

Boletín 49

EUROPARC España

Revista técnica de los espacios protegidos

Junio 2020



Especial COVID-19

Ahora, otro modelo de turismo es posible

Javier Gómez-Limón y Marta Múgica
Oficina Técnica de EUROPARC-España

Ahora, cuando remite la pandemia por el COVID-19, ahora, que volvemos salir a la calle y a encontrarnos con nuestros familiares y amigos, ahora, que nos reencontramos de nuevo con la naturaleza, ahora, que elegimos los espacios naturales como refugio y vía de escape ante la pandemia, ahora, que seguramente elegiremos nuestras áreas protegidas como lugares de descanso y disfrute durante las próximas vacaciones. Ahora, es cuando debemos actuar con más énfasis en comunicar y divulgar los valores de nuestras áreas protegidas y las bondades y beneficios del ecoturismo a todos aquellos ciudadanos que nos visitarán.

No queremos inventar nada nuevo, sino más bien aprovechar este momento para poner de nuevo negro sobre blanco, el valor de las áreas protegidas como los lugares ideales para sanar nuestro cuerpo y nuestra mente, para recuperarnos. Enclaves privilegiados para descubrir que somos naturaleza y por eso volvemos a ella y, nos refugiamos en sus bosques, en sus montañas, en sus aguas, en sus gentes, en sus pueblos. Es ahora el momento de reconectar, cuando nos sentimos desprotegidos, vulnerables, frágiles, ante algo desconocido que nos desconcierta, desasosiega y no sabemos cómo reaccionar.

¿Cómo reconectamos con la naturaleza y con nuestras áreas protegidas? Sin duda, de forma segura, con las medidas ya establecidas en diferentes protocolos, de forma controlada, respetando las nuevas normas que se puedan establecer, sin agobios, sin prisas, sin masificar las visitas. Ahora, deberíamos promocionar un nuevo modelo, el “slow visit”, la visita lenta, sosegada, tranquila, reposada. Disfrutando de cada minuto, de cada rincón, de cada experiencia.

Ahora, que vamos a elegir a nuestras áreas protegidas como destinos turísticos, es ahora cuando debemos proclamar que otro modelo de turismo es posible. Por ello, debemos enfatizar y reivindicar instrumentos y herramientas, ya probadas con éxito, pero aún poco promocionadas y comunicadas y, sobre todo, escasamente conocidas por la sociedad. De entre estas herramientas destaca la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS). Los principios y elementos clave de la CETS y, su decidida apuesta por el ecoturismo como estrategia y única vía posible para el desarrollo turístico vinculado a un área protegida, hacen que este proyecto cobre ahora una singular relevancia. Los proyectos de ecoturismo son los únicos que pueden ofrecer una experiencia real de contacto con la naturaleza. El ecoturismo es sin duda el camino hacia una mejor comprensión de nuestro entorno natural, de las comunidades locales que aquí viven y de la conservación efectiva de nuestros recursos naturales.

Pero, ¿cómo ponemos en práctica todo esto? ¿cómo lo hacemos realidad? Aplicando los principios clave de la CETS y el concepto de ecoturismo. En resumen, los fundamentos de un turismo responsable con su entorno ambiental, social y económico, un turismo ético, basado en:

La conservación de los recursos naturales y culturales de los espacios visitados, involucrando en esta tarea a los turistas y a las empresas turísticas

Para ello, no solo hay que minimizar los impactos de cualquier tipo, sino también contribuir con recursos económicos a la conservación del espacio protegido, por ejemplo, mediante el desarrollo de proyectos “Visitor pay back” en los que los visitantes eligen dar dinero (u otro tipo de ayuda) para contribuir a la conservación o a la gestión de los lugares que visitan: restauración de hábitats, conservación de especies emblemáticas o en peligro, mantenimiento de senderos, apoyo a investigaciones relevantes. También se puede colaborar con asociaciones conservacionistas del lugar visitado, apoyando sus proyectos o haciéndonos socios de su organización.

