

A high-altitude mountain landscape with snow-covered peaks and a large crowd of hikers on a snowy ridge. The scene is set in a mountainous region with rugged, snow-dusted peaks under a clear sky. A wide, snow-covered ridge runs diagonally across the frame, where a large number of hikers are gathered, some standing in lines and others moving. The hikers are wearing colorful winter gear, and some are using trekking poles. The overall atmosphere is one of a busy, high-altitude trekking route.

El Turismo en las Regiones de Montaña

Esperanzas, Temores y Realidades

**Serie sobre el Desarrollo Sostenible
de las Regiones de Montaña**

Serie sobre el desarrollo sostenible
de las regiones de montaña

El Turismo en las Regiones de Montaña

Esperanzas, Temores y Realidades

2014

Publicado por

el Departamento de Geografía y Medio Ambiente, Universidad de Ginebra,

el Centro para el Desarrollo y el Medio Ambiente, Universidad de Berna,

y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

Esta publicación contó con el apoyo de la Cooperación Austriaca para el Desarrollo
y la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación

Las denominaciones utilizadas y la presentación del material en este trabajo informativo no implican en absoluto la expresión de ninguna opinión por parte de la Cooperación Austríaca para el Desarrollo, la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación, el Departamento de Geografía y Medio Ambiente (Universidad de Ginebra), el Centro para el Desarrollo y el Medio Ambiente (Universidad de Berna) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, en cuanto al estatus legal o de desarrollo de ningún país, territorio, ciudad o área, ni sobre sus autoridades o la demarcación de sus fronteras o límites. La mención específica de empresas o productos de fabricantes, hayan sido o no patentados, no implica que cuentan con el aval o la recomendación por parte de las instituciones mencionadas, dándoles preferencia sobre otros de naturaleza similar que no se hayan mencionado. Los puntos de vista expresados en este trabajo informativo son los de su(s) autor(es) y no necesariamente reflejan los puntos de vista o las políticas de las instituciones mencionadas.

E-ISBN 978-2-88903-031-6 (PDF)

© Université de Genève 2014

La Cooperación Austríaca para el Desarrollo, la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación, el Departamento de Geografía y Medio Ambiente (Universidad de Ginebra), el Centro para el Desarrollo y el Medio Ambiente (Universidad de Berna) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente exhortan el uso, reproducción y divulgación del material de este trabajo informativo. A menos que se indique lo contrario, este material se puede copiar, descargar e imprimir para efectos de estudio particular, investigación y enseñanza, o para ser utilizado en productos o servicios no comerciales, siempre y cuando se den los debidos créditos a las instituciones que se mencionan como fuente y titular de los derechos de autor, y no esté implicado de ninguna manera el aval de estas instituciones a los puntos de vista, productos o servicios de los usuarios.

Todas las solicitudes de derechos de traducción y adaptación, así como de reventa y otros derechos de uso comercial, deben dirigirse a Bernard.Debardieux@unige.ch.

Editores: Bernard Debarbieux (UNIGE), Mari Oiry Varacca (UNIGE), Gilles Rudaz (OFEV), Daniel Maselli (SDC), Thomas Kohler (CDE), Matthias Jurek (UNEP).

Autores de los estudios de caso y de los textos introductorios: grupo internacional de expertos (sus nombres pueden verse en la lista de autores)

Concepto: UNIGE, CDE, SDC

Diseño y diagramación: Sandrine Billeau Beuze (UNIGE) para la versión en inglés, Simone Kummer (CDE) para la versión en español

Esta publicación en español es una traducción del inglés. Título original: *Tourism in Mountain Regions – Hopes, Fears and Realities*. Edición en inglés: Daniel Hoffman, Martin Price

Traducción y revisión de la versión en inglés: Brian Keogh

Cartografía: María Luisa Giordano

Traducción al español: Cristina Jaramillo Lopera, Adriana López-Henao; y Ana María Lopez Galeano

Revisión de la versión en español: Clara Ariza

Cita bibliográfica:

Debarbieux B, Oiry Varacca M, Rudaz G, Maselli D, Kohler T, Jurek M (eds.). 2014. *El Turismo en las Regiones de Montaña: Esperanzas, Temores y Realidades*. Serie sobre el desarrollo sostenible de las montañas. Ginebra, Suiza: UNIGE, CDE, SDC, 108 pp.

La versión electrónica puede descargarse de:

www.geo.unige.ch

www.cde.unibe.ch

www.entwicklung.at

www.sdc.admin.ch

www.unep.org

www.mountainpartnership.org

Fotografía de la portada: Aiguille du Midi (La Aguja del Mediodía), Francia, 2011
(P. Smith: patrick-smith-photography.com).

Contenido

Prólogo	5
1 Retos y oportunidades para el desarrollo del turismo en las regiones de montaña	6
2 Diversidad cultural y cambio social	12
Introducción	14
El turismo y los Tuareg en las Montañas de Air en Níger	18
Los vehículos todo terreno y la Madre Tierra: turismo, identidad y el Rally Dakar en Bolivia	20
Peregrinación en el fronterizo Paisaje Sagrado del Kailash	22
El agroturismo y el desarrollo de múltiples identidades profesionales en el Tirol austríaco	24
Reconversión económica de un territorio montañoso: de la electrometalurgia a la recreación al aire libre en Vicdessos (Ariège, Pirineos franceses)	26
Políticas sobre el legado histórico y la renovación de las comunidades locales en los Cárpatos	28
Rutas culturales: al servicio del turismo, de las economías locales y del paisaje	30
3 Equidad social y desarrollo económico	32
Introducción	34
Turismo de base comunitaria en los Pamires Orientales de Tayikistán	38
Cooperativas para apoyar la emancipación de las mujeres en las Montañas del Alto Atlas en Marruecos	40
L'Argentièrre-la-Bessée, en Francia: de la fragilidad de la monoindustria a la agilidad territorial	42
Fracasos del turismo étnico en el norte de Lao	44
Agroturismo en las montañas de Montenegro	46
Esquí y turismo sostenible en Aspen, Colorado, EE.UU.	48
Distribución equitativa de los ingresos provenientes del turismo en el Parque Nacional del Monte Kenia	50

4 Recursos y gestión del medio ambiente	52
Introducción	54
El “Lechweg”, modelo de ecoturismo en los Alpes europeos	58
¿Obstaculiza una represa el turismo sostenible en las montañas de Islandia?	60
Capacidad de carga del ecoturismo en el valle de Ganjnameh, en Irán	62
Manejo integrado de los recursos hídricos y turísticos para una resiliente región del Himalaya	64
Protección climática de los destinos turísticos: ¡ya!	66
Las Virungas: un estudio de caso sobre turismo de montaña y biodiversidad en África Oriental	68
El surgimiento del turismo sostenible en el Parque Nacional de Daisetsuzan, en Japón	70
5 Políticas e instituciones sociales para un turismo de montaña sostenible	72
Introducción	74
Redes, comercio justo y turismo sostenible: una tendencia creciente en las Montañas del Atlas en Marruecos	78
Acción exitosa del estado y la comunidad local en el desarrollo del turismo de montaña sostenible en Turquía	80
Angustia de los participantes en el turismo local por inseguridad en la región de Agadez, en Níger	82
Turismo de montaña en Suiza: implementación de la Agenda 21	84
El turismo y las instituciones ambientales en Costa Rica	86
Desarrollo turístico excluyente en Sapa, Vietnam	88
Dimensión política del desarrollo turístico en el Cáucaso	90
6 Convertir esperanzas y temores en realidades sostenibles	92
Autores y editores	98
Autores y editores	100
Referencias y Lecturas Adicionales	104

Prólogo

El potencial económico que tiene el turismo para muchas comunidades de montaña – aunque no para todas– está bastante claro: en la mayoría de las regiones montañosas del mundo, las posibilidades de la gente para generar ingresos son limitadas. La agricultura, la silvicultura y la cría de animales son la columna vertebral de las economías locales, pero estas se enfrentan a dificultades tales como suelos poco profundos, severas condiciones climáticas y baja competitividad en el mercado. Por consiguiente, diversificar las fuentes de ingresos no es a menudo una opción sino una necesidad para las familias de las regiones de montaña.

Los sistemas montañosos ofrecen posibilidades para toda clase de turistas: los aficionados al deporte acuden allí a practicar el senderismo, la escalada o el esquí. Otros van simplemente a deleitarse con sus hermosos paisajes. En los valles remotos y en las cumbres de las montañas, muchas plantas endémicas invitan a los visitantes a descubrir una biodiversidad única. Los interesados en el patrimonio cultural encuentran fascinantes destinos a lo largo de los caminos incas de los Andes, en los templos de piedra de Etiopía o en las ceremonias y sitios sagrados budistas en los Himalayas.

Por otra parte, el turismo entraña el riesgo de causar daño a los bienes y servicios ecológicos, comprometer las identidades culturales y aumentar las desigualdades sociales. El turismo no es una solución de “talla única”, ya que hay varios factores y condiciones que deben considerarse para lograr un éxito duradero en el desarrollo de esta actividad. Esto abarca aspectos que van desde un clima propicio hasta una infraestructura confiable de transporte, desde servicios variados y de alta calidad hasta una estabilidad social y política, e incluye requisitos administrativos mínimos, tales como los medios para la expedición de visas y otros permisos.

Tanto Suiza como Austria han experimentado las facetas luminosas del turismo y también su lado oscuro. Por este motivo se tomó la decisión de financiar conjuntamente una publicación que aborde y explore los temas y oportunidades fundamentales del turismo sostenible de montaña a escala global.

Este documento arroja luz sobre el turismo de montaña al enfocarse en las dimensiones económicas, ecológicas y sociales que constituyen los pilares del desarrollo sostenible. En la búsqueda de vías hacia el turismo sostenible de montaña, el texto explora importantes estudios de caso de todo el mundo, los cuales muestran ejemplos valiosos y errores a evitar.

Nuestro anhelo es que esta publicación inspire a los formuladores y ejecutores de políticas para avanzar hacia el desarrollo de un turismo sostenible en las regiones de montaña, de tal manera que se beneficie a las comunidades locales a la vez que se inspira a los visitantes de todo el mundo.



Embajador Martin Dahinden
Director General de COSUDE



Dr. Martin Ledolter, LL.M.
Director Ejecutivo de ADA


Embajador Martin Dahinden

Dr. Martin Ledolter





Retos y oportunidades para el desarrollo del turismo en las regiones de montaña



Bernard Debarbieux, Mari Oiry Varacca, Gilles Rudaz

Retos y oportunidades para el desarrollo del turismo en las regiones de montaña

Volcanes Parinacota y Pomerape,
Parque Nacional Sajama, Bolivia, 2011
(L. Lerch, Universidad de Ginebra)

Cada año se siente una mayor influencia del turismo a nivel global. Entre todos los sectores de la economía mundial, el turismo registra una de las tasas de crecimiento más altas y consistentes; en 2012, por primera vez, el número de turistas internacionales superó los mil millones (Organización Mundial del Turismo, 2013). El turismo doméstico –en el que las personas viajan dentro de su propio país– ha existido durante mucho tiempo como una actividad recreativa en los países más ricos, o en todo el mundo en forma de peregrinaciones. Hoy en día, sin embargo, hay un gran auge del turismo recreativo en los países en vías de desarrollo, lo que demuestra que muchas sociedades del mundo continúan adoptando esta práctica. El desarrollo de la infraestructura turística también está avanzando rápidamente en forma de complejos turísticos, posadas rurales, hostales y grandes instalaciones recreativas al aire libre (parques de atracciones, zonas de esquí, etc.), aunque también a más pequeña escala, como en el caso de museos locales, rutas para excursionismo y senderos para el ciclismo de montaña.

En este contexto de aumento del turismo, las regiones montañosas juegan un papel particularmente importante. Las montañas fueron escenario de algunas de las primeras formas de turismo: en el siglo XVIII los Alpes se convirtieron en un destino imprescindible para los aristócratas ingleses, cuando se puso de moda hacer el “Grand Tour”. Los cánones de la estética de paisajes, tanto en los países occidentales como en China y Japón, le dieron un valor especial a la vista de las montañas. Esta fascinación por las montañas no solamente ha persistido sino que se ha vuelto global. En la actualidad no hay una sola región en el mundo donde no sean apreciadas las cualidades especiales de los paisajes montañosos. Estas cualidades se han convertido en valiosos activos para el desarrollo del turismo de montaña: la nieve, con la invención y difusión del esquí; la diversidad de habitantes y prácticas culturales tradicionales en las diversas localidades; la abundancia de aguas termales y minerales; la dimensión sagrada atribuida a muchas cumbres y sitios en las montañas; la diversidad biológica y geológica, reflejada en singulares comunidades de plantas y formaciones geológicas, así como en especies animales emblemáticas, tales como la gamuza, el íbice, el puma y el oso panda. Todos estos recursos probablemente adquirirán cada vez mayor importancia en las próximas décadas, a medida que los procesos de urbanización ejercen un creciente impacto en nuestro mundo y en nuestros estilos de vida, y que el atractivo de los viajes y el turismo continúa expandiéndose.

No es fácil medir el nivel del turismo en las regiones de montaña. La exactitud de las estadísticas disponibles sobre el turismo nacional e internacional varía considerablemente de una región del mundo a otra. Y en cualquier caso, las cifras disponibles son apenas estimaciones. El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), por ejemplo, considera que la proporción del total del flujo de turistas hacia destinos de montaña está entre el 15 y el 20%. Sin embargo, los datos disponibles indican que detrás de esta cifra hay algunas situaciones muy diversas, que van desde ciertas regiones montañosas del hemisferio norte –particularmente los Alpes, las Montañas Rocosas y Japón, donde hay decenas de millones de turistas– hasta determinados países montañosos del Sur Global donde hay pocos turistas, o ninguno, como en el Sahel, Indonesia o México Central. Numerosos estudios de investigación y experiencias locales han ayudado a identificar la gran variedad de desafíos relacionados con el turismo, no sólo en términos de desarrollo sino también en cuanto a sostenibilidad económica, sociocultural y ambiental.



Pamir, Tayikistán, 2008 (S. Henriod: www.henriod.info)



Gran Muralla China, Nutianya, 2013 (V.Valfort)

Primero que todo, las expectativas en términos de desarrollo son considerables y muy variadas dependiendo de los diferentes grupos de interés. El turismo generó muchos beneficios para las primeras regiones montañosas que recibieron visitantes, como por ejemplo mejoras en la infraestructura de acceso y en las comunicaciones, generación de empleos y negocios, y la apertura hacia el mundo exterior y a experiencias con otras personas y culturas. El éxito logrado en numerosas regiones durante décadas (o incluso durante siglos, en ciertos casos) en Europa, Norteamérica, Japón, Chile, Argentina, Australia y Nueva Zelanda, ha despertado esperanzas y expectativas en muchas otras regiones montañosas del mundo, tales como el Pamir, Tien Shan, el Sahel y los Andes centrales, donde los turistas occidentales, y luego los turistas nacionales, empezaron a interesarse cada vez más en ellas. Ya que las regiones montañosas a menudo tienen deficiencias de accesibilidad e infraestructura, al igual que problemas de marginación de tipo social, político y económico –ya sea por negligencia estatal o por cierta desconfianza de las poblaciones periféricas–, a muchos actores locales el turismo puede parecerles una rara palanca para el desarrollo.

Otro problema es que, aunque pueda haber convergencia entre la curiosidad de los turistas y los deseos de los grupos de interés locales, esto no garantiza que se llevará a cabo un desarrollo genuino, ni que éste será equitativo y sostenible. El desarrollo del turismo en las regiones montañosas depende de muchos factores: el atractivo del destino, la seguridad, el profesionalismo de los negocios locales y las estructuras de atención a los visitantes, la disponibilidad de capital, etc. A menudo no hay suficiente capital para crear la infraestructura necesaria para acceder a los sitios o para alojar a los visitantes. Los conflictos étnicos y fronterizos son frecuentes en las regiones montañosas limítrofes, como Cachemira, o en regiones sometidas a severas políticas de asimilación, como las altas mesetas de Asia Central, y la inestabilidad resultante pone en peligro su atractivo y los esfuerzos de muchas partes interesadas. Además, los medios utilizados para desarrollar el turismo no siempre favorecen su sostenibilidad. A veces se llevan a cabo grandes proyectos sin antes evaluar o prever su impacto sobre el medio ambiente, el empleo o las comunidades involucradas. Otras veces la proliferación de pequeñas iniciativas

individuales no está debidamente regulada, lo que también puede tener repercusiones nocivas en el paisaje, el medio ambiente y las relaciones sociales. A menudo los efectos en las economías locales no logran satisfacer las expectativas, particularmente cuando los beneficios quedan en manos de unos cuantos grandes accionistas, que muchas veces no pertenecen a estas regiones. Finalmente, la competencia generalizada entre los destinos turísticos, no sólo entre diferentes regiones montañosas, sino también entre las montañas, las principales ciudades y las costas, es un verdadero reto para todos los que fomentan el desarrollo del turismo local y regional.

También es importante señalar que la abundancia de zonas naturales protegidas en las regiones montañosas, aunque brinda una base sólida para el turismo, no es garantía de sostenibilidad. Ciertamente, tales áreas pueden contribuir a una responsable gestión y protección de los recursos ambientales, y a menudo son atracciones turísticas por derecho propio. Pero las áreas protegidas también están sujetas a amenazas tales como el uso excesivo y el antagonismo de los residentes locales que quizá reciban pocos beneficios económicos y que pueden incluso negar el acceso a los visitantes. También es importante tener en cuenta que, aunque en condiciones ideales el turismo es un importante motor para el crecimiento económico, la redistribución de la riqueza, el desarrollo social y el empoderamiento de las poblaciones locales, esta es una actividad particularmente vulnerable a diversos factores: el cambio climático, las crisis políticas y económicas, la inestabilidad interna y la competencia por los recursos. Los objetivos de sostenibilidad del turismo deben hacer frente a un contexto cada vez más complejo, politizado y globalizado. El Macizo de Air, en Níger, es un ejemplo trágico. Durante unas pocas décadas fue un promisorio destino turístico, pero hoy está aislado por la guerra civil y el terrorismo.

Por todas las razones positivas, el desarrollo del turismo en las regiones montañosas se debe ciertamente fomentar, en especial en las regiones periféricas de los países del Sur Global. Sin embargo, ya que este esfuerzo concierne a ambientes naturales y a sociedades locales que a menudo son vulnerables y con menos capacidad de recuperación que en otros lugares, es esencial, con mayor razón, que el turismo se introduzca de manera tal que contribuya al desarrollo sostenible de las regiones y de las sociedades involucradas.



Reserva Nacional Mojave, California, EE.UU., 2008 (S. Billeau Beuze)



Diversidad cultural y cambio social

2





Bernard Debarbieux

Introducción

Carruaje histórico de Gotardo, Andermatt, Suiza, 2008
(A. Campi: albertocampiphoto.com)

Es usual que el turismo ponga en contacto a personas de mundos muy diferentes. Dado que este contacto es recurrente, inevitablemente tiene un impacto en las identidades individuales y colectivas: en las de los turistas, por supuesto, pero también, y de manera más significativa, en las de las poblaciones anfitrionas. El sentido de pertenencia social y territorial de estas poblaciones puede verse fortalecido o debilitado por el contacto repetido con turistas, cuya conducta es a menudo muy diferente de la suya. Los turistas tienen además concepciones previas acerca de la cultura local, las artesanías y el legado histórico que esperan encontrar y esto contribuye a la construcción o puesta en escena de un correspondiente “producto” turístico por parte de las comunidades visitadas. Corresponde a las poblaciones locales decidir qué quieren mostrar a los turistas y qué prefieren mantener para sí mismas. Esto también tiene que ver con evaluar las consecuencias de monetizar la economía local y de comercializar las prácticas tradicionales, las cuales son presentadas como folclore.

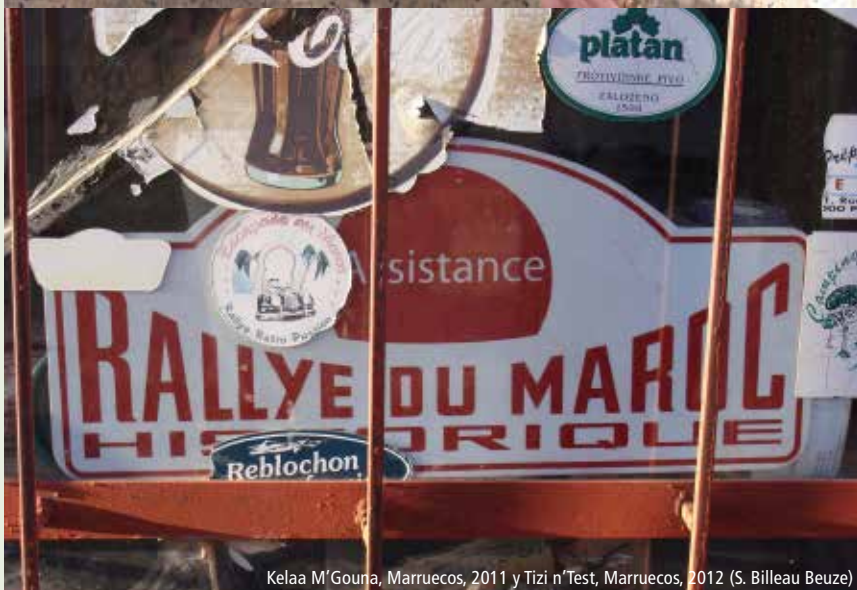
Los diversos impactos del turismo en la cultura y en la identidad se perciben localmente como fuente de posibilidades y también de peligros. El interés que los turistas manifiestan por las artesanías autóctonas y por la forma como son elaboradas puede ayudar a fortalecer su valor a los ojos de los residentes locales, restaurando un cierto orgullo que quizá había disminuido con el tiempo. Este es notoriamente el caso de las tradiciones de poblaciones que se sienten marginadas en su propio país, como sucede por ejemplo con los pastores Tuareg en las Montañas de Air, en Níger. Algunas poblaciones locales, por otra parte, consideran perturbadora la presencia de turistas y ven su interés y curiosidad como una amenaza. Las prácticas tradicionales y los significados que les da la gente local, pueden sufrir alteraciones cuando se ponen en escena o se exhiben, como puede observarse en el Monte Kailash. El desarrollo turístico de regiones remotas y marginadas ofrece una apertura al mundo y a la modernidad a poblaciones que pueden ser percibidas como atrasadas o que sufren exclusión en sus propios países. Dicho contacto y reconocimiento puede ser percibido como una oportunidad o como una amenaza, dependiendo del ángulo desde el cual se vean las cosas.

