al desenvolupament econòmic i social d’una destinació. També es creu que “limita els impactes negatius que sovint es generen en els recursos naturals o culturals, a més de servir de força potencial per a la seva preservació” (Crossley, 2016, p.87).

Freqüentment el turisme s’ha vist retratat com una activitat que explota els recursos naturals i culturals, fins a consumir-los de forma irreversible; com una indústria criticada per la *commodification* o mercantilització de les cultures tradicionals per aconseguir beneficis (Robinson i Smith, 2006). Tot i això, malgrat la percepció tan negativa del turisme en el seu conjunt, el turisme de voluntariat es promociona com una forma més ètica de fer turisme, amb pràctiques més compatibles amb la conservació de l’entorn, fent ús dels recursos turístics en comptes de consumir-los, i amb majors beneficis socioeconòmics per a les comunitats d’acollida (Fuentes, et al., 2016).

6.2 Limitacions

A continuació es descriuran les principals conseqüències negatives que pot generar el turisme de voluntariat a la indústria i a la comunitat d’acollida.

Reforç dels estereotips i banalització de la pobresa

Si bé a l’apartat anterior se suggeria que el turisme de voluntariat facilita la comprensió intercultural entre els participants, si els projectes de voluntariat no són gestionats amb cura, aquests poden conduir a una incomprensió intercultural i al reforç d’idees preconcebudes (Hall i Raymond, 2008).

De fet, Hall i Raymond (2008) asseguren que facilitar el contacte entre diferents cultures no necessàriament conduirà a una comprensió i respecte internacional a llarg termini. Griffin (2004, citat per Hall i Raymond, 2008) diferencia el fet de *veure* (*seeing*) i de *conèixer* (*knowing*): si els turistes no es qüestionen o no se’ls anima a qüestionar la realitat que viu la comunitat d’acollida i simplement internalitzen allò que veuen, s’enfortiran els estereotips de l’observador en lloc de desafiar-los.

D'altra banda, Hall i Raymond (2008) qüestionen la importància i la profunditat de les relacions que es creen durant un voluntariat. D'entrada, aquests autors afirmen que, si bé la majoria dels voluntaris gaudeixen de l'oportunitat de conèixer gent local, les interaccions entre aquests tenen certs límits: amb el pas del temps, aquestes relacions se solen percebre com a records en lloc d'amistats duradores.

Simpson (2004) argumenta que la pobresa sovint es banalitzava, tant per part del propi voluntari, el qual no sempre disposa d'una autèntica consciència sobre els problemes que enfronten les comunitats d'acollida; com per les organitzacions receptores, que "promouen imatges simplificades d'un *tercer món* i s'expressen a través de tòpics essencialistes, (...) i dominats pel valor de les *bones intencions* occidentals dels potencials voluntaris" (p.690). Així, els brasilers són promocionats com "energy and joy", els paraguaians, "welcoming" i els bolivians, "shy and gracious" (p.683). Si bé tal com expressa Simpson (2004), cap d'aquestes descripcions és negativa per si mateixa, sí que representen una imatge generalitzada i estereotipada de societats diverses i complexes.

Una de les conseqüències del reforçament dels estereotips és la racionalització de la pobresa. Els comentaris "pobres, però feliços" són coneguts entre els voluntaris i els turistes que justifiquen les desigualtats en lloc de qüestionar-les. No només els voluntaris idealitzen la pobresa sinó que sovint la relacionen amb riquesa social i emocional (Simpson, 2004). Aquest procés de racionalització de la pobresa sorgeix de la incomoditat que es genera en els voluntaris en presenciar autèntica pobresa. Així, els voluntaris internacionals solen simplificar la pobresa i el simple estil de vida com a autèntics. Els voluntaris internacionals consideren la pobresa com una forma de vida pura que ajuda a les persones a assolir la felicitat, en desproveir-les de tot el consum materialista que caracteritza les seves societats d'origen. Els turistes perceben la manca de prosperitat material dels locals com un mitjà per a ser més feliços i més agraïts per les petites coses (*Project Volunteer Nepal*, 2020).

Motivacions egocèntriques

Charng i Piliavin (1990) descriuen un comportament altruista com un "acte que beneficia altres persones" (p. 27). A més a més, aquest acte s'ha de realitzar de forma "voluntària, intencionada i sense esperar cap recompensa" (p.30).

Un dels elements principals que diferencien un turista convencional d'un turista voluntari és la seva essència altruista. Tanmateix, en la majoria de casos és difícil discernir si realment la principal motivació per a realitzar un viatge de voluntariat és altruista o si se segueixen actituds més egocentristes.

Com s'ha esmentat anteriorment, els turistes voluntaris es poden diferenciar en dos grans grups, els turistes *volunteer-minded* o els *vacation-minded* (Brown, Morrison, 2003; citat per Brown, 2005). Així, el voluntariat d'aquells que pertanyen en el segon conjunt pot ser considerat tan sols una recerca egocèntrica de plaer (Mustonen, 2007). Tot i això, Mustonen (2007) es pregunta si, el voluntari realment desitja realitzar un acte altruista, considerant principalment les necessitats d'un tercer en comptes de les seves pròpies, perquè és necessari incloure un viatge? L'autor exposa que existeixen moltes altres formes d'ajudar, per exemple, simplement ajudant econòmicament una organització benèfica.

En aquest mateix sentit, Proyrungroj (2020) afirma que "la percepció que tenen els voluntaris d'ells mateixos influencia les seves motivacions a l'hora de participar com a voluntari" (p.21). És a dir, l'autor afirma que els voluntaris occidentals en provenir de països desenvolupats, el seu desig d'ajudar als altres prové de la seva percepció de què són millors que els que reben l'ajuda i, per tant, consideren que és la seva "responsabilitat compartir la seva riquesa, coneixements i habilitats amb aquells que són menys afortunats" (p.21).

Així, encara que els voluntaris assoleixin un comportament que pugui aparentar genuïnament altruista, simplement ajudar a un tercer, per Mustonen (2007) s'hi afegeixen altres elements motivadors, com els dilemes ètics, la recerca de la individualitat i la socialització. Per aquest fet, l'autor introdueix el concepte de *pseudaltruisme*, on tot i que el comportament no seria del tot altruista, el resultat seguiria sent similar a aquells que tenen una actitud purament altruista. Palacios (2010) considera que aquests elements motivadors sorgeixen de la necessitat de satisfer els egos dels voluntaris, sent la voluntat de *make a difference* el que els mou: en lloc de treballar per millorar els interessos de la comunitat on es treballa, els voluntaris cerquen satisfer les necessitats d'autosatisfacció i descobrir el sentit de les seves pròpies vides.

És possible que els voluntaris no siguin conscients del narcisisme associat al volunturisme, no obstant això, segueix sent perjudicial per a les comunitats en què s'integren.

Poverty trap i la ineficàcia a llarg termini

El turisme de voluntariat segueix sent una forma de turisme, per la qual cosa, els viatges segueixen sent productes que han de ser comercialitzats i, els voluntaris, clients amb necessitats que han de ser satisfetes. Aquesta vessant comercial del volunturisme pot comportar la transformació del voluntariat, d'una eina que pot contribuir al desenvolupament d'una societat, a un producte més de la nostra societat de consum. Un cop s'origina aquest canvi, els projectes desplacen el focus cap a complaure els clients (Butz i Zavitz, 2011), en comptes de satisfer els objectius del projecte de voluntariat. Wearing (2001, citat per McGehee, 2013) afirma que, si el turisme de voluntariat acaba comercialitzant-se de forma massiva, acabarà posant en perill les comunitats d'acollida.

En alguns casos, això deriva en el fet que sovint els voluntaris que participen en programes de voluntariat tenen poca o cap formació i/o experiència en el camp on participaran. Segons Devereux (2008), els voluntaris posseeixen habilitats, experiències i comprensions limitades del context local. Forsythe (2011), analitzant l'eficàcia del turisme de voluntariat a Ghana, explica com durant la seva investigació va advertir que la meitat dels voluntaris realitzaven tasques rutinàries i quotidianes (cuinar, netejar, etc.) que no tenien cap efecte significatiu. Aquesta incapacitat d'aportar millores a llarg termini s'origina pel fet que els voluntaris intenten *treballar en lloc de transformar* la realitat de les comunitats (Brown i Hall, 2008), deixant enrere treballs sense finalitzar i malgastant els recursos locals (Garrison, 2015). A més a més, Garrison (2015) considera que el voluntari comú difícilment té la capacitat de percebre els impactes de les seves accions.

Així mateix, és interessant introduir el concepte de *poverty trap*, el qual afirma que existeix un patró cíclic de pobresa: la situació de pobresa d'una comunitat no es pot atribuir a un únic origen, sinó que és el resultat de la combinació de diferents factors (violència, manca d'assistència mèdica, escasses oportunitats de treball, població sense

formació, etc.). Una societat atrapada dins del cicle de pobres no podrà canviar la seva situació si no s'adopten mesures contundents per a corregir-la (Madison, 2016). Aleshores, es podria considerar el turisme de voluntariat com una activitat que pot ajudar a pal·liar de forma circumstancial la situació local, però que no assistirà a llarg termini a sortir d'aquest estat de pobresa constant. En comptes d'utilitzar el turisme de voluntariat per aturar el cicle de pobresa, es pot generar una relació de dependència, pel fet que es crea la necessitat dins la comunitat d'acollida de captar voluntaris que puguin continuar *saving the day* (Stein, 2017).

Més enllà de la qüestió del desenvolupament del país receptor, la naturalesa a curt termini de la majoria de programes de voluntariat pot generar una despesa emocional en el país receptor, en rebre la comunitat local la tasca d'atendre els fluxos constants de visitants (Garrison, 2015). La despesa emocional és major en aquells més indefensos, com són els infants: investigacions demostren que visites a curt termini poden causar danys en el desenvolupament i en el benestar emocional dels nens, per exemple, ocasionant ansietat de separació (Dubay, 2020).

Aquesta visió del volunturisme com a producte turístic que genera grans beneficis, pot comportar fins i tot, l'explotació de la comunitat local, per exemple, creant projectes amb l'únic objectiu d'oferir als turistes la possibilitat de viure una experiència que permeti, de forma segura, la sensació de sentir-se per uns dies herois salvadors del món (Garrison, 2015). Casos com els que succeeixen a Cambodja, on la gran demanda de turistes que volen *ajudar* en orfenats, ha portat a la proliferació d'aquestes institucions arreu del país. Així bé, un estudi d'Unicef va exposar que dos de cada tres orfes no eren realment orfes, sinó nens reclutats de famílies pobres per oferir una missió als voluntaris (Caparrós, 2018).

