

RESUMEN: El presente artículo hace muestra los múltiples impactos del turismo en el sector económico de los países desarrollados, así como sus múltiples implicaciones en las comunidades de recepción y de origen del turismo (relaciones laborales, impacto económico y social, así como en la ecología y en los factores de sostenibilidad). Así mismo se presentan los diez artículos del Código Ético Mundial para Turismo, aprobado por la ONU, en su Resolución de 21 de diciembre de 2021.

ABSTRACT: Tourism has multiple impacts in the developed countries. In both ends, tourist-receiving or sending communities face many implications in their labour markets, economic development and social implications, as well as in the environment. This articles stresses the need for a normative guideline such as of the Global Code of Ethics for Tourism, approved by the UN in its Resolution of December 21, 2021.

PALABRAS CLAVE: ética; turismo; Código Ético Mundial para Turismo

KEYWORDS: ethics; tourism; Global Code of Ethics for Tourism

1. La Transcendencia del Turismo

El turismo es ese sueño de los seres humanos que se hace realidad en la búsqueda de lo que está más allá de su existencia, para conocer otras personas, otras culturas, otras tierras.

Con el turismo, las personas vuelan alto fuera de sus fronteras, navegan por mares no imaginarios y recorren otras ciudades y paisajes, compartiendo las emociones y sentimientos de sus poblaciones.

Constituye un modelo de creación de riqueza y de lazos de unión entre personas y naciones. Es una luz que orienta en la comprensión del comportamiento humano. Para quienes hacen turismo es una experiencia apasionante que permite y debe poner en acción los valores éticos de respeto, responsabilidad, solidaridad y compromiso, en todo lo que implica el inmenso mundo del turismo, el medio ambiente, la naturaleza y la biodiversidad.

El turismo es un factor vital para un futuro sostenible y justo para los seres humanos y es un deber hacer todos los esfuerzos para conseguirlo.

La definición de turismo de McIntosh y Goeldner (McIntosh&Goeldner 1995?) que consideraba a este como “el conjunto de los fenómenos y relaciones que tienen lugar debido a la interacción de los turistas, empresas, gobiernos y comunidades anfitrionas del proceso de atracción y hospedaje de tales turistas y otros visitantes”, se complementa con la inicial de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO), en adelante OMT : el turismo como un fenómeno social, cultural



y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocio.

La Asamblea General de las Naciones Unidas reconoció, en el año 2001, 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. (ONU, 2001)

En los recientes últimos años, después de la situación de incertidumbre económica de la crisis de 2008, de la inesperada pandemia Covid-19 y ahora con la impensable—“Hoy día rara vez los estados actuales se enfrentan en guerras clásicas los unos contra los otros” J. Andrews,— guerra en Ucrania instada por Rusia, con la subsiguiente crisis energética, el turismo se enfrenta ante el espectro del cambio climático. Esta es una nueva ocasión—por las características de la comunicación universal en la que, ahora, estamos instaurados—, para que el mundo tome conciencia de aquello que puede volver a amenazarle de forma también global, incorporando dosis de integridad moral a las actuaciones de los Organismos supra estatales, a los Estados, a las Comunidades, a las empresas y a las personas individuales.

No debemos olvidar, además, que el turismo es un sector económico clave y uno de los principales sectores económicos a nivel mundial. Crea riqueza y da trabajo a una de cada diez personas del planeta. Sumados los efectos directos e indirectos, el turismo genera el 9,8% del PIB mundial. Su impacto económico total actual a nivel mundial, según la World Travel & Tourism Council, supera otros sectores como la industria química (8,6%), la agricultura (8,5%), la educación (8,4%), la automoción (7%) o la banca (5,9%). Las previsiones de crecimiento del PIB turístico mundial que Oxford Economics realiza para WTTC son de un ritmo del 3,9% durante la próxima década, frente al aumento previsto para la economía mundial. Se trata de un crecimiento que supera a los previstos para el resto de sectores económicos, excepto las ventas minoristas, indica WTTC.

La OMT considera que transcurrido el periodo de pandemia en el que la actividad turística se redujo, el turismo vuelve a los crecimientos anteriores incrementándolos. Por lo que debe tenerse en cuenta ese rápido y continuo crecimiento de la actividad turística, ya sea de ocio, de negocios, cultural, religiosa o de salud y otros productos y segmentos turísticos de interés especial, y también sus poderosos efectos, tanto positivos como negativos, sobre el medio ambiente, la economía y la sociedad de los países generadores y receptores, sobre la comunidades locales y los pueblos indígenas, así como sobre las relaciones e intercambios internacionales.

El profesor Luis Fernando Jiménez Guzmán en su libro *Pensar las instituciones lúdicas. Una propuesta para interpretar de modo genealógico la historia conceptual del Turismo y demás culturas de la vida feliz*, se pregunta ¿Cómo se han pensado las instituciones lúdicas, particularmente el turismo, como culturas sociales construidas, como realidad llamada el mundo de la vida, el *lebenswelt*, en el lenguaje de Husserl, mundo que integra la construcción de una realidad de vida feliz que va evolucionando a lo largo de la historia de todos los pueblos y sociedades en una acción comunicativa permanente? ¿Cuál es hoy el pensamiento práctico sobre turismo al amparo de la nueva revolución científica hacia la tecnología y la virtualidad?