Lo que está en juego en estas situaciones no es solamente cultural sino también social y político. El desarrollo turístico en áreas que durante mucho tiempo se han sostenido a sí mismas mediante otras actividades, puede ocasionar cambios en las jerarquías sociales y en los recursos y roles de los diferentes grupos. El interés de los turistas a menudo es más fuerte precisamente en esos aspectos del entorno que las sociedades locales han empezado a abandonar o a descuidar: altas montañas lejanas, aldeas antiguas, arquitectura rústica, etc. Los pobladores locales que sean más rápidos o más aptos para desarrollar y promover estos recursos, por ejemplo ofreciendo sus servicios como guías, o transformando las estructuras tradicionales en hostales, pueden convertirse en los prin-



Riva San Vitale, Suiza, 2009 (H. Mayer)

cipales interlocutores para los turistas y en los principales beneficiados con su presencia. El consecuente reordenamiento de la riqueza y del estatus dentro de las comunidades locales no está exento de problemas. Esto es particularmente evidente con respecto a las mujeres; para las sociedades donde el trabajo femenino se considera de poco valor o estatus, el interés de los turistas en lo que las mujeres producen, y en general en las condiciones de vida, ha provocado tensiones y rápidos cambios sociales. Muy a menudo el turismo da así origen a profundas transformaciones sociales, con frecuencia irreversibles. Para algunos observadores, el turismo genera nuevas desigualdades, al tiempo que amenaza con romper las relaciones sociales tradicionales; para otros, representa una oportunidad única para lograr cambios necesarios en las relaciones sociales, cambios que a menudo son percibidos desde afuera como más justos.



Kelaa M'Gouna, Marruecos, 2011 y Tizi n'Test, Marruecos, 2012 (S. Billeau Beuze)



Half Dome, Parque Nacional de Yosemite, California, EE.UU., 2008 (S. Billeau Beuze)

En países en los que las poblaciones que viven en las montañas han sufrido exclusión o discriminación, el interés de los turistas en sus vidas y su medio ambiente les ha dado la oportunidad de promover sus causas a nivel nacional e internacional. Muchas de estas poblaciones así marginadas en regiones montañosas han percibido esta influencia del turismo, inicialmente en Europa, a mediados del siglo XX y en años más recientes en Magreb, en el Altiplano boliviano y entre los bereberes de las montañas Atlas, al igual que en las zonas montañosas de China y del sureste asiático.

Bajo estas consideraciones, embarcarse en un desarrollo turístico en regiones montañosas requiere evaluar cuidadosamente la variedad y alcance de las esperanzas y temores de los habitantes locales con respecto a sus culturas, estructuras sociales e identidades colectivas. Esto requiere considerar seriamente y a conciencia este tipo de inquietudes; implica, en otras palabras, aceptar que los efectos del turismo en las montañas periféricas pueden ser siempre ambivalentes.

El turismo y los Tuareg en las Montañas de Air en Níger



Marko Scholze

El turismo en el norte de Níger es una importante fuente de ingresos para los Tuareg de las Montañas de Air. Además de que la participación de los Tuareg en este negocio global conduce al cambio y a la innovación en su sociedad, también puede ayudarles a preservar ciertas tradiciones.

Excursionistas que cruzaron el Monte Tamgak y van en dirección de Chiriet y del desierto del Teneré, Air, Níger, 2006 (A. Morel)

El turismo en las Montañas de Air y en el desierto del Teneré en el norte de Níger fue iniciado por los operadores turísticos europeos que empezaron a organizar excursiones en la década de los 60. Estos primeros operadores emplearon como personal a los Tuareg que vivían en esas regiones. Sin embargo, algunos de estos Tuareg se apropiaron rápidamente del modelo y desde 1980 crearon sus propias agencias de viajes. Con los años, el turismo se convirtió en una alternativa económica bien establecida en la sociedad Tuareg, junto con sus actividades tradicionales de pastoreo de camellos, comercio caravanero y horticultura. En 2007 había 62 agencias locales de viajes en la capital regional de Agadez. Sus propietarios Tuareg dan empleo a más de 500 guías, conductores, cocineros y camelleros, atendiendo anualmente hasta a 5.000 turistas, principalmente de Francia, Alemania, Austria, Suiza, Italia y Estados Unidos. Trabajan con operadores de turismo en Europa y también directamente con turistas individuales. Las excursiones comprenden viajes de ida y vuelta en la zona, de una a tres semanas, incluyendo el desplazamiento en vehículos todo terreno (65% del total de excursiones), en camellos (30%), o a pie (5%).

El turismo en el norte de Níger representa un destino periférico típico en el mercado global. El área es de acceso limitado y prácticamente no hay infraestructura turística fuera de Agadez. Los turistas buscan así experimentar un estilo de vida simple y calmado, a partir del mito del Sahara y de los Tuareg, el cual se desarrolló en Europa durante el Siglo XIX.



Lecciones aprendidas

En las Montañas de Air, el turismo ofrece a hombres y mujeres Tuareg de diversos estratos sociales la oportunidad de diversificar sus fuentes de ingresos. Más allá de los beneficios económicos a nivel individual, el turismo ayuda a generar impuestos para los municipios. Las excursiones a lomo de camello (meharees) son especialmente adecuadas para el desarrollo turístico de la región ya que son consistentes con las prácticas culturales locales y apropiadas para el frágil ambiente natural. Habrá que restaurar la seguridad en la región para que el turismo pueda renacer. Cuando esto ocurra, será importante fomentar un proceso permanente de profesionalización y capacitación de los Tuareg implicados, ya sean propietarios o personal de las agencias de viajes, al igual que artesanos, forjadores de metal y comerciantes que producen y venden artesanías a los turistas. De esta manera se pueden promover y extender prácticas turísticas sostenibles, equitativas y culturalmente apropiadas.



Excursión a lomo de camello (Meharee) en Air, Níger, 2006 (A. Morel)

Aunque el desarrollo del turismo en Níger sigue siendo en pequeña escala, los efectos económicos y socioculturales en la sociedad Tuareg son evidentes. Las agencias de viajes locales son dominadas por los Tuareg que pertenecen al estrato social de los nobles (imajeghen) y de la categoría siguiente a estos (imghad) dentro de las jerarquías tradicionales. Ellos consideran que su trabajo perpetúa su vida de antes como pastores, pero con medios modernos. Sus actividades han diversificado el sistema económico de los Tuareg y han ayudado a contrarrestar procesos acelerados tales como la sedentarización o la migración de la fuerza laboral, los cuales están relacionados con la creciente desertificación y el deterioro de las fuentes de sustento. Las excursiones a lomo de camello (meharee) han contribuido en forma especial al sostenimiento de los grupos nómadas, los cuales alquilan sus animales a las agencias. Estos Tuareg también actúan como agentes culturales, facilitando el contacto entre los turistas y la sociedad anfitriona.

Otro grupo activo en la economía turística local son los Tuareg forjadores de metal (inadan) los cuales venden objetos manuales como joyas de plata y esculturas de piedra serpentina –la mayoría de los cuales se diseñan y producen específicamente para el mercado turístico– al igual que cestos tradicionales y bolsos de cuero. Algunos de estos artesanos se han convertido en prósperos empresarios gracias al turismo, ascendiendo en su estatus social y reduciendo su dependencia económica de las clases nobles.

Ambos grupos, sin embargo, están sufriendo actualmente los efectos de la última rebelión de los Tuareg (2007-2009) y de la persistente falta de seguridad en la región debida a las actividades de grupos de contrabandistas y terroristas como Al Qaeda. Esto ha ocasionado el derrumbe del turismo, lo que muestra lo frágil que es este sector, el cual depende de un mínimo de estabilidad.



Mujer tuareg haciendo artesanías para los turistas, Air, 2002 (M. Scholze)

Los vehículos todo terreno y la Madre Tierra: turismo, identidad y el Rally Dakar en Bolivia

Yuri Sandoval y Sébastien Boillat

En enero de 2014, por primera vez, se disputaron en Bolivia dos etapas del Rally Dakar. El gobierno boliviano estuvo muy activo en la promoción del evento, pagó dos millones de dólares como cuota de afiliación a ASO, la compañía francesa que organiza el rally, e hizo una inversión en infraestructura para hacer posible la realización del evento. Sin embargo, los beneficios económicos del rally para Bolivia aún no están muy claros.

El Ancochuma y el Illampu desde la carretera a Sorata, 2012, (L. Lerch)

Este rally de larga distancia, en gran parte a campo traviesa, en el que actualmente participan cientos de automóviles, motocicletas, camiones y vehículos todo terreno que cruzan principalmente por Chile y Argentina, fue promovido en Bolivia para impulsar el turismo en el Altiplano Sur; esta es una región árida situada a gran altitud, ocupada en su mayor parte por indígenas, y es el hogar del emblemático Salar de Uyuni, el salar más grande del mundo y una de las más importantes atracciones de Bolivia.

El entusiasmo por el evento surgió del "primer gobierno indígena de América", liderado por Evo Morales, descendiente de los Aymaras, quien ha buscado darle un mayor reconocimiento a la población indígena. Desde los inicios de su labor presidencial, Morales ha promovido la idea del "buen vivir" como una alternativa al consumismo; retiró a Bolivia del programa REDD+ y promulgó una serie de regulaciones que consagran a la Madre Tierra como un ser vivo que tiene derechos, inspirado en el concepto indígena de "la Pachamama".

¿Es inocente el Rally Dakar en términos ambientales y culturales? El rally, realizado originalmente en África del Norte, abandonó el continente debido a amenazas de terrorismo, aunque también quizá por estar relacionado con el neocolonialismo francés en África (*Françafrique*). La carrera a campo traviesa de vehículos y motocicletas todo terreno en Bolivia, con sus probabilidades de ocasionar daños ambientales, tiene poco en común con los valores culturales tradicionales del país o con los patrones de uso de la tierra. En Chile y Perú, el rally causó daño a sitios antiguos de importancia cultural para los indígenas. Sin embargo en Bolivia, sor-



prendentemente, las evidencias de preocupación ecológica vinieron principalmente de la misma organización ASO, la cual prometió compensar sus emisiones de CO2 haciendo contribuciones a programas de conservación en la Amazonía del Perú, bajo un esquema tipo REDD+.

Para quienes están preocupados por el uso y desarrollo sostenible de las regiones montañosas, el Rally Dakar en la alta meseta de Bolivia da lugar a una serie de cuestionamientos. Primero, ¿por qué el gobierno respaldó tan activamente el rally y por qué tan pocas personas en Bolivia se opusieron? Sólo un pequeño grupo de indígenas se pronunció contra el rally, inicialmente, pero luego retiró su oposición. En contraste, grupos indígenas bloquearon el rally en Argentina, y Ecuador rechazó la petición de los organizadores para que el rally pasara por su territorio. Por su parte Perú, habiendo participado en el rally en 2013, lamentó esa decisión y en 2014 denegó el acceso. Aunque sólo el tiempo dirá si a la larga Bolivia recibirá o rechazará el Rally Dakar en su territorio, la acogida inicial al evento, entusiasta, o al menos carente de polémica, sugiere que las asociaciones comunes de "indígenas" en Occidente, que "aman la naturaleza", en realidad ocultan una relación mucho más compleja. Sin embargo, la pregunta sigue en pie: ¿Cómo puede el Rally Dakar ser compatible con unos fundamentos ideológicos que promulgan una ley a favor de los derechos de la Madre Tierra? Dada la altitud de la región y su aridez, los suelos y la vegetación del altiplano boliviano son doblemente vulnerables; si apenas muy lentamente pueden recuperarse de perturbaciones menores, mucho menos podrán hacerlo tras los severos efectos de cientos de vehículos de carreras.

Es posible que haya existido una mayor oposición indígena al rally que la evidenciada a primera vista. Es posible que grupos indígenas opuestos al rally hayan sido marginados. El retiro reciente de algunas organizaciones indígenas de su filiación al gobierno sugiere divisiones entre grupos étnicos de mayorías y minorías, lo que refleja la complejidad de esta nación diversa, si bien en gran parte indígena.

Es indudable además que el desarrollo y el crecimiento económico afectan la identidad indígena boliviana, por ejemplo a medida que más indígenas poseen vehículos y adoptan aspiraciones económicas y patrones de consumo de tipo global. En vísperas de las elecciones de 2014, Evo Morales sin duda tenía interés en satisfacer las demandas de sus electores en cuanto a políticas a favor del desarrollo. En este contexto, tal vez está surgiendo una nueva identidad boliviana predominante en la que el respeto a la Madre Tierra no es incompatible con la idea de llenar su cuerpo de cicatrices por la acción de vehículos todo terreno. Sin embargo, a pesar de tener una mayoría indígena, Bolivia no estará libre de tener que navegar en el delicado terreno del pluralismo étnico y el cuidado ambiental.



Publicidad del Rally Dakar, La Paz, 2014 (S. Boillat)

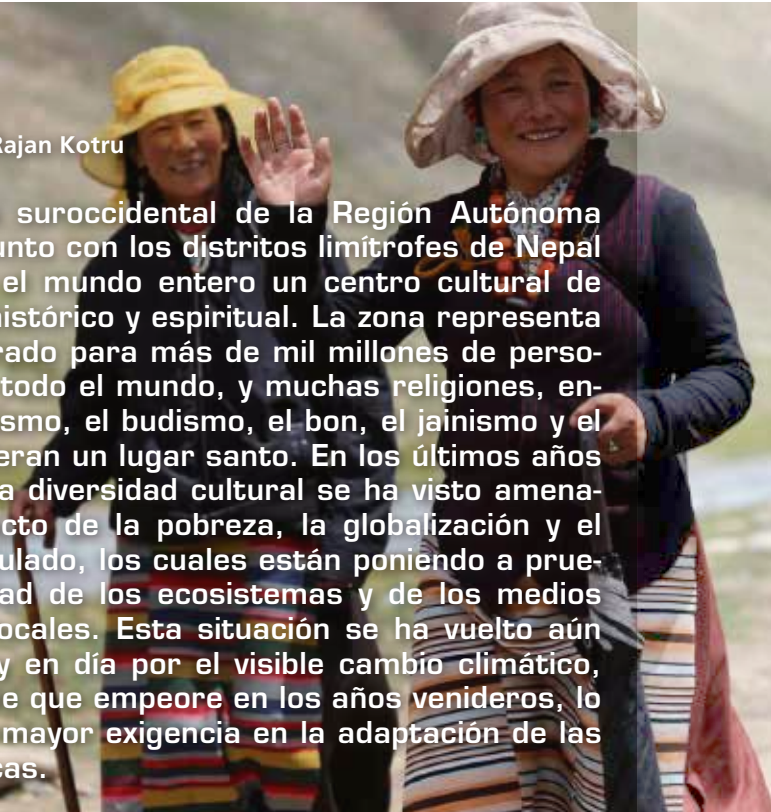
Agradecimientos

Este artículo fue escrito como parte de una alianza investigativa entre la Universidad Mayor de San Andrés (La Paz) y la Universidad de Ginebra, con el apoyo de la Red Suiza para Estudios Internacionales (www.snis.ch).

Peregrinación en el fronterizo Paisaje Sagrado del Kailash

Marjorie van Strien y Rajan Kotru

La parte remota suroccidental de la Región Autónoma China del Tíbet, junto con los distritos limítrofes de Nepal e India, es para el mundo entero un centro cultural de gran significado histórico y espiritual. La zona representa un territorio sagrado para más de mil millones de personas en Asia y en todo el mundo, y muchas religiones, entre ellas el hinduismo, el budismo, el bon, el jainismo y el sijismo, lo consideran un lugar santo. En los últimos años su profunda y rica diversidad cultural se ha visto amenazada por el impacto de la pobreza, la globalización y el desarrollo no regulado, los cuales están poniendo a prueba la sostenibilidad de los ecosistemas y de los medios de subsistencia locales. Esta situación se ha vuelto aún más compleja hoy en día por el visible cambio climático, el cual es probable que empeore en los años venideros, lo que reclama una mayor exigencia en la adaptación de las prácticas y políticas.



Peregrinas tibetanas en su travesía espiritual, 2013
(G. Rawat)

Las limitadas opciones para ganarse el sustento en la región, junto con las presiones mencionadas anteriormente, han fomentado un ciclo de generalizada degradación de los recursos. El manejo inadecuado de las actividades de subsistencia, del turismo y de las peregrinaciones, sumado a la creciente urbanización y al cambio climático, exigen en el Paisaje Sagrado del Kailash un enfoque que integre la conservación y el desarrollo sostenible. Para abordar los cambios que están afectando a las comunidades locales, se requieren con urgencia medidas adecuadas de adaptación que salvaguarden el irremplazable patrimonio natural y cultural de esta vasta región montañosa. Concretamente, se debe fortalecer la capacidad de recuperación sociocultural, estimular el desarrollo económico y preservar el medio ambiente local. En este contexto, China, India y Nepal, junto con el Centro Internacional para el Desarrollo Integrado de las Montañas (ICIMOD), se unieron para delinear una región común, como fundamento para una iniciativa conjunta a largo plazo para la conservación y el desarrollo.

El turismo, como uno de los pilares económicos de la región, ha impulsado el desarrollo de la infraestructura, lo cual a su vez ha generado un mayor número de turistas, estimulando al mismo tiempo otras oportunidades económicas. Cada año, miles de peregrinos religiosos y espirituales, así como turistas del mundo entero, emprenden el arduo viaje a esta región sagrada, viajando por rutas antiguas a través de la India, Nepal y el Altiplano tibetano. Aprovechar el crecimiento de estos mercados turísticos dentro de un marco de desarrollo sostenible podría ser un mecanismo efectivo para mejorar tanto la subsistencia local como la conservación del legado histórico y cultural. Sin embargo, quedan muchos retos para



materializar tal visión en este complejo panorama cultural, topográfico y político. En 2014, Año del Caballo –considerado de buen augurio–, se espera que pasen por la región más de un millón de peregrinos en su camino hacia importantes sitios sagrados. A través de la Iniciativa para el Desarrollo y la Conservación del Paisaje Sagrado de Kailash, ICIMOD está colaborando con la Universidad de Sichuan y con la Academia China de Ciencias, para promover actividades de turismo responsable y mejorar las oportunidades de subsistencia de las comunidades locales. La iniciativa ofrece una plataforma que permitirá a los diferentes grupos de interés y representantes del gobierno de China, India y Nepal compartir las lecciones aprendidas y proponer enfoques y prácticas que hagan del turismo una fuerza para el desarrollo sostenible en la región.

Al reconocer el importante papel del sector privado en el manejo de un turismo sostenible, la plataforma sugiere que se debe viajar de manera más responsable y que se necesitan soluciones urgentes para proteger el medio ambiente, especialmente en lo relacionado con el tratamiento de desechos. Para lograr esto se requiere el consiguiente cambio de actitud en los peregrinos y operadores de turismo. Con base en ejemplos exitosos en la región, la plataforma ha establecido normas para peregrinajes responsables, enfocándose en los temas ambientales, socioculturales y de salud. Por su parte, los integrantes de la plataforma están colaborando además con los gobiernos locales en los diferentes destinos de cada país, para fortalecer el manejo de los sitios sagrados y estrechar lazos que mejoren los medios de subsistencia de las comunidades locales.

La iniciativa busca mejorar la comunicación entre los correspondientes países aliados, por ejemplo, facilitando un programa de acompañamiento para realizar visitas conjuntas a otros paisajes en los que existe una cooperación internacional, y trabajando para afianzar la “apropiación” de una serie acordada de principios para planificar e implementar proyectos, incluido el buen gobierno. La cooperación transfronteriza requiere una atmósfera política facilitadora; debe crecer en forma natural dentro de unas condiciones que son, en ocasiones, difíciles de equilibrar. El turismo responsable, un interés ampliamente compartido, ha demostrado ser un vehículo promisorio para la cooperación internacional, la comunicación y la acción en el Paisaje Sagrado del Kailash.



Peregrina tibetana, 2013 (G. Rawat)



Monte Kailash, 2013 (G. Rawat)

El agroturismo y el desarrollo de múltiples identidades profesionales en el Tirol austríaco

Markus Schermer

Durante los últimos cincuenta años el turismo ha desempeñado un papel fundamental en las granjas sostenibles como medio de vida en la región montañosa del Tirol, Austria. La más completa integración entre el turismo y la economía de una granja es probablemente la que se refleja en la oferta de “alojamiento en granjas” o vacaciones rurales. En la actualidad, alrededor de un tercio de las 15.000 granjas en el Tirol ofrecen alojamiento, y cerca de 400 se han especializado en esta actividad, formando parte de una asociación profesional llamada “Vacaciones en la Granja”.