Per últim, el volunturisme suscita preocupacions respecte als impactes ambientals que els viatges poden ocasionar. Com anteriorment s'ha mencionat, el turisme de voluntariat suposa sovint el desplaçament de llargues distàncies, del Nord al Sud. El TRAM (2008) alerta de la incongruència del fet que els voluntaris es desplacin per ajudar a salvar l'entorn natural d'una comunitat, alhora generant grans emissions de diòxid carboni en realitzar el propi viatge.

Relacions de poder desiguals: paternalisme i neocolonialisme

Si en apartats anteriors s'ha exposat l'eficàcia del volunturisme per trencar les barreres que separen turistes i nadius, són molts els crítics que adverteixen de la naturalesa paternalista de les relacions que es creen durant el transcurs d'un voluntariat. Es posa en dubte la naturalesa d'aquests lligams considerant que, de forma inconscient, aquests parteixen d'una relació de poder desigual, de "servidor i servit" (Lewis, 2005), de "nosaltres i ells" (Simpson, 2014).

Pastran (2014) assegura que aquesta relació desigual es troba directament arrelada a la naturalesa del voluntariat, pel fet que es posen en contacte un voluntari amb suficient poder econòmic per a viatjar i una comunitat d'acollida considerada suficientment pobra per a situar-se en posició de necessitar *ser voluntariada*.

Encara que els voluntaris no tinguin les qualificacions o l'experiència necessària per a dur a terme les tasques assignades, una de les conseqüències del paternalisme és l'acceptació inconscient d'aquests del rol d'*actius benefactors*, mentre que els locals són estigmatitzats com a *receptors passius* (*Project Volunteer Nepal*, 2020). En aquesta mateixa línia, en paraules de Hall i Raymond (2008), "en assumir el rol de *professor o expert*, es discerneix clarament la construcció neo-colonial de l'occident com a racial i culturalment superior" (p.532). A més a més, en comptes d'*empoderar* la població local, sovint els voluntaris es converteixen en competidors en el mercat laboral local: molts dels projectes de voluntariat representen un treball senzill i no qualificat que també podria realitzar personal local no qualificat (Guttentag, 2009).

Quan es parla dels impactes negatius del turisme de voluntariat és comú que aparegui el concepte de neo-colonialisme, entès com "les polítiques econòmiques i polítiques per les quals un gran poder manté o estén indirectament la seva influència sobre altres àrees o persones" (Merriam-Webster, n.d., parà. 1).

El turisme de voluntariat "reprodueix patrons globals de desigualtat i pobresa reforçant la posició dominant del Nord" (Palacios, 2010, p.864), "impactant contínuament en el desenvolupament polític, econòmic i social tant de l'antic colonitzador com dels colonitzats" (Pastran, 2014, p.46). Aquest potencial de crear un

l·ligam de dependència entre els països desenvolupats i els que es troben en vies de desenvolupament és una de les principals preocupacions que generen aquesta tipologia turística (McGehee, 2013).

El neo-colonialisme, a través del turisme de voluntariat, també pot comportar el que es coneix com a *canibalisme cultural*: els voluntaris internacionals configuren i influeixen en la cultura i l'estil de vida autòcton, homogeneïtzant la cultura local i imposant els valors i l'estil de vida occidental (*Project Volunteer Nepal*, 2020).

6.3 Punts de vista contraposats

Malgrat la posició crítica que adopten diversos autors envers el turisme de voluntariat, està clar que gairebé mai res és “blanc o negre” en el sector turístic, si no que tota activitat comporta tant impactes positius, com negatius. El conflicte es produeix quan s'intenta determinar si els efectes positius superen els negatius o si és a la inversa. Pocs autors es posicionen de forma clara, comproment-se amb una postura concreta.

Guttentag (2009) recorda que la llista de possibles impactes negatius del turisme voluntari no són conseqüències inevitables que es produeixen en tots els projectes de turisme voluntari. Això fa que augmenti la importància de conscienciar a aquells involucrats en aquesta modalitat turística perquè siguin capaços de reconèixer-los i que procurin evitar-los.

Finalment, a manera de resum, es presenta una taula comparativa dels possibles impactes positius i negatius. A la columna esquerra de la taula es dona una visió general dels arguments d'autors que aclamen els beneficis d'aquesta modalitat turística i, a la dreta, es contrasten amb les opinions d'autors que es mostren escèptics sobre els respectius impactes positius.

Taula 1: Possibles impactes positius i negatius del turisme de voluntariat (elaboració pròpia)

IMPACTES POSITIUS	IMPACTES NEGATIUS
El turisme de voluntariat es promoció com una forma més ètica de fer turisme, posant el focus en les necessitats del país de destí.	Turisme de voluntariat comercialitzant-se de forma massiva, posant en perill la comunitat local. Recerca d'autosatisfacció per part dels turistes.
Eina de desenvolupament local: generació de menors impactes ambientals i socioculturals i amb avantatges econòmics per a les comunitats d'acollida.	En comptes <i>d'empoderar</i> la comunitat d'acollida, es pot generar una relació de dependència. Consum dels recursos locals. Emissions de diòxid de carboni en realitzar el propi viatge.
Accés al <i>back</i> . Oportunitat de conèixer i comprendre la cultura local i els problemes reals als quals s'enfronten.	Reforç d'estereotips i banalització de la pobresa. Canibalisme cultural.
Major interacció intercultural entre amfitrions i voluntaris que condueix a una major comprensió internacional i consciència global.	Interaccions limitades. Relacions de poder desiguals: paternalisme i neocolonialisme
Els voluntaris tenen l'oportunitat d'assolir noves habilitats i coneixements.	Voluntaris poc capacitats per a dur a terme les tasques assignades que condueixen a una incapacitat d'aportar millores a llarg termini.

BLOC III. Estudi de cas: anàlisi dels testimonis dels voluntaris

Com a part d'aquest estudi, a la secció següent es realitzarà una anàlisi i reflexió dels testimonis de voluntaris que varen participar en un viatge de voluntariat, tot relacionant-la amb conceptes presentats durant la revisió de la literatura existent sobre volunturisme. D'aquesta manera, es pretén establir relacions entre les percepcions dels voluntaris i els principals beneficis i limitacions del turisme de voluntariat.

Primerament, tal com ja s'ha explicat a l'apartat de metodologia, s'examinarà quines són les paraules més freqüents en els relats analitzats, utilitzant-les per a donar una primera pinzellada dels mots i conceptes que els voluntaris consideren oportú mencionar a l'hora de descriure els seus viatges. Seguidament es realitzarà una anàlisi netnogràfica no participant, fent servir testimonis en línia seleccionats aleatòriament de tres organitzacions: *Voluntarios en el mundo*, *ONG voluntariado* i *Cooperating Volunteers*. S'examinaran les experiències narrades pels voluntaris i s'assignaran codis, creant un model amb aquells més importants. Això ens permetrà identificar la presència de determinades paraules claus o temes bàsics en els discursos, obtenint una visió dels pensaments, dels sentiments, de les actituds i de les motivacions dels turistes.

Finalment, s'afegirà un apartat final on es recolliran diferents temes i reflexions que s'han trobat durant la lectura dels testimonis, tot relacionant-los amb les característiques i impactes principals del turisme de voluntariat exposats en apartats anteriors.

7. Fonts d'estudi

Els testimonis que serviran com a font per a l'anàlisi han sigut extrets de *Voluntarios en el mundo*, *ONG Voluntariado* i *Cooperating Volunteers*. Com ja s'ha mencionat anteriorment, la credibilitat i qualitat dels testimonis que oferien ha estat una de les principals raons per les quals s'han escollit aquestes organitzacions com a base de la investigació. Aquestes organitzacions-empresa comparteixen valors i missions similars: *ONG Voluntariado* declara que la seva missió és "promocionar el desenvolupament d'iniciatives solidàries mitjançant la realització de Programes de Voluntariat Internacional i recaptació de fons per destinar-los a col·lectius més necessitats" (2020);

per *Voluntarios en el mundo*, “connectar els voluntaris amb les ONG, facilitant la seva arribada als països que més ho necessiten i als projectes i programes en on realment poguessin oferir alguna cosa” (2020); i, per últim, per *Cooperating Volunteers*, “organitzar voluntariats per a tots aquells que volen ajudar de forma segura i responsable” (2020).

A més a més, les tres organitzacions tenen un perfil de demanda similar, en tractar-se d'organitzacions amb seu a Espanya. Així, els testimonis analitzats (100) són en castellà i català, fet que ajudarà a interpretar els seus continguts.

8. Codificació

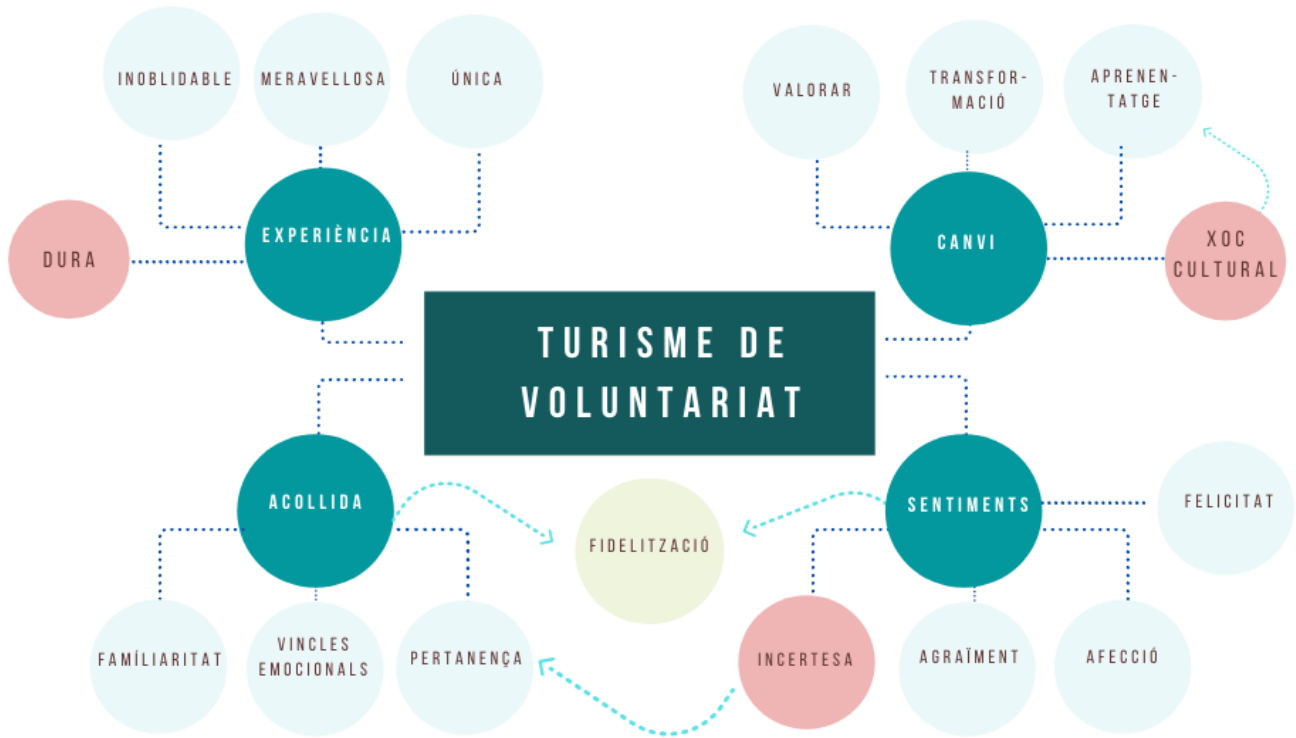
Tot seguit es mostraran els resultats de l'anàlisi del contingut dels testimonis recollits de les organitzacions mencionades anteriorment. Resulta interessant que la majoria de voluntaris comparteixen anècdotes, vivències i desitjos similars en els seus testimonis. Tot i que cadascun d'ells ha viscut una experiència diferent, duent a terme un projecte en una destinació diferent, els fets que consideren oportuns narrar són similars, la qual cosa facilita la identificació de determinades paraules o conceptes claus en els testimonis analitzats.

