

# Asociación Italiana Turismo Responsable (AITR)

**A.I.T.R.**  
c/o ICEI  
Via E. Breda 54, 20126 Milano  
tel +39 02 25785763  
[http://www.solidea.org/ospiti/aitr\\_index.htm](http://www.solidea.org/ospiti/aitr_index.htm)

## Turismo responsable en red, el caso italiano

Más allá del circuito tradicional de los tour operator, existe en Italia una realidad de asociaciones que organizan viajes en países del Sur del mundo y en Italia misma siguiendo principio de equidad y sustentabilidad. Es en base a estos principios que en los últimos años se ha desarrollado una red nacional de asociaciones, comunidades, ong que promueven un tipo de turismo considerado “responsable”. Un turismo que sea sostenible desde el punto de vista ambiental, socioeconómico y cultural. Un turismo que apoye el desarrollo y la autodeterminación económica y cultural de las comunidades del Sur y del Norte del mundo que lo practican. El turista responsable es un turista más informado y conciente que quiere ser parte activa en la búsqueda de alternativas económicas. Además, el turismo responsable es representativo de un nuevo sistema de relaciones humanas que va más allá de un mero intercambio comercial. Proyectos comunitarios asociados con pequeños empresarios y otros de manejo local empiezan a perfilarse como una forma muy atractiva de turismo responsable.

La red que está promoviendo esta modalidad de turismo opera en todos los continentes, con experiencias muy significativas en Centro América, Caribe, Sud America, Africa Occidental y Magreb, Sud de Italia y Extremo Oriente.

En Italia este movimiento se ha transformado en asociación de categoría en 1998, después de la aprobación de una “Carta para Viajes sostenibles” en la cual se enumeran los principios y las acciones que definen el turismo responsable. La **Asociación Italiana Turismo Responsable (AITR)**, esta formada hoy en día por 52 asociaciones que promueven el turismo sostenible, desde el World Wildlife Found a la Liga de las Cooperativas y a las ong de desarrollo.

Esta es la primera experiencia mundial de red nacional sobre el turismo responsable y se pone objetivos al mismo tiempo políticos y concretos. AITR esta promoviendo una certificación del turismo responsable, el renuevo del currículo formativo secundario y terciario en materia de turismo, apoya concretamente pequeñas experiencias que nacen en Italia, apoya comunidades que quieren insertarse en los circuitos solidarios.

En 1999 AITR ha lanzado una campaña de sensibilización sobre la situación en Birmania, proponiendo de suspender los viajes en este país. Con esta acción hemos introducido el debate sobre derechos humanos y turismo y hemos llegado hasta el Parlamento Europeo que ha votado al unanimidad una resolución pidiendo lo mismo a los países miembros.

AITR participa al Forum Social Mundial y a el Forum social Europeo para promover estos principios encontrando una gran sensibilidad entre los representantes de diversos países del Sud del mundo donde están naciendo nuevas redes.

En el 2002, AITR ha aprobado un segundo documento “Bel paese, buon turismo”, una declaración sobre el turismo responsable y sostenible en Italia, y por lo tanto en Europa.

Nuestra experiencia y nuestros contactos en Europa, América Latina, Asia y Africa están a disposición de las asociaciones europeas que comparten nuestros principios . Creemos que la respuesta mas eficaz al actual proceso de globalización esté en la construcción de una globalización de la solidaridad que debe partir desde la base. Lo que hasta hace algunos años se pensaba que era una utopía, en muchos países está empezando a tener piernas para caminar.

## TURISMO RESPONSABLE

### Carta de Identidad para los Viajes Sostenibles (Verona, 1997)

**Dado que** el turismo, a las puertas del año 2000:

- ? es la principal actividad económica del globo.
- ? moviliza más de 5 mil millones de personas al año (entre las cuales, casi 600 millones hacia el extranjero).
- ? ocupa millones de trabajadores (1 de cada 15 ocupados en todo el mundo).
- ? esta destinado a crecer exponencialmente en los próximos decenios a favor del desarrollo de transporte y comunicaciones;

**Pero considerando también** que el turismo, en sus aplicaciones de masa y de lujo, ha tenido muchas veces efectos muy negativos sobre el ambiente, la cultura, la economía de los países de destino, sobre todo en el Sur del mundo.

**Y fundamentalmente para que** en su desarrollo se establezcan límites o recursos y condiciones de actuación apropiadas.