El turismo como un todo, un sistema, una complejidad en continuo cambio. Y el turismo como cultura que evoluciona aparece en un momento concreto de la historia de la humanidad, en el siglo XIX. El paso del saber abstracto al saber instrumental que busca el bienestar social. Se pretende una libertad y un bienestar provistos de felicidad, señala el autor aludiendo a Jeremy Bentham. Luego, se ha pasado de una visión predominantemente burguesa y elitista del turismo a otra que privilegia el turismo masivo, bullicioso y, en el extremo, destructor, para pasar a la del rescate y respeto de la naturaleza.

Sin embargo, esta concepción lúdica de Jiménez Guzmán es una de las caras de la misma moneda. Porque la otra cara es la de las comunidades y lugares destinatarios. En esta otra parte de la moneda se hallan los pueblos, sus culturas, su historia, sus paisajes. Y en esos lugares en donde se practica el turismo, sus habitantes, en un turismo sostenible, deben ser los beneficiarios de su uso y existencia.

Queda una tercera parte, el borde de la moneda que, configurándola y sosteniéndola, son los agentes turísticos. El conjunto de relaciones que estos protagonistas: turistas, comunidades anfitrionas, administraciones y empresas, desarrollan y llevan a cabo, es el turismo. Estos sujetos y objetos del turismo con sus interacciones de toda clase, cultural, económica, social, política, tecnológica, ecológica y medioambiental, constituyen una estructura compleja y multidisciplinar, en la que las organizaciones turísticas ya sean públicas como privadas, realizan las funciones de gestionarla y planificarla.

Este sistema turístico que comprende el desplazamiento de turistas, la permanencia en los destinos por un periodo determinado de tiempo, las visitas y actividades durante la estancia y los servicios y productos ofertados por las comunidades de destino, ha adquirido actualmente unas dimensiones tales que lo convierten en un sistema global a nivel mundial.

2. La Ética y la responsabilidad institucional ante el impacto del Turismo

El crecimiento turístico ha pasado de veinticinco millones de desplazamientos en 1950 hasta los mil trescientos millones hoy en día. Tiene todo el sentido *Repensar el Turismo* de la Organización Mundial del Turismo (OMT), para el año 2022, porque el turismo, hoy, plantea nuevos retos.

La ética, que es esa parte de la filosofía o de la sabiduría humana que reflexiona sobre el comportamiento humano proporciona los valores éticos que nos orientan en nuestras acciones. Se trata de *qué debo hacer* Kantiano. Una pregunta del filósofo alemán que acompaña a las personas en sus actuaciones para que estén de acuerdo con una recta moral. Otro filósofo Michel Foucault, dos siglos más tarde, nos indicará, señala Victoria Camps, que la cuestión moral tiene un terminante más radical "Qué somos" ante las instituciones y sus respectivos discursos, el poder, en suma, que son quienes ejercerán su dominio sobre el individuo instigando a éste teorías del yo (por ejemplo, hoy, las presentados como "calidad de vida" o "interés propio") y, en general, las formas de subjetivación que facilitarán su integración y control.

La aplicación de la ética a la actividad turística es de una magnitud inabarcable porque el campo de acción del turismo es de una extensión casi infinita. Determinar qué valores éticos o qué principios morales de han de aplicar a cada supuesto o área de actuación turística es realmente importante. Un modelo de turismo más sostenible y respetuoso con las personas y con el planeta es un turismo en el que el respeto se configura como un valor ético fundamental.

Respeto en todo tipo de actividades. En la práctica de cuantas actuaciones comprenden las áreas de calidad del empleo, la equidad social, y derechos humanos, el bienestar de la comunidad, el gobierno corporativo y la sostenibilidad medioambiental, no solo debe imperar el respeto, sino también deben estar presentes los ya citados valores éticos como la solidaridad, el compromiso, la eficiencia y la responsabilidad. Estos valores que integran a otros como la justicia, la dignidad y la igualdad, se encuentran recogidos en los principios que contienen los fundamentales textos del Código Ético Mundial para Turismo y e la Convención Marco sobre la Ética del Turismo.

Los agentes públicos y privados del desarrollo turístico deben cooperar a la aplicación de sus principios y controlar su práctica efectiva. Para ello, el liderazgo ético de estos agentes requiere personas con valores sociales y ambientales fuertes, y elevada exigencia ética así como una gobernanza basada en

la rectitud y el buen gobierno. Que promuevan una cultura de integridad y un clima de confianza en toda la organización.