Abans d'examinar els resultats de la codificació, és interessant mostrar els resultats de l'anàlisi de la freqüència de text. Així, la paraula més reiterada en els testimonis és “experiència” (58 vegades), seguida de “gent” (26), “nens” (23), “vida” (18) i “món” (17). D'aquesta manera, d'entrada es pot percebre que els voluntaris relacionen el viatge realitzat amb una experiència social i global.

D'altra banda, un cop realitzat l'anàlisi netnogràfica, s'han detectat les categories següents:

- Experiència
- Sentiments
- Acollida
- Canvi

Un cop analitzats els testimonis, resulta òptim crear un mapa mental per capturar gràficament els resultats de la investigació: les categories extretes i les seves respectives subcategories:



Gràfic 3. El turisme de voluntariat, paraules claus (elaboració pròpia)

8.1 El turisme de voluntariat com a experiència

Sens dubte la paraula més utilitzada pels voluntaris en els seus testimonis és “experiència”. En pocs casos s'utilitza la paraula viatge o turisme, si no que perceben el voluntariat com una vivència més profunda: pels voluntaris, el turisme de voluntariat no és només una forma de fer turisme, sinó una experiència transformadora i carregada de significat.

Els voluntaris senten que surten de la bombolla turística i s'endinsen en una nova realitat altament satisfactòria: els voluntaris identifiquen el seu viatge com una experiència “meravellosa”, “inoblidable”, “enriquidora”, “especial”, “gratificant”, “única”, “la millor de la seva vida”, etc. Els participants descriuen la seva estada com una vivència “inoblidable” que difícilment podran tornar a repetir i que de certa forma han estat privilegiats de poder-la experimentar.

“La experiencia ha sido única, creo que jamás podré volver a vivir algo así, desde el primer momento fuimos acogidos con los brazos abiertos.” (Fran, voluntariat a Tanzània)

El turisme de voluntariat s'allunya de les rutes massificades per obligar els voluntaris a endinsar-se en la realitat de la destinació que visiten. Analitzant els testimonis es percep com aquesta recerca d'autenticitat és un dels principals atractius del volunturisme, però també pot suposar un repte pel turista en viure una onada de realitat. Els voluntaris renuncien a les comoditats relacionades amb el turisme tradicional, a favor de viure una experiència autèntica. Així, els voluntaris expressen que viuen experiències “dures”, però que no afecten significativament a la satisfacció percebuda del viatge en ser acceptades com a part d'aquest.

Què fa que el voluntari consideri el seu viatge com a “dur”? S'identifiquen principalment dos factors: el sentiment d'incertesa, incomoditat i/o impotència en descobrir la situació en què es troba la comunitat d'acollida i les condicions en les quals han de viure durant el transcurs del viatge (talls de llum, manca de connexió a Internet, llençols trencats, etc.).

“Aunque es una experiencia dura, ya que la realidad de ahí lo es, repetiría el año que viene sin ninguna duda.” (Ada, voluntariat a Etiòpia)

8.2 El turisme de voluntariat com a generador de sentiments

Sovint es menciona la dimensió psicològica a l'hora de parlar del turisme de voluntariat, entesa com la retribució emocional que reben els turistes en participar en aquesta tipologia turística. Aquesta retribució emocional queda plasmada en els testimonis: el turisme de voluntariat és un canal ideal per a generar emocions i sentiments a aquells que hi participen. Els turistes es troben exposats a realitats que s'allunyen de les seves quotidianitats, exposant-se a un gran ventall d'emocions.

Per a la gran majoria de voluntaris, aquesta era la primera vegada que participaven en un viatge d'aquesta tipologia, però feia temps que desitjaven fer-ho. Així, el voluntari sol descriure un sentiment “d'il·lusió” en veure complir “un somni” i “ganes” d'iniciar una nova aventura; així com de “por” i “incertesa” davant allò que desconeix.

“Como cualquier experiencia nueva, todo empieza con dudas, miedo, inseguridad, pero ningún sentimiento que supere las ganas de vivir una aventura de este tipo, y más siendo el primer gran viaje de mi vida.” (Carla, voluntariat a Tanzània)

D'altra banda, els voluntaris se senten agraïts, tant per poder gaudir de l'oportunitat d'experimentar un viatge de voluntariat, com per l'acollida i l'afecte que varen sentir per part de totes aquelles persones que varen participar amb ells en el projecte.

Els turistes generalment obtenen experiències i satisfaccions que els reconforten personalment. Són molts els voluntaris que parlen sobre la importància de crear experiències proveïdes d'un "sentit d'alegria" i de "felicitat" que perduraran a la memòria. Considero interessant ressaltar que els voluntaris sovint relacionen l'experiència vívida amb felicitat, un sentiment intens i, fins i tot, extrem. En trobar-se en una situació desproveïda de quelcom quotidià, els voluntaris expressen com senten que les emocions s'amplifiquen: no es parla d'alegria, sinó de felicitat.

“Hay sentimientos que son muy difíciles de explicar con palabras, pero diría que mis 21 días allí se llaman felicidad”. (Silvia de la Rosa Hernández, voluntariat a Mèxic)

“Hace una semana que he vuelto de la India y tengo la sensación de que una parte de mí sigue allí y no quiere volver. Creo que nunca lo hará y hay una razón. La India te da todo pero a cambio se queda un trocito de tu corazón si vas con la mente y el corazón abiertos de par en par y dispuesto a sentir(la).” (Belén Mira, voluntariat a l'Índia)

D'aquesta manera, els voluntaris consideren que el turisme de voluntariat es diferencia d'altres tipologies turístiques pel fet que “fa sentir”, no és una experiència massificada i desproveïda d'autenticitat que cau a l'oblit un cop es retorna a casa, sinó que generà quelcom significatiu dins els voluntaris.

8.3 El turisme de voluntariat com acollida

Els voluntaris destaquen els vincles emocionals que s'estableixen amb la comunitat local en els seus testimonis: els turistes s'aventuren a una realitat desconeguda, on l'organització local actua com a líder i mediador social i cultural.

“Desde el inicio me arroparon, hacían comidas con diferentes niveles de picante, estaban atentos a todos mis viajes en solitario los fines de semana por si necesitaba ayuda, me enseñaron sus creencias y me abrieron las puertas a sus costumbres.”
(Marina, voluntariat a l'Índia)

S'ha de tenir en compte que, segons les descripcions dels turistes, aquests normalment conviuen en la mateixa residència amb els locals, utilitzant les mateixes instal·lacions, fent els àpats de forma conjunta, etc. En la recerca de l'experiència, es veuen obligats a sortir de la seva zona de confort: a l'espera d'arribar a un cert nivell de comoditat dins la seva nova realitat i desproveïts d'un model de comportament per relacionar-se amb tot allò que els envolta, els turistes perceben els amfitrions com a mediadors. Així, els voluntaris senten que els locals els “acullen” i els donen confiança, seguretat i confort, forjant un vincle a través de vivències i sensacions úniques.

D'aquesta manera, en integrar aspectes com la cultura i les tradicions dels amfitrions, el turista se sent immers en la seva forma de vida i es creen vincles emocionals entre ells. Així, els voluntaris consideren els amfitrions com “amics”, se senten “com a casa” i, fins i tot, es consideren part de la “família”.

“Es difícil sentirse en casa cuando estás tan lejos de tu país, y allí fue muy fácil lograrlo. Llegamos a casa de la familia y al segundo nos dimos cuentas que no estábamos solas, que estábamos con nuestra familia y que siempre estarían ahí tanto para lo bueno como para lo malo.” (Laura, voluntariat al Perú)

“El trato ha sido excepcional, Doña Elsa que nos cuidaba como una madre. No hay palabras para agradecerle lo mucho que se preocupa por todas las voluntarias, te hace sentir como en casa, lo cual se agradece mucho cuando estás tan lejos de toda tu familia y amigos. [...], todos siempre tienen una sonrisa para ti y te hacen formar parte de esa gran familia desde el minuto cero.” (Mada, voluntariat a Guatemala)

El desenvolupament d'un vincle de pertinència i un sentiment d'afecció cap a la destinació determinarà el grau de fidelització del voluntari: són molts els que expressen la intenció de repetir l'experiència, sigui col·laborant en el mateix projecte o en un de

nou. És impossible saber si realment es compliran o no aquests desitjos en un futur, però sí que en el moment de relatar l'experiència es manifesta aquest anhel.

“Una cosa que si tengo clara es que volveré para intentar devolver todo la felicidad que se me ha entregado en estas tres semanas.” (Rosa, voluntariat a Nicaragua)

8.4 El turisme de voluntariat com a canvi

Els voluntaris sovint descriuen el turisme de voluntariat com a “canvi”: tant el canvi físic en el seu entorn, en trobar-se en una nova realitat; com el que es produeix dins la seva persona, en adoptar noves actituds i comportaments.

El turisme de voluntariat no només genera fortes emocions en els voluntaris durant el transcurs de la seva estada, que abans o després cauen a l'oblit, sinó que senten que viure aquesta experiència els inspira “canvis” i “transformacions” permanents. Sovint els voluntaris narren com, un cop superat el “xoc cultural” inicial, en tenir l'oportunitat d'immergir-se en una societat amb una cultura tan diferent de la pròpia i poder entendre la seva forma de pensar i actuar, es generen beneficis duradors: relaten com el viatge els ha “canviat la vida” i la seva “visió del món”; i els ha permès “madurar” i “valorar” el que tenen al voltant.

“Cada uno aprenderá unas cosas, sacará conclusiones y le cambiará de alguna forma. Porque estas experiencias son tan puras y reales que te hacen cambiar. Y creo que solo cambias a mejor.” (Álvaro, voluntariat a Kènia)

“Y cuando llegas a España, casualmente, tu escala de valores y prioridades en la vida, ¡ha cambiado!” (Juan, voluntariat a Nicaragua)

Aquests canvis també prenen forma “d'aprenentatge”, que variarà segons la persona i l'experiència que viuen: assimilació de noves habilitats, coneixements, valors i pràctiques culturals.

