



El rodaje de la serie "Juego de Tronos" en San Juan de Gaztelugatxe ha aumentado de manera alarmante el número de visitantes © Europarc

# Espacios naturales y presión turística

Marta Múgica, Javier Gómez-Limón  
EUROPARC-España

Los espacios naturales ofrecen escenarios de alta calidad para acoger la creciente demanda de naturaleza de una sociedad cada vez más concentrada en las grandes ciudades. Un estudio realizado por la Universidad de Cambridge en 2015 estimaba en unos 8 000 millones las visitas que anualmente recibían las áreas protegidas a nivel mundial<sup>1</sup>. En España, se estima que las áreas protegidas acogen alrededor de 30 millones de visitas, 15 millones en los 16 parques nacionales actualmente declarados.

Las experiencias vividas durante la pandemia de la Covid-19 han sido una oportunidad para reflexionar sobre el importante papel de los espacios abiertos, seguros, y por tanto de las oportunidades que nos brindan las áreas protegidas por los servicios que ofrecen para la reconexión entre las personas y la naturaleza.

En todo el mundo hemos vivido los efectos derivados del confinamiento, de las restricciones de movilidad, hemos

dado un nuevo valor a los espacios verdes cercanos. En el caso de los espacios naturales protegidos en particular, cuyo objetivo esencial es la conservación de la naturaleza, se ha puesto de manifiesto su extraordinaria relevancia para otro de sus grandes objetivos: el bienestar humano. La demanda social se ha acentuado tras la pandemia, lo que ha provocado en muchos lugares problemas que invitan a la reflexión sobre el modelo de turismo deseable.

El incremento de la afluencia de visitantes locales provocó situaciones inusuales de atascos, problemas de aparcamiento por el aumento del uso del coche privado y las restricciones en los sistemas de transporte público, situaciones de aglomeración en campings, aseos, senderos y otras instalaciones, con sus correspondientes impactos ambientales.

También se ha producido un cambio en el perfil de los visitantes. Para muchas personas ha sido la primera visita, y por tanto se ha detectado un menor conocimiento de los valores específicos de la zona, de la normativa y de los códigos de conducta esperables acordes con el valor del espacio natural visitado. Es decir, nuevos usuarios más interesados en disfrutar al aire libre que en conocer la naturaleza y sus valores.

En algunas ocasiones, se registraron conflictos entre los visitantes y las comunidades locales, que se sintieron "invadidas" de algún modo por visitantes poco respetuosos. En algunas zonas muy dependientes del turismo extranjero, la pandemia supuso un impacto negativo para las economías locales.

Frente a estos aspectos negativos, la atracción de nuevos perfiles de visitantes es una gran oportunidad para acercarse a nuevos colectivos, sensibilizarlos y fidelizarlos a través del disfrute de lugares antes desconocidos y que forman parte de un patrimonio común cuyo cuidado debería ser responsabilidad de todos.

## Planificación y gestión

El revulsivo que supuso la crisis sanitaria asociada a la pandemia nos recuerda la necesidad de adaptación ante los cambios. Las áreas protegidas deben estar preparadas con herramientas de planificación y medidas de gestión adecuadas. Se ha puesto de manifiesto la necesidad de reforzar herramientas específicas de gestión de visitantes como los sistemas de seguimiento (contadores de personas y vehículos), evaluaciones de la capacidad de acogida, planes de movilidad sostenible, refuerzo del personal sobre el terreno (guardabosques, personal de educación ambiental) y mejora de los canales de comunicación con los visitantes.

## Los turistas y las empresas turísticas son responsables del tipo de viajes que se realizan y de la huella ambiental generada

En algunos países europeos como Finlandia o Escocia, se ha constatado un aumento en el presupuesto dedicado a la gestión de visitantes ante la comprensión de los beneficios sociales que supone el disfrute de la naturaleza. Y este disfrute pasa por un modelo de visita lenta, sosegada, tranquila, reposada. Disfrutando de cada minuto, de cada rincón, de cada experiencia. Lo contrario puede derivar en una masificación descontrolada.