El sector del turismo debe estar comprometido en la transformación hacia un sistema energético más sostenible. La relación del turismo con la naturaleza no debe ser invasiva, estableciendo políticas basadas en principios encaminados a conciliar la protección del medio ambiente, de no contaminación, de reducción de residuos con el desarrollo económico y lucha contra la pobreza.

Para Octave Gélienier una empresa bien dirigida enseña a sus miembros una ética de responsabilidad por las consecuencias de sus actos, una ética de replanteamientos para adaptarse a un entorno modificado, y una ética de atención a los demás y de compromiso, puesto que la regla de juego es el intercambio y no la presión. Esto significa que los entes públicos y privados que intervienen desde sus respectivas competencias, son depositarios de algo decisivo en el turismo que es la responsabilidad a largo plazo.

Adela Cortina cuando escribe para qué sirve realmente la ética expone una aseveración determinante: Si las gentes no tomamos nota de lo cara que sale la falta de ética, en dolor y en dinero, si no nos negamos decididamente a pagar ese astronómico precio, el coste de la inmoralidad seguirá siendo imparable. Y es tajante en su *Ética de la empresa*: La tarea de la ética aplicada no consiste sólo en la aplicación de los principios generales, sino en averiguar a la vez cuáles son los *bienes internos* que cada una de esas actividades debe proporcionar a la sociedad, qué *metas* debe perseguir, por tanto, cada una de ellas, y qué *valores y hábitos* es preciso incorporar para alcanzarlos.

La gestión de la ética en una organización es clave en la vida corporativa para fomentar la actividad en una base sostenible y en un entorno de respeto, más allá del respeto a las normas jurídicas.

¿Es consciente la sociedad en la que vivimos, de los innumerables conflictos, problemas o padecimientos que genera la ausencia de rigor ante actitudes no éticas en el turismo?

En este contexto un marco de referencia común en una organización que contenga los principios de conducta y las normas de comportamiento para todas las personas y grupos que la integran, se revela como instrumento necesario. Este instrumento es un código ético que exprese el compromiso, dentro del propósito de la organización, de respetar los principios fundamentales que en él se expresen.

Este compromiso se incardina en la ética discursiva de Jürgen Habermas (Cortina, 1995?) según la cual solo pueden pretender tener validez las normas que encuentran (o podrían encontrar) aceptación por parte de todos los afectados, como participantes en un discurso práctico, una norma solo será correcta si están dispuestos a darle su consentimiento tras un diálogo celebrado en condiciones de simetría. Tal ha sido el caso de la ONU con el turismo.

La ONU, en su Resolución de 21 de diciembre de 2021, como máxima responsable institucional a nivel mundial, tomó nota con interés del Código Ético Mundial para el Turismo aprobado por la OMT, en el que se enuncian los principios que deben guiar el desarrollo del turismo, – “qué y cómo debo hacer”– con el objeto de reducir al mínimo los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente y el patrimonio cultural al tiempo que se aprovechan al máximo los beneficios del turismo en la promoción del desarrollo sostenible y el alivio de la pobreza, así como el entendimiento entre las naciones.

3. EL Código Ético Mundial para el Turismo

El Código Ético Mundial para el Turismo es un hito en la permanente lucha de la Humanidad en conseguir que la ética esté presente en todas sus actividades y actuaciones.

La Organización Mundial del Turismo es pionera y claro ejemplo para los restantes sectores mundiales económicos, sociales, culturales y de toda clase, en elaborar y disponer de un instrumento de valor incalculable como es el Código Ético Mundial para el Turismo.

Consciente de su responsabilidad institucional ante el impacto del turismo, y como máximo órgano del turismo ante la vital importancia de dotar a este de un código ético, la OMT aprobó en 1999, mediante resolución de su decimotercera Asamblea General, el Código Ético Mundial para el Turismo. En el preámbulo de la resolución se hace referencia a los principios encaminados a conciliar sosteniblemente la protección del medio ambiente, el desarrollo económico y la lucha contra la pobreza, que formularon en 1992, las Naciones Unidas en la “Cumbre sobre la Tierra”.

La resolución pone de manifiesto su voluntad de fomentar un turismo responsable y sostenible que fomente una economía que le permita optimizar sus beneficiosos efectos de creación de actividad y empleo, conciliando economía y ecología, medio ambiente y desarrollo, y protección de las identidades sociales y culturales, con referencia a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, a Convenios Internacionales y a las recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo.

Es relevante la consideración de la OMT de que, en este proceso de redacción de Código Ético que busca promover un orden turístico mundial equitativo en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad, todos los agentes del desarrollo turístico –administraciones estatales, regionales y locales, empresas, asociaciones profesionales, trabajadores del sector, organizaciones no gubernamentales y organismos de todo tipo del sector turístico–, y también las comunidades receptoras, los órganos de la prensa y los propios turistas, ejercen responsabilidades diferenciadas pero interdependientes en la valorización individual y social del turismo, y que la definición de los derechos y deberes de cada uno contribuirá a lograr ese objetivo.