“Nunca había trabajado en el campo, por lo que pude aprender mucho de esto y entender la lucha, la paciencia y el optimismo que se necesita para trabajar aquí.” (Unai Sánchez, voluntariat a Mèxic)

Els voluntaris consideren el viatge com un mitjà per a intercanviar coneixements i experiències amb estrangers. D'aquesta manera, els testimonis confirmarien que els turistes participen en un intercanvi intercultural, el qual, tal com descriuen els voluntaris, els va ajudar a créixer com a persones, aprendre sobre els costums i normes locals, a canviar la seva visió del món i desenvolupar una comprensió global. Tanmateix, és impossible saber si aquest intercanvi intercultural es va construir sobre un referent real de la societat *voluntariada* o si va comportar el reforç d'idees preconcebudes.

9. Anàlisi temàtica dels testimonis

A continuació s'analitzarà el contingut dels testimonis de forma conjunta amb la intenció de detectar temàtiques recurrents que mostrin altres aspectes mencionats en els comentaris analitzats.

9.1 El procés del voluntariat

En analitzar els testimonis, s'ha pogut percebre el fet que els voluntaris varen experimentar i adoptar processos i conductes similars abans, durant i després del viatge:

Gràfic 4. Procés previ al viatge de turisme de voluntariat (elaboració pròpia)



- 1) Idea del viatge: sorgeix el desig de participar en un viatge de voluntariat. La majoria de viatgers expliquen com la decisió no apareix de forma precipitada, sinó que és el resultat de mesos, fins i tot, anys de reflexió. Sovint els voluntaris no consideren aquest viatge com una forma més de turisme, sinó com un “somni”, una experiència única a la seva vida. Una part dels voluntaris reconeixen cercar acompanyants per a realitzar el viatge a fi de sentir-se més segurs a l’hora d’afrontar una aventura desconeguda.
- 2) Planificació. La participació en un viatge d’aquesta tipologia requereix un major treball de planificació que d’altres formes de turisme, tant per la gran varietat d’empreses, projectes i destinacions que hi ha en el mercat, com per la incertesa que senten els possibles voluntaris (qüestions de seguretat, higiene, salut, etc.).
- 3) Posada en contacte amb l’organització. Els agents encarregats d’organitzar un viatge de voluntariat disposen de més pes que en altres tipologies turístiques. El contacte entre agència i turista és constant, tant durant el viatge com prèviament a aquest. Diversos testimonis expliquen com varen realitzar videotrucades amb els organitzadors abans de començar el viatge per a solucionar qualsevol dubte o por que poguessin tenir. S’ha de tenir en compte que els voluntaris només disposen d’idees preconcebudes de la destinació, sent sovint imatges abstractes i imprecises. Així, l’organització emissora actua com a mediador per a solucionar els dubtes que puguin haver-hi. Un aspecte a destacar és el fet que cap voluntari explica com d’informat es trobaven sobre el projecte escollit abans de marxar o si varen participar en algun tipus de programa o curs previ al viatge que ajudés a educar-los.

La Laia (voluntariat a Guatemala) explica així el procés inicial que va haver de dur a terme amb la seva agència, *ONGVoluntariado*:

Hace tiempo que me rondaba por la cabeza la idea de hacer un voluntariado, pero nunca encontraba el momento adecuado o directamente no me atrevía a dar el paso para viajar lejos a otro país y, en un principio, sola. Llegó un día que, por algunas circunstancias, tomé la decisión definitiva de tirar adelante con la idea y empezar a informarme. Busqué por internet diferentes ONG que se encargaban de esto y después de preguntar, comparar y hacer Skype con Mario, me ayudó a

decantarme por ONGVoluntariado. Ha sido un gran acierto por la amabilidad, la disponibilidad inmediata para resolver dudas, la facilidad en todo momento y, sobretodo, la confianza y la tranquilidad que te transmiten durante todo el proceso, des de que tomas la primera decisión hasta que vuelves a casa.

Gràfic 5. Procés durant el viatge del turisme de voluntariat (elaboració pròpia)



- 4) Viatge cap al destí. El mitjà de transport preferent per a realitzar el viatge és l'avió, a causa de la gran distància territorial que acostuma a existir entre la destinació d'origen i de destí. És durant aquest període que tornen a aparèixer els dubtes inicials, generant en els voluntaris sentiments d'incertesa, nervis i, fins i tot, por.

“[...] tenía tanto miedo como cualquier occidental, que si era una mujer sola, que si es no es seguro, que si la comida era muy fuerte, cuidado con los mosquitos, y con la suciedad! y hasta con el calor...” (Marina, voluntariat a l'Índia)

- 5) Arribada a la destinació i adaptació. Els voluntaris reconeixen que varen necessitar un període d'adaptació d'entre una i dues setmanes per a superar la sensació de desarrelament i adaptar-se a tot allò que els envoltava, sovint molt diferent de la realitat a la qual estaven acostumats en els seus països d'origen. Els turistes agraeixen els esforços de l'organització receptora, la comunitat local i/o els altres voluntaris en facilitar la seva arribada i adaptació.

“El choque cultural es algo de lo que todos hemos oído hablar, y parece algo así cómo no demasiado importante, pero creo que es un contraste muy grande, y que lo vas asimilando poco a poco conforme vas conviviendo con ellos!” (Jonathan, voluntariat a Ghana)

“Tuvimos un cambio radical en la forma de vivir, pasas de estar acostumbrado a vivir en la ciudad, a vivir en medio de la selva, con las condiciones básicas. Tienes que acostumbrarte a la nueva dieta, sin carne ni pescado. Pero merece la pena.” (Ana, destinació no especificada)

“Tengo que decir que los primeros días fueron muy duros. Es difícil y lleva tiempo adaptarse a una vida tan pobre cuando estamos acostumbrados a tenerlo todo.” (Sandra, voluntariat a Gàmbia)

- 6) Vivències i turisme. Un cop superat el període d'adaptació, els voluntaris reconeixen sentir-se més confiats i segurs. El temps els ajuda a integrar-se en la comunitat local i en el projecte en el qual col·laboren i, per tant, poden actuar de manera més independent. També gaudeixen de l'oportunitat, sobretot durant els caps de setmana, de dur a terme activitats més pròpies de l'àmbit turístic i d'oci, com visitar poblacions pròximes, participar en safaris, fer excursions, etc. S'ha de tenir en compte que les organitzacions emissores no inclouen les activitats d'oci, sinó que són l'organització local, els amfitrions, o bé els mateixos voluntaris els que adopten el rol d'agent turístic i s'encarreguen de cercar i reservar les experiències en les quals vulguin participar.

“Durante mi estancia, decidí hacer un safari junto con otros voluntarios y allí mismo el coordinador nos ayudó a contratarlo. Por nuestra parte, no tuvimos que hacer nada.” (Irene González, voluntariat a Kènia)

- 7) Acomiadament i retorn a casa. Els voluntaris consideren que un cop s'habituen en el destí, han de tornar a casa. Sovint reconeixen que marxar no és una tasca senzilla, ja que senten un lligam amb la destinació. Per aquest motiu, són molts els turistes que afirmen que els hagués agradat allargar la seva estada.

“Profesoras del centro y la directora me hicieron una fiesta de despedida en su casa. Todo fue maravilloso. Si de algo me arrepiento es de no haber estado más tiempo, pero sin duda, ha sido la mejor decisión que he tomado en mi vida.”

(Desirée, voluntariat a Nicaragua)

- 8) Record i balanç del viatge. Temps d'ordenar i transmetre als altres tot allò viscut. Encara que alguns voluntaris se senten complerts amb haver participat en el viatge, són molts els que expressen el desig de tornar. Sovint els participants relaten com varen necessitar un període d'adaptació en arribar al seu lloc de residència: com anteriorment s'ha mencionat, els voluntaris senten com aquesta experiència els ha transformat, que ja no són els mateixos que varen marxar, posant en evidència la necessitat de tornar a “connectar” amb la seva realitat quotidiana.

Gràfic 6. Procés posterior al viatge de voluntariat (elaboració pròpia)



RECORD I BALANÇ DEL VIATGE

- Oportunitat de reflexionar i fer balanç de l'experiència.
- Desig de retornar.
- Adaptació postviatge.

“Hace una semana que he vuelto de la India y tengo la sensación de que una parte de mí sigue allí y no quiere volver. Y creo que nunca lo hará.” (Belén Mira, voluntariat a l'Índia)

“Ayer, curiosamente encontré una reflexión que escribí el primer día tras la vuelta [...]: Sólo quiero que estos sentimientos tan profundos hagan pozo y queden ahí para siempre, no se difuminen con el tiempo... La verdad es que he estado unas semanas como anestesiada por la magia de Africa... mezcla de felicidad y tristeza por el regreso.” (Carmen Hernández, voluntariat a Uganda)

Tot i que els voluntaris expressaven la satisfacció que sentien en establir lligams significatius amb la destinació i amb els companys de voluntariat, cap relata que hagi mantingut el contacte un cop ha retornat al seu país d'origen. Aquesta situació reafirma l'opinió d'autors com Hall i Raymond (2008) que qüestionen la profunditat de les relacions que es creen durant un voluntariat, considerant-les com a vincles efímers en lloc d'amistats duradores.

Per últim, és necessari destacar el fet que cap voluntari descriu que hi hagi un programa posterior al viatge que doni l'oportunitat de reflexionar sobre el que han viscut i seguir implicats en la comunitat amb la qual varen col·laborar. D'altra banda, com s'ha mencionat anteriorment, sovint es genera en el voluntari de forma intrínseca el desig de tornar a participar en un viatge de voluntariat, confirmant el fet que aquesta tipologia turística actua com a potenciador per a la futura participació en altres activitats de voluntariat (McGehee i Santos, 2005, citat per McGehee, 2013).

9.2 Motivació i altruisme

Com en apartats anteriors s'ha exposat, un dels punts més discutits dins la literatura és si l'altruisme representa la motivació primària a l'hora de participar en un viatge de voluntariat. Els testimonis posen de manifest que generalment els dos al·licients principals per a viatjar són "ajudar" en el projecte escollit i viure "una experiència cultural internacional". Altres motivacions que es poden identificar a partir de les perspectives dels turistes són "millorar en el camp laboral", "oportunitats de guanyar crèdits", "aprendre l'idioma local", "conèixer gent", "sentir-se útil" i "viure una aventura". Els al·licients citats durant l'anàlisi reflecteixen aquells descrits anteriorment en el transcurs de la investigació teòrica.