Going am Wilden Kaiser, 2012 (Verband Urlaub Association am Bauernhau Tirol)

Muchas de estas granjas no serían viables sin su componente turístico. Y por otra parte, no serían viables como sitios turísticos si no siguieran siendo granjas. Más allá de esta útil sinergia, el turismo agropecuario permite el reconocimiento de los productos de las granjas locales y el aprecio por el paisaje cultural, aumentando además el respaldo social, factor vital para la continuidad de las granjas familiares. La comercialización de las vacaciones en las granjas permite que los hogares rurales desarrollen una doble identidad profesional. La familia rural se enorgullece al funcionar a la vez como granja y como empresa de turismo. Aunque la responsabilidad se divide a menudo en líneas de género, la integración de toda la familia en ambas empresas es esencial para el éxito a largo plazo. Las personas que se relacionan con los turistas deben suministrarles información detallada sobre las actividades de producción, mientras que los métodos empleados en la granja deben cumplir con las expectativas turísticas. Las granjas que ofrecen alojamiento son por consiguiente más diversificadas en sus operaciones y tienden a procesar sus productos crudos para convertirlos en bienes terminados. Esto permite agregar valor a los productos sin aumentar el volumen de producción, y reduce la presión de limitarse simplemente a producir materias primas, lo cual es un resultado común de la modernización y la intensificación. El granjero sigue siendo, o se convierte cada vez más, en un procesador de alimentos. Además de la producción de alimentos, la preservación del paisaje cultural se convierte en un producto del mercado, en la medida en que los turistas rurales buscan y valoran esta dimensión. El Presidente de la Asociación podría así anunciar con orgullo en una entrevista: “Vacaciones en la Granja es la única rama agrícola que vende activamente el paisaje cultural”. Las regulaciones para certificar a las granjas participantes crean un segmento especial





Elsendorf, Tyrol, 2007 (M. Edard)

dentro del paisaje turístico de la región. En lugar de expandirse en infraestructura física, los criterios favorecen las habilidades humanas en un ambiente íntimo, ofreciendo un entorno innovador. Los miembros han respondido con entusiasmo a los cursos de profesionalización, donde pueden aprender sobre las últimas tendencias del mercadeo y desarrollar aún más sus ofertas de alojamiento de calidad. Las experiencias que ofrece una granja auténtica y los vínculos con las tradiciones culturales locales y con los productos ayudan a justificar los precios superiores que a menudo reclama esta actividad. Algunos participantes han descrito esta estrategia como "retornar a las competencias básicas".

La integración de la actividad agropecuaria y el turismo en el Tirol austríaco ha contribuido a la viabilidad continuada de granjas sostenibles, en pequeña escala, que ahora, sin embargo, asumen múltiples identidades. En el proceso, las imágenes generalizadas de los "granjeros" y de los "empresarios turísticos" se han transformado.



El turismo agropecuario ayuda a integrar la producción de alimentos y la prestación de servicios turísticos, Tirol, 2012 (Verband Urlaub Association am Bauernhof Tirol)

Reconversión económica de un territorio montañoso: de la electrometalurgia a la recreación al aire libre en Vicdessos (Ariège, Pirineos franceses)

Pierre Dérioz

Para el pequeño territorio montañoso de Vicdessos, el cierre de la planta metalúrgica Pechiney en Auzat, en 2003, significó el fin de un siglo dominado por la actividad industrial. El cierre ha dado lugar a un nuevo proyecto económico basado en el desarrollo del turismo. Pasar de la electrometalurgia del aluminio a la recreación al aire libre traerá consigo cambios significativos en la identidad cultural local, lo cual se considera un factor clave para el éxito del proyecto y para las oportunidades de empleo que este supone, sobre nuevas bases económicas.



Refugio de pastores restaurado, Soulcem, 2011 (P. Dérioz)

El cierre de la planta de Auzat en 2003 representa la culminación de un proceso a largo plazo de desindustrialización, el cual ha transformado profundamente la sociedad local. Desde comienzos de la década de los 90 algunos representantes elegidos habían previsto este cambio y habían comenzado a tomar medidas para orientar este pequeño territorio (10 comunidades locales, 1.400 habitantes) hacia una nueva economía basada en el turismo, aprovechando los hermosos escenarios de la región y las muchas oportunidades que ofrece para actividades al aire libre. El innovador concepto de "complejo turístico para el deporte y la naturaleza", introducido en 1993 para ser integrado al ámbito intermunicipal de la estrategia, amplía la noción de complejo turístico a la escala de todo el territorio. Se combinan además las extensas áreas naturales dedicadas a actividades al aire libre (senderismo, parapente, barranquismo, etc.) con infraestructuras instaladas en el valle (escuela de equitación, *via ferrata*, parque de aventura, rocódromo) y una pequeña estación de esquí. La región logró financiar la iniciativa con recursos de sus anteriores actividades industriales, ingresos provenientes de la generación de energía hidroeléctrica y considerables subsidios públicos destinados a darle nueva vida a la zona.

En el contexto de una traumática pérdida de puestos de trabajo en la industria, la sostenibilidad socioeconómica del nuevo modelo de desarrollo es un tema crucial, ya que no sólo busca aumentar el atractivo que este "destino" ofrece a los turistas, sino darle además una nueva identidad territorial. Para que esta nueva iniciativa tenga éxito se considera esencial garantizar el apoyo de la población local (residentes permanentes y de temporada). El proyecto incluye la mejora de elementos



selectos del patrimonio colectivo, tales como terrazas agrícolas, antiguas minas, históricos refugios en piedra para los pastores e incluso instalaciones hidroeléctricas. Algunos de estos elementos han sido incluidos en senderos de interpretación, los cuales han ido surgiendo a razón de uno por año desde la apertura de la Maison des Patrimoines en Auzat, en 2007. Hasta ahora, las iniciativas para promover el patrimonio de la zona se han centrado en las actividades humanas, vistas desde una perspectiva histórica y cultural, más que en el medio ambiente natural, a pesar de que el suelo del valle ha mejorado notablemente desde la desaparición de una industria que era muy contaminante. No obstante, y como un recurso fundamental para la nueva economía, el paisaje montañoso que rodea a la región continúa ofreciendo un entorno natural privilegiado para las actividades al aire libre.

La integración de la herencia industrial con la "narrativa colectiva" sobre el territorio (espacio museográfico, sendero interpretativo del aluminio) ha sido indudablemente una forma de dejar atrás la "era Pechiney" aunque reconociendo al mismo tiempo su contribución. Sin embargo, los líderes locales del proyecto de reconversión decidieron actuar con rapidez para eliminar las principales huellas físicas de ese pasado industrial, demoliendo la fábrica desde el año 2006 y limpiando los sitios de desechos, evitando así una penosa fase intermedia con un paisaje estropeado por terrenos industriales baldíos. Durante la época anterior, de empleo casi total en la planta metalúrgica de Pechiney, actividades tradicionales como la cría de animales pasaron a ser marginales. Es posible que ahora estén a punto de resurgir, ya que las actividades de pastoreo se consideran no sólo una parte fundamental del patrimonio local, sino también esenciales para el manejo de la tierra fuera de las aldeas y en los pastizales de alta montaña. Aunque Vicdessos no produce un queso representativo de la zona ni otros productos de renombre, la venta de productos locales directamente del productor al consumidor está bien establecida. Desde la perspectiva del turismo, la crianza de animales puede aumentar el atractivo del paisaje, y las ferias relacionadas con alimentos, al igual que los festivales tradicionales que marcan el movimiento estacional del ganado desde y hacia los pastizales de alta montaña, vienen gozando de creciente popularidad. De esta manera, después de décadas de presenciar el abandono gradual del pastoreo, los productores locales pueden ahora jugar un papel cada vez más importante en la economía local, a medida que el territorio de Vicdessos se aleja de su pasado industrial y se arraiga de forma nueva en el paisaje de los Pirineos.



Del Macizo Montcalm al Pinet, 2008 (P. Dérioz)



Uno de los montajes interpretativos a lo largo de la "Ruta del Aluminio", Auzat, 2011 (P. Dérioz)

Políticas sobre el legado histórico y la renovación de las comunidades locales en los Cárpatos



Zbigniew Niewiadomski

En los Montes Cárpatos, que se extienden por el sur, centro y oriente de Europa, un convenio Internacional está ayudando a promover el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la conservación del patrimonio.

Templo católico griego en madera, construido en 1731, Graziowa, Polonia, 2013 (B. Hejlasz, UNEP/GRID)

Los montes Cárpatos son una región de gran diversidad cultural y biológica, que abarca territorios de siete estados: la República Checa, Hungría, Polonia, Rumania, Serbia, la República Eslovaca y Ucrania. En 2003 en Kiev, Ucrania, estos estados firmaron el Convenio Marco sobre la Protección y el Desarrollo Sostenible de los Cárpatos (Convenio de los Cárpatos). Entre los muchos objetivos del Convenio están el fortalecimiento de las comunidades locales en esta región montañosa y la búsqueda de sinergias entre el desarrollo de un turismo sostenible y la conservación del patrimonio.

La riqueza de las culturas locales en los Cárpatos, una mágica fusión de rituales romanos y bizantinos, se desarrolló a partir de las interacciones e intercambios entre varias naciones y grupos étnicos, incluyendo, por ejemplo, los pastores valacos que migraron y se establecieron a lo largo de esta cadena de montañas entre los siglos XIII y XVII. Hoy en día, esta diversidad cultural está cada vez más amenazada por las cambiantes condiciones sociales y económicas, la migración y la globalización. En particular, la disminución de la población en áreas rurales ha intensificado la pérdida de la tradición en el manejo de las tierras, en las prácticas agrícolas, y en las artes, artesanías y oficios. Los Cárpatos, que albergan las más extensas áreas de bosques nativos en Europa, cubren un vasto terreno de gran diversidad y sirven de refugio para muchas especies animales y vegetales en peligro de extinción.

El Protocolo sobre Turismo Sostenible (Bratislava, República Eslovaca, 2011) integrado al Convenio de los Cárpatos, busca garantizar que el desarrollo del turismo, fundamentado en los activos naturales y culturales, proteja la diversidad biológica



y cultural. Una de sus estrategias es desarrollar el turismo en regiones y lugares menos visitados, para mitigar así la presión que ahora se concentra, por ejemplo, en áreas protegidas más conocidas pero ecológicamente sensibles. Esta ampliación del alcance del turismo haría posible que sus beneficios económicos fueran compartidos de una manera más equitativa entre los distintos municipios de la región. Otra estrategia consiste en proveer incentivos económicos para la conservación del patrimonio y promover rutas y senderos temáticos en torno al legado cultural, para que el turismo se distribuya entre las diferentes áreas y se logre generar demanda de servicios turísticos y empleo local incluso en épocas de temporada baja.

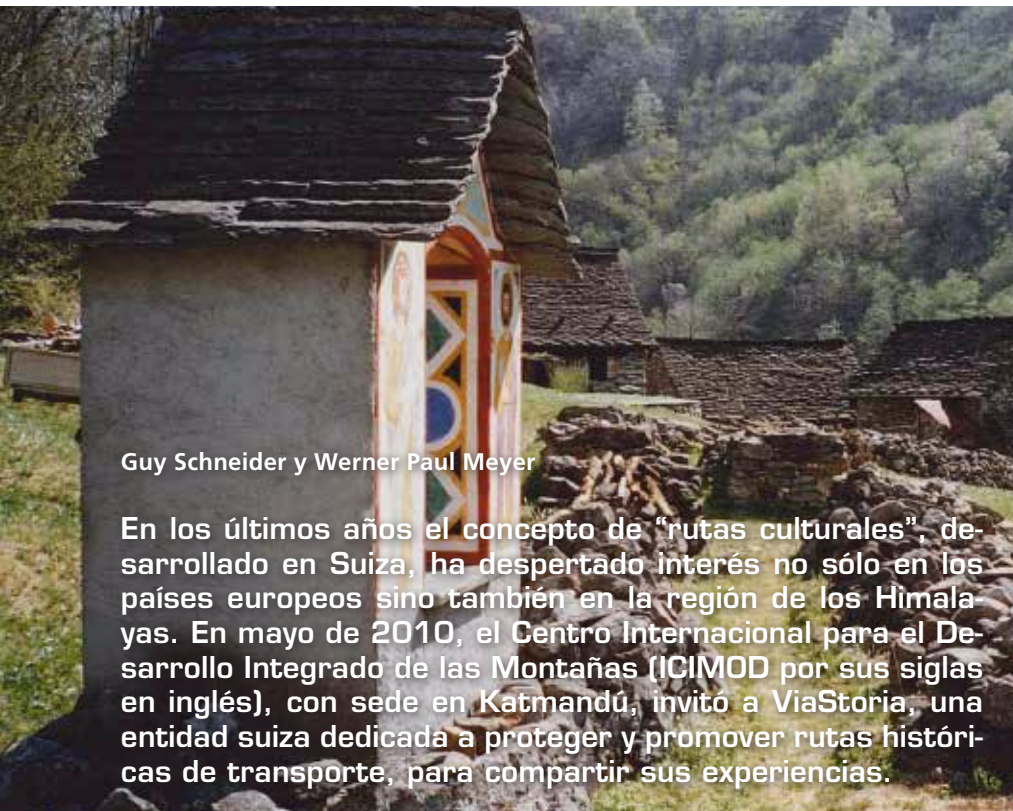
De hecho, la región cuenta con muchos “puntos de atracción únicos” relacionados con su patrimonio histórico. Fue cuna de la industria mundial del petróleo y conserva cientos de templos en madera pertenecientes al catolicismo romano y griego y a la iglesia ortodoxa, muchos de los cuales han sido declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO (17 sitios en los Cárpatos polacos y 25 en los Cárpatos rumanos, eslovacos y ucranianos). Los senderos temáticos en los Cárpatos polacos han permitido así destacar la arquitectura en madera, los íconos, la industria petrolera y las artesanías tradicionales, ofreciendo cada uno su propio atractivo turístico.

Desde el año 2012, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente con su Base de Datos sobre Recursos Mundiales (PNUMA/GRID) en Varsovia ha colaborado con las comunidades locales bajo el proyecto “Carpathians Unite”, buscando tres objetivos: el primero, apoyar la reactivación del pastoreo tradicional, incluyendo la promoción de productos locales obtenidos de las ovejas, dos de los cuales ya están registrados por la Comisión Europea; el segundo, promover sitios y senderos patrimoniales afines; y el tercero, esbozar un nuevo Protocolo temático sobre el patrimonio cultural para que sea integrado al Convenio, con el fin de seguir consolidando estos logros y fijar estándares comunes para las políticas sobre el legado histórico a lo largo de esta vasta y única región montañosa.



Templo católico griego en madera, construido en 1791, declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en 2013, Smólnik, Polonia, 2000 (Z. Niewiadomski)

Rutas culturales: al servicio del turismo, de las economías locales y del paisaje



Guy Schneider y Werner Paul Meyer

En los últimos años el concepto de “rutas culturales”, desarrollado en Suiza, ha despertado interés no sólo en los países europeos sino también en la región de los Himalayas. En mayo de 2010, el Centro Internacional para el Desarrollo Integrado de las Montañas (ICIMOD por sus siglas en inglés), con sede en Katmandú, invitó a ViaStoria, una entidad suiza dedicada a proteger y promover rutas históricas de transporte, para compartir sus experiencias.



Sendero con estructuras religiosas, Valle Bavona, Suiza, 2000 (G. Schneider)

A partir del siglo XX, las redes históricas de transporte en los Alpes se vieron cada vez más afectadas por la rápida expansión de la infraestructura, especialmente por la construcción de carreteras. Muchos hermosos senderos y caminos de herradura comenzaron gradualmente a utilizarse para energía eléctrica y tuberías, se ampliaron para convertirse en carreteras, o simplemente se permitió que se deterioraran. Como un primer paso para detener esta pérdida y la consiguiente degradación del paisaje alpino, el gobierno suizo estableció una serie de inventarios bajo la “Ley Federal sobre la Protección de la Naturaleza y el Patrimonio Cultural” (1966). Entre ellos estaba el “Inventario de Rutas de Tránsito Históricas” (IVS), tal vez el primero de su tipo. Los resultados arrojados por el IVS no sólo sirvieron como base para abordar los nuevos proyectos de infraestructura con una mayor sensibilidad frente al medio ambiente y la cultura, sino que también sentaron las bases para su innovador programa turístico “Rutas Culturales de Suiza”. Este programa, que abarca una red de 300 rutas en todo el país, promueve un “turismo suave, basado en el senderismo y el ciclismo”, especialmente en zonas económicamente desfavorecidas. Las rutas, que incorporan algunos de los caminos históricos más atractivos, están vinculadas a otros elementos significativos del escenario cultural y natural, estableciendo las bases para un turismo sostenible que apoya los productos y servicios locales (incluyendo, por ejemplo, las especialidades gastronómicas de la región). Esta reactivación del interés en las rutas históricas ha estado acompañada por iniciativas de conservación y por acciones para rehabilitar los senderos, lo cual se traduce en una mayor protección de las rutas y del paisaje circundante.



En los Himalayas, con sus espectaculares paisajes montañosos, el turismo de caminos que atraviesa antiguas rutas de comercio y peregrinación, de gran riqueza cultural, se está viendo amenazado en la actualidad por una construcción de vías rápida y no planificada que está destruyendo los senderos y sus monumentos. La decadencia del antes atractivo circuito del Anapurna es un ejemplo significativo de cómo este tipo de desarrollo mal planificado o destructivo puede minar las oportunidades económicas que ofrece el turismo de senderismo a las poblaciones locales. Los servicios turísticos a lo largo de las rutas de senderismo proporcionan un ingreso significativo de dinero que ayuda a aliviar la pobreza y a disminuir la consiguiente migración del campo a las ciudades. El interés en el senderismo en los Himalayas, el cual ofrece oportunidades excepcionales para experimentar la cultura, la historia y los sobrecogedores parajes que rodean a las montañas más altas del mundo, va en aumento. La creación de una red de "Rutas Patrimoniales Transhimaláicas" análogas a las Rutas Culturales Suizas, en combinación con unas medidas bien orientadas para aliviar la pobreza, podría traer varios beneficios: preservación de las rutas históricas y de sus monumentos correspondientes, como un valioso activo cultural; ampliación hacia otras comunidades de las oportunidades locales que ofrece el turismo de senderos; dispersión de parte del tráfico de los lugares más asiduamente visitados; fortalecimiento de las economías locales y conservación del paisaje cultural.



Construcción de carretera moderna respetando el sendero existente. Carretera Pokhara-Baglung, Nepal, 1990 (G. Schneider)



Hermoso sendero, Simikot, Nepal, 2010 (G. Schneider)



3

Equidad social y desarrollo económico





Heike Mayer

Introducción

Vendedores callejeros de la etnia Hmong Negro, Sapa, Vietnam, 2008 (M. Gibert, Universidad París 1)

Desarrollar una economía sostenible es de crucial importancia para la viabilidad de las áreas montañosas. De hecho, muchas comunidades de regiones de montaña pertenecen a las zonas más pobres y más desfavorecidas del mundo. Reducir la pobreza y aumentar la equidad social son todavía grandes desafíos, junto con el de aumentar las oportunidades para generar ingresos. En las áreas montañosas donde la economía depende principalmente del turismo, una necesidad esencial es garantizar que los beneficios económicos generados por el turismo permanezcan en las comunidades locales. Adoptar un enfoque comunitario para el desarrollo del turismo en áreas de montaña puede no solamente garantizar la sostenibilidad económica a largo plazo sino también ayudar a preservar el conocimiento y las culturas locales, apalancar los activos de la región, crear oportunidades para los menos favorecidos y posibilitar una distribución más equitativa de los beneficios económicos.

El turismo es una de las industrias de más rápido crecimiento en las áreas montañosas. Sin embargo, muchos beneficios económicos de esta industria no se quedan en las comunidades locales porque ellas no tienen la propiedad ni el control de los principales activos. Las actividades turísticas a menudo son estacionales y se caracterizan por ser impredecibles debido a los cambios en la demanda, el clima, la política y otros factores externos. Esto presenta particulares desafíos para las comunidades que se apoyan en el turismo como su principal base económica, donde una gran proporción de los puestos de trabajo se encuentra en esta industria. Por otra parte, el turismo ofrece diversos beneficios económicos, y existen numerosos ejemplos de cómo esta predominante industria del turismo puede involucrarse con las comunidades locales e incluso reinvertir localmente algunas de sus utilidades. Los beneficios generales incluyen oportunidades de empleos directos e indirectos, posibilidades para desarrollar servicios y productos complementarios (a menudo a través de iniciativas de base comunitaria) y la creación de alternativas económicas con respecto a las actividades tradicionales, con frecuencia relacionadas con la extracción de recursos.

Para garantizar que la población local en las comunidades de las montañas tenga una participación en los beneficios económicos generados por el desarrollo del turismo, es importante que cualquiera de dichos desarrollos sea de base comunitaria. Este tipo de desarrollo económico conlleva esfuerzos que producen activos, los cuales, a su vez, aumentan la capacidad de la gente local para mejorar su calidad de vida. Los enfoques hacia el desarrollo turístico de base comunitaria incorporan diversas características. La primera y más importante es que los proyectos turísticos y las iniciativas de emprendimiento deben desarrollarse en forma tal que beneficien a los habitantes de la zona, particularmente a los más desfavorecidos. Para permitirles participar en la industria del





Berner Oberland, Suiza, 2010 (H. Mayer)

turismo, los proyectos deben incluir actividades de formación que desarrollen las capacidades y habilidades de los empresarios locales y de otras personas que quieran trabajar en esta industria. Los negocios locales deben integrarse a las cadenas de valor de la industria turística para que puedan beneficiarse de una demanda estable. Un enfoque basado en la comunidad también presta atención a la herencia cultural de la región y a sus activos únicos, para que los proyectos de desarrollo integren el conocimiento y la experiencia local. Esto garantiza la autenticidad y reconoce las variadas y ricas culturas que las comunidades de las montañas han desarrollado a lo largo de siglos o incluso de más tiempo. Sin embargo, este enfoque también tiene algunas fallas. A veces es difícil lograr el desarrollo equitativo porque el poder en muchas comunidades de las montañas no está distribuido con igualdad, de modo que a menudo las decisiones las toman los actores más poderosos. Además, es posible que los distritos locales tengan una orientación que priorice el crecimiento, lo que hace que las consideraciones económicas prevalezcan sobre los objetivos sociales y ambientales.



