Declaración de Montreal (1996)

Por una visión humanista y social del turismo

Addendum de Aubagne (2006)

Hacia un turismo de desarrollo y de solidaridad

bits
Buró Internacional de Turismo Social

La Declaración de Montreal *Por una visión humanista y social del turismo,* fue adoptada por la Asamblea general del BITS el 12 de septiembre de 1996, tras una larga deliberación por parte de los miembros. En ella se recogen los atributos del turismo social para el futuro y los criterios de identificación del turismo social.

El 10 de mayo de 2006, en Aubagne, la Asamblea general del BITS reafirmó la pertinencia y la vigencia de la Declaración de Montreal adoptando el Addendum *Hacia un turismo de desarrollo y de solidaridad* que amplía la perspectiva y aporta algunas precisiones al texto inicial.

Desde la obtención del reconocimiento a las vacaciones pagadas en 1936 en numerosos países del mundo occidental, y la celebración del primer Congreso internacional del turismo social organizado en Berna en 1956, tanto el turismo social como el entorno en el que evoluciona, han cambiado notablemente. Así, con el propósito de considerar mejor las nuevas realidades culturales, sociales y económicas, se han adoptado estos textos, proponiéndolos como documentos de referencia para los actores del turismo.

A pesar de la democratización del turismo y del importante crecimiento que este sector ha experimentado en los últimos años, el derecho al turismo para todos, reconocido en el Código ético mundial para el turismo de la OMT, continúa teniendo vigencia, pues una parte importante de la población en todo el mundo sigue sin poder disfrutar de los beneficios de la actividad turística.

Por esta razón creemos que está totalmente justificado afirmar que el turismo social no puede seguir siendo relegado al margen de la vida política, social y cultural de la sociedad, como ha sido el caso durante mucho tiempo.
Al contrario, está llamado a ser "forjador de la sociedad", "factor de potencia económica", "protagonista del ordenamiento del territorio y del desarrollo local" y "socio de los programas de desarrollo mundial" como indica claramente el texto de la Declaración de Montreal.

Asimismo, está llamado a desarrollarse hacia nuevos horizontes en beneficio del desarrollo sostenible y de la solidaridad, asegurando que el ser humano, tanto en su calidad de ciudadano como de persona, sea siempre en el centro de las actividades, tal y como lo indica el Addendum de Aubagne.

En este contexto, los miembros del BITS están invitados a difundir ampliamente la Declaración de Montreal y el Addendum de Aubagne con el fin de que un importante número de operadores turísticos, de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, de asociaciones, de cooperativas, pongan en práctica los valores y los principios en ellos afirmados.

El Presidente de BITS
Norberto Tonini

DECLARACIÓN DE MONTREAL (1996)
POR UNA VISIÓN HUMANISTA Y SOCIAL DEL TURISMO

Preámbulo

¿Qué significa hoy en día el turismo social en el mundo? ¿Cómo se perciben los actores del turismo social? ¿Cuáles son sus convicciones y ambiciones? Teniendo en cuenta la realidad presente, ¿cuáles son los retos a las puertas del tercer milenio? Hace ya 25 años, el BITS afirmaba en la Carta de Viena, las dimensiones sociales, culturales, políticas y económicas del turismo: hecho fundamental de nuestra época.
La Organización mundial del turismo, por su parte, confirmaba solemnemente, en su Declaración de Manila, los objetivos del turismo social.
¿Qué significará el turismo social el día de mañana? Éste es el reto de la Declaración de Montreal.

1 EL TURISMO SOCIAL: Una gran ambición frente a los desafíos de la exclusión y de la integración.

Hoy día, en un mundo en el que

- los países más ricos se ven atrapados en situaciones de ralentización del crecimiento que traen como consecuencia poblaciones que acumulan dificultades y desventajas, y que son fuente de graves alteraciones sociales;
- el dominio científico y tecnológico de la información va acompañado de un crecimiento sin empleos y abre campos de acción cultural y social todavía insospechados;
- se constituyen grandes grupos económicos en una lógica liberal entregada a sí misma;
- los países se desarrollan rápidamente abriéndose a las posibilidades del turismo interior;
- otros países, o incluso continentes, se mantienen en una pobreza sorprendente;
- por todas partes se reivindica la búsqueda de sentido;

...en ese mundo, el turismo está en fuerte progresión. Se observa un crecimiento espectacular de los desplazamientos tanto de negocios como de vacaciones, la apertura de las fronteras, la diversificación de los destinos, e innovaciones en los medios de comunicación y de transporte.

Mientras que en todas partes se cuestiona el reparto entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio, se observa también, en ciertos países, formas inaceptables de explotación de las poblaciones locales, llegando incluso hasta la prostitución de los niños.