"Este verano sentía que tenía que hacer un voluntariado ya que era el último verano que podía disfrutar de unas largas vacaciones y por esa razón quería dedicar parte de ese tiempo en poder ayudar a quien más lo necesita." (María, voluntariat a Nicaragua)

"Llevaba casi 32 años de mi vida sin hacer cosas que yo considerase distintas, arriesgadas, fuera de lo habitual. Y me decidí." (Juan, voluntariat a Nicaragua)

Una altra motivació que s'ha identificat durant l'anàlisi dels testimonis i que no es menciona durant la investigació teòrica és la de fugir emocionalment de la realitat en què viuen alguns dels participants: narren que se sentien infeliços o "buits" en el seu dia a dia i necessitaven un canvi, participar en quelcom significatiu.

"Tic , tac, tic ,tac... ¿alguna vez has sentido que debes para el reloj de tu vida y establecer de nuevo tus prioridades?. Pues bien, me dedico al mundo de la banca, sector que me confirma diariamente aquel camino que nuestra Sociedad nos señala

como Felicidad: acumular dinero, posicionamiento social y éxito laboral. Un día sentí ese salpullido que pica, que te advierte que algo no va bien y te mueve a buscar un calmante duradero.” (Virginia, voluntariat a Guatemala)

“Fui en una época complicada de mi vida y esta experiencia me hizo renacer de nuevo.” (Alejandra Deza Moreno, voluntariat a l’Índia)

D’aquesta manera, els testimonis reflecteixen tendències altruistes, acompanyades de motivacions lligades a satisfaccions personals. En conseqüència, difícilment es pot classificar la mostra com a altruistes purs, i s’identificarien com a *pseudoaltruistes* (Mustonen, 2007).

Un altre fet que corrobora la classificació dels voluntaris analitzats com a *pseudoaltruistes*, sorgeix en observar les paraules claus trobades a l’apartat anterior (experiència, canvi, acollida i sentiments): el pes del discurs recau al voltant de la seva persona (com es varen sentir, el que varen fer, com els va afectar, etc.), en comptes d’enfocar-se en els beneficis que van generar.

9.3 Impacte sobre la comunitat local

Tenint en compte que només es té a mà els testimonis dels voluntaris, és difícil extreure conclusions sobre l’impacte real que la seva presència va aportar en el projecte o si posseïen les habilitats necessàries per a portar-lo a terme.

Alguns voluntaris senten que van deixar un impacte a la comunitat d’acollida, tanmateix, aquest sembla estar més enfocat a les interaccions socials obtingudes a partir de l’experiència, no necessàriament al propi projecte.

Centrant-nos en les tasques que es van realitzar durant el voluntariat, es poden percebre tres grups de voluntaris diferenciats basant-se en com les descriuen. D’entrada, en un primer grup es manifesta la manca de descripcions d’accions concretes que s’haurien dut a terme durant el voluntariat i simplement es narren els seus esforços com a “ajudar”. Un segon grup de voluntaris donaven més detalls de les tasques que duïen a terme cada dia, encara que aquestes es poguessin perceben com a rutinàries, però sense cap efecte significatiu a part d’ajudar a la funcionalitat quotidiana del centre, i que no recarien d’una formació específica. Per exemple, trobem treballs de construcció

i la realització de tasques bàsiques (cuinar i netejar). En aquests casos es percep en els voluntaris una escassa experiència en el camp en el qual col·laboren: per exemple, trobem el cas de Virginia una voluntària que es dedica al món de la banca, però que va participar en un voluntariat a Guatemala en una escola de nens amb necessitats especials (sense especificar si estava capacitada); de Pepi Miramón, que s'encarregava "d'ajudar" en un centre educatiu i en una escola d'infermeres a Sri Lanka, però que reconeixia que el seu nivell d'anglès tenia un gran marge de millora; o de Gonzalo, assignat a donar classes de ciències a una escola nepalesa que patia problemes de comunicació a causa de les diferències lingüístiques.

Per últim, trobem un tercer grup que gaudien tant d'experiència com dels coneixements necessaris per dur a terme les tasques assignades. Es tracten de professionals que desitjaven destinar el seu temps lliure a emprar les seves habilitats en ambients fora de la seva quotidianitat. Parlem de metges, infermer/es, professors/es, etc. Encara que aquest grup sigui conformat per experts en la matèria, tampoc és possible conèixer els impactes de les seves accions. Per exemple, trobem el cas d'Almudena, una infermera que impartia xerrades sobre salut a mares d'una escola a Guatemala: tot i proporcionar als membres de la comunitat assistència en una matèria important, no es pot suposar que els locals es trobessin receptius a adoptar les mesures exposades.

Tot i que faltarien dades per a poder assegurar-ho definitivament, aquests tres grups presenten trets similars a la classificació exposada per Callanan i Thomas (2005), els quals diferencien els turistes en superficials, intermedis i profunds segons diferents criteris, entre els quals es troben les qualificacions prèvies dels voluntaris, el grau de participació (activa versus passiva) i el nivell de contribució als locals.

En l'apartat d'impactes negatius s'explicava l'existència d'una despesa emocional a la qual estava subjecta la comunitat local, en ser exposada a fluxos continus de visitants (Garrison, 2015), sent els menors d'edat els majors perjudicats. Per exemple, Desirée (voluntariat Nicaragua) narra com "la despedida fue horrible. Los niños lloraban muchísimo. Yo también. Mi profesora no quería que me volviera a España, estaba súper contenta conmigo". Molts altres voluntaris destaquen les relacions d'afecte i estima que

es creaven amb els alumnes sense considerar els possibles danys emocionals que els pogués crear la seva partida.

D'aquesta manera, seguint la classificació del turisme de voluntariat presentat per Callanan i Thomas (2005), basant-nos en les descripcions dels voluntaris, es percep que la majoria dels voluntaris que conformen la mostra es classificarien com a voluntaris superficials o moderats, amb motivacions amb tendències egocèntriques i amb una participació majoritàriament passiva.

9.4 Complex d'heroi

Sovint una de les majors crítiques que pateixen els voluntaris és l'apropiació del rol d'heroi, de salvador del món. Tanmateix, no és un aspecte que s'ha trobat duran l'anàlisi dels testimonis: la majoria descriuen com col·laboren en el projecte per simplement "ajudar", "donant el millor de si mateixos". No es transmet la sensació d'esperar assolir grans proeses o canviar per ells mateixos la situació en què es troba l'organització, sinó que segueixen la filosofia d'aportar "su granito de arena". Així, la nostra mostra confirmaria la teoria que els voluntaris treballen en lloc de transformar la realitat de les comunitats, com afirmaven Hall i Brown (2008).

"Cualquier ayuda que les dieras estaban muy agradecidos, pero no te obligaban a trabajar. A mi me dijeron que era el voluntario que mas habia ayudado, con lo que estoy contento de haberles podido echar una mano. Pero ellos son gente lista y se valen por si mismos. Agradecen toda ayuda, que les viene bien, pero uno no va alli a salvar el mundo." (Álvaro, voluntariat a Kènia)

"Una vez allí ayudas y colaboras de la mejor forma que puedes y, sin cambiar su realidad, sino respetándola y viendo qué puede ser útil o necesario y pueda contribuir de la mejor forma al avance y mejora del proyecto." (Carla, voluntariat a Tanzània)

D'altra banda, els voluntaris concorden en el fet que "acaben rebent més del que donen". Resulta curiós que, en un viatge on l'objectiu principal hauria de ser ajudar, acabin sent els propis voluntaris els que senten que s'han beneficiat més de l'experiència. Al cap i a la fi, el voluntariat és un acte desinteressat (altruista) en el qual, tot i que s'accepti el fet que es generi un sentit de reciprocitat, els beneficis de la

comunitat sempre haurien de superar els rebuts pels voluntaris. Si els turistes senten que acaben adquirint majors profits dels quals aporten, potser s'haurien de replantejar els projectes oferts, pel fet que van en contra del mateix concepte de volunturisme.

“Antes del viaje te vas con la idea de que tienes que estar dispuesto a dar todo pero te das cuenta que de lo único que tienes que estar dispuesto es a recibir y tener los brazos siempre abiertos.” (Laura, voluntariat al Perú)

Tot i que els turistes consideren els motius altruistes com a una de les principals motivacions, no es percep que el fet de no assolir impactes positius considerables afecti de forma significativa a la satisfacció global del viatge. Aquest fet reforça la idea que els voluntaris que conformen la mostra analitzada s'encaminen més cap a la classificació de *pseudualtruistes* que d'altruistes purs, així com de *vacation-minded*, en comptes de *volunteer-minded* (Brown i Morrison, 2003, citat per Brown, 2005): si bé és cert que posen el focus del viatge en el voluntariat, en comptes de pensar més en les necessitats de la comunitat local i en el fet que senten que no han aportat tant com esperaven, se senten realitzats en sentir-se satisfets amb els beneficis que ells han obtingut.

D'altra banda, quins són aquests beneficis personals que perceben? Segons narren els propis turistes, varen adquirir un creixement personal (confiança en un mateix, aprenentatge de noves habilitats, millora d'idiomes, etc.); millores laborals i educatives (crèdits universitaris, adopció de noves tècniques de treball, etc.); nous vincles socials; i una major consciència global (conèixer noves realitats i entendre cultures alienes). Aquests beneficis concorden amb aquells descrits durant l'explicació de la dimensió psicològica en apartats anteriors.

Tanmateix, tot i que és difícil saber si aquests beneficis realment varen provocar un efecte profund en el turista, “renegociant” la seva identitat (Neil i Wearing, 2000), sí que, com ja s'ha descrit, els turistes descriuen la necessitat d'experimentar un període d'adaptació per a tornar a habitar-se al seu dia a dia quotidià. D'aquesta manera, tot i que no es pot rebutjar la idea que els beneficis personals siguin a curt termini i, un cop es du a terme l'adaptació a la seva vida quotidiana, els voluntaris tornen a ser les mateixes persones que varen marxar, en el moment d'escriure els testimonis sí que senten que els canvis són significatius i permanents.

9.5 Egocentrisme

Encara que no es percep per part dels voluntaris un complex d'heroi, en el sentit que la seva presència solucionarà tots els problemes locals, sí que es contempla el desig de "ser necessitat". Els testimonis presenten trets que es poden relacionar amb actituds egocèntriques i, fins i tot, paternalistes, ja que, tot i que es descriuen intencions altruistes, sovint es percep un desig inconscient de sentir-se valuós i estimat.

"Al llegar allí, todos vienen corriendo a saludarte y a jugar contigo, les encanta que estés con ellos y les des un poco de tu amor." (Sergio Molina, voluntariat a Uganda)

Aquestes afirmacions tornen a justificar el fet de considerar els voluntaris analitzats com *vacation-minded* (Brown, Morrison, 2003; citat per Brown, 2005), ja que, en paraules de Mustonen (2007), per aquests turistes el viatge és simplement una recerca egocèntrica de plaer. D'aquesta manera, sovint els voluntaris en comptes de descriure quines són les tasques que realitzaven o com beneficiava la seva presència dins el projecte assignat, narraven com la població local els tractava, com els apreciava, com feien l'esforç d'ajudar-los i adaptar-los a la seva realitat, com d'afortunats se sentien del fet que estiguessin allà, etc.

