

Código Ético Mundial para el Turismo

Turismo y ética, otro mundo es posible

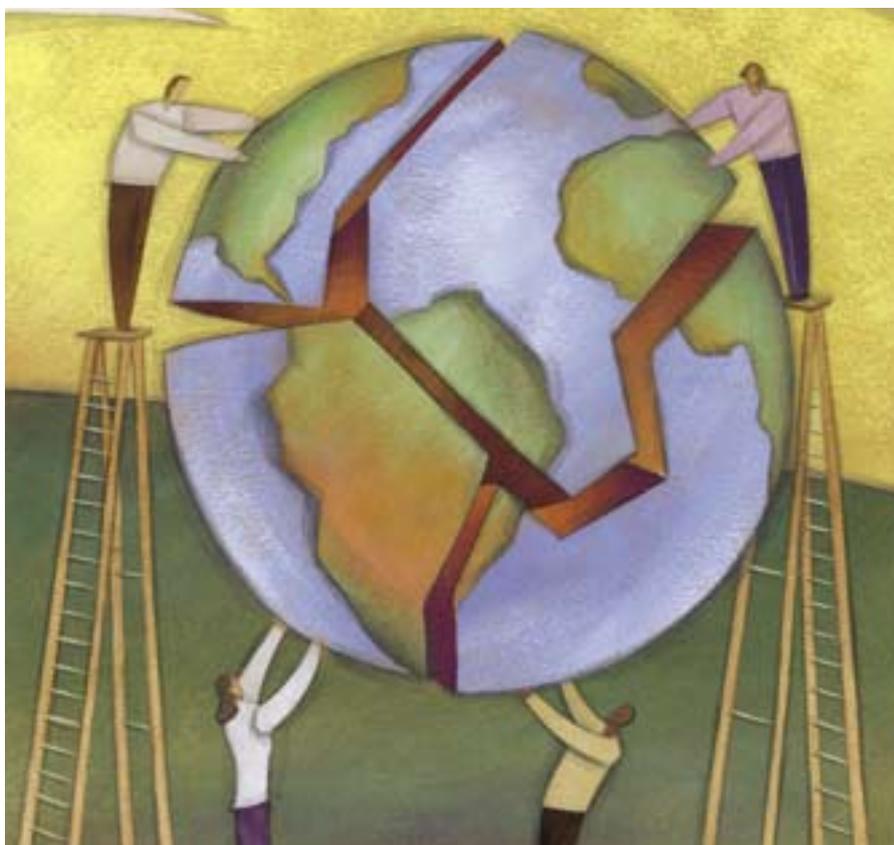
Cuando se nos planteó hace un año la posibilidad de colaborar con la Organización Mundial del Turismo (OMT) en la tarea de desarrollar los “criterios y parámetros de aplicación” del Código Ético Mundial para el Turismo no lo dudamos ni un instante. Teníamos ante nosotros un reto que enlazaba directamente con nuestro compromiso educativo y profesional, que solemos sintetizar en pocas pero ambiciosas palabras como: la humanización del turismo.

La educación siempre ha sido considerada como un “camino largo” para la transformación positiva de las personas y de las sociedades. Para nosotros, la educación turística es un camino mayor para “humanizar el turismo”, para incorporar una visión ética que promueva el devenir de un turismo responsable. Por ello, estar elaborando los criterios para aplicar el Código Ético de la OMT y las pautas para su concreta aplicación, facilitando la tarea al Comité Mundial de Ética para el Turismo, nos parece una tarea apasionante y comprometida.

Un fenómeno global

El turismo es uno de los fenómenos sociales más relevantes que aparecen en la segunda mitad del siglo XX. Actualmente, se está convirtiendo en el primer sector de la economía mundial y sus tasas previstas de crecimiento así lo confirman. Es una actividad presente en todo el mundo y de especial relevancia en España, uno de los países líderes del sector. El turismo internacional significa millones de personas (actualmente más de 700) que viajan a otro país como “huéspedes” en el transcurso de un año, y muchos millones más que actúan como “anfitriones” de estos viajeros.

El turismo representa una realidad de descubrimiento, encuentro y diálogo entre los seres humanos con un potencial extraordinario. Como fenómeno de masas relativamente reciente ha gozado de una considerable atención desde el punto de vista de los negocios y la generación de riqueza, pero aún está insuficientemente pensado e investigado como fenómeno social y de intercambio cultural, y escasamente orien-



tado desde la perspectiva económica hacia la cooperación al desarrollo.

El turismo como fenómeno universal es un escenario, y a la vez una encrucijada, en el que se visibilizan y plantean las grandes cuestiones de nuestro tiempo: las referidas al descubrimiento y el encuentro entre los hombres y los pueblos, las que afectan a la sostenibilidad y a la cooperación en el desarrollo económico, las que posibilitan el diálogo intercultural y la conservación del patrimonio y la tra-

dicción. Son cuestiones en las que se puede intervenir más allá de la base económica o material. Son cuestiones, en suma, donde se puede intervenir en la base moral, incluso espiritual, de las sociedades.