Kayakistas en el Río Durance, Francia, 2012 (M. Dimitrief: micheldimitriefcom)

El enfoque comunitario del desarrollo turístico en las comunidades de montaña debe ir más allá de optimizar las ganancias económicas y debe incluir objetivos sociales, ambientales y culturales. Tal enfoque contrasta con muchos esfuerzos a corto plazo orientados únicamente hacia el crecimiento económico. Las regiones montañosas caracterizadas por un medio ambiente frágil, comunidades vulnerables e incertidumbres políticas tienen, en particular, un considerable potencial para beneficiarse con un enfoque más comunitario del desarrollo económico.



Turismo de base comunitaria en los Pamires Orientales de Tayikistán



Qobiljon Shokirov y Chad Dear

Los Pamires Orientales de Tayikistán tienen desiertos de gran altitud, algunas de las montañas más altas del mundo y paisajes naturales y culturales únicos, que pocos extranjeros han visto alguna vez. En 2003, con el apoyo de la UNESCO, se fundó la Asociación Ecoturística de Murghab (META por sus siglas en inglés) con el fin de desarrollar y promover en la región un turismo sostenible, de base comunitaria.



Castillo Deruj, Jawshangoz, Pamir, Tayikistán, 2008
(S. Henriod)

En sus primeros años META funcionó principalmente como un operador de excursiones. En 2012 se convirtió en una agencia para el desarrollo del turismo, basada en membresías y en gran medida autosuficiente. Hoy en día los integrantes de META son personas dedicadas a diversas actividades en las regiones de Alichur, Murghab, Rangkul y Karakul a lo largo de la Carretera del Pamir. Esto incluye la operación de 40 alojamientos familiares y 20 sitios de alojamiento en *yurtas*, 35 empresas de transporte turístico y 12 negocios de guías de excursiones. Utilizando los ingresos generados a través de las cuotas de afiliación y las ventas de su calendario anual de la Carretera del Pamir, META colabora estrechamente con la empresa social etc4CA apoyando diversos cursos de capacitación, servicios de soporte a las empresas y programas sociales.

Para promover el desarrollo económico relacionado con el turismo, los cursos de capacitación impartidos por META y etc4C4 cubren temas como análisis del mercado turístico, excelencia en la atención a los visitantes y mantenimiento de destinos turísticos atractivos. Estas dos empresas sociales también brindan apoyo directo a los negocios mediante consultas personalizadas, desarrollo y mantenimiento de recursos turísticos virtuales y mercadeo en las redes sociales. META también cuenta con una amplia gama de equipos para acampada y senderismo, que alquilan a conductores y guías locales durante las temporadas de turismo, con tarifas subsidiadas. Estos son equipos a los que no pueden acceder ni costear la mayoría de los pequeños negocios de turismo en los remotos Pamires Orientales. Este programa hace posible que los guías locales obtengan ingresos mediante la organización de excursiones a las montañas, de una manera eficiente y segura que satisfaga las expectativas de los visitantes.



Los programas sociales de META están centrados en atender directamente el problema de la pobreza y promover la equidad social. Por ejemplo, a través de su sitio web y de folletos, META comercializa artesanías, incluyendo bordados, alfombras de fieltro y otros productos elaborados en este material, e invita a los turistas a visitar a los productores y las tiendas donde se venden los productos. Estas actividades ayudan a perpetuar las tradiciones artesanales a la vez que diversifican las oportunidades económicas de las mujeres de los Pamires Orientales. Los programas sociales de META también benefician a las comunidades como un todo, no solamente a los empresarios del turismo. Ejemplos de esto son la creación de vertederos en las aldeas –que mejoran tanto la estética para los visitantes como las condiciones sanitarias y de salud de los aldeanos– y las investigaciones con energía eólica para promover el acceso a energía renovable para las aldeas donde no hay electricidad.

La combinación de cursos de formación, servicios de apoyo a los negocios y programas sociales ha mejorado considerablemente la capacidad del área local para recibir a los visitantes, ha contribuido a sus medios de subsistencia y ha incrementado en general los beneficios sociales, económicos y ambientales para la gente de los Pamires Orientales. 2013 fue, sin lugar a dudas, el mejor año turístico que ha tenido la región, con más de 2.000 turistas, un incremento del 50% con respecto a 2012. Este aumento hizo posible que los ingresos logrados por los integrantes de META crecieran en un 72%.



Lago Kol ukok, Kirguistán, 2013 (J. Pabion-Mouriès)



Turistas posando con la familia anfitriona y el guía frente a una yurta en el Valle de Alichur, Pamires orientales, Tayikistán, 2013 (M. Traver)

Cooperativas para apoyar la emancipación de las mujeres en las Montañas del Alto Atlas en Marruecos

Wafaa Tizza y Said Boujrourf

En las Montañas del Alto Atlas, en Marruecos, el trabajo que hacen las mujeres está enfocado tradicionalmente en el bienestar de la familia. La mayoría de las mujeres tienen duras cargas de trabajo por las que no reciben ningún salario. Desde el año 2000, el gobierno marroquí y muchas ONG han aunado esfuerzos para mejorar el estatus de la mujer rural mediante la creación de cooperativas y asociaciones femeninas.

Alfombras y nubes, Telouet, 2008 (M. Djemme)

Cronología de las iniciativas gubernamentales para promover el papel de la mujer en el desarrollo:

- 1999: Plan de Acción para la Integración de la Mujer al Desarrollo;
- 2004: Nuevo *Mudawana* (Código del Estatus Personal que rige el derecho de familia en Marruecos) para promover los derechos de la mujer;
- 2005: Iniciativa Nacional para el Desarrollo Humano, en la que se le asigna a la mujer un papel crucial en la lucha contra la pobreza;
- 2008: Plan Marruecos Verde, en el que se promueve el papel de la mujer en la protección y mejoramiento de los recursos naturales.

Al finalizar el año 2012 existían en todo el país 1.213 cooperativas de mujeres, con un total de 25.879 afiliadas. En todas las regiones montañosas de Marruecos ha habido un crecimiento significativo tanto en el número de estas estructuras como en la cantidad de mujeres afiliadas, lo cual les ha permitido involucrarse más directamente en el desarrollo cultural y socioeconómico local. Las cooperativas se dedican principalmente a las artesanías, entre ellas la elaboración de alfombras, y al procesamiento de productos naturales y agrícolas, tales como aceite de argán, aceite de nuez, plantas aromáticas y azafrán. En las cooperativas las mujeres también pueden tomar clases de alfabetización y de idiomas extranjeros, y recibir capacitación vocacional. Las visitas a las cooperativas brindan una nueva actividad para los turistas, los cuales pueden ver cómo se elaboran los productos y pueden comprarlos allí mismo. Cuando una de las afiliadas habla un idioma extranjero, puede explicarles directamente a los turistas en qué consisten las actividades de la



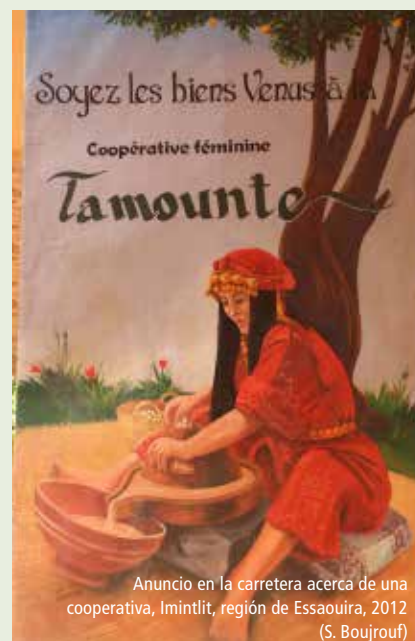
cooperativa. En algunos casos estas visitas se combinan con una excursión a cargo de un guía local. Estas iniciativas cumplen así un rol importante en el desarrollo del turismo en las áreas montañosas.

De esta manera las cooperativas ofrecen una oportunidad para que se inicie un proceso de emancipación de la mujer. El hecho de que las mujeres generen un ingreso, así sea modesto (el salario promedio en las cooperativas de argán está entre 400 y 1.000 dírham, equivalente a entre 35 y 85 euros mensuales), aprendan a leer y escribir, estén en contacto con otras culturas a través de los turistas, y que ellos aprecien su experiencia y conocimientos prácticos, fortalece la confianza de la mujer en sí misma y cambia el rol que desempeña al interior de su familia. Un mayor reconocimiento por parte de su esposo también significa que ella puede participar en las decisiones familiares sobre cómo gastar el dinero, por ejemplo en implementos escolares para sus hijos. Esto tiene un impacto positivo en la vida de la familia y en la educación de los niños. Las mujeres también se vuelven más autónomas: como integrantes de una cooperativa, crean un espacio de libertad fuera de sus hogares, un lugar donde trabajan para fortalecer una identidad colectiva como mujeres.

Según el sociólogo Hamid Bakkali, gracias a estas estructuras “la mujer rural se está convirtiendo en una verdadera participante en el desarrollo local”. Las cooperativas son un buen ejemplo de innovación social como parte del proceso de crear una forma más sostenible de desarrollo en las áreas montañosas, y de valorar y fomentar los conocimientos prácticos tradicionales, a veces incluso mediante la validación nacional e internacional. Esto genera un sentido de identidad más claro y fuerte hacia el territorio, diferenciándolo de otros y fortaleciendo las capacidades de grupos menos favorecidos en la sociedad.



Jóvenes trabajando en la “Casa de la Cultura”, Imouzzert Tichka, 2008 (M. Djemme, djemme.com)



Anuncio en la carretera acerca de una cooperativa, Imintlit, región de Essaouira, 2012 (S. Boujrouf)

“Nosotras, mujeres del campo, hacíamos un trabajo muy duro sin ninguna paga. En nuestro valle, el dinero que me pagan por mi trabajo en la cooperativa es importante, porque me permite ayudar un poco a mi familia. Desde que empecé a trabajar en la cooperativa, siento un cambio dentro de mí. Soy más feliz y menos sumisa frente a otros. Me siento fuerte, tengo más estima hacia mí misma y me siento más apreciada por otras personas”. ”

Testimonio de una afiliada a la asociación Nor (Asni, valle de Ghyghaya, región de Marrakech).

L'Argentière-la-Bessée, en Francia: de la fragilidad de la monoindustria a la agilidad territorial

Philippe Bourdeau

El pequeño poblado de L'Argentière-la-Bessée, situado al sur de Briançon, en los Altos Alpes de Francia, se hizo conocido por su innovadora regeneración después del cierre de la planta de aluminio de la localidad en 1986. Esta experiencia deja valiosas lecciones sobre cómo un pueblo en la montaña, enfrentado a una gran crisis, puede movilizar sus recursos para desarrollar nuevas actividades, atraer nuevos habitantes y reconstruir tanto su identidad como su visión de futuro.



L'Argentière-la-Bessée, 2010 (Éditions du Fournel)

La planta de aluminio Pechiney había sido el centro económico y urbano de la región durante casi un siglo. Su cierre condujo a una grave crisis económica, demográfica, social y de identidad: 334 personas perdieron su empleo, la población se redujo de 2.500 a 2.000 personas, y el Consejo Municipal colapsó debido a que la mayoría de sus miembros ocupaban cargos gerenciales en la planta. Esta situación "apocalíptica" se agudizó menos de tres años después, al fracasar el plan de reconversión industrial financiado por Pechiney con el apoyo de las autoridades públicas. Desde entonces, gracias al firme liderazgo de un concejo municipal nuevo y más joven, combinado con el dinamismo de un grupo emergente de operadores económicos locales –guías, hoteleros y propietarios de hostales, administradores de tiendas, editoriales–, L'Argentière-la-Bessée reenfocó deliberadamente sus actividades, centrándolas en su entorno montañoso. Este enfoque, consignado en la fórmula "historia, naturaleza, deporte", tuvo como objetivo convertir a L'Argentière-la-Bessée, en "la puerta de entrada a las altas montañas", tomando sistemáticamente el rumbo opuesto al de un siglo de prácticamente una sola actividad industrial y de un verdadero aislamiento de las montañas circundantes. Hoy en día se llevan a cabo anualmente eventos internacionales de escalada en hielo y en roca, y de kayak.

Esta exitosa historia, surgida a partir de una "crisis creativa", parece tener varias fuerzas impulsoras. La primera, es que esta área tiene unos antecedentes históricos no convencionales, que se inician con la herejía valdense en el siglo XIII y un período de autonomía política entre los siglos XIV y XVII. En los siglos XIX y XX, comenzaron aquí las innovaciones nacionales en educación. En la década de los 70



el área tenía una comuna hippie. Es posible que todas estas experiencias históricas hayan estimulado una atmósfera de pensamiento original. Segundo, los ricos e inexplorados recursos naturales y culturales de la zona –el río y los desfiladeros del valle de la Durance, las rocas, el hielo, los cañones, las minas y la flora del valle de Fournel–, así como la cercanía a los centros turísticos del valle de Vallouise, proporcionaron oportunidades para desarrollar el turismo. Tercero, la gente de la zona ha mostrado una considerable capacidad para innovar, instalando, por ejemplo, la primera *via ferrata* de Francia, hallando oportunidades para beneficiarse de los programas de la Unión Europea, tales como Natura 2000 e Interreg, y uniéndose a otros grupos tales como Agenda Local 21 y la red de desarrollo sostenible “Alianza en los Alpes”. Dichas iniciativas fueron posibles gracias al sistemático apoyo político y financiero que dio el gobierno local a proyectos experimentales implementados por empresarios y promotores individuales. Finalmente, durante mucho tiempo la gente local ha demostrado curiosidad acerca de su zona y un deseo de reflejar y entender los cambios que la afectan. Al mismo tiempo, se han interesado en evaluar el significado de sus propias acciones y en pensar cómo podrían utilizar de la mejor manera posible su experiencia pasada, dando la bienvenida, por ejemplo, a grupos de estudiantes y organizando más de 30 encuentros nacionales e internacionales en L’Argentière-la-Bessée.

Algunos indicadores de la reorganización de L’Argentière-la-Bessée

- La creación de un Centro de cultura científica, tecnológica e industrial (CCSTI por sus siglas en francés), enfocado primordialmente en el legado minero de la región (exploración, desarrollo y apertura al público de minas de plomo argentífero, el cual proporcionó las bases para la primera actividad económica de la zona);
- El desarrollo de rutas de escalada, varias *vías ferratas* y escenarios para la práctica de deportes de aguas bravas en toda la localidad;
- El establecimiento de certámenes deportivos de carácter internacional (pruebas de escalada en hielo, eventos de escalada de Les Ecrins Open y competencias del campeonato mundial de kayak);
- La creación de un centro regional de entrenamiento para actividades profesionales relacionadas con deportes de aguas bravas, en alianza con la federación francesa de canoa-kayak;
- Una intensiva comunicación interna y externa sobre la identidad de montaña del pueblo: adopción de un logo que muestra la cumbre de la Barre des Ecrins, el punto más alto del macizo vecino; instalación frente al Ayuntamiento de “el hacha de hielo más grande del mundo”; referencia sistemática al mundo de los deportes de montaña en los nombres de las calles o plazas (Calle Edward Whimper, Plaza René Desmaison, etc.);
- La afiliación a la red de desarrollo sostenible “Alianza en los Alpes”.



Señalización de una calle en L’Argentière-la-Bessée, 2007 (P. Bourdeau)



Estátua de Whimper, L’Argentière-la-Bessée, 2011 (Éditions du Fournel)

Fracasos del turismo étnico en el norte de Laos



Marianne Blache

Laos, un país sin litoral, se abrió recientemente al turismo. La diversidad étnica y la fauna y flora tropicales de sus paisajes montañosos tienen un considerable potencial para el turismo, el cual está manejado principalmente por organismos gubernamentales. Si bien es cierto que se han desarrollado programas de ecoturismo –como en la provincia de Luang Namtha, con el grupo étnico Akha– estos están amenazados por diferentes políticas económicas y ambientales.



Ban Nam Sa, 2013 (Sithisack Paninhuan: <http://pl.treearth.com/members/sainamtha/>)

La provincia de Luang Namtha, como el resto de Laos, tiene una baja densidad de población, lo cual permite que varios grupos étnicos practiquen la agricultura itinerante sobre las vastas zonas montañosas. Los turistas internacionales se sienten atraídos por su cultura y sus paisajes, y esto ha servido como base para que entidades públicas de turismo y una empresa privada organicen excursiones ecoturísticas de senderismo en la provincia. Estas excursiones pasan por los distritos de Muang Sing y Luang Namtha y ayudan a mejorar los medios de subsistencia de las comunidades locales en una provincia donde se considera que el 58% de la población vive en la pobreza.

La aldea Akha de Ban Nammat Mai, a dos horas de camino a pie desde la ciudad de Luang Namtha y situada en un Área Nacional de Conservación de la Biodiversidad (NBCA por sus siglas en inglés), fue incluida como destino en una excursión de tres días. Aquí, los funcionarios de turismo de la provincia, el Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo (SNV, por sus siglas en holandés) y la UNESCO desarrollaron el proyecto de ecoturismo Nam Ha. Tres veces a la semana el lugar recibía hasta 12 personas que venían a comer y pasar la noche en una casa especial y compraban artesanías. Para el año 2002, el 17% del total de ingresos de la aldea provenía del ecoturismo, el cual aportaba al menos un 10% del ingreso anual de la mitad de las 26 familias. Aunque la mayor parte de su dinero provenía de la venta de ganado y de productos forestales no maderables (PFNM), y algunas veces del arroz vendido a la gente de las tierras bajas y cerca a China, de todas maneras el ecoturismo había mejorado los medios de subsistencia de la aldea, aportando ingresos y ayudando a desarrollar habilidades relacionadas con las artesanías y las visitas guiadas, especialmente para las familias más pobres.



En 2005 este desarrollo se detuvo cuando la aldea fue reubicada en las llanuras de Luang Namtha, como parte de un programa nacional de asignación de tierras para erradicar la agricultura de tala y quema. Las autoridades provinciales tampoco podían permitir que una aldea que continuara utilizando este sistema permaneciera en un área protegida. Varias veces las autoridades les pidieron a los habitantes de Ban Nammat Maï que se mudaran a la parte baja de la montaña, y les ofrecieron una nueva escuela, electricidad y parcelas para arrozales. Los jóvenes se sintieron atraídos por las oportunidades de mercado que podría ofrecerles un reasentamiento cerca de la ciudad.

Los costos del reasentamiento fueron altos. En primer lugar, fue necesario vender todo el ganado con el fin de comprar nuevas viviendas. Segundo, los ingresos fueron más bajos porque había menos PFNM disponibles; sólo una cuarta parte de las familias pudo continuar vendiéndolos, mientras que antes del reasentamiento esta cifra llegaba a la mitad. Tampoco hubo más excursiones que pasaran por la aldea: sólo una persona tuvo un ingreso como guía turístico en el NBCA. Finalmente, lo que las autoridades les habían prometido no se cumplió: no les proporcionaron suministro de electricidad ni tampoco tierras, así que los aldeanos continuaron con la tala y quema en los terrenos que antes fueron forestales. Por consiguiente, aunque quizá el reasentamiento logre ciertos objetivos, tales como evitar costosas inversiones en salud, educación e infraestructura económica en áreas montañosas, también puede poner en gran riesgo el potencial del ecoturismo



Sayaboury, Laos, 2013
(J. Bastide, Universidad de Ginebra)

Programa de reasentamiento en Laos. El reasentamiento de aldeas de montaña en zonas de tierras bajas se está utilizando como una herramienta para el desarrollo en varias provincias de Laos. Es una forma de evitar costosas inversiones públicas en proveer salud, educación e infraestructuras económicas en las zonas montañosas. Al mismo tiempo, es un método para asimilar la cultura de la población indígena de montaña con la del grupo mayoritario de la etnia Lao que habita las zonas bajas, y un medio para explotar las áreas montañosas a través de actividades lucrativas como la minería y la venta de concesiones para plantaciones de caucho, actividades impulsadas por la inversión extranjera (particularmente de China).

Propósito	Grupos étnicos	Naturaleza	Cultura	Nuevo Destino	Artesanías	Alimentos	Otros
% Respuestas:	68	66	50	44	15	12	13

Propósito de las visitas a la provincia de Luang Namtha. Fuente: Autoridad Nacional de Turismo de Laos RPD, 2001.



Luang Prabang, 2013 (N. Efrancey)

Agroturismo en las montañas de Montenegro



Jelena Krivcevic

Como puede adivinarse desde su mismo nombre, Montenegro está definido por montañas. Sin embargo, aunque la mayor parte del país es montañoso y sólo tiene una pequeña zona costera, el turismo se ha centrado tradicionalmente en la costa. Esto empezó a cambiar hace apenas muy poco tiempo, con el auge que ha tomado el turismo de montaña, lo cual se ha traducido en beneficios para sus habitantes.

Granjero de Montenegro, 2013
(J. Nikolic: riverlim.com)

La mejor forma de describir este impacto es a través de la experiencia de la joven familia Kljajic, habitantes de la aldea Lubnice, en el norte de Montenegro. Esta región montañosa del país se considera subdesarrollada, al tener las más altas tasas de desempleo, el crecimiento más débil y una agricultura que es básicamente de subsistencia. Lubnice está ubicada entre dos parques nacionales, en un hermoso paisaje montañoso. En 2011, el señor Kljajic inició el proceso de certificación para la producción de miel orgánica. Casi al mismo tiempo, la Agencia Austríaca para el Desarrollo y el Ministerio de Turismo empezaron a crear en la región nuevos productos de turismo de montaña: comenzaron con senderos para excursiones y ciclismo, y luego pesca con mosca, escalada en roca y agroturismo.