La Asamblea General advierte que estos instrumentos deben completarse con un conjunto de principios relacionados en su interpretación y aplicación, a los cuales los agentes del desarrollo turístico habrán de ajustar su conducta.

Del contenido del Código a partir de su siguiente artículo primero, se puede deducir lo que para el filósofo John Rawls constituye la primera virtud de las instituciones sociales, la justicia distributiva: Cómo se distribuyen los derechos y deberes en las instituciones sociales y de qué modo pueden conseguirse las máximas ventajas para la cooperación social en este caso el ejercicio del turismo. Aquí la equidad impregna al concepto de justicia y lo hace sustentándose en dos principios fundamentales: A. Asegurar para cada persona en una sociedad, derechos iguales en una libertad compatible con la libertad de los otros y B. Debe haber una distribución de bienes económicos y sociales tal que toda desigualdad debe resultar ventajosa para cada uno, pudiendo, además, acceder sin trabas a cualquier posición o cargo.

Artículo 1

Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades

1. La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.

2. Las actividades turísticas se organizarán en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores y con respeto a sus leyes y costumbres.

3. Tanto las comunidades receptoras como los agentes profesionales locales habrán de aprender a conocer y respetar a los turistas que los visitan, y a informarse sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas. La educación y la formación que se impartan a los profesionales contribuirán al recibimiento hospitalario de los turistas.

4. Las autoridades públicas tienen la misión de asegurar la protección de los turistas y visitantes de sus bienes. En ese cometido, prestarán especial atención a la seguridad de los turistas extranjeros, por su particular vulnerabilidad. Con ese fin, facilitarán el establecimiento de medios de información, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus necesidades. Los atentados, agresiones, secuestros o amenazas dirigidos contra turistas o trabajadores del sector turístico, así como la destrucción intencionada de instalaciones turísticas o de elementos del patrimonio cultural o natural, de conformidad con la legislación nacional respectiva deben condenarse y reprimirse con severidad.

5. En sus desplazamientos, los turistas y visitantes evitarán todo acto criminal considerado delictivo por las leyes del país que visiten, y cualquier comportamiento que pueda resultar chocante o hiriente para la población local, o dañar el entorno del lugar. Se abstendrán de cualquier tipo de tráfico de drogas, armas, antigüedades, especies protegidas, y productos y sustancias peligrosos o prohibidos por las reglamentaciones nacionales.

6. Los turistas y visitantes tienen la responsabilidad de recabar información, desde antes de su salida, sobre las características del país que se dispongan a visitar. Asimismo, serán conscientes de los riesgos de salud y seguridad inherentes a todo desplazamiento fuera de su entorno habitual, y se comportarán de modo que minimicen esos riesgos.

La responsabilidad es un principio fundamental en la vida y en la realidad de cuanto hace referencia al turismo. Se trata de pensar en la repercusión de lo que se va a hacer, responder de los actos (Max Weber). Los agentes turísticos y las personas en las actividades turísticas son responsables del buen hacer de cuanto se refiere a realizar, orientar, gestionar y administrar el turismo, porque la responsabilidad es ante todo una cuestión moral, previa a la regla social del derecho de reparar el daño causado.

Artículo 2

El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo

1. El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre los pueblos y culturas y su diversidad.

2. Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores y minusválidas, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos

3. La explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual, y en particular cuando afecta a los niños, vulnera los objetivos fundamentales del turismo y constituye una negación de su esencia. Por lo tanto, conforme al derecho internacional debe combatirse sin reservas con la cooperación de todos los Estados interesados, y sancionarse con rigor en las legislaciones nacionales de los países visitados y de los países de los autores de esos actos, incluso cuando se hayan cometido en el extranjero.

4. Los desplazamientos por motivos de religión, salud, educación e intercambio cultural o lingüístico constituyen formas particularmente interesantes de turismo, y merecen fomentarse.

5. Se favorecerá la introducción en los programas de estudios de la enseñanza del valor de los intercambios turísticos, de sus beneficios económicos, sociales y culturales, y también de sus riesgos.

La dignidad es un decisivo atributo del ser humano. Una persona, una organización, si es digna procura que sus acciones no perjudiquen a los demás. Habermas advierte un vínculo conceptual entre los conceptos de dignidad y derecho y sostiene que los Derechos Humanos han surgido de la resistencia contra el despotismo, la opresión y la humillación. La vulneración de la dignidad humana exige una actitud en su contra firme y coactiva.

Artículo 3

El turismo, factor de desarrollo sostenible

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

2. Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y evitar en lo posible la producción de desechos.

3. Se procurará distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y la economía local.

4. Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre. Los agentes del desarrollo turístico, y en particular los profesionales del sector, deben admitir que se impongan limitaciones a sus actividades cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables: regiones desérticas, polares o de alta montaña, litorales, selvas tropicales o zonas húmedas, que sean idóneas para la creación de parques naturales o reservas protegidas.

5. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizados, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.