Art. 1 La Declaración Universal de los Derechos Humanos afirma que cualquier ser humano tiene derecho al descanso, al tiempo libre, a una limitación de las horas de trabajo y a vacaciones pagadas.

Dado que este derecho está lejos de ser un acervo social a nivel mundial, la conquista del ocio y del turismo al servicio del hombre debe continuar e intensificarse en la vía trazada por el turismo social, cuya primera ambición es el acceso al ocio turístico para todos.

Art. 2 Es el pleno desarrollo del ser humano, como persona y ciudadano, lo que debe constituir el objeto esencial de toda acción de desarrollo turístico.

2 LAS VENTAJAS DEL TURISMO SOCIAL.

El turismo social: "Forjador de la sociedad"

Art. 3 La ambición del acceso al ocio turístico para todos – incluyendo a las familias, los jóvenes y las personas de la tercera edad – compromete necesariamente a la lucha contra las desigualdades y contra la exclusión de todos aquellos que tienen una cultura diferente, poseen escasos recursos económicos, tienen capacidades físicas diferentes o viven en un país en vías de desarrollo.

Esa ambición debe traducirse en la búsqueda y la puesta en marcha de los medios para alcanzar este objetivo: definición de las políticas sociales del turismo, creación de infraestructuras, desarrollo de sistemas de ayudas a las personas menos favorecidas, sensibilización y formación del personal, etc. Las iniciativas modestas, integradas en un plan global, pueden a menudo, además de los proyectos a gran escala, ser "forjadoras de sociedad".

Art. 4 Las vacaciones y los viajes son momentos y ocasiones privilegiados de enriquecimiento de la persona, por el descubrimiento de otros ambientes, otras culturas y de otras civilizaciones, por el ejercicio de actividades físicas, artísticas, deportivas o lúdicas, mediante el encuentro entre personas más allá de cualquier diferencia, por las responsabilidades asumidas libremente por los mismos turistas.

Los operadores de turismo social tienen la voluntad de contribuir a desarrollar las relaciones humanas tanto por sus acciones de formación como por sus initiativas de animación : el turismo social es un factor de cohesión social.

El turismo social: factor de potencia económica

Art. 5 Dirigido a todas las clases y a todas las edades, el turismo social recibe y desplaza centenares de millones de individuos por todo el mundo.

Formando parte de la economía social y solidaria, el turismo social ofrece y ofrecerá cada vez más una oportunidad económica excepcional.

Generando flujos incesantes de personas y de inversiones que contribuyen al desarrollo de las regiones, produciendo riqueza nacional e internacional, estimulando las trasferencias de recursos de los paises más favorecidos hacia otros menos dotados, el turismo para todos es un factor de potencia económica.

Art. 6 Los beneficios del turismo deben repartirse entre toda la comunidad. Estos beneficios deben contribuir al desarrollo social y económico de las regiones y poblaciones en su conjunto. El sector turístico debe crear empleos y al mismo tiempo garantizar los derechos fundamentales de las personas que trabajan en este sector.

Art. 7 Todos los protagonistas del desarrollo turístico están sometidos a las mismas exigencias. En sus funciones de empresarios gestores de equipamientos, productores o acompañantes de viajes, educadores y animadores del ocio, son agentes económicos, sometidos a las mismas exigencias de competencia, rigor y resultados.

La prosecución de un objetivo social depende directamente de la calidad de la gestión y de la mejora de los resultados.

El turismo social: protagonista del ordenamiento del territorio y del desarrollo local

Art. 8 Antes que las organizaciones internacionales recomendaran el objetivo de un "desarrollo duradero y sostenible", el turismo social ya se lo había asignado como opción de referencia, con el fin de:

- conciliar desarrollo turístico, protección del medio ambiante y respeto de la identidad de la población local;
- aportar nuevos medios a regiones a menudo abandonadas;
- acondicionar los espacios con la voluntad de no dilapidar los recursos;
- generar beneficios económicos, sociales y culturales para la población local.

El turismo es, a escala mundial, uno de los principales motores de la revalorización de numerosas regiones. Por ello, no deberá ser, en ningún caso, pretexto para la invasión incontrolada

de sitios lugares, ni para el debilitamiento de las culturas, ni para la explotación de las poblaciones.

Art. 9 El turismo puede y debe constituir una esperanza para numerosas economías frágiles. La conservación natural de los espacios no deberá, en ningún caso, servir de pretexto al acaparamiento privilegiado en provecho de unos pocos.

Art. 10 La información, la formación y la sensibilización de los turistas para que respeten el medio ambiente y las poblaciones constituyen uno de los objetivos esenciales del turismo social, en su papel de promotor e instigador de proyectos de desarrollo turístico.