Tan pronto como el señor Kljajic recibió su certificado como productor orgánico y se dio cuenta del creciente número de personas que estaban visitando su aldea, reconoció la oportunidad que esto representaba para su familia y para toda la aldea. Mientras trabajaba con la agencia de desarrollo regional se involucró en la creación de marcas a nivel regional para los productos agrícolas, consiguiendo nuevos empaques bien diseñados para su miel y organizando programas de capacitación en agroturismo. Decidió restaurar su casa de cien años de antigüedad, que se encontraba abandonada, y registrarla como hospedaje rural. Hoy su familia prepara la comida para los turistas que pasan por la aldea en su camino hacia las altas montañas, les provee alojamiento –la experiencia única de hospedarse en una auténtica casa de las montañas– y vende los productos elaborados en su granja. Al principio, ellos no creían que su casa pudiera algún día resultar interesante o atractiva para los turistas. Sin embargo, a partir de su experiencia y mediante contactos



con las agencias de turismo locales, se han vuelto cada vez más conscientes de que los turistas buscan varias cosas: experiencias y actividades recreativas al aire libre en paisajes hermosos, y contacto con las tradiciones, alimentos y productos únicos de la región. Esto es precisamente lo que la familia Kljajic, sus vecinos y la gente de otras vivaces aldeas en las montañas pueden ofrecerles.

Este tipo de turismo es sostenible y no genera impactos negativos en el medio ambiente. Es social y culturalmente responsable al preservar las tradiciones locales, asegurar mayores ingresos para los grupos menos favorecidos y dar empleo a las mujeres del campo. No obstante, un desarrollo integral del agroturismo requiere también esfuerzos considerables para superar la incredulidad y el escepticismo de la gente de la región. Se necesita paciencia, mucho trabajo, y una visión clara sobre lo que se requiere para proporcionar orientación adecuada a los granjeros acerca del turismo, un tema que por lo general es bastante nuevo para ellos. Desarrollo de habilidades, trabajo en red y promoción, son tres aspectos que deben ir de la mano para garantizar el éxito.



Ciclista de montaña en un ciclo sendero en Bjelasica, 2013, (J. Nikolic)

Hospedaje para turistas extranjeros en la región montañosa de Montenegro.

Aunque el turismo en las áreas montañosas de Montenegro no está todavía tan desarrollado como el de la zona costera, las estadísticas muestran que hay un crecimiento constante cada año en cuanto al número de visitas y de personas que pasan la noche en la región. Más aún, se ha observado que durante las épocas de crisis económica las cifras en la región costera de Montenegro disminuyen. Según el informe del Consejo Mundial de Viajes y Turismo para 2013, Montenegro ocupa el segundo lugar a nivel mundial en términos de contribución directa del turismo al Producto Interno Bruto (PIB), y el pronóstico para el período 2013-2023 es que se mantendrá entre los primeros lugares de la lista. Este es un indicador importante, que sugiere enormes oportunidades para que los campesinos de las áreas montañosas diversifiquen sus ingresos mediante la prestación de servicios turísticos, el empaque de sus productos y las ventas directas a los visitantes en las granjas.



Productos tradicionales del norte de Montenegro, en su nuevo empaque, 2012, (J. Nikolic)

Esquí y turismo sostenible en Aspen, Colorado, EE.UU.

Linda Giudice, Karinjo DeVore, Rebecca Wallace

Aspen es reconocido mundialmente como centro de esquí y es también un destino turístico durante todo el año. Desde 1996 Aspen Skiing Company, una empresa privada que opera cuatro áreas de esquí – Aspen Mountain, Aspen Highlands, Buttermilk y Snowmass– y que además posee y opera un complejo turístico de cinco estrellas llamado Little Nell, ha estado comprometida no sólo con la búsqueda de beneficios económicos y sociales, sino también con el cuidado del medio ambiente.

Aspen Ski Mountain, con la ciudad de Aspen en la base de Aspen Mountain y del área de esquí, 2013, (J. Swanson, cortesía de Aspen Skiing Company)

No hay una ruta predeterminada sobre cómo lograr un turismo sostenible, pero en su trabajo por alcanzar este objetivo la empresa Aspen Skiing Company (ASC) ha adoptado una serie de principios rectores:

“Tenemos la responsabilidad colectiva de garantizar que nuestra empresa sea un lugar gratificante para trabajar y que nuestra comunidad sea un lugar deseable para vivir. Respetamos y nos ocupamos de mantener el delicado equilibrio entre ‘complejo turístico’ y ‘comunidad’, lo cual hace de Aspen-Snowmass un lugar único. La mezcla entre nuestra empresa fundamentada en valores, los incomparables deportes de montaña, y nuestra comunidad, historia, cultura y medio ambiente, nos ofrece un nicho de mercado único. Nuestro objetivo es perdurar en el negocio. Para lograrlo, debemos seguir siendo rentables, tratar bien a nuestra comunidad y operar de una manera que no ocasione daño alguno a nuestro medio ambiente local”.

En congruencia con estos principios, ASC trabaja para generar oportunidades socioeconómicas y distribuir beneficios entre toda la comunidad y más allá de ella.

ASC es un importante empleador en el Valle de Roaring Fork, en el condado de Pitkin, Colorado, generando 869 empleos fijos (836 de tiempo completo, 33 de tiempo parcial) y 2.383 empleos de temporada (1.579 de tiempo completo, 804 de tiempo parcial). ASC también provee vivienda para hasta 590 empleados; los demás empleados consiguen su vivienda en algún otro lugar dentro del valle. La operación de los negocios de ASC genera un gran número de empleos indirectos en el valle, en el sector de servicios. Entre 1970 y 2000 los empleos relacionados con la industria del servicio crecieron de 3.468 a 16.904, lo cual representa un



aumento del 387%. ASC también desempeña en su comunidad un importante rol filantrópico, aportando más de 2.2 millones de dólares anuales en productos y servicios a organizaciones locales sin ánimo de lucro, por ejemplo para ayudar a pagar las facturas médicas de algunos habitantes o regalar pases a veteranos de guerra discapacitados. Casi la mitad de los empleados de la compañía son miembros de la Fundación para el Medio Ambiente, la cual desde el año 2006 ha donado cerca de 2.5 millones de dólares para apoyar más de 400 proyectos. Además de esto, los empleados de tiempo completo pueden destinar anualmente hasta 16 horas de trabajo remunerado para realizar labores como voluntarios en la comunidad.

Un objetivo primordial para ASC es promover una ética ambiental y una conciencia ecológica entre todos sus empleados, huéspedes de las zonas de esquí y snowboard, y en las comunidades circundantes.

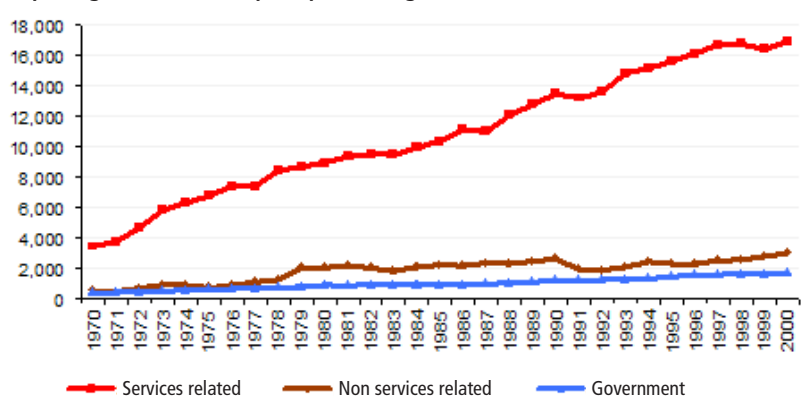
En alianza con el Centro de Estudios Ambientales de Aspen, el Servicio Forestal y el Departamento de Vida Silvestre, ASC ofrece a los huéspedes de todos sus centros turísticos diversos programas educativos acerca de las montañas.

Al tiempo que se esfuerza por contribuir de manera significativa al turismo sostenible, con impactos socioeconómicos positivos, ASC reconoce que tiene recursos limitados y que por lo tanto debe dar prioridad a las iniciativas que puedan lograr el mayor y más benéfico impacto sobre el medio ambiente, la sociedad, y la empresa. Reconoce además que para lograr mayores oportunidades socioeconómicas en el futuro necesita el compromiso permanente de todos los grupos de interés.



Profesional de Aspen Ski Company con un huésped, 2013 (J. Swanson, cortesía de Aspen Skiing Company)

Empleos generados en las principales categorías de la industria, Condado de Pitkin, CO



Tendencias de empleo en el sector de servicios. Fuente: Empleos generados en las principales categorías de la industria, Condado de Pitkin, CO (1970 – 2000). Perfil de las medidas socioeconómicas. Geografías seleccionadas: Condado de Pitkin, CO. Producido por Economic Profile System - Human Dimensions Toolkit EPS-HDT. Enero 16, 2014.



Excursión con raqueta de nieve en la cima de Aspen Mountain, 2013 (D. Bayer, cortesía de Aspen Skiing Company)

Distribución equitativa de los ingresos provenientes del turismo en el Parque Nacional del Monte Kenia



Ernst Steinicke, Martina Neuburger

Con un promedio de 25.600 visitantes cada año, el Monte Kenia es uno de los parques nacionales menos visitados de Kenia; el senderismo y el montañismo constituyen sólo una pequeñísima fracción del turismo del país. Sin embargo, en julio, el mes de mayor actividad, más de 5.000 personas prestan sus servicios como guías y porteadores dentro del Parque Nacional y en sus alrededores.



A cada persona que visita el Parque Nacional del Monte Kenia se le asignan dos porteadores. Ellos cargan no sólo el equipaje de los turistas sino también sacos de dormir, carpas, cuerdas y utensilios para preparar los alimentos (E. Steinicke, M. Neuburger)

Aunque el turismo alpino no contribuye significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) de Kenia, el hecho de que los visitantes deban estar acompañados de un guía certificado y de un cierto número de porteadores requiere gran cantidad de mano de obra. El organismo rector de Parques Nacionales reconoce la importancia de crear nuevas oportunidades de empleo, especialmente si se considera que los habitantes locales perdieron el acceso al bosque y a sus recursos cuando el área fue declarada Parque Nacional.

El turismo en la región del Monte Kenia se ha caracterizado por tener bajos niveles de visitantes, cuyas actividades y alojamiento han sido en gran parte el monopolio de algunos operadores turísticos comerciales y de algunas cadenas hoteleras con sede en Nairobi. Si bien éstas empresas generan empleo, éste tipo de turismo poco contribuye a la economía y al desarrollo sostenible local. El turismo comunitario, por otra parte, puede estabilizar la fuente de ingresos en los hogares y contribuir al bienestar de la comunidad rural. El Club Safari de Guías y Porteadores (GPSC por sus siglas en inglés) es un ejemplo de una de las tantas cooperativas similares alrededor del Monte Kenia cuyas particularidades – un modelo de negocio sin ánimo de lucro y una estructura organizativa democrática con cargos directivos electos periódicamente- previenen el enriquecimiento parcial de un grupo de miembros y aseguran la distribución equitativa de los beneficios entre los integrantes de la comunidad. El oficio de guía o porteador es una de las pocas fuentes de ingreso monetario en la región. Las ganancias se invierten principalmente en el mejoramiento del capital humano de los hogares y la existencia de un fondo de asistencia y apoyo para los miembros con dificultades, fomenta aún más el bienestar social.

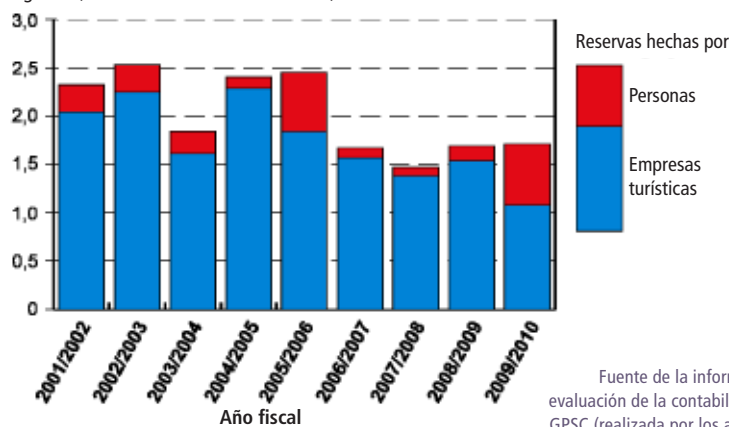


Esto se refleja en los estados financieros de la organización, particularmente en la alta proporción de los gastos pagados directamente a los miembros en forma de salarios y otras remuneraciones. Los gastos para servicios de asistencia social han causado que en algunos años los egresos superaran los ingresos anuales; por esto, el GPSC continúa dependiendo de una ayuda "externa" (ej. cooperación internacional para el desarrollo). Aunque este tipo de turismo ayude a impulsar el empoderamiento, tan sólo se involucra a una pequeña parte de la población. El aumento constante en el número de miembros hasta alcanzar los 150 y el estancamiento del turismo, obligó al GPSC a dejar de aceptar nuevas afiliaciones.

El turismo comunitario con una estructura organizativa democrática integrada y con un sistema de beneficio social para los miembros de la comunidad, tal y como se presenta aquí, es un modelo de turismo que sin duda podría impulsar el desarrollo sostenible de la región del Monte Kenia si los visitantes utilizaran esta forma de turismo, sin organizar previamente sus viaje a través de las compañías de Nairobi. La promoción del turismo comunitario mediante ayudas internacionales para el desarrollo podría por ende contribuir al desarrollo regional sostenible.

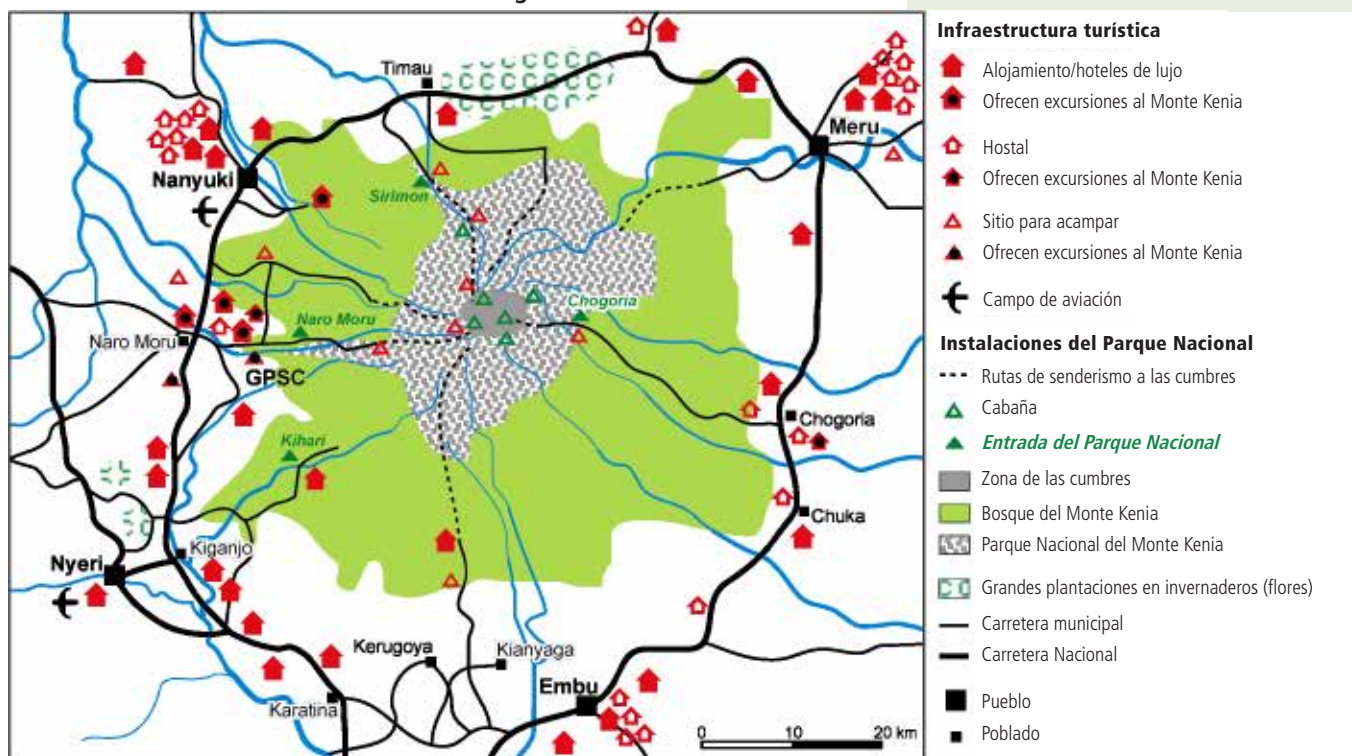
GPSC - Ingresos por excursiones por tipo de clientes 2001/02-2009/10

Ingresos (en millones de chelines kenianos)



Aunque el número de visitantes sigue siendo relativamente pequeño, los requerimientos de personal del turismo alpino en las áreas montañosas tropicales de África son considerablemente más significativos que fuera de estas áreas. Por ejemplo, el turismo en el Parque Nacional de las montañas Rwenzori, en Uganda, que registra unos 1.500 visitantes al año, genera aproximadamente el mismo número de empleos que el Parque Nacional Queen Elizabeth, el mayor de los parques nacionales de Uganda, con más de 60.000 visitantes al año. De forma similar, el Parque Nacional del Monte Kenia emplea usualmente en el mes de Julio más de 5.000 guías y porteadores, mientras que el Parque Nacional Kilimanjaro genera alrededor del doble de esa cifra de empleos.

Infraestructura turística en la región del Monte Kenia

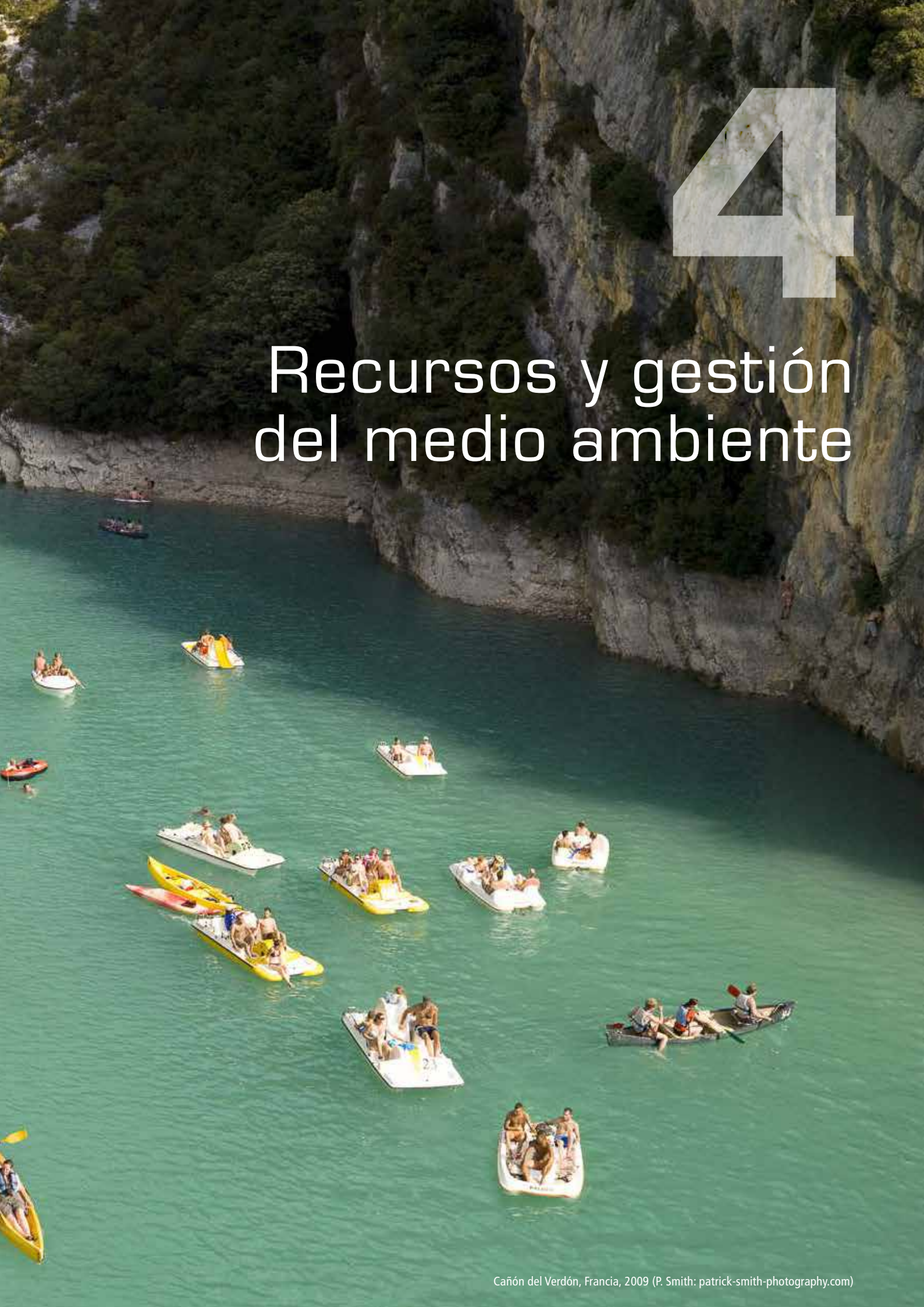


Fuente: mapa elaborado por los autores, febrero 2011 (www.kws.org)



4

Recursos y gestión del medio ambiente





Mathias Jurek

Introducción

Sembrados de arroz en terrazas alrededor de la aldea Cát Cát, Vietnam, 2008
(M. Gibert: Universidad París 1)

A medida que nuestra vida diaria se vuelve más rápida y frenética, cada vez más personas están descubriendo que las montañas son lugares ideales para la recreación y la conexión espiritual. A medida que el crecimiento urbanístico y poblacional continúa acelerándose, a las montañas –a menudo bastante remotas– se les percibe cada vez más como unos de los “tesoros naturales intactos” que aún sobreviven y que ofrecen hermosos paisajes y una amplia variedad de especies animales y vegetales. La gama de oportunidades para el turismo de montaña es particularmente amplia y va desde el montañismo hasta el esquí, del senderismo a la escalada, del ciclismo de montaña al barranquismo, de la observación de la fauna a las actividades recreativas y medicinales en fuentes de aguas mineralizadas y en *spas* naturales.

