

Propuesta del ICOM para una Carta de Principios sobre Museos y Turismo Cultural

Esta propuesta fue elaborada por los participantes en el taller "Museos, patrimonio y turismo cultural" organizado por el ICOM, con la colaboración de los Comités nacionales peruano y boliviano, en Trujillo (Perú) y La Paz (Bolivia) del 21 al 27 de mayo de 2000.

INTRODUCCION

En concordancia con lo establecido en el Código de Deontología Profesional del ICOM, el Museo en tanto institución sin fines de lucro y al servicio de la sociedad y su desarrollo debe, entre otras cosas:

- Favorecer la participación activa de las comunidades y desempeñar su papel de fuente de educación y mediador cultural al servicio de un número cada vez mayor de visitantes pertenecientes a cualquier nivel de la comunidad, localidad o grupo social, ·
- Desempeñar un papel preponderante en los esfuerzos realizados para detener la degradación de recursos culturales y naturales, según principios, normas y objetivos de esfuerzos nacionales e internacionales de protección y valoración del patrimonio cultural, ·
- Garantizar que los recursos financieros derivados de políticas o relaciones económicas no comprometan los principios, normas y objetivos que definen al museo.

Igualmente, el museo debe velar para que sus profesionales: ·

- Se desempeñen en forma adecuada en la protección del patrimonio en general y de la conservación e investigación de sus colecciones en particular, ·
- Respeten el principio de que los museos representan una responsabilidad pública cuyo valor para la comunidad está en proporción directa con la calidad de sus objetivos, ·
- Promuevan el conocimiento y gestión del patrimonio cultural, no sólo con sus colegas, sino además con los miembros de la comunidad interesada, con el tacto y respeto que merece la dignidad humana de todos los pueblos.

La ética en el turismo cultural demanda de los agentes actuantes, que el visitante combine el conocimiento creativo con el disfrute de su tiempo libre, favoreciendo principalmente que participe de un contexto social que, siéndole desconocido, le invita a participar en la vida y saberes locales de la comunidad anfitriona. Para ello resultan de importancia los aspectos relativos a la formación del recurso humano participe de las actividades de los museos, del ejercicio cultural y del desempeño de los profesionales del turismo, especialmente aquellos concernientes a la conservación del patrimonio cultural, sus principios, normas, objetivos y requerimientos.

El turismo cultural se vincula al patrimonio cuando lo hace a un conjunto de contribuciones de una cultura, pueblo o comunidad, que muestra a través de sus expresiones el testimonio de su propia identidad. Esta vinculación es única y excepcional y constituye un recurso no renovable. El patrimonio cultural no puede constituirse en un producto de consumo ni establecer con el visitante una relación superficial. En la medida en que se logre una identificación entre ambos, el turista podrá tomar conciencia de su valor y de la importancia de su conservación y así convertirse en aliado de los museos.

Los museos se clasifican tipológicamente atendiendo a la naturaleza de sus colecciones, y entre mayor sea el atractivo que ejerzan sobre los distintos públicos, mayor número de visitantes serán capaces de captar. Los turistas se dirigen preferentemente a museos representativos de la historia, la cultura y las tradiciones del país anfitrión con el afán de conocer lo que les resulta más novedoso y particular. Tal es el caso de las instituciones de carácter regional o local, donde es más directa la relación con las comunidades. Las colecciones excepcionales de interés universal. tanto de arte, arqueología u otra disciplina son disfrutadas por un creciente número de turistas como visitantes permanentes, pero en este caso la relación museo-comunidad es más distante.

PRINCIPIO 1

Los museos, dada su propiedad como mediadores culturales y su diversidad tipológica en cuanto a colección, naturaleza pública o privada, nacional, regional o local, sus condiciones de pluralidad, singularidad, libertad, flexibilidad y potencialidad creativa, constituyen un importante recurso para el Turismo Cultural. .

- La legislación para la promoción de un turismo que ampare aspectos referentes a inversiones e intervenciones en áreas de valor patrimonial, debe garantizar la prevalencia de la conservación del patrimonio cultural y natural por sobre los intereses económicos, ante el peligro de ocasionar daños irreversibles. .
- Propiciar una relación planificada y concertada entre las instituciones museísticas, las del sector turismo y las comunidades. .
- Buscar la compatibilidad legislativa necesaria para la defensa del patrimonio y el desarrollo turístico teniendo en cuenta la convivencia de distintos niveles de autoridad gubernamental y la existencia de los diversos sectores sociales interesados, privilegiando la participación de los representantes naturales de las comunidades locales. .
- Los museos deberán privilegiar la autogestión como forma de redistribución hacia la comunidad de los beneficios socioeconómicos del turismo cultural, ya que el desarrollo turístico representa una opción indiscutible para generar recursos. Estos, debidamente administrados, pueden revertirse en beneficios directos para las instituciones patrimoniales, especialmente los museos y las comunidades en las que están enclavadas.

