

ENTRE EL NEGOCIO Y LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA

MUCHAS RESERVAS NATURALES TIENEN POBRES RECURSOS FINANCIEROS, PERO EL TURISMO MUEVE MILLONES DE DÓLARES POR AÑO. LA INTENCIÓN DE VIDA SILVESTRE ES PROMOVER QUE ESTA ACTIVIDAD, CONDUCTA EN UNA MANERA RESPONSABLE, SE CONVIERTA EN UN BUEN NEGOCIO PARA LAS EMPRESAS Y QUE, AL MISMO TIEMPO, GENERE LOS FONDOS QUE NECESITAN ESAS ÁREAS NATURALES PARA CUIDAR Y EL ESCENARIO NATURAL QUE ATRAE A LOS TURISTAS.

POR DRA. SARAH JONES (COORDINADORA DE DESARROLLO, PROGRAMA DE TURISMO RESPONSABLE Y PROGRAMA MARINO, FVSA)



✦ LUCIO CONTIGIANI - TURISTAS AL PIE DEL ACONCAGUA

Las áreas naturales protegidas son ampliamente reconocidas como una parte esencial de la conservación de la biodiversidad y del mantenimiento de la productividad de los ecosistemas terrestres y acuáticos. Sin embargo, son muy pocas y la mayoría no se maneja del modo ejemplar que todo país necesita. En gran medida esto sucede porque no se asigna un presupuesto generoso. Más bien, sucede todo lo contrario. Pero, es en ese escenario donde el turismo sustentable puede darles no sólo un mayor valor agregado, sino también un considerable apoyo financiero (a través, por ejemplo, del cobro de entradas, de la concesión de servicios o de licencias para actividades recreativas). Y, como si fuera poco, permite que mucha gente las conozca, las aprecie, sepa “para qué sirven” y se conviertan en aliadas de su conservación. Lógicamente, está claro que en algunas áreas esta fórmula deseada es más fácil o difícil de lograr que en otras, porque todo el mundo sabe que hay áreas donde es prácticamente imposible realizar un turismo de envergadura recreativa, educativa y económica (como podría encarnar el bellissimo Parque Nacional Baritú). Pero no se trata de buscar excusas con los casos “imposibles”, sino de buscarle la vuelta a los que, sí, son posibles.

TOMAR Y DAR

Junto con el desarrollo de ingresos para el manejo de áreas protegidas, las actividades de turismo sustentable también deben generar beneficios para las comunidades locales. Por ejemplo, a través de la comercialización de sus productos en las áreas de servicios, restaurantes, mercados artesanales, etc. Actualmente se está generando una nueva línea de turismo en donde el visitante busca integrarse con la vida cotidiana de la comunidad que visita. Esto, en particular, en comunidades agrarias, rurales, aborígenes o dedicadas a la producción artesanal. Es que para muchas personas es más atractivo compartir comidas caseras “en familia” elaboradas con productos del lugar que autoabastecerse en un local de comidas rápidas. Pero hay que buscar un equilibrio entre lo que se toma y lo que se da. Por eso, para que el turismo sea verdaderamente sustentable debe proveer un sustento financiero a esas comunidades y, paralelamente, reducir la presión de uso de los recursos naturales cuando no es sustentable. Con estas pocas premisas a cualquier conocedor del turismo en la Argentina le sobrarán varios dedos de una mano para señalar hallar ejemplos que cumplan con ellas.

...PARA QUE EL TURISMO SEA VERDADERAMENTE SUSTENTABLE DEBE PROVEER UN SUSTENTO FINANCIERO A ESAS COMUNIDADES Y, PARALELAMENTE, REDUCIR LA PRESIÓN DE USO DE LOS RECURSOS NATURALES CUANDO NO ES SUSTENTABLE.

© WWF - CANON / MICHEL GUNTHER - GLACIAR UPSALA, PARQUE NACIONAL LOS GLACIARES





¿Qué es el turismo responsable?

Es aquel que satisface a los turistas, mantiene y/o realza el entorno del lugar de destino y beneficia a las comunidades residentes (WWF 2001).