La búsqueda de más “áreas vírgenes” ejerce una creciente presión sobre los ambientes montañosos y sobre los invaluable activos que ellos aportan, tales como el agua y la biodiversidad. El turismo está teniendo un impacto cada vez mayor en el medio ambiente de las montañas, lo que ocasiona degradación ambiental en diferentes escalas, que van desde la contaminación por la eliminación de desechos hasta la destrucción de hábitats y la pérdida de conectividad ecológica debido a la instalación de grandes infraestructuras. La situación se agrava aún más por otros desafíos tales como el cambio climático, el cual obliga a la reinvención del turismo y al desarrollo de soluciones y modelos alternativos en este campo. Esto ocurre especialmente en el caso del turismo de esquí, porque con el aumento de las temperaturas la producción de nieve artificial se está volviendo cada vez más difícil.

Las inversiones para que el turismo sea cada vez más ecológico pueden reducir los costos de la energía, del agua y de la eliminación de desechos, y al mismo tiempo fortalecer el valor de la biodiversidad, los ecosistemas y la herencia cultural. La generación de empleo también puede ser uno de los principales beneficios, ya que el turismo y los viajes relacionados con esta actividad involucran una gran cantidad de recursos humanos. Existe un gran potencial para que el turismo se convierta en uno de los más importantes motores del crecimiento ecológico –contribuyendo además a la reducción de la pobreza– si se desarrollan paquetes sostenibles, incluyendo innovadores modelos de negocios que apoyen la conservación del medio ambiente y de sus recursos naturales. Estos modelos deben, primero, generar ingresos y beneficios para las comunidades anfitrionas locales y contribuir a la reducción de la pobreza; segundo, promover la preservación cultural y ecológica; y tercero, contribuir a la toma de consciencia, al desarrollo de capacidades y a la educación, fundamentados en reconocer que los ambientes montañosos y sus culturas son únicos. En



Parque Nacional de Tongariro, Nueva Zelanda, 2010 (M. Collomp: marioncollomp@hotmail.com)



Estación de esquí de Navacerrada, Cordillera de Guadarrama, España, 2006 (I. Evangelista: ignacioevangelista.com)

particular, el desarrollo del turismo sostenible puede constituir una oportunidad para las regiones montañosas menos desarrolladas, con potencial significativo para obtener diversos beneficios en términos de conservación de la diversidad biológica y del uso sostenible de sus componentes.

Con el fin de garantizar que el turismo de montaña sea sostenible y amigable con el medio ambiente, la interacción y comunicación entre todas las partes interesadas es necesaria a todo nivel, incluyendo a las comunidades locales y los inversionistas (extranjeros), y en todas las fases, desde la planificación hasta la implementación. Teniendo en cuenta los principios de precaución y prevención, es vital evaluar y controlar las posibles influencias y efectos del turismo y sus infraestructuras (de tipo directo o indirecto, a corto y a largo plazo) sobre la diversidad biológica y paisajística de las regiones montañosas, y desarrollar medidas adecuadas para evitar, minimizar y, donde sea necesario, mitigar los impactos ambientales negativos. Esto puede incluir soluciones de “movilidad blanda” (soft-mobility) que sean respetuosas con las personas y con el medio ambiente. Son particularmente útiles las guías prácticas, tales como las



Vista del Glaciar Aletsch, Lüsga Alp, Suiza, 2010 (A. Campi: albertocampiphoto.com)

“Directrices del CDB sobre Diversidad Biológica y Desarrollo del Turismo” o “Turismo y Montañas, Guía Práctica de Buenas Prácticas” (PNUMA, Conservación Internacional e Iniciativa de los Operadores de Turismo). Sin embargo, la clave para infundirle sentido ecológico al turismo en las regiones montañosas consiste en planificar y desarrollar los destinos e implementar adecuadas herramientas y estrategias de tipo legislativo y normativo (en particular a nivel transfronterizo, tales como el Protocolo sobre Turismo Sostenible para la Convención de los Cárpatos y el Protocolo sobre Turismo de la Convención Alpina) para garantizar un enfoque coherente e integrado, fundamentado en la coordinación y el establecimiento de principios claros y comunes para el desarrollo del turismo.



Niño de Kirguistán, cerca de Alichur, Pamir, Tayikistán, 2008 (S. Henriod: www.henriod.info)

El “Lechweg”, modelo de ecoturismo en los Alpes europeos



Dominik Siegrist y Lea Ketterer Bonnelame

El Valle de Lech es uno de los últimos paisajes ribereños naturales de Europa. Con el fin de preservar la alta diversidad de su hábitat, en la parte austríaca del valle se creó el parque natural Tiroler Lech. Las organizaciones de gestión de destinos a lo largo del río, en estrecha cooperación con las autoridades del parque, crearon el Lechweg, un largo recorrido que va desde el nacimiento del Río Lech hasta el Salto del Lech en Bavaria.



El “Lechweg”, modelo de ecoturismo en los Alpes europeos

Los paisajes vírgenes son uno de los más importantes activos del turismo de montaña. El ejemplo del Lechweg, que conecta tres regiones de dos países alpinos, muestra cómo el ecoturismo puede añadir valor a un hermoso valle ribereño. El recorrido de 125 kilómetros empieza cerca del complejo turístico Lech am Arlberg en Vorarlberg y continúa por la aldea Warth y el parque natural Tiroler Lech en el Tirol. Cruza hacia Alemania y termina en el Salto Lech, en Füssen, un pueblo de Bavaria. El Lechweg es la más importante atracción para los visitantes al parque natural Lechtal-Reutte, al menos en la temporada de verano. Los diversos paisajes del río y los activos naturales y culturales brindan una experiencia especial a los turistas. Visitado anualmente por más de diez mil excursionistas, este largo recorrido hace una importante contribución a la economía local de las regiones rurales por las que pasa, llevando clientes a los hoteles, hostales y restaurantes locales. Los excursionistas compran además los productos elaborados localmente.

Pese al escepticismo inicial de la población local de los municipios y regiones participantes, el Lechweg ahora se ha convertido en una atracción turística de la más alta calidad. Como tal, en el diseño de políticas regionales se le reconoce como ejemplo de un proyecto turístico transfronterizo exitoso, ya que vincula a las regiones de Arlberg y del parque natural Lechtal-Reutte, en Austria, con la región sur de Allgäu, en Alemania. El Lechweg también ha estimulado una creciente cooperación en otros campos, tales como la planificación y el transporte público regionales.



A partir de la experiencia del Lechweg, la Asociación Europea de Excursionistas desarrolló criterios de calidad para los recorridos de grandes distancias. Su objetivo fue mejorar la condición de los recorridos, así como la seguridad, señalización, instalaciones e infraestructura a lo largo de ellos, enriqueciendo por ende la calidad de la experiencia de los excursionistas. Estos criterios de calidad se aplican hoy en día en toda Europa. Por haber sido el primer recorrido de larga distancia para excursionistas, el Lechweg recibió la certificación de "Recorrido Líder en Calidad: El Mejor de Europa".

La región del parque natural de Lechtal-Reutte es además una de las seis regiones piloto de los Alpes que forman parte de NaTourCert, un proyecto alpino de tres años financiado por Bristol Foundation. Como parte del proyecto, en regiones piloto ubicadas lo largo de los Alpes se están desarrollando y probando estándares de calidad para el ecoturismo, e incorporándolos a las deliberaciones y planificaciones sobre políticas turísticas.



¿Obstaculiza una represa el turismo sostenible en las montañas de Islandia?



Lionel Laslaz

La construcción de la represa de Kárahnjúkar en la base del macizo Vatnajökull desató un candente debate en Islandia en torno al desarrollo de la energía hidroeléctrica para la industria. La estrategia de los oponentes a la represa fue denunciar que el proyecto implicaba la desaparición de la vida silvestre y hacer un llamado al desarrollo del turismo sostenible. Mediante la creación de un parque nacional en el área se buscó compensar las pérdidas ambientales ocasionadas por el proyecto.



Excursión en el glaciar Svinafellsjökull, Parque Nacional Vatnajökull, Islandia, 2011 (V. Valfort)

La población de Islandia está distribuida desigualmente: mientras que la densidad media es de 3 personas/km², el 64% de la población vive en la capital Reikiavik y en sus alrededores. Cada año, un millón de turistas cruza una zona casi desértica de 103.000 km² para visitar sitios "naturales" - géiseres y volcanes. Para los turistas, el atractivo del país proviene más de su aislamiento - una "isla de hielo" compuesta por la corteza terrestre en la cuenca dorsal Mesoatlántica - que de sus ciudades o su ecología. De las 105 áreas protegidas que cubren el 21% de Islandia, su más reciente parque nacional, Vatnajökull (12.850 km²), es el más grande de Europa (sin contar a Groenlandia como parte del continente). El parque fue establecido en el año 2008 tras un proceso que sacudió a la sociedad islandesa, conocida como una de las más pacíficas y preocupadas por el medio ambiente de Europa.

En 2002, la compañía nacional de energía eléctrica dio comienzo a un proyecto hidroeléctrico con capacidad de 690 MW para el norte del casquete glaciar más grande de Europa, Vatnajökull (8.300 km², el 70% de la superficie de los glaciares de Islandia). El objetivo de la planta de energía eléctrica, que aumentaría la producción islandesa de electricidad en un 60% y que sería construida por la multinacional Alcoa, era principalmente suministrar energía a una nueva fundidora de aluminio en el puerto de Reyðarfjörður (1.100 habitantes). En 2003, se iniciaron las obras del proyecto de construcción más grande jamás realizado en Islandia, la represa Kárahnjúkar, la más alta en Europa (198 metros).

La represa y la fundidora provocaron un intenso debate social entre los habitantes del este - principales defensores de oportunidades de trabajo en una región debilitada económicamente - y los pobladores de Reikiavik- esencialmente en oposición,



liderados por diversas ONG's-. El llenado de la represa en 2006 generó la segunda más grande manifestación realizada en Islandia a la que acudieron alrededor de 15.000 personas. Este conflicto ambiental enfrentó dos diferentes estrategias de desarrollo: por un lado, los partidarios del desarrollo hidroeléctrico, y por otra, los defensores del desarrollo turístico relacionado con las áreas protegidas. La creación del parque Nacional Vatnajökull fue para compensar las pérdidas ambientales. Fue ampliado posteriormente y en 2011 se incluyó en la Lista Tentativa de Patrimonio Mundial con el fin de aumentar su atractivo para los visitantes internacionales.

Aunque las autoridades del parque insisten en objetivos tales como la atracción de turistas, el fortalecimiento de la educación ambiental y el aumento de beneficios económicos, existen pocos visitantes – quienes incluso deben ser senderistas experimentados-. Tan solo dos áreas que ya eran parques nacionales - Skaftafell en el sur, y Jökulsárgljúfur en el norte – antes de convertirse en parte del nuevo Parque Nacional Vatnajökull, ya eran accesibles en coche, con oferta de camping y de otros servicios turísticos. En general, el potencial de desarrollar un turismo ecológico en esta parte central de Islandia se limita mucho más por la ausencia de vías pavimentadas y de servicios de alojamiento que por la inundación de un área de 57 km² que los opositores consideran como el “último gran desierto de Europa”.



Parque Nacional Vatnajökull, Islandia, 2011 (V. Valfort)

La fábrica de aluminio Fjarðaál de Reyðarfjörður, propiedad del grupo Alcoa, emplea a 450 personas y produce 346.000 toneladas de aluminio. Debido a que el proceso de electrólisis para la producción de aluminio es un gran consumidor de electricidad, el potencial hidroeléctrico de Islandia atrae a los codiciosos. El argumento fue además usado por los opositores a la instalación de esta fábrica, la cual fue vista como la primera etapa de una enorme cantidad de equipos en represas de las corrientes islandesas para satisfacer el apetito de las multinacionales.



Svínafellsjökull, Islandia, 2010 (M. Dupont)



Entrada al cañón Ásbyrgi, Islandia, 2011 (L. Laslaz)



Fundición de aluminio Fjarðaál en Reyðarfjörður, Islandia, 2011 (L. Laslaz)

Capacidad de carga del ecoturismo en el valle de Ganjnameh, en Irán



Kamran Shayesteh

Inscripciones grabadas en la montaña, valle de Ganjnameh, Irán, 2012 (K. Shayesteh)

Hamadan es una hermosa región montañosa en el occidente de Irán, con tierras de labranza en valles fértiles, y con pastizales y cumbres nevadas. El pico más alto y famoso es el Alvand, el cual está a 3.574 metros de altitud y se eleva sobre el valle de Abbas Abad. Muchos turistas visitan Abbas Abad atraídos por dos conjuntos de inscripciones esculpidas sobre la faz de la montaña, conocidas como Ganjnameh, o "epístola de los tesoros", las cuales fueron ordenadas por los reyes Darío (521-485 AC) y Jerjes (485-465 AC); los visitantes aprovechan también para disfrutar de los jardines, manantiales, cataratas, ríos, y una variada vegetación.

Un desafío crucial para la buena administración de esta importante y al mismo tiempo ecológicamente sensible área de recreación es el creciente número de turistas, ya que la presión que esto ejerce sobre su ecosistema podría ocasionar su degradación y la consiguiente pérdida de biodiversidad. La planificación y administración de esta área requiere por ende técnicas para calcular la cantidad de personas que pueden utilizar los recursos del valle en un momento dado; en otras palabras, la capacidad de carga de la zona. Durante las pasadas tres décadas se han desarrollado métodos cuantitativos para determinar la capacidad de carga, los cuales se han aplicado ampliamente en diversos proyectos. Uno de estos métodos fue desarrollado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), específicamente para el desarrollo del turismo, y se aplicó en el valle de Abbas Abad. La primera etapa mostró que de las 4.000 hectáreas que tiene el valle, 2.478 tienen potencial para el ecoturismo. En la siguiente etapa se calculó la capacidad de carga física de estas partes del valle, basados estrictamente en la cantidad de tiempo y de área que cada visitante necesita y con las que estará satisfecho. Esto dio como resultado que

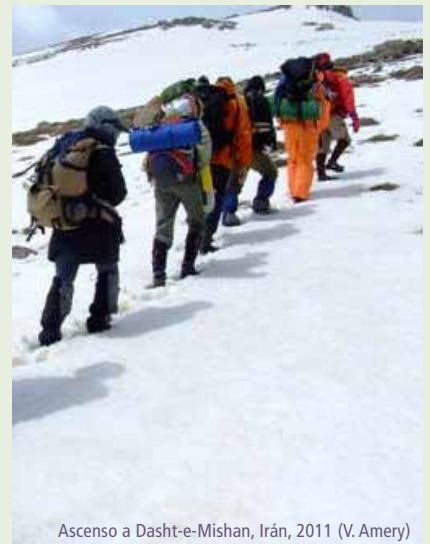




Rebaño de ovejas, valle de Ganjnameh, Irán, 2010 (J. Hassanzadeh)

la zona tiene capacidad para recibir hasta 3.429.557 personas por día. Una tercera etapa consistió en un estudio sobre las limitaciones ecológicas del valle, el cual mostró que los principales criterios por tener en cuenta ante la presencia de visitantes son: la altitud, la profundidad de los suelos, la densidad del manto vegetal, la resistencia de las rocas y la erosión de la tierra. Una vez definidas las áreas sujetas a estas limitaciones, se pudo estimar la capacidad real de carga. Los resultados obtenidos indicaron que para que la recreación en el valle sea sostenible, se podría autorizar el ingreso de un máximo de 34.813 visitantes por día, una cifra muy inferior a la del nivel de uso actual, especialmente en primavera y verano.

La capacidad de carga que se calcula para una zona de recreación puede usarse así como base para controlar si se están manteniendo los niveles requeridos para la salud e integridad funcional y estructural de los sistemas ecológicos y si los diferentes procesos ecológicos se conservan en equilibrio a largo plazo. Las cifras, por lo tanto, proporcionan una valiosa fuente de información para que los responsables de las decisiones y la planificación puedan garantizar que los visitantes disfruten de una experiencia recreativa de alta calidad, que pueda ser sostenible.



Ascenso a Dasht-e-Mishan, Irán, 2011 (V. Amery)



Corona Imperial, valle de Ganjnameh, Irán, 2012 (K. Shayesteh)

Manejo integrado de los recursos hídricos y turísticos para una resiliente región del Himalaya

Madhav Karki

La región del Himalaya –un destino turístico mundial y la torre de agua de Asia– está enfrentando enormes tensiones debido al cambio climático y a la globalización. Para hacer frente a estos desafíos se requieren medidas urgentes, tales como la gestión integrada de los recursos hídricos y turísticos, con el fin de minimizar los riesgos que amenazan a una industria en auge como es el turismo y para garantizar el suministro de agua, alimento y energía a más de 1.500 millones de personas que dependen de los ecosistemas del Himalaya y del agua que fluye de ellos.

La belleza y majestuosidad de los Himalayas siempre ha atraído visitantes, desde peregrinos hasta turistas modernos. Conocida como la “torre de agua” de Asia, la región afronta tremendas tensiones debido al cambio climático, el cual impacta a ambos sectores, el turístico y el del agua. Debido al aumento de avalanchas, deslizamientos de tierra e inundaciones que crean nuevos riesgos para los visitantes, el turismo se encuentra en un estado vulnerable. En el año 2013, más de 6.000 peregrinos murieron en Uttarakhand, India, debido a inundaciones impredecibles. Cientos de lagos glaciares que se formaron como resultado del derretimiento del hielo han dado lugar a otro riesgo, el de las inundaciones repentinas. El turismo también podría verse afectado por una futura falta de agua. Los científicos han pronosticado que alrededor del 40% de los 1.500 millones de personas que viven en los países de los Himalayas podrían enfrentarse a una grave escasez de agua debido al cambio climático, con consecuencias que se extienden a la seguridad en términos de alimentación, energía, agua y salud.

En miles de aldeas del Himalaya, donde el auge del turismo coexiste con una pobreza persistente, hay signos visibles de escasez de agua y degradación del medio ambiente como resultado de un desarrollo no planificado. Debido al aumento en el número de turistas en Ladakh, India, para hacer frente a la escasez de agua las autoridades han requerido que los visitantes carguen cubos de agua desde fuentes ubicadas en las partes más bajas. Los glaciares, que anualmente suministran cerca de 300 millones de pies cúbicos de agua a los diez grandes ríos de Asia durante la temporada seca, se están derritiendo a gran velocidad, lo que hará más vulnerables las zonas donde hay déficit de agua. La creciente industria del turismo es

Turistas observando la cordillera del Anapurna en Pun Hill, Kaski, Nepal occidental, 2013 (J. Bajracharya)



Lecciones aprendidas

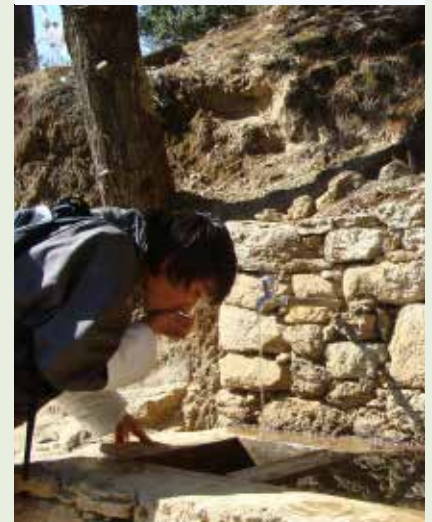
- La globalización, el cambio climático y un turismo hostil con el medio ambiente están creando un impacto sobre el inmaculado paisaje de los Himalayas;
- El cambio climático impactará a los sistemas hídrico, alimenticio, energético y de transporte, con graves consecuencias para el sector turístico;
- La región del Himalaya requiere un turismo sostenible que satisfaga las necesidades de los turistas y de la región anfitriona, y que a la vez proteja el medio ambiente para bien de la humanidad;
- La sinergia resultante de una mayor integración entre las estrategias de administración del agua y del turismo puede promover una mayor seguridad con respecto al abastecimiento de agua, el medio ambiente y los medios de subsistencia que dependen de ellos, al tiempo que contribuye al Desarrollo Sostenible proclamado por la ONU.



Las comunidades agropastoriles del estado Uttarakhand, India, una región en las partes altas de los Himalayas, por lo general afrontan serios períodos de escasez de agua de mayo a julio y una temporada de carestía de octubre a diciembre, 2010 (K N Vajpai, Climate Himalaya)

uno de los principales consumidores de agua dulce en las montañas, creando una enorme demanda y aumentando la vulnerabilidad de los ecosistemas y comunidades locales. El agua potable se ha convertido en un valioso “bien del mercado” y por lo tanto debe ser manejada con prudencia, al igual que otros recursos, entre ellos el turismo, de los cuales dependen los medios de subsistencia.

Se necesitan enfoques de gestión integrados que brinden soluciones de largo plazo a la crisis de agua que se avecina, la cual aumentaría los riesgos físicos y de salud para el creciente número de turistas, al igual que la pobreza generalizada de la región. La Gestión Integrada de Recursos Hídricos (GIRH) proporciona un marco de trabajo formal para administrar los limitados recursos hídricos, al promover el desarrollo y la administración coordinada del agua y de otros recursos del ecosistema, y mejorar el bienestar económico y social con base en los principios del desarrollo sostenible. Para los muchos ríos fronterizos del Himalaya, es necesario que la GIRH se promueva a la escala de la cuenca, lo que también abordará los riesgos generados por el cambio climático que afectan al turismo. A nivel local, algunas comunidades de los Himalayas están mostrando el camino y están obteniendo beneficios. Algunos emprendedores en Ladakh han desarrollado métodos de recolección de agua almacenándola en forma de hielo, mientras que los agricultores en el norte de Pakistán han recurrido a una técnica autóctona de “cultivo de glaciares”, en donde el hielo se cultiva en cavidades a la sombra. Ambas técnicas han sido desarrolladas e incorporadas a los sistemas locales de manejo del agua, mejorando de este modo su suministro. Para hacer que los dos sectores, el hídrico y el turístico, sean más adaptables al clima y más sostenibles, y asegurar por ende los medios de subsistencia que dependen de ellos, estos sectores se deben administrar conjuntamente y en forma integrada.