PRINCIPIO 2

La interacción entre el turismo y los museos es una relación que puede afectar la conservación del patrimonio natural y cultural incluyendo el de las colecciones y los valores que transmiten. Dicha relación debe preservar una ética de la conservación para garantizar la permanencia de los testimonios. .

- Los bienes del patrimonio cultural son únicos e irremplazables, su autenticidad tiene un valor apreciado y su pérdida o deterioro significaría un menoscabo a la cultura universal. Un turismo responsable y sostenible reduce al mínimo el impacto y el deterioro de los bienes culturales. .
- Las características del patrimonio cultural demandan responsabilidades de carácter moral y ético a los profesionales de museos, operadores turísticos y visitantes, por tanto los programas orientados a la conservación preventiva deben ser prioritarios. .
- El planeamiento del turismo patrimonial debe prioritariamente evaluar el impacto de visitantes y regular el uso turístico del museo. Dichos estudios deben tomar en cuenta la adecuada base conceptual y programática consensuada entre los sectores interesados que permita enfrentar el desafío que implica la incorporación de un recurso patrimonial en función de su uso turístico.

PRINCIPIO 3

De cara al turismo cultural, los museos deben promover la participación activa de las comunidades locales tanto en la planificación de la gestión patrimonial como de la operación turística. .

- Los bienes patrimoniales no pueden desvincularse de las comunidades que les dan origen y sentido histórico. Los museos están llamados a favorecer los procesos de identificación, valoración y conservación de tales manifestaciones, así como del medio ambiente en que se insertan, mediante la participación crítica de los miembros de las comunidades y sectores sociales comprometidos con éstos, en el ejercicio y defensa tanto de sus derechos individuales como de sus derechos colectivos. .
- La comunidad debe estar presente en las etapas de diseño, planificación, ejecución y monitoreo de las actividades que propendan al uso del patrimonio cultural con fines turísticos. Por lo anterior es necesario que conlleve tanto procesos de identificación cultural como de mejoramiento de la calidad de vida de los grupos sociales involucrados en el hecho cultural. .
- La simbiosis sociocultural entre la actividad turística y los recursos patrimoniales, con participación libre y democrática de amplios sectores, deberá ser garantía de la calidad del servicio al turista, de la autenticidad de los productos ofertados al visitante así como al fundamento del hecho cultural. .
- Los museos deben propiciar que las comunidades gestionen su patrimonio cultural, para lo cual deben fomentar una capacitación adecuada.

PRINCIPIO 4

Una relación armónica entre los museos y el turismo cultural debe atender todos los aspectos constitutivos del museo como infraestructura, calidad de la colección, sistemas de información y comunicación, actividades educativas y de exhibición, el personal y la relación con el entorno. .

- Los museos deben ser concebidos para todo público, no exclusivamente para el turismo, aunque los turistas representan una parte importante de su público. Por su función social deben propiciar experiencias placenteras de educación y comunicación, donde la información que se presente sea de fácil comprensión, reduzca al mínimo las barreras idiomáticas, facilite la comunicación y muestre un personal profesional debidamente capacitado, tanto para su desempeño museístico como para la atención al visitante, y una colección adecuadamente seleccionada y conservada., con los más modernos elementos tecnológicos disponibles. .
- El turismo debe ser una experiencia creativa del uso del tiempo libre, en condiciones temporales y espaciales fuera de la cotidianeidad. Los museos deberán crear las condiciones para que sus visitantes los recorran a su ritmo y disfruten su permanencia. Es importante el planeamiento de recorridos turísticos mediante programas temporales y ceñidos a un calendario que satisfagan tanto el ocio de los habitantes locales como alternativas para el turismo foráneo. .
- Los museos y el turismo cultural deben propiciar la interacción de los visitantes con la comunidad anfitriona en un marco de respeto hacia los valores y hospitalidad que se ofrecen.

PRINCIPIO 5

Desde el punto de vista económico, la comercialización del turismo cultural basado en recursos patrimoniales deberá entender la rentabilidad en su dimensión económica, social y medio ambiental. .

- El planeamiento de proyectos culturales, a partir del museo y el turismo cultural, debe responder a estrategias de mercado congruentes con las características del recurso cultural y las comunidades anfitrionas. .

- La conservación del acervo depositado en los museos es una responsabilidad que trasciende cualquier instancia administrativa para convertirse en una responsabilidad de la nación. Esto no exime a los museos de asumir sus propios mecanismos de búsqueda de patrocinio y financiamiento alternativo y tratar de convertirse en instituciones rentables capaces de generar recursos sin hacer concesiones, ofreciendo un producto genuino cuya fortaleza esencial radica en ser excepcionales y portadores de identidad. .
- La participación de los museos en circuitos turísticos conlleva el diseño y oferta cultural complementaria además de convertirse en elementos integradores en la red de atractivos turísticos de cada lugar, pudiendo ser, además, puntos de encuentro y de partida de otros itinerarios y servicios adicionales, tales como sitios de interés turísticos, restaurantes, transportes, artesanías, etc.