

ANEXO

**POR UN TURISMO CULTURAL SOSTENIBLE.
DECLARACIÓN DEL CONSEJO INTERNACIONAL DE
MUSEOS (ICOM) Y LA FEDERACIÓN MUNDIAL
DE AMIGOS DE LOS MUSEOS (FMAM) EN PRO DE UN TURISMO
CULTURAL SOSTENIBLE EN EL MUNDO ENTERO. 2007.**

El ICOM y la FMAM se han asignado la misión ética de velar por que el turismo respete las culturas del mundo entero en su interacción con ellas, y también porque las conductas y los enfoques relacionados con el turismo tengan en cuenta no sólo el patrimonio cultural e inmaterial del pasado de los pueblos, sino también las expresiones actuales de su cultura.

El conocimiento de los lugares de destino de las corrientes turísticas, de las culturas presentes en ellos, de su patrimonio natural e histórico, de su valor científico específico y de su belleza tiene que contribuir a un mejor entendimiento de estos elementos por parte de las poblaciones locales y, por consiguiente, a un fortalecimiento de su autoestima y su identidad cultural.

El turismo cultural sostenible atañe a muchos grupos de personas, lugares y entidades: los turistas y las poblaciones locales; los museos, sitios arqueológicos y paisajes; y las empresas turísticas y los poderes públicos.

De ahí que sea necesario sensibilizar a todos ellos al turismo sostenible y asesorarles sobre las prácticas idóneas en materia

de gestión de las corrientes turísticas. En efecto, el turismo sostenible no atañe exclusivamente a los turistas que visitan países extranjeros, tal como se dice en el documento “El turista y viajero responsable”, sino también a los numerosos turistas nacionales –escolares, miembros de asociaciones, etc.– cuyas visitas tienen repercusiones idénticas en los museos y monumentos.

Para alcanzar estos objetivos, los museos deben dirigirse a los turistas de una forma mucho más directa de lo que han hecho hasta ahora. El contenido educativo de un museo debe contribuir a un mejor conocimiento de la historia, la cultura y el entorno de los pueblos, así como a promover una evolución en las conductas de sus visitantes y fortalecer los valores de la tolerancia. En última instancia, esto conducirá a respetar los modos de vida, las religiones, las ideas y las costumbres sociales diferentes de las propias, haciendo además que el turismo sea más compatible con el entorno.

El ICOM y la FMAM estiman que los turistas que conocen mejor las culturas y reservas naturales visitadas y están más preparados para el contacto con ellas, contribuyen positivamente al desarrollo sostenible,

así como a la protección de las sociedades y los paisajes que van a contemplar. De ahí la importancia de suministrar a los turistas los conocimientos y la preparación necesarios. Esto es imprescindible porque, con frecuencia, su conducta se aleja mucho de la observada en su vida cotidiana y se atiene a esquemas sociales y educativos que no corresponden forzosamente a las expectativas o puntos de vista de los que viven en los lugares que visitan.

Por eso, el ICOM y la FMAM desean incitar a los viajeros –y también a las poblaciones autóctonas de los lugares turísticos– a que se informen sobre cómo el turismo masivo puede desembocar en una “turistificación” de las sociedades y los lugares visitados, que con frecuencia es un reflejo de los deseos de los turistas (cultura del ocio) e influye en la cultura del país de destino no sólo a nivel de los servicios, sino en un plano mucho más general. Los viajeros tienen que ser conscientes de las repercusiones del turismo en el plano económico, pero también deben entender que algunas de sus expectativas y actitudes pueden suponer una amenaza para la ordenación del territorio y la naturaleza, así como provocar una modificación en la conducta de las poblaciones visitadas.

“Disfrutar sin destruir” ha de ser, en última instancia, el objetivo de todos los protagonistas de las actividades turísticas.

El ICOM y la FMAM consideran que la modificación de las conductas y un mejor entendimiento conducen a nuevas formas globales de preservación de los ecosistemas en los lugares turísticos y contribuyen

a proteger el carácter único de la cultura del conjunto de las comunidades visitadas, y no sólo de la fracción de la población local directamente interesada por el turismo.