Iniciativa para la conservación del agua en la vía a Takshang cerca de Paro, Bután, 2011 (K N Vajpai, Climate Himalaya)

Protección climática de los destinos turísticos: ¡ya!

Peter Niederer, Susanne Kytzia, Roger Walser y Dominik Siegrist

Conscientes de la gran vulnerabilidad del turismo al cambio climático y de su propio rol en la contribución a este cambio, una alianza integrada por varias ONG, universidades y grupos de interés en representación de cinco destinos turísticos de los Alpes suizos, inició un proyecto que busca reducir las emisiones de CO₂ en esos destinos y promover, con fines de mercadeo, las actividades que se realizan para lograr esta reducción.

Funicular de Blatten-Belalp, Naters, Suiza, 2010
(A. Campi: albertocampiphoto.com)

El cambio climático es uno de los grandes desafíos que enfrenta hoy la humanidad, y las áreas montañosas se ven particularmente afectadas por este problema. Desde 1900, las temperaturas en Los Alpes han aumentado en una proporción que casi duplica el promedio global. Algunas de las consecuencias para los turistas son líneas de nieve más altas en las partes elevadas y contracción de los glaciares. Estas tendencias representan serios desafíos para el turismo. Por otra parte, el turismo mundial es responsable en sí mismo por emisiones de aproximadamente 1.307 millones de toneladas de CO₂ cada año, lo que representa el 5% del total de emisiones. Lo ideal es que la industria del turismo busque minimizar su impacto en el sistema climático y demuestre su capacidad para adaptarse al cambio climático mediante la creación de nuevos y atractivos productos turísticos. El proyecto "Protección climática de los destinos turísticos: ¡ya!" intenta lograr estos objetivos. Los tres puntos fundamentales del proyecto y las lecciones aprendidas se explican a continuación para dos de los cinco destinos, Sattel (Suiza Central) y Braunwald (Suiza Oriental).

Desarrollo de un marco estratégico. En Sattel, la alianza entre diversas ONG y universidades, en colaboración con representantes del concejo municipal y con proveedores locales de servicios turísticos, desarrolló una estrategia turística integral que contemplaba medidas para lograr un turismo sin huella de carbono, la cual fue aprobada por la población local.

Cálculo de la huella de carbono. En Braunwald se calculó la huella de carbono (emisiones de CO₂), haciendo un estimado de todas las emisiones de carbono



Lecciones aprendidas

La mayoría de los turistas ya han oído hablar mucho sobre el cambio climático y no necesitan más hechos y cifras, pero unos productos turísticos atractivos pueden ser efectivos para llevar el mensaje relacionado con el cambio climático en forma fácil de asimilar. Es posible que las ofertas de un turismo amigable con el clima no atraigan a muchos más turistas, pero sí pueden ayudar a que un destino turístico defina su posición en el mercado. Sin embargo, esto sólo funciona si las medidas para reducir el CO₂ forman parte de otras actividades y procesos que apuntan a un desarrollo sostenible. El turismo tiene un gran potencial para impulsar un cambio social. Por consiguiente, si durante unas vacaciones las personas reciben mensajes sobre el clima de una manera efectiva, es posible que actúen más responsablemente en su vida diaria.



Los vehículos eléctricos son transportados por tren de cable hasta la Feria Climática en Braunwald, 2013 (P. Niederer)

relacionadas con un producto, servicio o negocio turístico. Esto reveló que de las 2.600 toneladas de CO₂ emitidas en el sector turístico, 1.477 toneladas corresponden a segundas viviendas; en ellas se encuentra, sin lugar a dudas, el mayor potencial para la implementación de medidas de reducción de carbono. Ahora el municipio está más comprometido con el tema de la eficiencia energética en las remodelaciones y construcciones.

Desarrollo de productos. El proyecto inició una feria climática anual en Braunwald, la cual se convirtió en un punto de encuentro no sólo para turistas y residentes, sino también para emprendedores en las áreas de energía renovable y electromovilidad. Allí se invitaba a los visitantes a utilizar una serie de innovadores vehículos eléctricos; a medida que se movían alrededor de la aldea, encontraban diferentes estaciones interpretativas, tales como chalets remodelados hacia energía cero y un taller de reciclaje para niños. En colaboración con los aliados del proyecto, Sattel está desarrollando un "sendero climático de audición", en el que, a medida que los visitantes recorren las rutas turísticas, se les cuenta a través de sus teléfonos móviles acerca de los impactos del cambio climático.



Señalización a lo largo de la ruta de senderismo, Belalp, Suiza, 2010 (A. Campi)

La alianza para el proyecto "Protección climática de los destinos turísticos: ¡ya!" es liderada por la sección suiza de la red de Alianza en los Alpes y está integrada por el Instituto para la Construcción y el Medio Ambiente (HSR), el Instituto para Paisajes y Espacios Abiertos (HSR), el Instituto de Recreación y Turismo (HTW) y las ONG Myclimate y Climatop. También son parte del proyecto cinco destinos turísticos: Braunwald, Rigi, Saas Fee, Sattel y Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair (TESSVM). El proyecto es financiado por el Programa Innotour de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos (SECO).

Las Virungas: un estudio de caso sobre turismo de montaña y biodiversidad en África Oriental



Sam Kanyamibwa, James Hogg y Salome Alweny

Las montañas orientales de África albergan una rica diversidad biológica y proveen altos niveles de servicios ecosistémicos, entre ellos el turismo. Los dos destinos que más turistas atraen en África Oriental son el Monte Kilimanjaro y la región Bwindi-Virunga. Esta última es famosa por el turismo atraído por los gorilas de montaña, el cual si bien genera ingresos considerables, no necesariamente beneficia a la población local.

Familia de gorilas de montaña, 2012 (J. Hogg)

El paisaje de Bwindi-Virunga es muy fértil y especialmente favorable para la agricultura. Esto ha dado lugar a una alta densidad poblacional (hasta 800 habitantes/km²), una alta tasa de crecimiento (del 2 al 4% anual) y severos niveles de pobreza. Dentro de la región existen tres parques nacionales –Virunga (República Democrática del Congo), Volcanes (Ruanda), Mgahinga y Bwindi (Uganda)– en los cuales no está permitido ningún asentamiento. En gran medida, la atracción turística de los gorilas ha sido la salvación tanto para los parques como para los gorilas, porque los ingresos por este concepto representan un porcentaje significativo del Producto Interno Bruto (PIB) nacional. Por consiguiente, su conservación está respaldada por el acuerdo transfronterizo administrativo del Secretariado Ejecutivo del Gran Virunga, firmado en 2004.

Un beneficio clave del turismo en torno a los gorilas en Ruanda y Uganda es la recolección y distribución centralizada de las tarifas de acceso que pagan los turistas. Este turismo ha proporcionado a las comunidades locales educación ambiental y servicios comunes, contribuyendo a su desarrollo económico y a su bienestar, y reduciendo la presión humana sobre las grandes áreas que constituyen el hábitat de los gorilas. Otros servicios incluyen mejoras en la red de carreteras –ya que los turistas quieren un acceso fácil para observar a los gorilas– y actividades generadoras de ingresos, como las ventas de artesanías a los turistas y los albergues turísticos de propiedad de la comunidad. Sin embargo, el turismo basado en los gorilas no está exento de los costos ambientales generados por la construcción de caminos, carreteras y hoteles. También existe el riesgo de que los gorilas contraigan enfermedades en su contacto con los seres humanos.





Un problema creciente es que una parte importante de los ingresos del turismo, tales como las tarifas de acceso o las utilidades del sector privado, no tiene que ser invertida en los parques o en sus alrededores, ni en la conservación o el mejoramiento de la sostenibilidad. Aunque los ingresos del turismo benefician a las economías nacionales, la gente que vive cerca a los parques continúa en la pobreza. No reciben beneficios monetarios directos por los ingresos del turismo, y la mayoría no perciben los servicios comunes como un beneficio inmediato. El modelo de albergues provisto por la comunidad es imperfecto, ya que utilidades significativas van a parar a empresas administradoras cuyos propietarios son extranjeros. Estos factores pueden conducir al resentimiento y a que no se respeten los límites del Parque Nacional, lo que se ve en las actividades ilegales continuadas, mientras que por fuera de los parques persisten serios desafíos en materia de conservación y desarrollo.

Otro riesgo es el que surge de la alta dependencia de los ingresos del turismo. Si la conservación está intrínsecamente ligada al turismo, los cambios en estos ingresos podrían tener efectos considerables. Por ejemplo, los conflictos civiles pueden reducir a cero los ingresos del turismo, y decisiones no acertadas –tales como permitir la exploración petrolera o desarrollos inapropiados en el parque o cerca de él– pueden afectar la credibilidad en las medidas de conservación y el ecoturismo del cual estas dependen financieramente. No obstante, depender de una única especie ha traído muchos beneficios: el vínculo entre los gorilas y las economías nacionales es de tal magnitud que la continuidad de la conservación de esta especie está garantizada. Sin embargo, los esfuerzos de conservación se pueden mejorar, trabajando para lograr la paz en la región, con la reapertura del Parque Nacional Virunga (República Democrática del Congo), una contabilidad pública transparente, una inversión equitativa de los recursos cerca al parque, un diálogo abierto entre todos los grupos de interés, y manejando las expectativas de las comunidades locales, haciéndolas más sostenibles y con mayor capacidad de recuperación.

¿Vaca lechera?

En 2012 Ruanda recibió 28.483 visitantes por el turismo en torno a los gorilas y cada turista pagó alrededor de 500 dólares por su permiso de ingreso al Parque, lo que generó unos 14 millones de dólares en la región.

En 2013, A-M Weeden escribió: "Los ingresos de la Junta para el Desarrollo de Ruanda se han casi duplicado en los últimos cinco años, y ahora el turismo representa un 7.8% del Producto Interno Bruto (PIB) del país".

En Uganda, aproximadamente el 80% del presupuesto total que manejan las autoridades rectoras de la fauna y la flora a nivel nacional proviene del turismo basado en los gorilas.

El Fondo Mundial para la Naturaleza estimó recientemente que cada gorila le trae a Uganda anualmente un millón de dólares estadounidenses en ingresos. (<http://news.mongabay.com/2013/0513-weeden-gorilla-tourism.html#Le9eV5r1H5OJdhZD.99>)



Turismo en torno a los gorilas, 2012 (J. Hogg)

El surgimiento del turismo sostenible en el Parque Nacional de Daisetsuzan, en Japón

Teiji Watanabe

El Parque Nacional de Daisetsuzan, ubicado en Hokkaido, la isla más al norte de Japón, es el mayor parque nacional del país, con una superficie de 2.309 km². Cuenta con diversos tipos de recursos geoturísticos, tales como volcanes activos, suelos permanentemente congelados, formas glaciales y periglaciales, al igual que humedales. En los últimos años el turismo ha ido pasando, de forma gradual pero constante, de un gran turismo masivo a un turismo más sostenible.

Monte Asahi-dake, Parque Nacional de Daisetsuzan, Japón, 2003 (T. Watanabe)

Como más del 70% del Japón es montañoso, muchos de sus principales destinos turísticos se encuentran en áreas montañosas, especialmente en zonas protegidas, como parques nacionales, parques cuasi nacionales y sitios del Patrimonio Mundial Natural. Japón se unió recientemente a la Red de Geoparques de la UNESCO: Hokkaido ahora tiene un Geoparque de la UNESCO y cuatro Geoparques japoneses. Uno de ellos es el Geoparque Tokachi-Shikaoi, establecido en diciembre de 2013 en la parte oriental del Parque Nacional de Daisetsuzan.

Hay varios tipos de excursiones alrededor de los recursos naturales. Por ejemplo, la población de Higashikawa, en la parte noroccidental del parque, es activa en la promoción del turismo sostenible. Es así como un guía local de montaña y algunos empleados públicos de la población ofrecen un recorrido en el que los turistas conocen la degradación de los senderos, miden la erosión del terreno y descubren cómo inciden en ella los depósitos volcánicos vulnerables y el agua del deshielo. Otro ejemplo es un "recorrido de monitoreo" de los cambios fenológicos en las comunidades vegetales alpinas, realizado durante más de una década por académicos, guías de montaña locales y "Voluntarios de Investigación de las Flores". Muchas partes del parque, incluyendo áreas de deslizamientos, son habitadas por un gran número de osos pardos. El Centro de Información sobre el Oso Pardo, ubicado en la población de Kamikawa, al nororiente del parque, promueve el turismo educativo suministrando información acerca de los osos.

La concentración en el turismo de verano estaba generando preocupación en la localidad debido a la naturaleza estacional de los ingresos provenientes de las actividades del parque.





Un guía local interpreta las marcas que un oso pardo dejó en la corteza de un árbol, Parque Nacional de Daisetsuzan, Japón, 2006 (T. Watanabe)

Por eso la tendencia ahora es que los recorridos por el parque se diversifiquen, tanto a nivel de épocas del año como de espacios. El área del Lago Sugatami-no-ike, bajo la cumbre del Monte Asahi-dake, es uno de los destinos más concurridos durante todo el año, ya que sus excursiones con raquetas de nieve atraen a un gran número de turistas. Los visitantes tienen acceso a toda la zona, incluyendo la fumarola activa cerca al Monte Asahi-dake, la cual no puede visitarse cuando no hay nieve. Se espera que con la puesta en marcha del Geoparque Tokachi-Shikaoi se incrementará el geoturismo en esta zona. Los futuros geoparques dentro del Parque Nacional aumentaran la variedad de oportunidades para los turistas, tanto a nivel de áreas como de tiempo, lo que generará más demanda de guías de montaña locales y creará mayor estabilidad en la economía local.

Aunque el ecoturismo ha aumentado, el Parque Nacional sigue dedicado principalmente al turismo masivo, en especial en el verano. Esta concentración del turismo en una sola estación ha generado problemas como la severa erosión de los senderos y el manejo de los desechos humanos. El Ministerio del Medio Ambiente, responsable de los parques nacionales de Japón, inició recientemente diálogos sobre la administración de los parques –particularmente en lo concerniente a los senderos– con los grupos de interés del sector turístico, incluyendo las comunidades de la zona, las entidades administrativas locales y las ONG ambientales. La creación del Geoparque Tokachi-Shikaoi y de otros futuros geoparques significa que los enfoques de administración de parques que estén fundamentados en las comunidades locales serán aún más importantes para garantizar la sostenibilidad de estas comunidades y de los recursos de los que depende el geoturismo.

Centro de Información sobre el Oso Pardo y curso de senderismo.

El Centro de Información sobre el Oso Pardo está localizado cerca de la entrada a un sendero de montaña de siete kilómetros, creado en una topografía de deslizamientos en la que hay muchos lagos pequeños. Esta situación favorece el crecimiento de varios tipos de vegetación y provee un buen hábitat para el oso pardo. El centro fue construido por el Ministerio del Medio Ambiente y su mantenimiento está a cargo del municipio local de Kamikawa. Todos los turistas que van a transitar por el sendero de montaña deben ir al centro para recibir información básica sobre los osos pardos que habitan en la zona. No es muy común encontrarse de cerca con un oso pardo, porque los empleados del centro patrullan continuamente el sendero y pueden incluso cerrar algún tramo, dependiendo de los patrones de desplazamiento de los osos.



Centro de Información sobre el Oso Pardo, Parque Nacional de Daisetsuzan, Japón, 2003 (T. Watanabe)



5

Políticas e instituciones sociales para un turismo de montaña sostenible





Daniel Maselli

Introducción

Ballenberg, Suiza, 2008
(A. Campi: albertocampphoto.com)

Muchas regiones montañosas del mundo se han convertido ya en destinos turísticos, en tanto que otras, así no figuren aún en el mapa turístico, albergan perspectivas de beneficios con base en el turismo y grandes expectativas para el desarrollo futuro. Sin embargo, la experiencia nos dice que activos naturales tales como hermosos paisajes o pendientes cubiertas de nieve no son garantía por sí solos de que el turismo crecerá. En las zonas montañosas, como en cualquier otro lugar, el desarrollo turístico frecuentemente es el resultado de iniciativas de diversos actores que van desde comerciantes y restauradores espontáneos, artesanos que adaptan su producción a una nueva clientela, hasta grandes negocios e inversionistas. Por una parte, esta multiplicidad de iniciativas a menudo es un requisito previo para compartir los beneficios del turismo; por otra, puede amenazar la estabilidad misma del sector si no se establece algún grado de regulación o coordinación. El contexto local político e institucional debe conducir por ende hacia un desarrollo sólido del turismo, con estrategias, políticas e instituciones apropiadas que garanticen la concreción de cualquier potencial turístico. El establecimiento de una economía turística duradera, especialmente si hay visión hacia la sostenibilidad, requiere un grado de regulación institucional, incluso si tales restricciones no fueran bienvenidas por todos los participantes en el nuevo sector.

Tales regulaciones se deben aplicar principalmente a los recursos compartidos. Estos juegan un papel crucial incluso en sociedades en las que predomina la posesión privada de la tierra, porque el turismo siempre se basa en bienes comunes –tales como el paisaje o los activos del patrimonio histórico y cultural– y requiere la disponibilidad de recursos comunes, como el agua o la nieve. En este contexto la sostenibilidad del turismo depende en gran medida de la existencia y eficacia de instituciones sociales y de políticas públicas capaces de establecer normas para administrar los recursos comunes y garantizar que las iniciativas privadas sean adecuadas.

Las sociedades tradicionales de regiones montañosas se caracterizan a menudo por un alto grado de regulaciones sociales e institucionales. Pueden haber heredado estas características por la necesidad de manejar colectivamente los bosques y pastizales alpinos, o por haber estado expuestos a riesgos naturales y restricciones ambientales comunes. El desarrollo del turismo en áreas montañosas a menudo se mueve dentro de las formas establecidas de regulación social, particularmente en el turismo de base comunitaria, como se evidencia en las montañas de Oaxaca, en México. No obstante, en muchas regiones del mundo las formas tradicionales de manejo de recursos compartidos se han visto severamente debilitadas por el legado de la colonización, los procesos de modernización y la monetización de la economía local, junto con la tendencia hacia la privatización de los bienes comunes. Más aún, el desarrollo del turismo, incluso el no intensivo, puede echar por tierra o revolucionar los mecanismos tradicionales de manejo de los recursos compartidos, como puede verse en el ejemplo de Sapa, en Vietnam.

En este contexto, una clave para regular el desarrollo del turismo está en manos de las administraciones estatales y gubernamentales. Al obrar en forma vertical e imponer condiciones para el desarrollo del turismo, los estados a menudo han debilitado a las instituciones locales y forzado el acceso a los recursos. Esto ha ocurrido en ciertos casos en el sur de China y en las tierras altas de Vietnam. A veces el estado obra a favor de las instituciones locales, compensando su fragilidad y su capacidad limitada



Tagmoute, región de Taliouine, Marruecos, 2012 (S. Billeau Beuze)



Parque Nacional de las Secuoyas, California, EE.UU., 2008 (S. Billeau Beuze)

para proyectar poder administrativo, como puede verse en algunas áreas rurales de Turquía. Y por último, el estado puede trabajar para fortalecer las instituciones locales, como se está viendo ahora en Marruecos. Allí se han creado municipios rurales para reemplazar a la autoridad tribal de los bereberes, en las Montañas del Atlas. No obstante, se percibió la necesidad de un desarrollo más endógeno, incluyendo iniciativas que resalten la cultura bereber local. En este contexto se ha fomentado la creación de asociaciones para el desarrollo del turismo local como un medio para renovar la gobernanza local y promover el desarrollo económico. El rol del estado puede ser crucial para imponer ciertas regulaciones y restricciones a los actores locales, pues de lo contrario estos podrían caer en la tentación de involucrarse en una espiral de desarrollo sin control, situación que amenazó al cantón suizo de Valais. En Costa Rica el estado ha adoptado una visión nacional que da preponderancia a los activos turísticos, particularmente a la biodiversidad y a los exuberantes paisajes tropicales del país, al tiempo que establece instrumentos para garantizar su protección y uso cuidadoso.



Lagunas Altiplánicas, Chile, 2013 (M. Collomp: marioncollomp@hotmail.com)

Allí donde los estados son débiles o ineficaces, diversas ONG, agencias de cooperación internacional y organismos intergubernamentales han sido los principales promotores del objetivo de fortalecer las instituciones locales para que gestionen las actividades y recursos turísticos. Los objetivos de empoderamiento y desarrollo de capacidades, promovidos por estos actores institucionales, a menudo son compartidos por las poblaciones locales, al igual que por gobiernos locales y regionales, ansiosos por afrontar los desafíos que entraña el desarrollo del turismo.

Es raro, no obstante, hallar una convergencia plena y verdadera entre las posiciones de los diversos grupos de interés: la gente local, los negocios del turismo, las administraciones gubernamentales y las ONG. El desarrollo del turismo es más a menudo un área de conflicto, sujeta a razonamientos e intereses que compiten entre ellos. Y cuando hay marcadas diferencias con otros sectores, por ejemplo con industrias de extracción que pueden tener planes para los mismos recursos paisajísticos que los del turismo, o cuando los territorios para el turismo se ven envueltos en conflictos geopolíticos, como en el Sahel o en el Cáucaso, todos los objetivos de sostenibilidad y desarrollo del turismo pueden llegar a ser esquivos. Más aún, en la mayoría de los casos, incluso las historias de éxito implican concesiones entre intereses y visiones que compiten entre sí.



Mojón en el Paso Koitezek, Tayikistán, 2008 (S. Henriod)



Souleymane, guía Tuareg, en la cresta de la primera duna del Teneré, bordeando el macizo de Tamgak, Air, Níger, 2006 (A. Morel)

Redes, comercio justo y turismo sostenible: una tendencia creciente en las Montañas del Atlas en Marruecos



Mahjoub Bajja, Annie Lauvaux y Mari Oiry Varacca

En las Montañas marroquíes del Atlas, la participación de los grupos de interés del turismo en redes regionales, nacionales e internacionales, aunque reciente, parece ser un paso clave para el desarrollo de un turismo más sostenible y más responsable con los habitantes locales, cuya identidad y continuidad cultural es considerada una parte integral del desarrollo.