"En la escuela con los niños y profesores ha sido muy especial, me han acogido como uno mas y me han enseñado el día a día de la educacion en los colegios en ese país. Los niños me han aceptado desde el primer día y me han dado a diario muestras de su carino." (Iván, voluntariat a Tailàndia)

"Cuanta magia tienen las personas que conocí, no tuve ni un solo problema con nadie, todo el mundo tenía interés en mi, en saber de donde venía y que venía a hacer a su país." (Mónica, voluntariat a Uganda)

Pot resultar paradoxal que, tot i que els voluntaris generalment accepten que no aportaran grans canvis a la comunitat *voluntariada*, consideren que, per algun motiu, la seva presència en el projecte és valuosa i única. Com suggereix Proyrungroj (2020), aquesta situació pot sorgir de les relacions de poder desiguals que s'estableixen i de la percepció d'un sentit de superioritat occidental: tot i que els voluntaris difícilment són irremplaçables, accepten el seu rol d'actius benefactors que ajuden a tercers. Així, com

a actius benefactors justifiquen merèixer l'atenció i l'agraïment que els locals els ofereixen.

9.6 Racionalització de la pobresa

Els voluntaris relaten com aquesta experiència els ha permès descobrir la pobresa: en compartir el dia a dia amb els amfitrions, tenen l'oportunitat d'obrir els ulls a noves realitats més complicades de les que estan habituats en els seus països d'origen. Tanmateix, es transmet una comprensió superficial dels problemes relacionats amb la pobresa. S'ha de considerar que els testimonis han estat redactats un cop els viatgers han retornat al seu país d'origen, disposant així de temps per a reflexionar sobre la seva experiència i les desigualtats que han pogut apreciar durant la seva estada. Tot i això, no ofereixen cap explicació sobre el que han pogut aprendre: la descripció de les desigualtats en les quals viuen la població local no va més enllà del reconeixement de la seva existència. Es presenten idees simples dels problemes de la destinació, pinzellades, sense obrir un nou debat que examini els privilegis dels quals disposen.

“Impotencia por saber que niñas de edades por las que tú también has pasado, vivan una vida tan diferente a la suya simplemente por haber nacido en puntos diferentes del mapa. Pero a la vez te das cuenta, que esa es su realidad.” (Laura, voluntariat al Perú)

Sovint es trivialitza la pobresa considerant que els locals són “pobres, però feliços” o que “amb amor i somriures tot es cura”. Els voluntaris consideren que la pobresa en aquests països com un fenomen natural i, fins i tot, la justifiquen com a part de la cultura local. A diferència de la societat materialista en la qual pertanyen, consideren que els locals viuen una vida pura: relacionen la pobresa com un estil de vida autèntic, un mitjà per ser més feliços i agraïts per les petites coses.

“Cuando hablamos de países pobres, parece nos nace la pena, pero a mí lo que me nació allí fue la envidia, no puedo explicar cómo me sentí cada rato que estaba con ellos, pero puedo asegurar que nunca fui más feliz que en esas tres semanas.” (Carol Heras, voluntariat a l'Índia)

“En definitiva, muy interesante ver lo poco que necesitan para vivir, o lo poco que se puede necesitar para vivir. En el orfanato no teníamos ni electricidad [...]. Obviamente esto no quita que los niños sean felices, jueguen, se diviertan y lleven una vida “normal”. Muchos de ellos son, además, muy inteligentes.” (Álvaro, voluntariat a Kènia)

“Vaig escollir el programa d'orfenat [...]. M'han canviat però sobretot m'han ensenyat que la vida no és mesura en diners sinó en somriures.” (Andrea Burgos, voluntariat a Uganda)

“Lo que más me llamó la atención fue la simpatía y la alegría que desprende la gente, sin tener prácticamente nada están mucho mas a gusto consigo mismos que en el primer mundo.” (Anna, voluntariat a Ghana)

També s'introdueix el concepte de “sort”: com alguns voluntaris atribueixen a simplement “sort” el fet que ells gaudeixin de millors condicions de vida que els que tenen la societat on fan el voluntariat. Està clar que no és fàcil conèixer el perquè de la situació de pobresa que pugui patir una comunitat, ja que és un tema complex que difícilment té un únic origen, però argumentar que la sort té un paper en les diferències que existeixen és un clar exemple de banalització de la pobresa. D'aquesta manera, es compleix una altra de les crítiques del turisme de voluntariat.

BLOC IV. Conclusions

10. Conclusions

L'objectiu d'aquest treball era escapar dels tòpics que es relacionen amb el turisme de voluntariat, proporcionant una anàlisi crítica del volunturisme i dels propis voluntaris, mitjançant una revisió de literatura i un estudi qualitatiu sobre les percepcions dels turistes de les seves experiències.

Per a començar, reunint els trets que tenen en comú diferents definicions, el turisme de voluntariat es pot considerar aquella modalitat de turisme en la qual els turistes viatgen a una destinació fora de la seva esfera quotidiana per a donar suport a la comunitat local, de forma lliure i altruista, i durant un període determinat.

Després de realitzar l'estudi, les paraules clau detectades durant l'anàlisi dels testimonis són les següents: experiència, sentiments, canvi i acollida. D'aquesta manera, els voluntaris consideren que el volunturisme no és només una forma més de fer turisme, sinó una experiència transformadora i carregada de significat. Els participants descriuen la seva estada com una vivència irrepetible, capaç de generar emocions i sentiments i que han estat privilegiats de poder experimentar.

Tot i que el turisme de voluntariat va sorgir com una tipologia de turisme alternatiu, en recerca d'una experiència de viatge més autèntica i significativa (Lyons i Wearing, 2008), el gran creixement que ha experimentat durant aquests últims anys ha provocat que adoptés certs trets característics de tipologies de turisme tradicionals. En aquest sentit, un dels clars exemples d'aquesta evolució és la proliferació del nombre d'empreses relacionades amb aquesta activitat: tot i que en un principi eren les ONG les que controlaven el mercat, aquests últims anys s'han caracteritzat per la incorporació en el sector de multitud d'agents diversos, sovint amb ànim de lucre i intencions essencialment comercials (McGehee, 2013). La visió del voluntariat com a producte que tenen algunes d'aquestes noves empreses ha provocat per part de certes agències el rebuig del terme "volunturisme", en considerar-lo com a un terme que banalitzava el treball que duen a terme (Gómez, 2014).

La consideració del turisme de voluntariat com a producte a ser comercialitzat és una de les principals causes generadores d'impactes negatius: sovint es posa en dubte l'ètica del volunturisme i la seva efectivitat com a eina per a contribuir al desenvolupament del país d'acollida. En focalitzar-se en la generació de beneficis, el voluntari es transforma en un client i la comunitat local en un recurs a explotar. Un cop s'origina aquest canvi, els projectes desplacen el focus cap a complaure els clients i no a satisfer les necessitats de la comunitat local (Butz i Zavitz, 2011).

Si tornem a la definició presentada a l'inici, el turisme de voluntariat es caracteritza pel fet que el turista participa en un projecte de forma lliure i altruista. Tanmateix, existeix un debat continu sobre la veritable naturalesa dels voluntaris: són moltes les veus que qüestionen la seva essència altruista a favor de motivacions més egoïstes. Els testimonis analitzats confirmen aquests dubtes: tot i que són molts els voluntaris que afirmen que la motivació principal per a la participació en el viatge és l'altruisme ("ajudar" a un tercer), es perceben tot un conjunt de comportaments i actituds de caràcter egocentrista. Analitzant les formes que utilitzen els voluntaris per expressar-se durant la narració de les seves vivències, sovint es percep el desig de sentir com la comunitat d'acollida valora i aprecia la seva presència en el projecte.

L'objectiu del turisme de voluntariat és donar suport a la comunitat local (McGehee i Santos, 2005). En conseqüència, un debat més interessant seria jutjar els resultats de les accions dels voluntaris, en comptes de les seves intencions: encara que les motivacions dels voluntaris no fossin del tot altruïstes, els resultats seguirien sent similars als d'aquells purament altruïstes. La promoció del volunturisme com a eina que contribueix al desenvolupament del país d'acollida desperta moltes crítiques: autors com Stein (2017) i Brown i Hall (2008) consideren aquesta activitat turística com una iniciativa ineficaç per a generar beneficis a llarg termini i "aturar" el cicle de pobresa en el qual es troben atrapats determinades societats. La restricció temporal de les accions de voluntariat (majoritàriament inferior a un any) i la inexperiència i formació limitada de la qual disposen sovint els voluntaris, són dues de les principals raons que els impedeixen aportar quelcom positiu i perdurable en el projecte escollit (Devereux, 2008).

Tenint en compte que només es disposa dels testimonis dels voluntaris és difícil extreure conclusions sobre l'impacte real que els turistes han ocasionat en el projecte o si posseïen les habilitats necessàries per a portar-lo a terme. Tanmateix, una opinió recurrent dels voluntaris és que varen "acabar rebent més del que varen donar". Tot i que s'accepta en el sector turístic l'existència d'una relació de reciprocitat entre turista i amfitrió, on ambdues parts es beneficien de l'experiència, resulta paradoxal que un turista voluntari percebi que el seu benefici és major que el d'aquells que suposadament hauria d'ajudar. Aquests beneficis propis percebuts per part dels voluntaris analitzats coincideixen amb aquells descrits durant la recerca teòrica: els turistes adquireixen un creixement personal (confiança en un mateix, aprenentatge de noves habilitats, etc.); nous vincles socials; millores laborals i educatives (crèdits universitaris, adopció de nous coneixements, etc.) i una major consciència global.

Si els turistes senten que acaben adquirint majors profits dels quals aporten, potser s'haurien de replantejar els projectes oferts, ja que van en contra del propi objectiu del volunturisme. A més a més, encara que de forma no intencional, el fet que els turistes acceptin aquesta situació, evidencia que no es tracta de voluntaris purament altruistes, ja que, en el cas de ser-ho, no estarien conformes amb aquest fet i no se sentirien totalment satisfets amb el viatge.

D'aquesta manera, es percep que l'element que determina la satisfacció del turista cap a l'experiència viscuda és l'èxit que ha tingut en establir relacions socials. Els voluntaris descriuen com els amfitrions els varen acollir, donant-los confiança, seguretat i confort, fins a considerar-los amics i, fins i tot, sentint-se part de la família. Com ja s'ha establert durant la revisió de la literatura, el turisme de voluntariat té un gran component social: el turista gaudeix de l'oportunitat d'aventurar-se dins la cultura local i crear relacions d'amistat i companyonia, no habituals en altres tipologies turístiques (Brown, 2005).