¿Y el ecoturismo?

Se debe tomar como un componente del turismo responsable y puede ser descrito como el turismo a áreas naturales o culturales bien conservadas, beneficiando a las comunidades locales y al medio ambiente (WWF 2001).

CONCRETANDO ALIANZAS

En la Argentina, a principios de los años 80, la Fundación Vida Silvestre Argentina (FVSA) realizó pioneras experiencias ecoturísticas a través de sus "safaris conservacionistas". Más tarde, desde 1987 las acompañó con actividades de ecoturismo en reservas privadas y en la actualidad está abocada al desarrollo de procesos para mejorar los beneficios del turismo responsable hacia el manejo de áreas protegidas. Esto, pensando en los Parques Nacionales Iguazú y Monte León, en reservas



© WWF - CANON / MARTIN HARVEY



© C. BERTONATI

LOS OPERADORES DE TURISMO, TANTO INTERNACIONALES, NACIONALES COMO LOCALES SON USUALMENTE EL CENTRO DE LA CADENA DE SUMINISTRO DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS. ELLOS INCIDEN NOTORIAMENTE SOBRE QUÉ PRODUCTO SE VENDE Y A QUIÉN. POR ESO, LA FVSA DECIDIÓ INVOLUCRARSE DESDE ESTE ASPECTO PARA EMPEZAR A MARCAR SU INFLUENCIA.

provinciales como las de Península Valdés o a nivel municipal en áreas patagónicas como Puerto Pirámides, San Antonio Oeste o Las Grutas, y del Corredor Verde de la selva misionera, en Andresito. Tenemos presente que queda mucho por hacer todavía para revertir la creencia –fundada– que el turismo es una amenaza para la naturaleza, porque aspiramos a que se gane el honor de ser su mayor benefactora. Lógicamente, la **FVSA** no es una entidad especializada en turismo, pero puede aportar su experiencia y su visión ambiental a las empresas dedicadas a esta actividad. Creemos que un trabajo conjunto mediante una asociación responsable es crucial para alcanzar el éxito económico y ambiental. Los operadores de turismo, tanto internacionales, nacionales como locales son usualmente el centro de la cadena de suministro de los productos turísticos. Ellos inciden notoriamente sobre qué producto se vende y a quién. Por eso, la **FVSA** decidió involucrarse desde este aspecto para empezar a marcar su influencia.