La exigencia de desarrollar una ética del medio ambiente es consecuencia de la reflexión de cómo la humanidad debe actuar ante la múltiple degradación que ella misma infiere a la naturaleza y como consecuencia a sí misma. La destrucción o eliminación total o parcial de bosques y de ecosistemas de montes y costas para construcciones, edificaciones o actividades turísticas deberá estar severamente penalizada.

Hans Jonas formula su principio de responsabilidad como un imperativo de derecho ambiental "Actúa de tal modo que los efectos de tu acción sean compatibles con la permanencia de una vida humana en la tierra". El deber moral de proteger la naturaleza tiene su derivada en el deber moral de proteger la vida humana. La destrucción del medio ambiente está sometida a un crecimiento exponencial jamás

imaginado que pondrá en peligro en menos tiempo del previsible las condiciones de vida humana en la tierra, esto es, la supervivencia.

Otro filósofo, Peter Singer, reflexiona sobre las amenazas de las acciones que deterioran el medio ambiente y esquilman la naturaleza, y preconiza una ética que oriente las actuaciones de conservación. La salud del planeta se ve sometida a la presión insostenible de un inexorable cambio climático –las emisiones globales de co2 alcanzarán este año un nuevo record con 40.600 millones de toneladas, y los bosques y los océanos que son los únicos en el planeta que lo absorben, no podrán con tal cantidad–, y el turismo es consciente de ello con este artículo 3.

Artículo 4

El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad

1. Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. Las comunidades en cuyo territorio se encuentran tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares.
2. Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural, que deben proteger y transmitir a las generaciones futuras. Se concederá particular atención a la protección y a la rehabilitación de los monumentos, santuarios y museos, así como de los lugares de interés histórico o arqueológico, que deben estar ampliamente abiertos a la frecuentación turística. Se fomentará el acceso del público a los bienes y monumentos culturales de propiedad privada con todo respeto a los derechos de los propietarios, así como a los edificios religiosos sin perjuicio de las necesidades del culto.
3. Los recursos procedentes de la frecuentación de los sitios y monumentos de interés cultural habrán de asignarse preferentemente, al menos en parte, al mantenimiento, a la protección, a la mejora y al enriquecimiento de ese patrimonio.
4. La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folclore, y que no conduzca a su estandarización y empobrecimiento.

El Código marca los comportamientos que deben regir las conductas de quienes hacen turismo ante el patrimonio artístico, arqueológico y cultural de los lugares que visitan. El grado de estimación o aprecio exige una actitud de respeto. Porque el valor ético del respeto debe alcanzar a todas las manifestaciones de ese carácter que los seres humanos han creado en las comunidades en las que viven.

Artículo 5

El turismo, actividad beneficiosa de los países y las comunidades de destino

1. Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa o indirecta de empleo a que den lugar.
2. Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. La concepción urbanística y arquitectónica y el modo de explotación de las estaciones y de los medios de alojamiento turístico tenderán a su óptima integración en el tejido económico y social local. En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal.

3. Se prestará particular atención a los problemas específicos de las zonas litorales y de los territorios insulares, así como de las frágiles zonas rurales y de la montaña, donde el turismo representa con frecuencia una de las escasas oportunidades de desarrollo frente al declive de las actividades económicas tradicionales.

4. De conformidad con la normativa establecida por las autoridades públicas, los profesionales del turismo, y en particular los inversores, llevarán a cabo estudios de impacto de sus proyectos de desarrollo en el entorno y en los medios naturales. Asimismo, facilitarán con la máxima transparencia y la objetividad pertinente toda la información relativa a sus programas futuros y a sus consecuencias previsibles, y favorecerán el diálogo sobre su contenido con las poblaciones interesadas.

Este artículo alude a la solidaridad, una actitud que hace no dejar a otras personas a su suerte. La preocupación por alguien o algo y la acción para ayudarles cuando lo precisen. En el turismo la solidaridad hace que las comunidades locales puedan participar en las decisiones importantes, incluidos los estudios de impacto, apoyar a proyectos de desarrollo comunitario, crear oportunidades de empleo para la población local, proteger los recursos naturales, invertir en diseños arquitectónicos sostenibles, de eficiencia energética y de sistemas de gestión de recursos, en virtud de los cuales los proyectos de macrounurbanizaciones y las aglomeraciones hoteleras deberán ser rechazados.

Artículo 6

Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

1. Los agentes profesionales del turismo tienen obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estancia. Además, asegurarán la absoluta transparencia de las cláusulas de los contratos que propongan a sus clientes, tanto en lo relativo a la naturaleza, al precio y a la calidad de las prestaciones que se comprometen a facilitar como a las compensaciones financieras que les incumban en caso de ruptura de dichos contratos por su parte.

2. En lo que de ellos dependa, y en cooperación con las autoridades públicas, los profesionales del turismo velarán por la seguridad, la prevención de los accidentes, la protección sanitaria y la higiene alimentaria de quienes recurran a sus servicios. Se preocuparán por la existencia de sistemas de seguros y de asistencia adecuados. Asimismo, asumirán la obligación de rendir cuentas, conforme a las modalidades que dispongan las reglamentaciones nacionales y, cuando corresponda, la de abonar una indemnización equitativa en caso de incumplimiento de sus obligaciones contractuales.