Ética y turismo

Decir a estas alturas que el turismo no es “la industria sin humo” no es ninguna novedad, pues cada vez son más los que están de acuerdo con el conocido proverbio asiático que dice que “el turismo es como el fuego:



350 miembros entre empresas, instituciones y organismos de los sectores público y privado. El Código Ético Mundial para el Turismo fue adoptado el 30 de octubre de 1999 por su Asamblea General.

Por otra parte, la Asamblea General de la ONU en su resolución 56/212, de finales del año 2001, reconoció “la importante dimensión y el papel del turismo como instrumento positivo para aliviar la pobreza y mejorar la calidad de vida de todas las personas, su potencial para contribuir al desarrollo económico y social, especialmente en los países en desarrollo, y su incipiente papel de fuerza vital para la promoción del entendimiento, la paz y la prosperidad a nivel internacional.” Señalaba más adelante que alentaba a la OMT a promover el seguimiento eficaz del Código Ético Mundial para el Turismo, invitando a los gobiernos y a los sectores interesados a introducirlo en leyes, normas y prácticas profesionales.

El Código Ético Mundial para el Turismo es un conjunto amplio de principios cuyo propósito es orientar a los agentes interesados en el desarrollo del turismo para que lo desarrollen de forma sostenible y responsable.

Comité Mundial de Ética del Turismo

El Comité Mundial de Ética del Turismo se creó de conformidad con el mencionado artículo 10 del Código. El Consejo Ejecutivo de la OMT aprobó la composición del Comité, de once miembros, que eligió como presidente en su primera reunión al Sr. Diego Cordovez, antiguo secretario general adjunto de las Naciones Unidas.

sirve para cocinar, pero también puede incendiar la casa”. Es decir, que el turismo sea beneficioso o perjudicial depende, al fin y al cabo, del uso que las personas hagamos de él. Esto nos lleva directamente al terreno de la ética, al terreno del “deber ser”.

Toda actividad realizada por y con seres humanos debe ajustarse a tres principios éticos básicos, a saber: el respeto a las personas, la búsqueda del bien y la justicia. Se suele estar de acuerdo, en general, en que estos principios, que en teoría tienen igual fuerza moral, son los que deben orientar el ejercicio de las actividades humanas ya sean profesionales, empresariales, de ocio, de investigación o de cualquier otro tipo.

1 El respeto a las personas (respeto a la dignidad y la integridad de la persona) incorpora al menos dos consideraciones éticas fundamentales: el respeto a la autonomía, que exige que a quienes tienen la capacidad de autodeterminación, esto es, considerar responsablemente los pro y los contra de sus decisiones, se les debe tratar con el debido respeto, y la protección de las personas con autonomía menoscabada o disminuida, que exige que quienes sean dependientes o vulnerables reciban resguardo contra el daño o el abuso.

Toda actividad realizada por y con seres humanos debe ajustarse a tres principios éticos básicos: el respeto a las personas, la búsqueda del bien y la justicia

2 La búsqueda del bien se refiere a la obligación ética de lograr los máximos beneficios y de reducir al mínimo el daño y el error. Este principio da origen a normas que estipulan que los riesgos de la actividad sean razonables frente a los beneficios previstos, que el diseño de la actividad sea acertado para minimizar los riesgos y que los agentes implicados sean competentes para realizar la actividad y para salvaguardar el bienestar de las personas que participan en ella. Es pertinente hacer aquí, cuando del ejercicio de una actividad profesional o empresarial se habla, la distinción entre el “bien interno” propio de dicha actividad, que es la aportación al bien común que legitima socialmente la actividad,

y el “bien externo”, que es la compensación en forma de prestigio, poder o dinero que se obtiene por el ejercicio de la misma.

3 El principio de justicia (también llamado de equidad) implica la obligación moral que tiene todo ser humano de respetar los derechos de los demás, siempre de forma imparcial, y de contribuir al reparto de las cargas y beneficios, de tal manera que los miembros o colectivos menos privilegiados de la comunidad reciban una atención especial. En la práctica las consecuencias más importantes de este principio se concretan en la obligación de respetar el derecho de los demás a la autonomía (autodeterminación) y de dar prioridad a las personas o grupos más vulnerables o más expuestos a riesgos de la comunidad.

En el trabajo que estamos realizando para la OMT, los criterios éticos de referencia enumerados para cada artículo del Código Ético están orientados a la aplicación de los mencionados tres principios en las actividades turísticas. Teniendo presente que el turismo es ante todo una actividad humana, en cuyo núcleo se encuentra la relación entre personas, unos como anfitriones y los otros como invitados o huéspedes, y

que a su alrededor se ha configurado una potente industria de bienes y servicios, se plantea necesariamente la pertinencia de estos principios éticos en el desarrollo de las actividades turísticas de cara a un mejor conocimiento y comprensión entre las personas, los pueblos y las culturas. Este sería, en definitiva, el bien interno de la actividad turística.