El fenómeno de masificación no es nuevo. En una publicación de la Federación EUROPARC del año 1993 con el sugerente título 'Loving them to death, passion fatale o amándolos hasta la muerte', se puso sobre la mesa el peligro de un turismo incontrolado especialmente en lugares de alto valor natural.

La masificación que sufren algunos lugares repercute de forma negativa no solo en la conservación de los valores naturales y culturales del espacio protegido, sino también puede poner en riesgo la propia seguridad de los visitantes o sobre la propia calidad y experiencia de su visita.

A la atracción por los paisajes sobresalientes, fauna salvaje, frondosos bosques o espectaculares cascadas, se ha unido desde hace algunos años otro factor de atracción derivado del rodaje de anuncios, películas y series de televisión o los *selfies* en Instagram y su divulgación en las redes sociales de sus idílicas imágenes que contribuyen al consumo de estos espacios como si de un producto más se tratara. Esto es lo que ha sucedido por ejemplo en San Juan de Gaztelugatxe, donde el rodaje de la serie 'Juego de Tronos' en 2017 hizo aumentar de forma alarmante el número de visitas de 100 000 al año a más de 728 000 visitas, con picos de más de 8 500 visitas al día.

Para evitar los efectos negativos de una afluencia excesiva, se recomienda establecer la capacidad de acogida de uso público. La capacidad de acogida se define como el nivel máximo de visitantes que un área determinada puede soportar con el menor impacto ecológico y el mayor nivel de satisfacción posible de los visitantes. El concepto incluye tres componentes que facilitan su aplicación práctica: la capacidad de acogida física, establecida a partir del número de visitantes que un área determinada puede acoger según sus propias características físicas; la capacidad



Establecer una capacidad de acogida de uso público evita los efectos de una afluencia masiva. A la Reserva de Muniellos acceden al día solo 20 personas © E. Fernández



Acercarse a las tradiciones locales es una manera de hacer turismo responsable

de acogida ecológica, que determina el número máximo de visitantes por encima del cual comienzan a aparecer impactos críticos o irreversibles que la propia dinámica natural de los ecosistemas no es capaz de restituir y, por último, la capacidad de acogida psicológica, que indica el nivel máximo de visitantes a partir del cual comienzan a experimentarse episodios de masificación, hacinamiento e insatisfacción generalizada por parte de los propios visitantes. Debido a la importancia e interrelación entre las tres componentes citadas (física, ecológica y psicológica), el valor global de capacidad de acogida para un área determinada vendrá finalmente definido por el menor valor de estas tres componentes.

### En los proyectos de ecoturismo no caben los grandes complejos vacacionales ni las visitas multitudinarias

El valor global es una referencia que ha de venir acompañado de las necesarias medidas de gestión encaminadas a adoptar un modelo de gestión adaptativa a la realidad actual, para las actividades de uso público. Todas estas medidas están encaminadas a mejorar la conservación del lugar, mejorar la seguridad del visitante y maximizar la calidad de su visita. Entre otras medidas, se incluyen la revegetación en zonas impactadas, el rediseño de algunos senderos para evitar el impacto en zonas de nidificación o el cierre temporal de algunas zonas para permitir su recuperación.

También es preciso reforzar la información hacia los visitantes para sensibilizar sobre los valores patrimoniales e históricos de la zona y evitar la trivialización de la visita. Para ello las herramientas de comunicación y los profesionales de la educación ambiental son fundamentales.

Desde el punto de vista de la movilidad sostenible, todo el impulso al transporte público con vehículos lanzadera propulsados por energía renovable es bienvenido, así como potenciar el acceso a pie incluyendo opciones para el disfrute de colectivos con alguna dificultad de movilidad.