3. En cuanto de ellos dependa, los profesionales del turismo contribuirán al pleno desarrollo cultural y espiritual de los turistas y permitirán el ejercicio de sus prácticas religiosas durante los desplazamientos.

4. En coordinación con los profesionales interesados y sus asociaciones, las autoridades públicas de los estados de origen y de los países de destino velarán por el establecimiento de los mecanismos necesarios para la repatriación de los turistas en caso de incumplimiento de las empresas organizadoras de sus viajes.

5. Los gobiernos tienen el derecho –y el deber–, especialmente en casos de crisis, de informar a sus ciudadanos de las condiciones difíciles, o incluso de los peligros con los que puedan encontrarse con ocasión de sus desplazamientos al extranjero. Sin embargo, les incumbe facilitar esas informaciones sin perjudicar de forma injustificada ni exagerada el sector turístico de los países receptores y los intereses de sus propios operadores. El contenido de las advertencias eventuales habrá, por tanto, de discutirse previamente con las autoridades de los países de destino y con los profesionales interesados. Las recomendaciones que se formulen guardarán estricta proporción con la gravedad de las situaciones reales y se limitarán a las zonas geográficas donde se haya comprobado la situación

de inseguridad. Esas recomendaciones se atenuarán o anularán en cuanto lo permita la vuelta a la normalidad.

6. La prensa, y en particular la prensa especializada en turismo, y los demás medios de comunicación, incluidos los modernos medios de comunicación electrónica, difundirán una información veraz y equilibrada sobre los acontecimientos y las situaciones que puedan influir en la frecuentación turística. Asimismo, tendrán el cometido de facilitar indicaciones precisas y fiables a los consumidores de servicios turísticos. Para ese fin, se desarrollarán y se emplearán las nuevas tecnologías de comunicación y comercio electrónico que, al igual que la prensa y demás medios de comunicación, no habrán de facilitar en modo alguno el turismo sexual.

Los actores del desarrollo turístico requieren ejercer una gobernanza basada en la responsabilidad y el respeto. En las organizaciones, ya sean grandes, medianas o pequeñas, incluso las de dimensiones muy reducidas, según sean las personas que las lideran: honradas, justas, leales, solidarias, o no lo sean, quienes las integran y a quienes alcancen las consecuencias de sus decisiones podrán desarrollar mejor su vida o, por el contrario, sufrirán de alguna forma. Si una persona líder no posee valores éticos su entorno tendrá dificultades para ponerlos en práctica. En toda organización, es decir, siempre que hay más de una persona, surgen conflictos, la dirección ética procura decididamente que el clima en el que desarrollan la actividad las personas sea bueno e imposibilite situaciones negativas de esta clase en la convivencia. Esto es absolutamente aplicable al turismo y a todos los entes, profesiones y personas a que hace referencia este artículo 6.

Artículo 7 Derecho al turismo

1. La posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta. La participación cada vez más difundida en el turismo nacional e internacional debe entenderse como una de las mejores expresiones posibles del continuo crecimiento del tiempo libre, y no se le opondrá obstáculo ninguno.

2. El derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la Declaración de los Derechos Humanos y en el artículo 7.d del Pacto internacional de Derechos Económicos, sociales y Culturales.

3. Con el apoyo de las autoridades públicas. Se desarrollará el turismo social, en particular el turismo asociativo, que permite el acceso de la mayoría de los ciudadanos al ocio, a los viajes y a las vacaciones.

4. Se fomentará y se facilitará el turismo de las familias, de los jóvenes y de los estudiantes, de las personas mayores y de las que padecen minusvalías.

Procurar la igualdad de oportunidades para que las personas interesadas puedan ejercer el turismo, tanto de forma individualizada como en grupo, es un objetivo que debe incluir el acceso de las personas con discapacidad y de las personas mayores, a las instalaciones y servicios turísticos, y el establecimiento de políticas logísticas y económicas que faciliten a estos sectores de la población el ejercicio del turismo.

Artículo 8 Libertad de desplazamiento turístico

1, Con arreglo al derecho internacional y a las leyes nacionales, los turistas y visitantes se beneficiarán de la libertad de circular por el interior de sus países y de un Estado a otro, de conformidad con el artículo 13 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y podrán acceder a las zonas de tránsito y estancia, así como a los sitios turísticos y culturales sin formalidades exageradas ni discriminaciones.

2. Se reconoce a los turistas y visitantes la facultad de utilizar todos los medios de comunicación disponibles, interiores y exteriores. Se beneficiarán de un acceso rápido y fácil a los servicios administrativos, judiciales y sanitarios locales, y podrán ponerse libremente en contacto con las autoridades consulares del país del que sean ciudadanos conforme a los convenios diplomáticos vigentes.