CON EL APOYO DE WWF

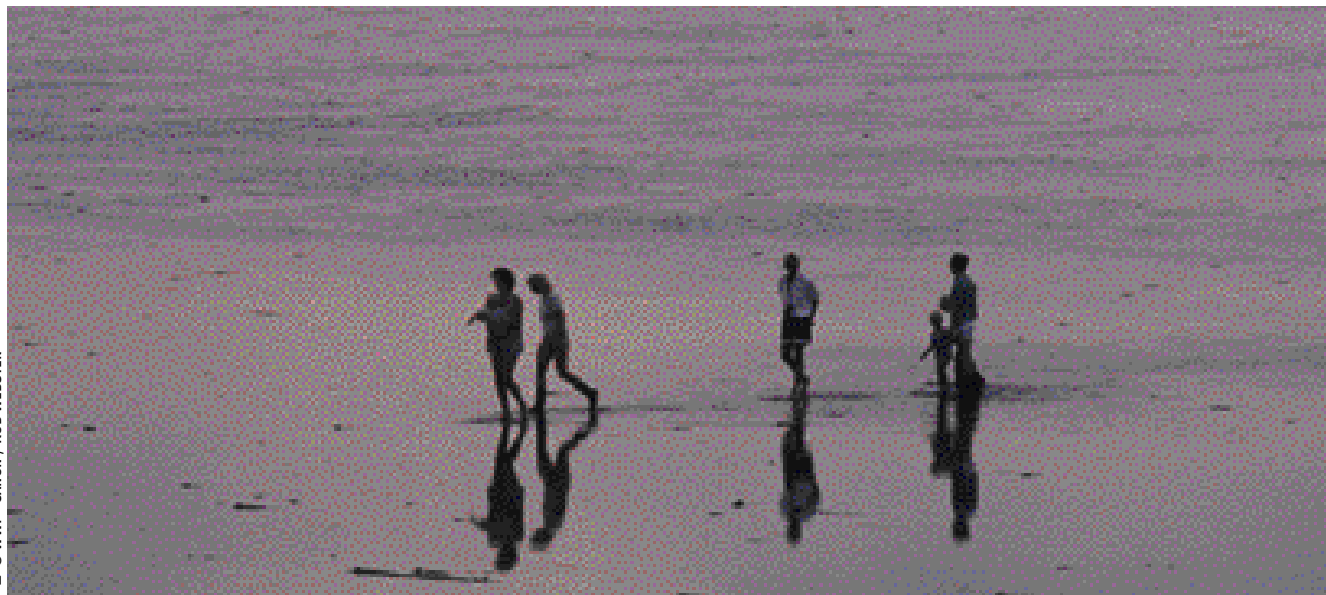
A nivel internacional, organizaciones conservacionistas como el Fondo Mundial para la Naturaleza (**WWF**) juegan un rol importante para apoyar el ecoturismo responsable en áreas protegidas como parte de una estrategia de desarrollo sustentable. **WWF** cree que el turismo sustentable actualmente es un ideal inalcanzable. En gran medida, por la importante contribución negativa del transporte aéreo al cambio climático. En un contexto general, las políticas de conservación y desarrollo sustentable toman en cuenta las interrelaciones entre tierra, mar y atmósfera con el desarrollo de todas las actividades humanas. Es entonces más útil pensar en un turismo responsable dentro de otra escala, más realista y acorde con los problemas que, sí, podemos resolver desde nuestro lugar de ONG. Desde esa perspectiva, la estrategia de **WWF** es que su red de 52 oficinas nacionales alrededor del mundo se vinculen con los operadores de turismo locales y nos ayuden, por ejemplo, identificando a aquellos que ya están vendiendo tours a la Argentina para que podamos ejercer nuestra influencia para fortalecer líneas de trabajo ambientalmente beneficiosas.

TURISMO... ¿A CORTO O LARGO PLAZO?

Tradicionalmente, el desarrollo turístico se enfocó en obtener beneficios a corto plazo. El resultado de esa política se traduce en que una región determinada pasa por un período de crecimiento al



LUIGIO CONTIGIANI - PARQUE NACIONAL IGUAZÚ



mejorar sus ingresos y su infraestructura hasta que la cantidad de visitantes y/o su comportamiento excede los límites recomendados. Entonces, las perspectivas cambian de signo y se degrada el ambiente, baja la calidad de los servicios, se abaratan los costos y se desencadena una superpoblación de visitantes. Lógicamente, con esta política el negocio decae, dejando infraestructura innecesaria y en mal estado, con un consiguiente daño para el paisaje y las comunidades locales. Considerando los muchos casos que han pasado por esta experiencia negativa, ahora, las empresas de turismo comprenden que la obtención de beneficios a largo plazo va de la mano con el desarrollo sustentable de la infraestructura local y la conservación de la cultura y del medioambiente. Por eso, esta es la oportunidad para que los dos sectores trabajen juntos hacia una meta en co-

mún: un turismo realmente sustentable. Además, al trabajar juntos es posible planear el desarrollo y el apoyo de las áreas naturales protegidas a través de los fondos generados por el ecoturismo. Sabemos que no será fácil, pero tenemos la certeza de que se trata del camino al éxito.

