

# CÓDIGO DE ÉTICA DEL TURISMO CULTURAL

*en cooperación con:  
Alliance Internationale de Tourisme  
Fédération Internationale de l'Automobile  
Automobile Club d'Italia*

El incremento sin precedentes del número de turistas y la tendencia correspondiente hacia la progresiva masificación del fenómeno, supone la urgente necesidad de abordar los problemas asociados a un turismo de calidad y a la protección del patrimonio cultural de un país, del uso excesivo o impropio.

Por lo tanto, es necesario determinar las modalidades y los recursos para un acceso eficiente, de manera que favorezcan el conocimiento de los múltiples atributos del patrimonio cultural y desarrollen simultáneamente formas de "turismo sostenible" que no pongan en peligro el equilibrio del medio ambiente.

## **BIENES CULTURALES**

*El patrimonio cultural de un país es el resultado de la evolución histórica y artística, y, como tal, garante de la preservación de su propia identidad.*

Este patrimonio está compuesto de bienes, tanto materiales como culturales, que, gracias a su vínculo con la historia, las artes y en general con la cultura de una comunidad, son el testimonio no sólo de las costumbres y tradiciones de un país, sino y por encima de todo, de sus raíces espirituales.

A tal fin, las instituciones u organismos privados que administran dichos bienes están llamados a promover el adecuado conocimiento mediante documentación útil y adecuada, al mismo tiempo que favorezcan su aprovechamiento.

## **PATRIMONIO UNIVERSAL**

*Si bien los bienes culturales, en el amplio sentido de la palabra, tienen un valor universal y constituyen patrimonio de la humanidad, es interés del público en general velar para que se proteja y se haga el mejor uso posible.*

El arte y la cultura son parte integrante de la complejidad de la historia de la civilización, aun cuando son expresiones de características 'diferentes' e inconfundibles de un pueblo. Los bienes culturales, al mismo tiempo, permiten resaltar las características comunes de una y otra cultura, características que facilitan el encuentro de los hombres y favorecen la emergencia de la comunidad internacional.

## **TURISMO CULTURAL**

*El turismo concebido en torno al patrimonio cultural tiene una relación con la civilización que los ha creado, hecho que constituye el encuentro con una cultura nueva y a menudo diferente, incrementa el saber y los conocimientos, al mismo tiempo que enriquece la personalidad.*

El aprovechamiento del tiempo de descanso y la libre decisión de su utilización constituyen un derecho individual, reconocido por la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Art. 24) y contribuye al desarrollo de la persona humana.

En aras del interés general todas las diferentes formas de turismo usualmente practicadas deben adquirir, cada vez más, características de orden cultural.

El pleno uso del patrimonio cultural, más que simple relación con una cosa o un evento, proporciona ocasión para adquirir nuevos conocimientos o para profundizar en los mismo. Por esta razón, lejos de ser una mera fuente de ingresos, el turismo cultural es una ocasión de enriquecimiento espiritual.

## **AMISTAD Y SOLIDARIDAD**

*El patrimonio cultural actúa como un medio de entablar amistad entre los seres humanos y de solidaridad entre los pueblos.*

El turismo cultural lleva a la gente de todas las partes del mundo a ponerse en contacto con comunidades de diferentes orígenes y con diferente bagaje cultural. En consecuencia, al fomentar a través de él la amistad entre los hombres y mas mejores relaciones, el turismo se convierte en una condición esencial para el crecimiento de la comunidad nacional e internacional.

El turismo cultural constituye en sí un auténtico factor de paz y solidaridad.

## **PREPONDERANCIA DEL INTERÉS COLECTIVO**

*El turismo cultural debe poder desarrollarse fácilmente en el estricto respeto de la propiedad y de los títulos de propiedad de los bienes respectivos.*

Un riesgo conexo que hay que prevenir activamente es que el turismo se convierta en una actividad comercial incompatible con la conservación de los bienes en cuestión.

La significación universal de los bienes culturales supone que los propietarios o poseedores faciliten el uso según reglas y disposiciones generalmente reconocidas.

La condición básica para que los agentes profesionales del turismo exploten el patrimonio cultural es la de garantizar su integridad; en consecuencia, estas exigencias deben adecuarse a los fines, medios, formas comerciales y comportamientos necesarios.

## **CULTURA DEL TURISMO**

*Condición adicional para una correcta relación entre actividades turísticas y patrimonio cultural es una adecuada formación de todos los actores que intervengan y la puesta a disposición del público en general de información adecuada para acrecentar el conocimiento y la difusión de los valores inherentes a esta forma de patrimonio.*

Los bienes culturales no son simples recursos económicos y su aprovechamiento no puede ser equiparado a la utilización de un artículo de consumo. Los propietarios y administradores del patrimonio cultural de un país, los dirigentes de las instituciones, todos aquellos encargados de la planificación económica, así como los operadores turísticos y los propios habitantes del lugar en que se encuentran los bienes culturales deben darse cuenta de que éstos son únicos y no renovables y comprender su valor, es decir, ser capaces de medir las repercusiones del turismo en su justa dimensión.

Este objetivo sólo puede ser alcanzado si se establecen oportunidades de formación apropiadas que permitan adquirir suficientes elementos de juicio y reglas de comportamiento además de una adecuada formación profesional.

De su parte, los turistas deben ser plenamente conscientes del valor cultural de todo contacto con el patrimonio, así como de la importancia de captar la plena significación, la información útil y la enseñanza que contiene.

El aspecto cultural del turismo debe ser fuertemente motivado, no simplemente de manera ocasional y menos aún por casualidad. Un turista interesado en profundizar sobre la verdadera significación de un bien cultural no sólo asegura el uso correcto y la difusión del mensaje, sino que aporta incluso importantes beneficios a sus propietarios.

## **CONDICIONES DE HOSPITALIDAD**

*El turismo cultural requiere el conocimiento profundo de las normas de hospitalidad en armonía con las necesidades de las comunidades locales.*

La promoción de los bienes culturales significa “atraer” categorías específicas de turistas, lo que a su vez requiere garantizar servicios de alojamiento acorde con los estándares de lo anunciado y de acuerdo con los estilos propios de este sector del turismo.

Además de información adecuada, se debe garantizar servicios y acogida apropiados, alojamiento de alta calidad y otros servicios dispensados sin que intervenga discriminación de cualquier tipo.

Por su parte, los visitantes deben tener en cuenta la naturaleza específica no sólo de los usos y costumbres de cualquier país que visiten, sino también de la cultura. En particular, merecen especial reconocimiento las tradiciones y las creencias religiosas, así como los principios morales de los habitantes del lugar.

Los criterios expuestos en este **Código de Ética del Turismo Cultural** no pretenden dictar un reglamento a las instituciones o a las personas concernidas. Han sido desarrollados con el objeto de destacar principios universales capaces de promover formas de turismo acordes con los criterios que puedan regir el turismo cultural y alentar el sentido de responsabilidad de todos los individuos que trabajan directamente en el sector.

Este Código ha sido redactado con una referencia especial a las convenciones, recomendaciones y directivas formuladas en diferentes encuentros oficiales y expresamente elaborado para la intención de los organismos nacionales e internacionales, así como de los agentes profesionales directamente vinculados al sector.

Paestum, 5 de noviembre de 1999, 2º Intercambio Mediterráneo de Turismo Arqueológico  
Ravello, 13 de abril de 2000, Observatorio Europeo sobre Turismo Cultural