A tal propósito se hace referencia a autorizados documentos producidos en los últimos años por sujetos diversos, cuyo contenido ilustra bien, en sus líneas guía, sobre los valores generales que se desean transmitir. Entre los cuales:

- ? **Carta de Lanzarote**- 27/ 28 de Abril de 1995.
- ? **Agenda 21 de la ONU**- 14 de Junio de 1992.
- ? **Manifiesto del movimiento alemán** "Tourism With Insight".
- ? **Tourism Bill of Rights and Tourist Code** (OMT 1985).
- ? **Declaración de Manila sobre el impacto social del Turismo**- (OMT 1997).
- ? **Declaración de Montreal**- 1997.
- ? **Guía para los operadores de Turismo** (Ecotourism Society , USA).

**Es necesario entonces:**

- 1) Desarrollar una mayor atención a la interacción entre turistas, industria turística y la comunidad que ofrece hospitalidad, para favorecer un verdadero respeto de la diversidad cultural y una disponibilidad de adaptación a hábitos y modos de vida diferentes de los propios.
- 2) Que los usuarios tomen conciencia de su propio rol de consumidores del producto-viaje del que depende la calidad de la oferta y el destino de millones de otros individuos en los lugares de destino.
- 3) Reducir al mínimo los daños del impacto sociocultural y ambiental producido por los flujos turísticos.
- 4) Respetar y alentar el derecho de las comunidades locales de decidir sobre el turismo en su propio territorio y de esa forma establecer relaciones continuas de cooperación solidaria.

## ANTES DE PARTIR

### EL USUARIO (viajero individual o de grupo)

- 1) Se interroga sobre las reales expectativas y motivaciones de su viaje, esto es, reposo y recreo respetando el ambiente y a los demás y conocimiento, comprendido como cultura y encuentro, para satisfacer sus exigencias de profundización y de autenticidad.
- 2) Pide ser informado en forma correcta, por organizadores y medios, no solo sobre los aspectos técnico-logísticos del viaje, sino también sobre el contexto sociocultural a visitar y por su iniciativa procura informarse (a través de textos, guías, internet, material audiovisual).
- 3) Esta interesado en crear en primera persona o en trámites por medio de los organizadores, contactos previos al viaje con las realidades locales que pudieran hospedarlo y con exponentes que podría encontrar en la sociedad civil del lugar de destino.
- 4) Está interesado y disponible para encuentros preparatorios con sus futuros compañeros de viaje y/o acompañantes.
- 5) Pide a los organizadores garantías sobre la calidad del viaje, desde el punto de vista ético, esto es, sobre sus características ambientales, económicas y sociales.
- 6) Pide la transparencia del precio, para saber que porcentual del mismo queda para la comunidad hospedante.
- 7) Privilegia viajes en que la máxima posibilidad de elección sobre tiempos y contenidos este garantizada.

### EL ORGANIZADOR (TOUR OPERATOR, AGENCIA, ASOCIACION CULTURAL DEL PAIS DE PARTIDA).

- 1) Reúne información sobre el viaje en trámite:
  - ? catálogos verídicos, en los que el país a visitar no sea presentado en forma engañosa, falsa, tendenciosa o ambigua (por ejemplo: referencias al turismo sexual) o instrumentales (por ejemplo: falsedad en la presentación de tradiciones culturales locales).
  - ? escritos que comprendan una descripción geográfico-ambiental; información socioeconómica, política y de actualidad; señalización de proyectos existentes de cooperación social y ambiental; las normas de comportamiento aconsejadas.
  - ? una bibliografía elegida sobre la localidad elegida.
- 2) Esta dispuesto a organizar encuentros preparatorios para los participantes del viaje, durante los cuales, además de conocerse;
  - ? se coordinen los posibles itinerarios y tiempos.
  - ? se aclaren las dudas de los usuarios, sean particulares o de grupo.
  - ? se presenten posibles contactos directos con la comunidad de los lugares de

destino.

3) Se preocupa desde el punto de vista ético sobre el plano:

#### **ambiental**

? privilegiando alojamientos, restaurantes, estructuras y transportes compatibles con el ambiente (por presencia de depuradores, correcto tratamiento de desechos, ahorro energético).

#### **social**

? pidiendo a la autoridad estatal de los lugares de destino garantizar un desarrollo turístico compatible.

? privilegiando servicios de recepción (transportes, alojamientos, restaurantes) en línea con la cultura del lugar (por ejemplo: no pretender comidas extrañas a la cultura local).

? eligiendo socios locales que respeten las normas sindicales mínimas establecidas por la OIT, país por país (que tengan en cuenta horarios razonables, sin trabajo de menores, con pagas justas según el salario mínimo local).

? formando pequeños grupos de participantes que entren más fácilmente en contacto con las realidades locales (importante sobre todo si éstas son frágiles) evitando la exposición reiterada y continua de las mismas comunidades y un impacto turístico de masa decidido unilateralmente.

? organizando itinerarios con tiempos que no obliguen a la prisa y en los cuales las metas seleccionadas tengan un número limitado.