El turismo social: socio de los programas de desarrollo mundial

Art. 11 La conferencia de Estocolmo sobre la población y el medio ambiente, los programas de las Naciones Unidas, y la Conferencia de Río, entre otros, han identificado claramente la responsabilidad de las generaciones actuales en cuanto a los límites del crecimiento.

Siendo el turismo - controlado y respetuoso con los lugares y las poblaciones - una de las esperanzas económicas, sociales y culturales de numerosas regiones en vías de desarrollo, los operadores actuales y futuros del turismo social están y estarán disponibles para diseñar programas de ordenación, crear dispositivos jurídicos y financieros, de contribuir a la gestión, a la formación y a la animación de todas las acciones de ordenación turística previstas en los programas de desarrollo mundial.

Art. 12 En todo el mundo son y serán indispensables nuevas formas de cooperación y de asociación, puesto que el ordenamiento turístico exige la participación de los gobiernos, de las colectividades territoriales, de las organizaciones sociales, de los sindicatos, de socios financieros, de movimientos familiares, juveniles, culturales, deportivos, ecologistas y, naturalmente, de los profesionales de la industria turística, especialmente los operadores de turismo social al servicio de proyectos de interés general.

3 LOS CRITERIOS DE IDENTIFICACION DEL TURISMO SOCIAL.

Art. 13 Cualquier empresa de turismo (asociación, cooperativa, mutualidad, fundación, federación, empresa sin ánimo de lucro, etc.) cuyo acto fundador u objetivo principal indique claramente que persigue un proyecto de interés general y que busque el acceso de la mayoría al ocio turístico, desmarcándose de la sola búsqueda del máximo beneficio, puede reivindicar su pertenencia al turismo social.

El término "social" expresa además solidaridad, fraternidad y esperanza para todos aquellos, tan numerosos aún, que siguen esperando tiempo libre en el mundo.

Art. 14 Esta pertenencia sólo es efectiva bajo las condiciones, sujetas a verificación, que se describen a continuación:

1. Las actividades propuestas integran objetivos humanistas, pedagógicos, culturales y de respeto y desarrollo de las personas.

2. Los grupos a los que se dirige están claramente identificados sin discriminación racial, cultural, religiosa, política, filosófica o social.

3. Un valor agregado, no económico, forma parte integrante del producto propuesto.

4. Se ha definido claramente una voluntad de integración no perturbadora en el medio local.

5. Las características de la actividad y del precio se identifican claramente en documentos contractuales. Los precios son compatibles con los objetivos sociales previstos. Los excedentes de cada ejercicio se invierten, en su totalidad o en parte, en la mejora de las prestaciones ofrecidas al público.

6. La gestión del personal respeta la legislación social, alienta la promoción e integra una formación continua adecuada.

Art. 15 No son los estatutos jurídicos o los procedimientos utilizados los que legitiman a los operadores turísticos, sino la acción que llevan a cabo para alcanzar un objetivo claramente afirmado y perseguido.

Los estatutos varían, en efecto, en función de las costumbres, de las prácticas o la evolución de las legislaciones. No son más que medios al servicio de los proyectos. No existe hoy día en el mundo un modelo único de referencia.

ADDENDUM DE AUBAGNE (2006)
HACIA UN TURISMO DE DESARROLLO Y DE SOLIDARIDAD

Preámbulo

La Declaración de Montreal recordó la **pertinencia histórica y actual del turismo social** como "forjador de sociedad", "factor de potencia económica", "protagonista del ordenamiento del territorio y del desarrollo local" así como también "socio de los programas de desarrollo mundial".

Permitió definir, en los artículos 13 al 15, los **criterios de identificación** del turismo social, quienes no se limitan solamente a los aspectos jurídicos aunque el turismo social esté dirigido y gestionado principalmente por los protagonistas de la economía social como lo son las asociaciones y las cooperativas. Hizo mayor énfasis que en el pasado, en la necesidad de **proteger el medio ambiente y de respetar la identidad de las poblaciones locale**s. La Declaración de Montreal, introdujo una relación de solidaridad entre los turistas y las poblaciones anfitrionas teniendo como objetivo "un desarrollo sostenible".

Desde la adopción de la Declaración de Montreal en 1996, el turismo mundial, que se caracteriza por una fuerte capacidad de resistencia, continúa su progresión, con algunos períodos más lentos ocasionados por las catástrofes naturales, los peligros sanitarios, las guerras, el terrorismo... Se trata principalmente, de un turismo de masa que no siempre aporta los efectos positivos previstos y que deja en espera segmentos importantes de la población; un turismo de masa que, debido a su estructura industrial, provoca con demasiada frecuencia una fuga de los beneficios hacia los países emisores en detrimento de las poblaciones locales, lo que es cada vez más denunciado por aquellos que proponen otras formas de turismo acentuando la responsabilidad y la solidaridad de las partes implicadas.