3. Los turistas y visitantes gozarán de los mismos derechos que los ciudadanos del país que visiten en cuanto a la confidencialidad de los datos sobre su persona, en particular cuando esa información se almacene en soporte electrónico.

4. Los procedimientos administrativos de paso de las fronteras establecidos por los Estados o por acuerdos internacionales, como los visados, y las formalidades sanitarias y aduaneras se adaptarán para facilitar al máximo la libertad de los viajes y el acceso de la mayoría de las personas al turismo internacional. Se fomentarán los acuerdos entre grupos de países para armonizar y simplificar esos procedimientos.

Los impuestos y gravámenes específicos que penalicen el sector turístico y mermen su competitividad habrán de eliminarse o corregirse progresivamente.

5. Siempre que lo permita la situación económica de los países de los que procedan, los viajeros podrán disponer de las asignaciones de divisas convertibles que necesiten para sus desplazamientos.

Este artículo se fundamenta, como así se indica, en el artículo 13 de la Declaración de los Derechos Humanos: Derecho a la libertad de movimiento que en sus apartados 1 establece "Toda persona tendrá derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un Estado" y 2 "Toda persona tiene derecho a salir de cualquier país, incluso del propio y a regresar a su país".

Artículo 9 Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

1. Bajo la supervisión de las administraciones de sus estados de origen y de los países de destino, se garantizarán especialmente los derechos fundamentales de los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas, habida cuenta de las limitaciones específicas vinculadas a la estacionalidad de su actividad, a la dimensión global de su sector y a la flexibilidad que suele imponer la naturaleza de su trabajo.

2. los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas tienen el derecho y el deber de adquirir una formación inicial y continua, adecuada. Se les asegurará una protección social suficiente y se limitará en todo lo posible la precariedad de su empleo. Se propondrá un estatuto particular a los trabajadores estacionales del sector, especialmente en lo que respecta a su protección social.

3. Siempre que demuestre poseer las disposiciones y calificación necesarias, se reconocerá a toda persona física y jurídica el derecho a ejercer una actividad profesional en el ámbito del turismo, de

conformidad con la legislación nacional vigente. Se reconocerá a los empresarios y a los inversores –especialmente en el ámbito de la pequeña y mediana empresa– el libre acceso al sector turístico con el mínimo de restricciones legales o administrativas.

4. Los intercambios de experiencia que se ofrezcan a los directivos y otros trabajadores de distintos países, sean o no asalariados, contribuyen a la expansión del sector turístico mundial. Por ese motivo, se facilitarán en todo lo posible, de conformidad con las legislaciones nacionales y las convenciones internacionales aplicables.

5. Las empresas multinacionales del sector turístico, factor insustituible de solidaridad en el desarrollo y de dinamismo en los intercambios internacionales, no abusarán de la posición dominante que puedan ocupar. Evitarán convertirse en transmisoras de modelos culturales y sociales que se impongan artificialmente a las comunidades receptoras. A cambio de la libertad de inversión y operación comercial que se les debe reconocer plenamente, habrán de comprometerse con el desarrollo local evitando que una repatriación excesiva de sus beneficios o la inducción de importaciones puedan reducir la contribución que aporten a las economías en las que estén implantadas.

6. La colaboración y el establecimiento de relaciones equilibradas entre empresas de los países emisores y receptores contribuyen al desarrollo sostenible del turismo y a una repartición equitativa de los beneficios de su crecimiento.

El artículo que antecede contempla pautas de conducta en un tema crucial para el turismo como es el trabajo. Ambos sectores, el turístico y el laboral requieren, en sus universos de derechos y deberes, la equidad social, una concienciación extrema y recíproca que permita el trabajo decente, el crecimiento inclusivo y el empoderamiento de las comunidades. Esto implica garantizar unas condiciones de trabajo dignas, la igualdad de oportunidades y de remuneración sin discriminación de géneros, la salud y la estabilidad de los trabajadores, incluido el caso de los trabajadores de temporada; dar prioridad a la mano de obra local; disponer de convenios colectivos, financiar el desarrollo profesional y la formación; y remuneraciones y condiciones justas, e integración de personas discapacitadas en las plantillas de las empresas.

Artículo 10

Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo

1. Los agentes públicos y privados del desarrollo turístico cooperarán en la aplicación de los presentes principios y controlarán su práctica efectiva.

2. Los agentes del desarrollo turístico reconocerán el papel de los organismos internacionales, en primer lugar, el de la Organización Mundial del Turismo, y el de las organizaciones no gubernamentales competentes en los campos de la promoción y del desarrollo del turismo, de la protección de los derechos humanos, del medio ambiente y de la salud, con arreglo a los principios generales del derecho internacional.

3. Los mismos agentes manifiestan su intención de someter los litigios relativos a la aplicación o la interpretación del Código Ético Mundial para el Turismo a un tercer organismo imparcial, denominado Comité Mundial de Ética del Turismo, con fines de conciliación.

De conformidad con este apartado tercero, el Comité Mundial de Ética del Turismo tiene las siguientes funciones:

- Supervisar, evaluar e informar sobre la aplicación del Código Mundial para el Turismo.