Tanmateix, autors com Hall i Raymond (2008) es mostren escèptics respecte a la importància de les relacions que es generen, considerant que s'acaben convertint en interaccions superficials i efímeres, basades en una relació de poder desigual, de "servidor i servir" (Lewis, 2005). Aquest caràcter efímer de les relacions que s'estableixen s'evidencien en el fet que, en els testimonis analitzats, encara que els

turistes afirmen que han establert lligams significatius amb la destinació, cap relata que hagi mantingut el contacte un cop ha retornat al seu país d'origen.

Dades aportades per l'ABTA (2016, citat per *The Code*, 2016) afirmen que els fluxos de volunturisme generalment van de Nord a Sud. Així, la majoria de voluntaris provenen de països moderns i industrialitzats, per la qual cosa, els pot resultar quelcom nou descobrir altres formes de vida. Els turistes es veuen obligats a sortir de la seva zona de confort i afrontar realitats diferents de les quals estan habituats. Aquesta interacció intercultural pot conduir a una incomprensió intercultural; al reforç d'idees preconcebudes (Hall i Raymond, 2008); a l'adopció per part del voluntari d'actituds paternalistes i neocolonialistes; així com a la racionalització de la pobresa que observen.

Si bé els voluntaris afirmen haver assolit un major aprenentatge i comprensió sobre els problemes que enfronten les comunitats d'acollida, els testimonis analitzats reflecteixen una comprensió superficial de les dificultats que gestionen diàriament els locals i impedeix obrir un debat dels privilegis dels quals disposen els països del Nord. Clars exemples de racionalització de la pobresa que s'observen en els testimonis són l'ús continu del tòpic "pobres, però feliços" i la identificació de la pobresa com un estil de vida autèntic, allunyat de la societat materialista a la qual estan habituats. En el cas de les organitzacions que han servit de font per a l'anàlisi anterior, per exemple, si oferissin programes educatius previs i posteriors al viatge, segurament s'evitarien molts dels impactes negatius generats a causa de la desinformació dels voluntaris.

D'aquesta manera, les principals contribucions d'aquest estudi es poden contextualitzar en quatre aspectes principals: (i) els testimonis han proporcionat connexions realistes entre els avantatges i les limitacions descrites durant la recerca de literatura; (ii) s'ha corroborat que, de forma inconscient, els voluntaris tenen actituds que poden resultar perjudicials per a les comunitats en què s'integren; (iii) la naturalesa de les motivacions dels voluntaris difícilment es poden considerar com a altruistes pures, fluctuant entre l'altruisme i l'egocentrisme; i, (iv) tal com estan plantejats actualment molts dels projectes de voluntariat (curt termini, tasques simples, basat en relacions desiguals, etc.), difícilment aportaran quelcom significant i durador en les societats

d'acollida. Aquestes quatre afirmacions responen a les qüestions que varen sorgir en establir els objectius de l'estudi.

No tots els viatges de voluntariat són iguals i no tots pertanyen a la categoria de profunds, sinó que gran part dels viatges de voluntariat que s'ofereixen actualment entrarien dins la classificació de superficials o intermedis (Callanan i Thomas, 2005), però no per això s'haurien de considerar com a experiències trivials. Per exemple, el meu primer voluntariat va consistir a col·laborar en una petita comunitat alemanya, ajudant a realitzar el seu somni de subsistir de forma autònoma d'acord amb principis ecològics. Si bé aquesta experiència comparteix trets que caracteritzen el volunturisme superficial, disposant jo de motivacions més encaminades a la satisfacció personal i cap coneixement previ en la matèria, va aconseguir aportar beneficis a totes les parts implicades: jo vaig gaudir de l'oportunitat de viure una experiència internacional; amb l'ajuda del conjunt dels voluntaris, la comunitat va apropar-se a l'objectiu proposat; i, en transmetre als seus hostes els seus coneixements pel que fa a les pràctiques ecològiques, varen poder propagar la seva filosofia, beneficiant a la societat en general. Així, encara que es tractés d'un viatge superficial, en ser estructurat el projecte per la pròpia comunitat d'acollida, amb uns objectius clars i assolibles, el voluntariat va seguir derivant en una activitat positiva i satisfactòria per a voluntaris i locals.

En conclusió, malgrat la visió crítica que adopta aquest treball, no s'hauria de considerar el turisme de voluntariat com a una tipologia turística pitjor ni millor que d'altres. D'aquesta manera, tot i que quan es tracta del volunturisme, la crítica generalment gira al voltant de la figura del voluntariat, considero que s'hauria de demanar més responsabilitat a les agències que ofereixen viatges d'aquesta tipologia, en disposar de la facultat per a crear projectes amb major o menor complexitat, però que concretessin els seus objectius d'acord amb les demandes dels locals i dins dels límits en els quals puguin col·laborar de forma efectiva els voluntaris.

11. Limitacions i futures investigacions

En tractar-se el turisme de voluntariat d'una tipologia de turisme relativament nova, els autors que investiguen aquest fenomen són escassos, fet que comporta la repetició de les fonts i del contingut estudiat. A més a més, ha resultat difícil accedir a la recerca portada a terme per autors experts en aquesta tipologia turística com, per exemple, Stephen Wearing, pel fet que molts d'aquests estudis no es poden consultar en obert.

Així mateix, molta de la recerca existent gira al voltant de les agències emissores i dels voluntaris, caient sovint en l'oblit els locals. Per aquest motiu, una futura línia d'investigació es relacionaria amb la figura de la comunitat d'acollida i la seva percepció del voluntarisme, així com desenvolupar mecanismes per avaluar els impactes reals que generen sobre elles aquesta activitat turística.

Per últim, una altra limitació que s'ha observat durant el transcurs de la recerca és la pèrdua de dades a conseqüència del dret reservat de *Voluntarios en el mundo*, *ONG voluntariado* i *Cooperating Volunteers* d'eliminar qualsevol publicació que no segueixi les seves directrius de publicació.

BLOC V. Bibliografia

12. Bibliografia

- Alboan (Ed.) (2011). La experiencia de voluntariado internacional: fases y protagonistas. *Materiales educativos, Alboan*, 24. <http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/cd2/index/assoc/volun000/2.dir/volun0002.pdf>
- Bailey, A. i Russell, K (2012). Volunteer Tourism: Powerful Programs or Predisposed Participants? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19(1), 123-132. <https://doi.org/10.1017/jht.2012.14>
- Bailey, C., Lupoli, C.A., Morse, W.C. i Schelhas, J. (2014) Assessing the impacts of international volunteer tourism in host communities: a new approach to organizing and prioritizing indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 898-921. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.879310>
- Bakker, M., i Lamoureux, K. (2008). Volunteer Tourism- International. *Travel & Tourism Analyst*, 16. https://www.researchgate.net/publication/303304492_Volunteer_Tourism_-_International
- Baum, T. Holmes, K., Lockstone-Binney, L., Smith, K., i Storer, C. (2015). Are all my volunteers here to help out? Clustering event volunteers by their motivations. *Event Management*, 19(4), 461-477. <https://doi.org/10.3727/152599515X14465748512605>
- Baum, T. Holmes, K., Lockstone-Binney, L., i Smith, K., (2010). Developing the dimensions of tourism volunteering. *Leisure Sciences*, 32(4), 255-268. <https://doi.org/10.1080/01490401003712689>
- Bidder, C. i Polus, R.C. (2016). Volunteer Tourists' Motivation and Satisfaction: A Case of Batu Puteh Village Kinabatangan Borneo. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 308-316. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.490>
- Biddle, P. (2017, desembre 06). The Problem With Little White Girls, Boys and Voluntourism. *Huffpost*. https://www.huffpost.com/entry/little-white-girls-voluntourism_b_4834574?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAJsfNM-ulgIRXky7RpIPDr-nHwAGAVZvtZ_H2QWydJZ1dBvpZLo6EmzoE5ohePQzLFb-kWJsAgHiy4ikvPo9JVoTSGrVFEmAM8a-

[94MxDMyV7P2g9QKUgyUL0otGYY63fs5g1nNdRtyhIMwUi2vH_43qQ1e6NfE5QoEh
z-x5q0EJh](https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081616)

- Butcher, J. i Smith, P. (2010). 'Making a Difference': Volunteer Tourism and Development. *Tourism Recreation Research*, 35(1), 27–36. <https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081616>
- Butz, D. i Zavitz, K. (2011). Not That Alternative: Short-term Volunteer Tourism at an Organic Farming Project in Costa Rica. *ACME: An International Journal for Critical Geographies*, 10(3), 412-41. <https://doi.org/10.1002/jid.1120>
- Brown, S. (2005). Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers. *Current Issues in Tourism*, 8(6), 479-496. <https://doi.org/10.1080/13683500508668232>
- Callanan, M. i Thomas, S. (2005). Volunteer Tourism: Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment. A Novelli, M., *Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases* (183-200). Elsevier Butterworth Heinemann. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-6133-1.50025-1>
- Caparrós, M. (2018, desembre 11). Volunturismo: El riesgo del voluntariado para turistas que mueve millones de euros. *El País*. https://elpais.com/elpais/2018/12/11/eps/1544541087_701313.html
- Charng, H. i Piliavin, J.A. (1990). Altruism: A Review of Recent Theory and Research. *Annual Review of Sociology*, 16, 27-65. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.16.080190.000331>
- Chua, B. L., Han, H, Lee, S, Meng, B., i Ryu, H.B. (2020). The Relative Importance of Volunteer Tourism (Sustainable/Pro-Social Form of Tourism) Motivation Factors for Young Tourists: A Descriptive Analysis by Continents, Gender, and Frequency. *Sustainability*, 12(10). <https://doi.org/10.3390/su12104002>
- The Code. (2016). *Does your business include voluntourism products or orphanages in tourism programs?* http://www.thecode.org/wp-content/uploads/2016/11/Voluntourism_booklet_1.pdf
- Clemmons, D., Lee, S. i McGehee, N. (2009). *2008 Voluntourism Survey Report*. <https://www.blurb.com/b/878048-2008-voluntourism-survey-report>