Dicho esto, es por tanto importante aportar ciertas precisiones y ampliaciones a la Declaración de Montreal.

REAFIRMANDO LA VIGENCIA Y LA PERTINENCIA DE LA DECLARACIÓN DE MONTREAL, ADOPTADA EN 1996, LOS MIEMBROS DEL BITS, REUNIDOS EN LA ASAMBLEA GENERAL QUE TUVO LUGAR EN AUBAGNE EN MAYO DE 2006

1. Recuerdan, precisando así el artículo 1, el rol de las organizaciones sindicales de los trabajadores, independientes y democráticas, en la promoción y la defensa del derecho de toda persona a una limitación del tiempo de trabajo y a vacaciones pagadas;

2. Precisan que el pleno desarrollo del ser humano, tanto como persona y como ciudadano, que constituye el objeto esencial de toda acción de desarrollo turístico tal y como lo afirma el artículo 2, se refiere a la vez a los visitantes como a los visitados;

3. Desean que los protagonistas del desarrollo turístico, sometidos a las mismas exigencias de competencia, rigor y resultados según los términos del artículo 7, velen por que sus transacciones permitan aumentar los beneficios y las repercusiones económicas para las poblaciones de los países anfitriones;

4. Reafirman, como complemento del artículo 9, que las poblaciones de los países anfitriones deben tener acceso a sus propios recursos turísticos así como también a los beneficios del turismo y que los visitantes deben ser recibidos sin discriminación, privilegiando aquellos grupos cuya dimensión esté adaptada para evitar los impactos negativos sobre el medio ambiente natural y cultural;

5. Consideran que una atención muy especial debe prestarse tanto a las familias, a los jóvenes y a las personas de la tercera edad, (tal y como son mencionados en el artículo 3), como al desarrollo de los viajes o las estancias de niños y adolescentes (incluso en tiempo escolar); para muchos de ellos, estos viajes son momentos privilegiados de descubrimiento de otros ambientes y de otras personas y contribuyen, dándoles al mismo tiempo el gusto de viajar, a la realización del vínculo social;

6. Sostienen que las poblaciones de diversos países, principalmente aquellas de los países del Sur y de algunos países del Este, no deben ser obligadas, debido a medidas políticas y administrativas, a participar en la actividad turística internacional solamente bajo el ángulo de la recepción de los visitantes y que en consecuencia, se deben emprender esfuerzos en todos los niveles para garantizar la libre circulación de las personas favoreciendo la obtención de visados turísticos;

7. Proponen, en la perspectiva de una asociación a los programas de desarrollo mundial tal y como está afirmado en los artículos 11 y 12, animar a los operadores turísticos y a los visitantes a apoyar concreta y financieramente, en un espíritu de solidaridad, proyectos de desarrollo en las comunidades locales visitadas;

8. Afirman que, entre los protagonistas mencionados en el artículo 12, con quienes se deben establecer formas de cooperación y de asociación, es necesario integrar, en particular, a las asociaciones locales de desarrollo sin fines lucrativos, a las organizaciones no gubernamentales (ONG) de cooperación y a las empresas de economía social y solidaria comprometidas con operaciones financieras solidarias, de comercio justo y de micro-crédito;

9. Declaran que una gestión que valorice al personal, conforme a las leyes sociales, presentada en el artículo 14 como un criterio de identificación del turismo social, debe respetar los principales enunciados de la Organización internacional del trabajo, los derechos fundamentales al trabajo y las convenciones colectivas en vigor;

10. Proclaman que a pesar de los problemas ocasionados por el terrorismo internacional y las catástrofes naturales y de la necesidad, en consecuencia, de aumentar la seguridad nacional, es necesario, no solamente asegurar el desarrollo del turismo sino, sobre todo, trabajar para hacer del turismo un auténtico factor de desarrollo sostenible, de acercamiento entre los pueblos, de diálogo entre las culturas y las religiones, en vista de consolidar la paz en el mundo.

El Buró Internacional de Turismo Social es una asociación internacional sin fines de lucro cuya misión consiste en promover el acceso al turismo para todos, con una especial atención por los grupos de la población con escasos recursos. Con una red de miembros presentes en varios continentes, el BITS es considerado en la actualidad como la auténtica Organización mundial de turismo social. Entre los miembros del BITS se encuentran asociaciones, sindicatos, cooperativas, organizaciones privadas, así como administraciones públicas a cargo del turismo.

bits
Buró Internacional de Turismo Social
www.bits-int.org