UNA ALIANZA PODEROSA

Teniendo en cuenta los puntos antes mencionados, la **FVSA** se asoció con un operador de turismo internacional, el **Grupo Newmarket**, con el objetivo de desarrollar fondos para las áreas naturales protegidas. Esto, tanto para las ya existentes como para las futuras, pero también para crear un producto de turismo sustentable dentro y fuera de ellas. Esta unión tiene un punto poderoso: la visión de la **FVSA** para su Programa de Turismo



© WWF - CANON / EDWARD PARKER - ARAUCARIAS O PENUEÑES

... LAS EMPRESAS DE TURISMO COMPRENDEN QUE LA OBTENCIÓN DE BENEFICIOS A LARGO PLAZO VA DE LA MANO CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA INFRAESTRUCTURA LOCAL Y LA CONSERVACIÓN DE LA CULTURA Y DEL MEDIOAMBIENTE.





© WWF - CANON / ZIG KOCH - YACARÉ NEGRO

... UNA DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES QUE AMBAS INSTITUCIONES VIENEN DESARROLLANDO ES LA CREACIÓN DE CIRCUITOS ALTERNATIVOS DE TURISMO PARA LAS ÁREAS CON MAYOR DEMANDA Y PRESIÓN TURÍSTICA.

Responsable fue adoptada como la visión de esta alianza, que busca: “desarrollar una actividad turística que asegure la viabilidad a largo plazo de la biodiversidad y respete la identidad de la gente, mediante la conservación de los ecosistemas, el mantenimiento de los servicios ambientales esenciales y la generación de beneficios para las comunidades locales.”

Esta experiencia piloto no es nueva. Cuenta con cuatro años y debe su éxito a la manera en que se planeó el trabajo y al cumplimiento de estos principios:

- **Integridad dentro de la alianza.** Ambas partes fueron sinceras sobre sus habilidades y objetivos. El resultado derivó en una confianza mutua, base de toda sociedad duradera.
- **Apertura ante las ideas y opiniones de la otra parte.** Cualquier sociedad obtiene mejores resultados cuando sus integrantes (grupos o individuos) comparten principios, una conducta y comprensión mutua.
- **Compartir el compromiso por establecer y cumplir metas realistas.** Al acordar objetivos que se puedan comprobar paso a paso, las partes son capaces de responder de manera flexible a los nuevos desafíos. Así se evitó el riesgo de quedar atados a un plan sofisticado y sin compromisos concretos y medibles.
- **Adoptar un método de manejo adaptable.** Así, la alianza puede ajustar el tamaño de cada área, de los recursos cubiertos y de la complejidad de los convenios.
- **Compromiso a largo plazo.** Porque entendemos que los logros llevan su tiempo y que no es bueno presionar a la otra parte para obtener resultados inmediatos. Menos cuando eso atenta contra una estructura sólida de manejo sustentable.

Al aplicar estos principios, la alianza entre la **FVSA** y **Newmarket** pusieron en marcha un programa de trabajo ajustado a cada año para cumplir con las metas señaladas en un documento de **WWF** adaptado para la Argentina por expertos en turismo de la Fundación: “Puntos de referencia para asociaciones para el turismo responsable”.

En ese contexto, una de las principales actividades que ambas instituciones vienen desarrollando es la creación de circuitos alternativos de turismo para las áreas con mayor demanda y presión turística. Es el caso del Parque Nacional Iguazú, donde tratamos de diversificar la oferta, minimizar o evitar un desborde de su capacidad de carga y generar mayores beneficios para los pobladores locales. Pero como el desafío es grande, el mercado (como los ingresos generados) fluctúan y la capacidad operativa de **Newmarket** para la Argentina es limitada, la **FVSA** está aplicando este modelo de alianza con otros operadores de turismo internacionales y locales. Así, estamos generando propuestas de financiamiento para capacitar a las comunidades locales en este tipo de turismo. De esta manera apoyamos al gobierno y a la gente para alcanzar un futuro más sustentable y responsable con la conservación de nuestro patrimonio natural.

Para más información: turismo@vidasilvestre.org.ar

Dedico esta nota a *Jill Bowling* de WWF-UK, fallecido en un accidente en Nepal en septiembre pasado, junto con otros especialistas en conservación y medio ambiente. Jill trabajó arduamente para lograr la asociación entre *Newmarket* y la *FVSA* para trabajar en la Argentina. Estará siempre presente en nuestros corazones.