### Otro modelo de turismo es posible

Entre las herramientas más exitosas para fomentar otro modelo de turismo destaca la Carta Europea de Turismo Sostenible, iniciativa de la Federación EUROPARC



Comprar productos locales genera beneficios

puesta en marcha en 2001 que recogió precisamente las recomendaciones del citado informe 'Loving them to death'. El objetivo de la Carta es mejorar el desarrollo sostenible y la gestión turística asociada a los espacios protegidos. La Carta tiene en cuenta no solo los objetivos de conservación de dichos espacios, sino también las necesidades del entorno, de la población local, de las empresas locales y de los visitantes. En España actualmente están adheridos a la Carta 29 espacios en 10 comunidades autónomas, 408 empresas locales y 6 agencias de viajes implicadas.

El enfoque participativo de la Carta ha permitido incorporar al sector turístico a la gobernanza de las áreas protegidas, mejorando la relación con los gestores e incorporándolos al control y seguimiento de los visitantes. Por lo demás, los negocios comprometidos con la Carta gozan de una promoción privilegiada por parte del espacio protegido y mejoran continuamente la calidad de su oferta con la información y los contenidos que los gestores les proporcionan.

Los fundamentos de un turismo responsable con su entorno ambiental, social y económico, un turismo ético, pasan por:

—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 proyec-

tos '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 postpandemia nos ofrece una oportunidad para comunicar con más énfasis los valores de nuestras áreas protegidas y las bondades y beneficios del ecoturismo

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

Desde la conservación de las construcciones tradicionales y la calidad y diversidad paisajística hasta el fomento de energías limpias, control de la calidad del agua, reducción de vertidos o limitación de la contaminación lumínica, la industria turística tiene un papel que cumplir. Apostar por la movilidad sostenible en el destino, con consumos muy bajos de recursos no renovables, fomentar los transportes de bajas o cero emisiones, como el transporte público eléctrico, los desplazamientos a pie o en bicicleta

**El turismo en espacios protegidos es una herramienta para la conservación al aumentar la sensibilización acerca los valores ambientales y la necesidad de su conservación**



Lugares de interés turístico ejercen también una presión importante sobre las especies del lugar

#### —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 generada. 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, trataremos de planificar nuestro viaje e informarnos de posibles restricciones de aforo. Leer y aprender todo lo que sea posible sobre este lugar, sus costumbres, tradiciones, sus problemas ambientales, su cultura, en general y, 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 per-

fección 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.

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.

El turismo en espacios protegidos puede concebirse como una herramienta para la conservación, y si se desarrolla de forma adecuada, ayudará a aumentar la sensibilización de los visitantes respecto a los valores del espacio y la necesidad de su conservación, y al mismo tiempo se podrán generar ingresos que ayuden a mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales. Sin embargo, si no existe una



El acceso con vehículo se prohíbe en algunas zonas para preservar el entorno y la vida local © E. Fernández

planificación y una gestión adecuadas, el turismo puede deteriorar el espacio protegido, y a largo plazo sus costos ecológicos, sociales y culturales pueden ser considerables, además de afectar negativamente a la propia experiencia recreativa del visitante.

La postpandemia nos ofrece una oportunidad para comunicar con más énfasis los valores de nuestras áreas protegidas y las bondades y beneficios del ecoturismo. Es momento de reconectar, de reconocer nuestra vulnerabilidad, nuestra dependencia de una naturaleza sana, momento de sacar lecciones para mejorar como sociedad.



El bosque de Oma es uno de los lugares más visitados en la Reserva de Biosfera de Urdaibai

## REFERENCIAS

1. Balmford A, Green JMH, Anderson M, Beresford J, Huang C, Naidoo R, et al. (2015) Walk on the Wild Side: Estimating the Global Magnitude of Visits to Protected Areas. *PLoS Biol* 13(2): e1002074. doi:10.1371/journal.pbio.1002074.