- La investigación y emisión de informes, recomendaciones y observaciones sobre cuestiones éticas relacionadas con el turismo; y
- La propuesta y aprobación de textos de convenios y otros instrumentos jurídicos sobre cuestiones específicas relacionadas con las disposiciones del Código Ético.

En este sentido, La Convención Marco sobre la Ética del Turismo, 2020, de la OMT, insistió en el objetivo de promover un turismo responsable, sostenible y universalmente accesible en el marco del derecho de todas las personas a utilizar su tiempo libre para el ocio o los viajes con respeto a las opciones de la sociedad de todos los pueblos. También asignó otras funciones al Comité Mundial de Ética:

- Fijar las modalidades de presentación y examen de los informes de la Conferencia de los Estados Partes.
- Adoptar un informe bianual sobre la aplicación e interpretación de la Convención. –
- Actuar, en su caso, como mecanismo de conciliación ante los Estados Partes y otros actores del desarrollo turístico.

Los principios que integran el Código Ético Mundial para el Turismo, junto a los criterios ESG (medioambiental, social y gobernanza) y los Objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas, son los pilares sobre los que se debe asentar el turismo. La Asamblea General de la ONU, en el mes de mayo de 2022, tuvo una sesión especial sobre el turismo en la cual se debatió sobre el papel fundamental del turismo en la recuperación inclusiva y el crecimiento económico. La asamblea puso de relieve la necesidad de contribuir a conseguir los objetivos de desarrollo sostenible con una actividad turística responsable y respetuosa con el medio ambiente.

Aunque este Código Ético Mundial es un perfecto resumen de las normas morales que deben cumplirse, no se trata actualmente de un cumplimiento legal sino ético.

La trascendencia que significa la suscripción de este Código ético por las empresas turísticas es absoluta. Al comprometerse a su aplicación y por lo tanto hacerse responsables de ello, todas sus actuaciones estarán acordes con sus artículos. Una función de *compliance ético* y de *control* posibilitará un mejor cumplimiento ético.

Los Poderes públicos deben procurar la aceptación del Código ético mundial en todo cuanto se relaciona con el turismo. En este sentido, las administraciones públicas que desarrollan permanentemente mecanismos de ayudas e incentivación deben, en este caso, facilitarlas para favorecer la actitud de quienes voluntariamente suscriban el Código ético mundial, y para quienes lo incumplan imponer normas restrictivas.

Dos ejemplos actuales, entre otros, son los grandes cruceros y la masificación del turismo centrada en determinadas ciudades. Un navío de cientos de miles de toneladas, miles de pasajeros y de personas empleadas y hasta veinte cubiertas, deja una huella de carbono superior a doce mil automóviles y de contaminación marina; y, por otra parte, el impacto negativo de la concentración de miles de personas en áreas reducidas de las ciudades. En el desarrollo de estas actividades pueden cumplirse todos los preceptos del Código o incumplirse uno o varios. De ahí la importancia de una adhesión previa del Código. Estos dos ejemplos son extensibles a la totalidad de los agentes turísticos.

Constituyó un avance el Compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial promovido por la OMT, abierto a la firma de empresas privadas del mundo entero. Al firmar el compromiso, las empresas prometen acatar, promover y aplicar los valores del desarrollo responsable y sostenible del turismo que defiende el Código. Se comprometen también a informar al Comité Mundial de ética del Turismo sobre el modo en que aplican los principios del Código en su gobernanza corporativa.

Es muy relevante que La Asamblea General de las Naciones Unidas invitase, en 2001, a los gobiernos y a otros interesados en el sector turístico –y aquí tienen cabida toda clase de administraciones públicas: Comunidades Autónomas, Diputaciones, Ayuntamientos y Organizaciones públicas o privadas– a estudiar la posibilidad de introducir, según proceda, el contenido del Código Ético Mundial para el Turismo en las correspondientes leyes, normas y prácticas profesionales y, a este respecto expresó su reconocimiento por los esfuerzos desplegadas y las medidas adoptadas por algunos Estados.

Finalmente, y como una cuestión clave y decisiva de futuro en relación con todo lo expuesto:

La Convención Marco sobre la Ética del Turismo recordó en 2022, la resolución A/RES/668(XXI) de 2015, por la que la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, expresó su deseo de convertir el Código Ético Mundial para el turismo en un tratado jurídicamente vinculante para reforzar su eficacia a nivel internacional y nacional.

Bibliografía

CORTINA, Adela, et al. *Ética de la empresa*. Madrid: Trotta, 1996.

JIMÉNEZ GUZMÁN, Luis Fernando . *Pensar las instituciones lúdicas*. U. Externado de Colombia, 2021.

MCINTOSH, Robert Woodrow; GOELDNER. (1995) *Tourism: principles, practices, philosophies*. John Wiley and Sons, 1995.

OMT Convención marco sobre la ética del turismo <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421695>