- Cnaan, R.A., Handy, F. i Wadsworth, M. (1996). Defining Who is a Volunteer: Conceptual and Empirical Considerations. *Sage Journals*, 25(3). <https://doi.org/10.1177/0899764096253006>
- Cooperating Volunteers (n.d.). *Testimonios*. <https://www.cooperatingvolunteers.com/sin-categorizar/testimonios/>
- Crossley, E. (2016). *Volunteer Tourism, Subjectivity And The Psychosocial* (Tesi doctoral no publicada). Cardiff University, Regne Unit. <http://orca-mwe.cf.ac.uk/61298/>
- Cruz-Milán, O. (2017). Plog's model of typologies of tourists. *The sage international encyclopedia of travel and tourism*, 954-956. <https://doi.org/10.4135/9781483368924.n356>
- Darren, B., Dimaras, H., Loh, L.C., Loiseau, B., Raman, S.A. i Sibbald, R. (2016). Perceptions of the Role of Short-Term Volunteerism in International Development: Views from Volunteers, Local Hosts, and Community Members. *Journal of Tropical Medicine*. <https://doi.org/10.1155/2016/2569732>
- Devereux, P. (2008). International environmental volunteers: pursuing security and sustainability with human solidarity. *Development in Practice*, 18(36). 357-370. <https://doi.org/10.1080/09614520802030409>
- Dubay, A. (2020, maig 14). Voluntourism: the good and the bad. *World Vision*. <https://www.worldvision.ca/stories/voluntourism-the-good-and-the-bad>
- Eusébio, C., García, C.S., Gómez, D., Lima, S. (2012). El Turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo: el Programa UNWTO. *Pasos*, 10(3), 303-314. <https://doi.org/10.25145/i.pasos.2012.10.037>
- Forsythe, R. (2011). Helping or hindering? Volunteer tourism in Ghana and its critical role in development. *European Association of Development Research and Training Institutes*. <http://www.partnerwestafrica.org/resources/helping-or-hindering635233152214761250.pdf>
- Fuentes, L., Muñoz, A., i Rodríguez, S. (2016). Responsible tourism as an instrument for local development: a case study to analyze the main motivations for tourists. *Cuadernos de Turismo*, 37, 507-509. Doi: <https://doi.org/10.6018/turismo.37.256221>

- García, A.L. (n.d.). *Turismo voluntario, una aproximación a su estudio*. (Treball de fi de Grau, Universidad Nacional de la Plata, Argentina). Recuperat de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/51830/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Garrison, H. A., (2015). *A Critical Analysis of Volunteer Tourism and the Implications for Developing Communities*. (Tesi doctoral, Western Kentucky University, Estats Units d'Amèrica). http://digitalcommons.wku.edu/stu_hon_theses/558
- *Global Volunteer Abroad Trends 2014*. (2014). Volunteering Solutions. <https://www.volunteeringsolutions.com/blog/global-volunteer-abroad-trends/>
- Gómez, E. (2014). *Turismo de voluntariado*. (Treball de fi de Grau, Universidad de Salamanca, Castella i Lleó). https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/123244/TG_GomezGomezE_Turismodevoluntariado.pdf;jsessionid=F5233367FB7A8CD8DDD27C02C6483EC5?sequence=1
- Guttentag, D. A. (2009). The Possible Negative Impacts of Volunteer Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 537-551. <https://doi.org/10.1002/itr.727>
- Gray, N. J., i Campbell, L. M. (2007). A decommodified experience? Exploring aesthetic, economic and ethical values for volunteer ecotourism in Costa Rica. *Journal Of Sustainable Tourism*, 15(5), 463-482. <https://doi.org/10.2167/jost725.0>
- Hall, C. i Raymond, E. (2008) The Development of Cross-Cultural (Mis)Understanding Through Volunteer Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 530-543. <https://doi.org/10.1080/09669580802159610>
- Hermann, I., Hopkins, R., Milne, S., Moscoso, F., i Thorburn, E. (2018). *Voluntourism Best Practices: Promoting Inclusive Community-Based Sustainable Tourism Initiatives*. Asia-Pacific Economic Cooperation. <https://www.apec.org/Publications/2018/05/Final-Report---Voluntourism-Best-Practices-in-the-APEC-Region>
- Hernández, E. i Vogeler, C. (2018). *Introducción al turismo: Análisis y estructural*. Editorial Centro de Estudios Ramon Areces SA. https://books.google.es/books/about/Introducci%C3%B3n_al_turismo.html?id=8kBmDwAAQBAJ&redir_esc=y

- Hustinx, L. (2001). Individualisation and new styles of youth volunteering: an empirical exploration. *Voluntary Action*, 3(2), 57–76. <https://www.bl.uk/britishlibrary/~media/bl/global/social-welfare/pdfs/non-secure/i/n/d/individualisation-and-new-styles-of-youth-volunteering.pdf>
- Lee, C.Y.S. i Lo, A.S. (2011). Motivations and perceived value of volunteer tourists from Hong Kong. *Tourism Management*, 32(2). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.002>
- Lewis, D. (2005). Globalization and international service: a development perspective. *Voluntary Action*, 7(2), 13-26. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.712.279&rep=rep1&type=pdf>
- Lyons, D. i Wearing, S. (2008). *Journeys of discovery in volunteer tourism : International case study perspectives*. CABI. <https://doi.org/10.1079/9781845933807.0000>
- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603. <https://doi.org/10.1086/225585>
- Madison, E. (2016). The Poverty Trap: Definition, Impact i Solutions. *ICSE Environmental Science: Study Guide & Syllabus*. <https://study.com/academy/lesson/the-poverty-trap-definition-impact-solutions.html>
- McAllum, K. i Zahra, A. (2015). Constructing “them” and “us:” Host communities’ perspectives of voluntourists’ identities. *Volunteering and intercultural communication: Studies from multiple contexts*, 2, 109-128. https://www.academia.edu/24882038/Constructing_them_and_us_Host_communities_perspectives_of_voluntourists_identities
- McGehee, N.G. (2013). Volunteer Tourism: A Review. [Ressenya del llibre *Volunteer tourism*, de Wearing, S.]. *Tourism Management*, 38, 120-130. <https://doi.org/10.1080/02508281.2003.11081411>
- McGehee, N. G., i Santos, C. A. (2005). Social change, discourse and volunteer tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 760-779. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.12.002>

- McLennan, S. (2014). Medical voluntourism in Honduras: 'Helping' the poor? *Progress in Development Studies*, 14(2), 163-179. <https://doi.org/10.1177/1464993413517789>
- Merriam-Webster (n.d.). Neocolonialism. *Merriam-Webster's English Dictionary*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/neocolonialism>
- Mustonen, P. (2007). Volunteer Tourism- Altruism or Mere Tourism?. *Anatolia, An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18(1), 97-115. <https://doi.org/10.1080/13032917.2007.9687038>
- Neil, J. i Wearing S. (2000). Refiguring Self And Identity Through Volunteer Tourism, *Loisir et Société / Society and Leisure*, 23(2), 389-419. <https://doi.org/10.1080/07053436.2000.10707537>
- Nyaupane, G.P. i Stone, L.S. (2018). The Tourist Gaze: Domestic versus International Tourists. *Journal of Travel Research*, 58(5), 877-891. <https://doi.org/10.1177/0047287518781890>
- O'Malley, A. (2018). Impacts of "Voluntourism" and Future Fair Trade Practices. *International Journal of Volunteer Administration*, 33(3), 54-69. https://volunteeralive.org/docs/OMalley_IJOVA_Final.pdf
- ONG Voluntariado (n.d.). *Testimonios de voluntariós*. <https://www.ongvoluntariado.org/testimonios-de-voluntarios-en-programas-ongvoluntariado/>
- Palacios, C. (2010). Volunteer tourism, development and education in a postcolonial world: conceiving global connections beyond aid. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(7), 861-878. <https://doi.org/10.1080/09669581003782739>
- Pastran, S.H. (2014). Volunteer Tourism: A Postcolonial Approach. *University of Saskatchewan Undergraduate Research Journal*, 1(1), 45-57. <https://doi.org/10.32396/usurj.v1i1.30>
- Pingel, C. (2007). *Turismo solidario en el marco del turismo responsable: contextos, conceptos y aplicaciones*. (Treball de fi de Grau, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina). http://nulan.mdp.edu.ar/1406/1/pingel_c.pdf
- Pompurová, K.; Marčeková, R.; Šebová, L.; Sokolová, J.; Žofaj, M. (2018). Volunteer Tourism as a Sustainable Form of Tourism- The Case of Organized Events. *Sustainability*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/su10051468>

- Project Volunteer Nepal (2020). *The Danger of Commercial Voluntourism*. <https://www.projectvolunteernepal.org/responsible-volunteering/voluntourism/poverty-aesthetics/>
- Proyrungroj, R. (2020). Volunteer Tourism: Motivations of Thai Tourists and Western Tourists. *European Journal of Tourism Research* 24. <https://ecoclub.com/about/all-articles/23-reviews/1302-200122-volunteer-tourism-motivations>
- Robinson, M., i Smith, M. (2006). Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)presentation. *Tourism and Cultural Change*, 7. <https://doi.org/10.21832/9781845410452>
- Rosenberg, T. (2018, setembre 13). The business of voluntourism: do western do-gooders actually do harm?. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/news/2018/sep/13/the-business-of-voluntourism-do-western-do-gooders-actually-do-harm>
- Salvador, M. (2019). Turistas de voluntariado, ¿cuáles son sus motivaciones?. *Alba Sud*. <http://www.albasud.org/noticia/es/1132/turistas-de-voluntariado-cu-les-son-sus-motivaciones>
- Scheyvens (2002). *Tourism for Development: Empowering Communities*. Pearson Education. https://books.google.es/books?hl=en&lr=&id=AEhO7x49Q_YC&oi=fnd&pg=PR10&dq=Tourism+for+Development:+Empowering+Communities&ots=W03yrMAa7F&sig=vYCWfYTu3EmKcqYfTaj8gVcaoVs#v=onepage&q=Tourism%20for%20Development%3A%20Empowering%20Communities&f=false
- Simpson, K. (2004). 'Doing development': the gap year, volunteer-tourists and a popular practice of development. *Journal of International Development*, 16(5), 681-692. <https://doi.org/10.1002/jid.1120>
- Sin, H.L. (2009), Volunteer tourism- "Involve me and I will learn?". *Annals of Tourism Research* 36(3), 480-501. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.001>
- Stein, Y.R., (2017). *Volunteering to Colonize: a Cost-Benefit Analysis of the Impacts of Voluntourism*. (Treball de fi de Grau, Portland State University, Estats Units d'Amèrica). <https://doi.org/10.15760/honors.410>

- Taheri, B. i Thompson, J. (2020). Capital deployment and exchange in volunteer tourism. *Annals of Tourism Research*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102848>
- Tourism Research and Marketing (TRAM) (2008). *Volunteer tourism: a global analysis, a report*. ATLAS. <https://trove.nla.gov.au/version/46404931>
- Voluntarios en el mundo (n.d.). *Testimonios voluntariado*. <https://voluntariosenelmundo.com/comparte-tu-experiencia/>
- Ye, S. (2019, agost 30). Turismo de voluntariado, un arma cargada de buenas intenciones. *Cuarto Poder*. <https://www.cuartopoder.es/sociedad/2019/08/30/turismo-de-voluntariado-un-arma-cargada-de-buenas-intenciones/>
- Zerva, K. (2018). *Netnography, Internet Market Research: Assignatura Anàlisi estratègica de mercats turístics, Udg* [Apunts acadèmics]. UdGMoodle.