Código Ético Mundial para el Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es la única organización intergubernamental que representa un foro mundial en política y cuestiones turísticas. Entre sus miembros figuran alrededor de 150 países y territorios, así como más de

El cometido asignado al Comité Mundial de Ética del Turismo por la Asamblea General es triple, y tiene encomendado actuar como: organismo encargado de promover la difusión del Código; organismo responsable de evaluar y supervisar su aplicación; y organismo que entiende en la solución de litigios respecto de la aplicación o la interpretación del Código.

Con el fin de desempeñar eficazmente estas funciones, el Comité decidió llevar a cabo una campaña mundial de sensibilización sobre el Código y emprender una completa encuesta entre los estados miembros y los miembros afiliados de la OMT con el propósito de evaluar su grado actual de aplicación. Además, encargó la preparación de unos parámetros de aplicación de los principios generales del Código, que es el trabajo del cual nos venimos ocupando el equipo de trabajo de ESADE - Turismo Sant Ignasi.

Parámetros de aplicación

Los parámetros de aplicación del Código permiten desarrollar y concretar los diversos artículos. En primer lugar, los parámetros identifican a los agentes turísticos implicados (por ejemplo, las administraciones, los touroperadores, los turistas,



etc.). En segundo término, se listan los principios éticos que prevalecen en cada apartado (como por ejemplo, la libertad de movimiento de los viajeros o el desarrollo sostenible del turismo). Finalmente, sirven para recomendar indicadores de aplicación de los mecanismos que garantizan los derechos del Código Ético Mundial para el Turismo. De ese modo, se puede instar a los gobiernos, por ejemplo, a desarrollar políticas de información específicas para turistas en determinados destinos, o bien a crear oficinas para turistas que velen por el cumplimiento de los principios del Código, reflejándolos en normativas locales.

Cuando el Comité apruebe los parámetros de aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo, cualquier agente de desarrollo turístico (ADT) podrá acudir al Comité Mundial de Ética si cree que se

ha vulnerado un derecho reconocido en la normativa. Sin embargo, las resoluciones de este Comité de la OMT no serán vinculantes. Actuarán como medida de presión a los gobiernos o a las entidades implicadas. El Código Ético Mundial para el Turismo sólo tendrá fuerza vinculante cuando los gobiernos lo introduzcan en las leyes de su país, tal y como la Asamblea General de las Naciones Unidas ha recomendado.

Humanizar la globalización

Vivimos en un mundo cada vez más complejo e interrelacionado. El turismo, por ser una industria intensiva en recursos humanos, por su carácter internacional, por su dinamismo creciente, por su potencialidad intercultural, puede y ha de ser una de las palancas privilegiadas para “humanizar” la globalización. Ésta tiene importantes “áreas de malestar” y el turismo puede ahondarlas más si va de la mano de un desarrollo insostenible e insolidario. Por contra, un turismo bien pensado y con una profunda motivación ética, tiene un gran potencial al servicio de las relaciones interculturales y el conocimiento de la diversidad humana, cultural y ecológica. Así mismo, una apropiada concepción del turismo puede contribuir al enriquecimiento personal y social, así como al desarrollo económico de todos.

Para ello, debemos favorecer y promover cuantas instancias e iniciativas empujen en esta dirección. Los organismos internacionales, los códigos éticos y los actores del turismo pueden contribuir decisivamente a ello. Pero todos nosotros, en la medida en que vivimos inmersos en la actividad turística, ya sea como anfitriones o como invitados, tenemos una especial responsabilidad para que efectivamente el turismo sea la primera industria de la paz y de la construcción de confianza en el mundo. E

CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO

Preámbulo

Afirma la importancia de la promoción y el desarrollo del turismo con el fin de contribuir al crecimiento económico, a la comprensión internacional, a la paz y a la prosperidad de los países, así como el respeto a los derechos humanos y la observancia de las libertades fundamentales.

En los nueve primeros artículos se esbozan las reglas de juego para los destinos, gobiernos, touroperadores, planificadores, agentes de viajes, trabajadores y los propios turistas o viajeros, que son los agentes de desarrollo turístico (ADT) destinatarios del Código. El décimo artículo incluye la rectificación de los agravios y fija, por primera vez en un código de esta índole, un mecanismo para su aplicación.

- Art. 1-** Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.
- Art. 2 -** El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.
- Art. 3 -** El turismo, factor de desarrollo sostenible.
- Art. 4 -** El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.
- Art. 5 -** El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.
- Art. 6 -** Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.
- Art. 7 -** Derecho al turismo.
- Art. 8 -** Libertad de desplazamiento turístico.
- Art. 9 -** Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.
- Art. 10 -** Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo.

Jordi Ficapal, profesor de ESADE-Escuela Universitaria de Turismo Sant Ignasi

Enrique López Viguria, profesor y director de ESADE-Escuela Universitaria de Turismo Sant Ignasi