La contribución al desarrollo sostenible y al bienestar de la población local

El desarrollo urbano de las zonas visitadas debe ser ordenado con normas urbanísticas que ordenen el uso del suelo, conservando construcciones tradicionales y la calidad y diversidad paisajística. La calidad del aire debe estar garantizada, promoviendo las energías limpias en el sector turístico, sin olvidar preservar y controlar la calidad del agua para el consumo, para el baño y en las zonas húmedas. Las empresas turísticas deben implicarse en esta tarea, reduciendo su consumo de agua y la producción de aguas residuales y tratando éstas adecuadamente. Es necesario limitar el ruido y la contaminación lumínica vinculada al sector turístico, así como reducir, reutilizar y reciclar los residuos a todos los niveles: orgánicos, envases, papel, vidrio y especiales. Apostar por la movilidad sostenible en el destino, con consumos muy bajos de recursos no renovables y, fomentando los transportes de bajas o cero emisiones, como el transporte público eléctrico, los desplazamientos a pie o en bicicleta.

La responsabilidad del turista y de la industria turística

Los turistas y las empresas turísticas son responsables del tipo de viajes que se realizan y de la huella ambiental que éstos generan. Por ello, nuestros desplazamientos, hasta y por los lugares visitados, deben ser cortos y en medios de transporte sostenibles. Asimismo, es conveniente que la industria turística realice una promoción y comercialización responsable, compatibles con la imagen y los valores que transmiten y atesoran las áreas protegidas. Antes de viajar a un destino, tratemos de leer y aprender todo lo que sea posible sobre este lugar, sus costumbres, tradiciones, sus problemas ambientales, su cultura, en general y, luego, una vez en el destino respetarlas e intentar pasar desapercibidos, generando la menor interferencia posible con la vida local.

La inclusión de una experiencia sensibilizadora, educativa, de aprendizaje y de interpretación del entorno que se visita

La interpretación de un espacio o lugar visitado, es un proceso de inmersión, de comunicación, de comprensión y apreciación de los espacios naturales, de la cultura y de la sociedad local, para que el visitante descubra el significado de cosas, lugares, personas y acontecimientos. Interpretar es más que informar, es más que educar. Implica sensibilizar y ayudar a las personas a cambiar su forma de apreciar la realidad que les rodea. Para ello, las áreas protegidas y las empresas de actividades, deben poner a disposición del turista los medios y profesionales cualificados para poder traducir el significado del patrimonio natural y cultural que se visita.

Una oferta dirigida a pequeños grupos y promovida por pequeños negocios locales

En los proyectos de ecoturismo no caben los grandes complejos vacacionales ni las visitas multitudinarias. Debemos elegir pequeños negocios gestionados por gente local (alojamientos, restaurantes, empresas de actividades y agroalimentarias), que conocen a la perfección su entorno y las claves de su funcionamiento. Asimismo, es necesario que nuestros proveedores y productores sean también locales (slow food, fomento de consumo km 0), a través de la identificación de oportunidades de desarrollo endógeno.

El respeto a la capacidad de acogida turística (física, ecológica, psicológica y social)

Esto implica que la sociedad local y el espacio natural tienen la capacidad suficiente para absorber, amortiguar y beneficiarse del turismo de forma resiliente y sostenible. Es decir, los impactos negativos del turismo deben ser muy bajos, prácticamente imperceptibles.

Es ahora cuando debemos comunicar todas estas bondades que tiene una estancia de ecoturismo en un área protegida. Ahora que, seguramente, tendremos más visitantes de uno o pocos días, que turistas concienciados, de larga estancia. Visitantes que quieren huir de las ciudades de cualquier forma y a cualquier espacio natural, sin conocer el lugar visitado ni tener ninguna experiencia de visitas a estas áreas. A este visitante tenemos que recibirlo y concienciarlo, tenemos que comunicarle, tenemos que venderle, que otro modelo de turismo es posible. Todos ganan: visitantes que vuelven a casa con una experiencia vital más rica, negocios locales que ven recompensado su trabajo cuidadoso y armónico con la naturaleza y las tradiciones, y las administraciones gestoras de las áreas protegidas que alcanzan sus objetivos sociales al tiempo que conservan la naturaleza.