? activando a un acompañante oportunamente formado que sirva también de facilitador intercultural.

? evitando el exceso de organización, que impide al visitante darse cuenta de la realidad local.

? no favoreciendo en el turismo la comercialización sexual y enfrentando con todos los medios prostitución y pornografía infantil.

? organizando la participación de los turistas en manifestaciones, fiestas y espectáculos tradicionales en el respeto hacia la autenticidad y el consenso.

#### **economico**

? privilegiando servicios de recepción (transportes, alojamientos, restaurantes) de carácter familiar o de pequeña escala.

? eligiendo servicios locales (transportes, alojamientos, restaurantes) donde sea menor la diferencia de posible disfrute entre el viajero y la gente del lugar.

? verificando que parte (certificable) del dinero gastado por los turistas se redistribuirá en el lugar de modo equitativo (desde alojamiento a la adquisición de artesanías auténticas del lugar) y proporcionando una lista adjunta con precios transparentes; en el caso de las multinacionales, verificando que exista un efectivo y consistente reintegro positivo sobre la economía local.

### **LAS COMUNIDADES LOCALES HOSPEDANTES**

Por comunidades locales hospedantes se entiende:

- a) Sectores de la industria turística.
- b) Autoridad/Institución turística y gobiernos locales.
- c) Grupos de ciudadanos que viven en áreas interesadas por el turismo (pero no directamente implicados en el negocio turístico).

Desean controlar el desarrollo del turismo en su zona y por eso:

- 1) se expresan con conocimiento del flujo turístico, ofreciendo, por lo menos, disposición para el encuentro.
- 2) si están disponibles a la demanda turística, responden con propuestas adecuadas de acogida.
- 3) tienen en cuenta los diversos aspectos del impacto:

#### **turístico, ambiental y paisajístico**

? para que, calles, edificios, revalorización del territorio, sean efectuados con valorización del impacto ambiental.

#### **social**

? para que la cultura local, arquitectura, arte, lengua, vestimentas, gastronomía, queden independientes y vivos.

#### **economico**

? para que la propiedad local no sea cedida a extranjeros o confiscada por los gobiernos locales para objetivos análogos.

? para que el desarrollo no sea unilateral y excesivamente dependiente del turismo en sí.

? para que el dinero que entra con esto se redistribuya también en otros sectores dinamizando las interacciones en el tejido social de destinación.

? para que el precio pagado resulte justo para todos (turistas, operadores y comunidad que hospeda).

4) Activan y forman guías locales y facilitadores que indiquen que comportamientos son localmente aceptables o no y pongan en contacto a los visitantes y la gente, las oportunidades, las auténticas atracciones del lugar.

## **DURANTE EL VIAJE**

### **EL USUARIO (viajero individual o en grupo).**

- 1) Considera positivo compartir los variados aspectos de la vida cotidiana local y no quiere privilegios o prácticas que puedan causar impacto negativo.
- 2) No hace ostentación de riqueza y lujo estridente respecto al tenor de vida local.
- 3) Para sacar fotos o videos se asegura de la aprobación de la persona fotografiada.
- 4) No asume comportamientos ofensivos para usos y costumbres locales.
- 5) Busca productos y manifestaciones que sean expresión de la cultura local (por ejemplo: artesanías, gastronomía, arte, etc.) salvaguardando la identidad del sitio.
- 6) Respeta el ambiente y el patrimonio histórico-monumental.

### **EL ORGANIZADOR (tour operator, agencia, asociación cultural del país de partida):**

- 1) Distribuye un cuestionario de valuación de la experiencia.
- 2) Prevé para una mejor mediación cultural la presencia de una guía local.

## **DESPUES DEL VIAJE**

### **EL USUARIO (viajero individual o de grupo)**

- 1) Verifica si ha llegado a establecer una relación satisfactoria con la gente del país visitado.
- 2) Valúa como continuar las relaciones establecidas.
- 3) Si ha viajado en grupo, responde al cuestionario de valoración de la experiencia propuesto por los organizadores y, si lo desea, participa de los encuentros con el grupo con el cual ha viajado.

### **EL ORGANIZADOR (tour operator, agencia, asociación cultural del país de partida).**

- 1) Verifica los resultados alcanzados organizando si es posible un encuentro entre los participantes.
- 2) Produce material informativo que recoja las experiencias y las comunique: relaciones escritas, fotografías, filmes , etc..

### **LAS COMUNIDADES LOCALES HOSPEDANTES Y LOS RESPONSABLES EN LAS REGIONES TURISTICAS**

- 1) Verifican los resultados del viaje que han recibido: su impacto ,los encuentros habidos y el recupero económico.