El ICOM y la FMAM tienen la firme convicción de que los museos y los amigos de éstos pueden contribuir considerablemente –en el plano educativo, cultural y político– al desarrollo sostenible del turismo, ayudando así a la UNESCO a alcanzar los objetivos del Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible (2005-2014).

El ICOM y la FMAM estiman que la Propuesta del ICOM para una Carta de Principios sobre Museos y Turismo Cultural, formulada en la conferencia celebrada en Perú y Bolivia el año 2000, constituye un marco común para la futura labor en pro de un turismo cultural sostenible. Algunos de sus párrafos deben ser objeto de una atención especial, a saber:

Introducción

“El patrimonio cultural no puede convertirse en un producto de consumo, ni en el objeto de una relación superficial con el visitante. En la medida en que el turista llegue a identificarse con el patrimonio, podrá tomar conciencia de su valor y de la importancia que reviste su conservación, convirtiéndose así en un aliado de los museos”.

Principio 3

“En lo que respecta al turismo cultural, los museos deben promover la participa-

ción activa de las comunidades locales en el planeamiento de la gestión del patrimonio y las actividades turísticas”.

“Los museos deben alentar a las comunidades a administrar su patrimonio cultural, para lo cual deben incitarles a capacitarse adecuadamente”.

Principio 4

“Es importante planear itinerarios turísticos mediante programas temporales que se ajusten a los periodos de vacaciones de la población local y ofrezcan posibilidades alternativas a los turistas extranjeros”.

“Los museos y el turismo cultural deben propiciar la interacción de los visitantes con la comunidad que los hospeda, en un contexto que respete los valores y la hospitalidad de ésta”.

El ICOM y la FMAM aprueban también los documentos redactados por la Organización Mundial de Turismo (OMT): el Código Ético Mundial para el Turismo de 1999, adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2001, en el que se dice que “las políticas y actividades turísticas tienen que llevarse a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras. Se tiene que conceder particular atención a la protección y a la rehabilitación de los monumentos, santuarios y museos [...]”; y el folleto “El turista y viajero responsable” publicado en 2005.

Ambas organizaciones están firmemente convencidas de que, tal como se dice en la Carta Internacional sobre Turismo Cultural del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), “la planificación de la conservación y del turismo en los sitios con patrimonio, debería garantizar que la experiencia del visitante le merezca la pena y le sea satisfactoria y agradable”.

La UNESCO, el ICOMOS y la OMT han elaborado sendas cartas sobre el turismo. Estos documentos son importantes, pero parecen centrarse más o menos exclusivamente en los países anfitriones del turismo y sus instituciones, haciendo hincapié en las medidas que se han de tomar y adoptando una posición defensiva para proteger los bienes históricos y culturales.

Pero, ¿quiénes se interesan por los turistas? ¿Quiénes tratan de hacerles participar activamente en ese proceso? Con demasiada frecuencia los códigos y las estrategias parecen limitarse a una serie de declaraciones normativas que tratan al visitante como un ente pasivo, sin tratar de involucrarlo. Esto no quiere decir que no haya códigos de conducta establecidos para los visitantes.

Habida cuenta de que es el tercer sector de la economía mundial por su importancia, el turismo, ya sea nacional o internacional, tiene una gran repercusión en todo el mundo. Los museos están presentes en todo el planeta y su influencia se ejerce sobre las personas tanto en las regiones de procedencia del turismo como en las de su destino. Esto ofrece a los museos grandes posibilidades de éxito en su labor educativa encaminada a sustituir las ideas rígidas sobre la

cultura y el uso de los recursos naturales por una concepción dinámica de la primera y una gestión de los segundos compatible con el medio ambiente.

Los museos tienen que involucrarse más en los temas relacionados con el turismo, no sólo para estar en condiciones de ejercer una influencia en los encargados de la adopción de decisiones en el plano económico y gubernamental a la hora de planear políti-

cas, sino también para llegar a los turistas de forma más directa.

El ICOM y la FMAM han contraído un compromiso con la tarea de sensibilizar a los museos del mundo entero y sus amigos al tema del turismo cultural sostenible mediante las actividades de ambas organizaciones realizadas a nivel mundial, entre las que figura la celebración del Día Internacional de los Museos.