Tejedores en el valle de Ait Youss, Taliouine, 2011
(H. Friry: tissehelene@yahoo.fr)

En la última década, los grupos de interés de la industria turística marroquí han estado creando alianzas con operadores turísticos franceses que desean ofrecer un enfoque alternativo al turismo masivo y que se han agrupado en redes como la Asociación para el Turismo Equitativo y Solidario (Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire - ATEs), la cual promueve directrices para un turismo responsable por parte de visitantes y anfitriones. De esta manera los grupos de interés locales, por ejemplo en las montañas del Anti-Atlas, han conseguido la ayuda de estas redes. En Taliouine, una región marginada que hasta hace poco solamente se beneficiaba con las visitas ocasionales de turistas en tránsito entre Agadir y Ouarzazate, o con el único circuito de senderismo de la región, los actores locales están tratando de desarrollar un turismo de calidad que realce conocimientos, artesanías y actividades agrícolas tradicionales. Migrations et Développement, una ONG creada por un grupo de marroquíes que emigraron a Francia, los cuales buscan mejorar las condiciones de vida de su región de origen, ha creado una red de hostales e incluso un producto turístico: "El país azafrán". Esta ONG, afiliada a ATEs, colabora con Maroc Inédit, una asociación con sede en Taliouine que organiza viajes adaptados a las necesidades y deseos de los clientes, con base en las características únicas de la región y en el descubrimiento y aprecio de la identidad local. Esta asociación está integrada a varias redes internacionales de promoción del turismo sostenible en los países del Sur Global; participó, por ejemplo, en la organización del Foro Internacional de Turismo Responsable, realizado en Marruecos en octubre de 2012.



Las redes internacionales para el turismo alternativo están ayudando a los diferentes grupos de interés en Marruecos a encontrar nuevos clientes y a reflexionar acerca de sus prácticas profesionales. Estos acuerdos de colaboración pueden, no obstante, generar una excesiva dependencia de operadores turísticos extranjeros. Por este motivo Maroc Inédit ayudó a crear en 2011 la Red Marroquí de Ecoturismo Responsable (Réseau Marocain d'Ecotourisme Solidaire - RMES). Sus miembros fundadores consideran que la escala nacional es un nivel más apropiado para que las partes interesadas de Marruecos compartan su experiencia y definan modelos endógenos para el turismo alternativo.

Maroc Inédit está en el punto de intersección de varias redes a diferentes escalas y ha buscado promover intercambios, en la medida en que estos ofrecen importantes ventanas hacia el mundo exterior para los actores locales. Es así como ahora hay un intercambio entre un valle de las Cevenas, en Francia, y un valle del macizo Siroua, en Marruecos, basado en la transmisión y preservación del conocimiento tradicional de plantas aromáticas y medicinales. Esta iniciativa ha contado con el apoyo del Instituto Agronómico Mediterráneo (Institut Agronomique Méditerranéen) y la Red de Iniciativas Agroecológicas (Réseau des Initiatives Agroécologiques au Maroc - RIAM), en Marruecos, y de la red de ferias comerciales de la región francesa Provenza-Alpes-Costa Azul, que ayuda a vender en Francia los bienes producidos localmente en Marruecos. Enriquecida con estos intercambios, y en respuesta a un creciente interés, la Asociación ha creado recorridos temáticos que dan a los visitantes europeos y marroquíes la oportunidad de descubrir este abundante caudal de conocimientos y prácticas tradicionales locales. De esta manera, Maroc Inédit está trabajando para promover dos objetivos diferentes aunque complementarios: la creación de productos turísticos innovadores –como “El país azafrán”– y el crecimiento de las oportunidades de comercialización para las artesanías y los productos botánicos tradicionales.



Horno tradicional bereber, Aguerda, Anti-Atlas, 2011
(G. Segal: giorgiosega@gmail.com)



Flores de azafrán en Taliouine, 2008
(M. Djemme: djemme.com)



Alfombras y estereras exhibidas para los turistas en la aldea de Tislit, Anti-Atlas, 2010
(C. Valcke: Universidad de Toronto)

Acción exitosa del estado y la comunidad local en el desarrollo del turismo de montaña sostenible en Turquía



Mehmet Somuncu



Yayla Pokut, Montañas orientales del Mar Negro, Turquía, 2003, (M. Somuncu)

La región oriental del Mar Negro en la esquina nordeste de Turquía se caracteriza por sus montañas y por actividades agrícolas limitadas. Durante mucho tiempo la cría de animales y la trashumancia fueron sus actividades económicas más importantes, pero más recientemente el turismo rural ha aumentado en forma notable, especialmente desde la década de los 80. Los asentamientos estacionales tradicionales en los pastizales de las montañas, conocidos como *yaylas* (singular: *yayla*), que antes se utilizaban principalmente en el verano para cuidar los rebaños, ahora están siendo cada vez más frecuentados por la recreación y el turismo de verano.

En la década de los 90, un período en el que aumentaron las inversiones en infraestructura turística, el Ministerio de Turismo empezó a promover el turismo rural en *yaylas* y, en este contexto, el Consejo de Ministros designó a 16 *yaylas* como "centros turísticos". El Ministerio de Turismo ha invitado a las empresas turísticas a invertir en estas *yaylas*; hoy en día un gran número de ellas en la región oriental del Mar Negro han sido transformadas en centros turísticos y hay planes para transformar otras más.

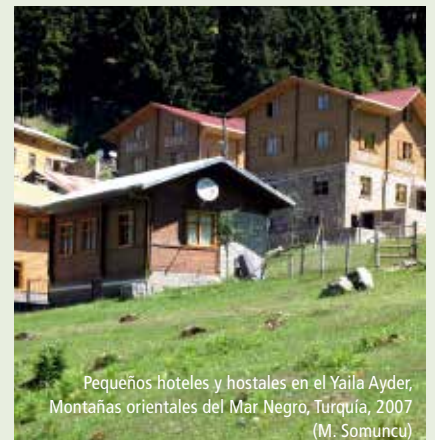
El Ministerio de Cultura y Turismo considera que el desarrollo de un turismo y ecoturismo rurales sostenibles en la región oriental del Mar Negro es un objetivo estratégico. En su documento de planificación, Estrategia Turística de Turquía 2023 (Ministerio de Cultura y Turismo, 2007) se destacan las metas para la región montañosa, a la que se refieren como "El Corredor Turístico de *Yaylas*". A medida que han aumentado la recreación y el turismo en las *yaylas* de la región, ha crecido igualmente la necesidad de negocios y servicios afines. Las mejoras en el acceso a las *yaylas* también están contribuyendo al crecimiento de esta forma de turismo.





Parque Nacional de las Montañas Kaçkar en la región oriental del Mar Negro, 2010 (M. Somuncu)

El turismo rural sostenible en las *yaylas* se ha convertido en una nueva fuente de ingresos para los aldeanos y en nuevas formas de trabajo relacionadas con este sector que se basa en los servicios. El empleo de las mujeres es otro impacto positivo derivado del turismo. Debido al desarrollo del turismo centrado en las *yaylas*, las mujeres locales han empezado a trabajar en empresas turísticas de sus familias. De esta manera el rol de la mujer se ha ampliado, pues antes se limitaba en gran medida a las tareas del hogar y a la agricultura. El desarrollo del turismo rural sostenible en las remotas regiones montañosas del norte de Turquía puede hacer una contribución significativa al desarrollo ambiental, social y económico de la región.



Pequeños hoteles y hostales en el Yaila Ayder, Montañas orientales del Mar Negro, Turquía, 2007 (M. Somuncu)

Angustia de los participantes en el turismo local por inseguridad en la región de Agadez, en Níger



Lawali Dambo



Excursionistas cruzando el macizo de Takolokouzet, al oriente del Air, 2006 (A. Morel)

Níger es un país de gran diversidad paisajística y cultural con un potencial excepcional para el desarrollo del turismo. Se destacan los sitios arqueológicos, los oasis, el Parque Nacional W, las montañas de Air y los desiertos de Teneré y Tall. Sin embargo, el turismo se ha visto amenazado por la creciente inseguridad de la región, relacionada con dos rebeliones armadas (1990-1995 y 2007-2009), dos crisis internacionales (Libia y Mali en 2012-2013) y la presencia de Islamistas de Boko Haram en el norte de Nigeria y de Al Qaeda del Magreb Islámico (AQMI) desde 2010 en Mali. Por ejemplo, la región de Agadez, uno de los principales destinos para los turistas extranjeros en Níger, actualmente apenas atrae a visitantes occidentales quienes eran la principal clientela turística del país. Ésta situación refleja una crisis sin precedentes, la cual ha traído como consecuencia el aumento del desempleo de los actores locales involucrados en la industria del turismo.

Ante esta situación desesperada diversas estrategias se han adoptado. Algunos actores afectados, como las agencias de viajes, están abandonando la ciudad o están proponiendo nuevos destinos turísticos en las zonas consideradas como seguras. "Para sobrevivir, organizo excursiones hacia el desierto de Tall en el oriente de Níger y en la región del río (Parque Nacional W)", explica Ahmed, un agente de viajes de Agadez. Allí, los propietarios de hoteles que no están cerrando intentan atraer conferencias y talleres. Entre los guías, varios han vuelto a sus actividades de antes o han encontrado trabajo en otros sectores; Aghali, guía especializado en el Macizo de Air y quien ha sido contratado en una compañía productora de jugos de frutas es un ejemplo de esta situación. Muchos otros han dejado el país en busca de trabajo en Libia a pesar de la crisis que se vive allí. Hay quienes consideran que



“es mejor arriesgar la vida en Trípoli que sentarse y pudrirse en Agadez, donde por el momento la situación parece ser un callejón sin salida”. Aquellos que trabajan en el sector de artesanías, por otra parte, se defienden un poco mejor al haber reorientado su producción hacia objetos funcionales que pueden comercializarse dentro de la región.

Los efectos de la crisis varían de acuerdo al grado en que cada individuo dependía del turismo. Las diferentes estrategias desarrolladas muestran la capacidad de recuperación de ciertos actores del sector turístico e igualmente se ven como un severo llamado de atención para los gobernantes sobre la extrema fragilidad de un modelo orientado esencialmente hacia una clientela extranjera. Es más, se puede observar que en el caso del Macizo de Air, por ejemplo, la insostenibilidad de la economía del turismo no tiene nada que ver con la presión excesiva sobre los recursos, ni con efectos sociales inesperados, más bien, surge de un contexto geopolítico de alguna manera inestable a escala de todo el Sahel. En estas condiciones, las partes interesadas en el sector turístico tienen poca influencia sobre la sostenibilidad de la actividad que, hasta hace poco, les había provisto sustento y estatus social.



Artesanías en cuero y plata exhibidas en un puesto del mercado en Agadez, 2011 (L. Dambo)



Antes de una *fantasia* en Timia, en el corazón del macizo de Air, 2006 (A. Morel)

Zonas de inseguridad de la banda sahelo-sahariana



© Dambo, 2014

Turismo de montaña en Suiza: implementación de la Agenda 21



Eric Nanchen

El gobierno del cantón suizo de Valais, una región rica en montañas, definió así el objetivo de su política sobre turismo: “Aumentar el valor agregado que genera la industria, con el fin de mejorar el bienestar de la población y a la vez exhortar a todos sus actores a asumir una mayor responsabilidad frente a los principios fundamentales del desarrollo sostenible”.

El Matterhorn, un paisaje emblemático que debe ser protegido, 2012 (B. Walker, FDDM)

Los puntos clave de esta política son: calidad de vida, innovación, respeto por la naturaleza y el medio ambiente, desarrollo cualitativo, servicio al cliente, profesionalismo y excelencia. Esta agenda se puso en marcha en 1998, cuando el parlamento de Valais adoptó una Carta de Desarrollo Sostenible. Dicho documento dio origen a “Valais Excellence” (Excelencia Valais) y a la Fundación para el Desarrollo Sostenible de Regiones Montañosas, dos estructuras que se han convertido en los pilares para la política de desarrollo sostenible del cantón y su enfoque turístico.

Al igual que en muchas otras regiones de los Alpes, la industria del turismo en Valais experimentó un rápido crecimiento en las décadas de los 60 y los 70, contribuyendo al florecimiento de la economía, especialmente a través de la construcción de segundas viviendas. Sin embargo, los efectos secundarios de este auge fueron la presión sobre los recursos naturales, la degradación del paisaje y la excesiva alza de precios para la población local. A los beneficios a corto plazo se contrapusieron los efectos negativos a largo plazo, lo cual mostró la necesidad de un enfoque más holístico para el desarrollo del turismo y de un rol más proactivo por parte del gobierno.

Creada con el apoyo de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos y por el cantón, Valais Excellence es una herramienta de gestión corporativa y una red de negocios basada en los principios de sostenibilidad ambiental, social y económica. Es igualmente apropiada para empresas grandes y pequeñas, al igual que para entidades públicas. Los proveedores de servicios de turismo han sido los primeros en beneficiarse del diseño de herramientas específicas para la industria basadas en



los parámetros de la Organización Internacional de Normalización (ISO), ayudando a las compañías a obtener las certificaciones ISO 9001 (para gestión de calidad) e ISO 14001 (para la sostenibilidad ambiental). El mayor logro de esta herramienta de la política pública ha sido poner en evidencia la necesidad de incorporar desde un principio a todas las partes interesadas para asegurar el progreso hacia una economía de turismo sostenible. A finales de 2013, 137 compañías y entidades públicas recibieron la certificación, o estaban en proceso de recibirla, y 29 de ellas tenían una conexión directa con el turismo.

La Fundación para el Desarrollo Sostenible de las Regiones Montañosas es responsable de coordinar la Agenda 21 para el cantón. Ha definido 16 líneas de acción, la segunda de las cuales está dedicada al turismo sostenible. Otras acciones concretas, además de Valais Excellence, incluyen el estímulo a la construcción y comercialización de alojamiento turístico con altas tasas de ocupación, especialmente a través de medidas de planificación urbanística, y el apoyo a eventos emblemáticos que cumplan con los criterios del desarrollo sostenible. El cantón también ha fundado un instituto de investigación turística y participa activamente en la Red de Regiones Europeas para un Turismo Competitivo y Sostenible.



Aldea de Les Haudères en el Valle d'Hérens, parte del patrimonio construido que debe promoverse, 2012 (B. Walker, FDDM)

"El turismo es un verdadero asunto social y una fuente de desarrollo económico; por lo tanto debe estar debidamente regulado con el fin de aumentar su valor agregado, al tiempo que contribuye al bienestar de la población. En otras palabras, necesitamos fomentar un turismo que respete, proteja y gestione los recursos de los cuales depende"

(Uno de los 16 compromisos del cantón de Valais para el desarrollo sostenible, compromiso No. 2).



Glaciar Aletsch, el mayor glaciar de los Alpes, declarado como uno de los sitios patrimonio de la humanidad por la UNESCO, 2012 (B. Walker, FDDM)

El turismo y las instituciones ambientales en Costa Rica

Linda Boukris

Costa Rica, nación con una democracia y unas instituciones ambientales bien desarrolladas, ha sido considerada una excepción dentro del istmo centroamericano. En la década de los 90 el turismo se convirtió en uno de los principales pilares de la economía y su éxito ha contribuido a que la población local reconozca ampliamente los recursos naturales como el activo más valioso que tiene el país. El estado costarricense, que ha promovido sólidas normas e instituciones ambientales a lo largo de varias décadas, ha jugado un papel fundamental en la implementación del desarrollo de un turismo sostenible y en el fomento de prácticas ambientales entre la población.



Volcán Arenal, 2011 (L. Boukris)

Costa Rica ha creado una impresionante industria turística mediante la proyección de la imagen de un país en paz, con un entorno natural excepcional y abundante. En efecto, las imágenes de Costa Rica como refugio político y paraíso ecológico han ayudado a transformar este pequeño país de 51.100 km² y 4.6 millones de habitantes en una potencia turística regional que atrae a dos millones de turistas cada año.

Desde el siglo XIX, la historia de Costa Rica ha sido moldeada por la adopción progresista de políticas sociales (educación, salud, derechos laborales) e instituciones democráticas (abolición de sus fuerzas militares, proclamación de neutralidad, Premio Nobel de la Paz al presidente Oscar Arias en 1987). No obstante, el estatus de Costa Rica como “país verde” que protege su biodiversidad (4.5% de la biodiversidad global) es un desarrollo relativamente nuevo. De hecho, en la década de los 80 Costa Rica tenía una de las más altas tasas de deforestación en América Latina, en especial porque históricamente su economía se basaba en la agricultura extensiva. Desde la década de los 90 ha adoptado una agenda legislativa ambiental cada vez más extensiva, que incluye la reforma constitucional y varias leyes de protección de la biodiversidad del país. La viabilidad política y económica de una transformación como esta, y los cambios que paralelamente se han dado en la sociedad costarricense, pueden ser atribuidos en parte al éxito que esto ha traído para el sector turístico.



Principales leyes ambientales

1955	Creación del Instituto Costarricense de Turismo (los volcanes se convirtieron en parques nacionales, bajo la responsabilidad del ICT)
1969	Ley Forestal
1977	Creación del Servicio de Parques Nacionales
1977	Ley de Zonas Marítimas (protección de las líneas costeras, incluyendo los manglares)
1986	Creación del Ministerio del Medio Ambiente
1992	Ley de Conservación de la Vida Silvestre
1994	El artículo 50 de la Constitución establece "el derecho a un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado"
1995	Ley Orgánica Ambiental
1996	Ley Forestal
1998	Ley de Biodiversidad

El creciente valor atribuido a la naturaleza y la conservación se ha construido en torno a tres bienes naturales – bosques, montañas volcánicas y playas–, considerados ahora como símbolos y patrimonio de Costa Rica. Esta imagen nacional contemporánea ha dado forma a los discursos ambientales, las instituciones y las prácticas cotidianas de la población costarricense, especialmente en relación con la conservación de la biodiversidad y el desarrollo del turismo sostenible.

Áreas públicas protegidas

Fuente: Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC)

Número de áreas protegidas	Superficie terrestre protegida (ha)	Porcentaje de la superficie terrestre nacional	Superficie marina protegida (ha)	Porcentaje de la superficie marina nacional	Total de superficie protegida (ha)
166	1,327,000	25%	521,000	17%	1,848,000

El caso de La Fortuna de San Carlos, un pequeño pueblo de unos 7.000 habitantes situado en el norte de Costa Rica, y famoso por el vecino Parque Nacional Volcán Arenal, ilustra la creciente orientación de la población costarricense hacia temas medioambientales y hacia una estrategia del desarrollo del turismo basado en la sostenibilidad.

Antes de convertirse en un destino internacional, históricamente La Fortuna estuvo dedicada a la agricultura; la erupción del volcán Arenal, en 1968, atrajo primero a los científicos y luego a turistas nacionales e internacionales. El volcán había estado inactivo durante muchas décadas, y antes de esta gran erupción los habitantes de La Fortuna estaban relativamente ajenos al peligro que representaba. No obstante, después de la erupción y de la atención generada por el volcán, el pueblo comenzó a unirse simbólicamente a la montaña. El Volcán Arenal no sólo se convirtió en un ícono de la identidad local y nacional, sino que también comenzó a atraer turistas, a razón de 800.000 por año. El desarrollo del turismo, impulsado por la inversión local (80%), estuvo acompañado de una creciente participación de los residentes de La Fortuna en organizaciones dedicadas a la protección del medio ambiente. A medida que La Fortuna se volvió un destino turístico próspero, sus habitantes asumieron un rol activo en la preservación de los recursos naturales y del paisaje, al verlos como el núcleo de la economía local y nacional.

La poderosa imagen ambiental de Costa Rica, que las autoridades públicas tradujeron en leyes, normas e instituciones efectivas, ha sido cultivada a lo largo de varias décadas. Ésta, desempeña un papel fundamental en la promoción del turismo sostenible y asegura el compromiso de los ciudadanos de mantener un paisaje verde que se planifica, gestiona y protege.

Costa Rica pertenece al Anillo de Fuego del Pacífico, con más de 100 volcanes dentro de las tres cadenas volcánicas que atraviesan el país (Cordillera de Talamanca, Cordillera Volcánica Central y Cordillera Volcánica de Guanacaste). Ocho parques nacionales tienen como centro a los volcanes, cinco de los cuales presentan una actividad intensa: Turrialba, Irazú, Poás, Arenal y Rincón de la Vieja. El Parque Nacional Volcán Poás y el Parque Nacional Volcán Irazú, ubicados cerca de San José, la capital, son algunos de los parques nacionales más visitados en Costa Rica.



Ara, Isla Tortuga, 2014 (A. B. Rodrigues)



Flor Alpinia Roja en Árbol de Vida (jardín botánico y santuario de vida silvestre), Cahuita, 2014 (A. B. Rodrigues)

Desarrollo turístico excluyente en Sapa, Vietnam



Jean Michaud

Mujeres de la etnia Hmong Leng sembrando arroz en los campos, aldea Lao Chai, Sapa, 2009 (J. Michaud)

El pueblo montañoso de Sapa, en las tierras altas al norte de Vietnam, surgió como una estación de montaña en la época de la colonización francesa, fue destruido en gran parte durante la guerra, y ahora está gozando de la nueva vida que le fue concedida como destino turístico. En el proceso, ha sido reinventado para satisfacer los deseos de sus nuevos habitantes: la clase media urbana vietnamita, además de un número considerable de extranjeros. Aunque originalmente fue ocupado por la élite francesa, ahora son los nuevos ricos vietnamitas –que emergieron después de la liberalización de los mercados– los que están llegando a Sapa en masa, la clase vanguardista de la inexorable marcha de la nación hacia la modernidad. El atractivo de Sapa incluye hermosos paisajes, un clima refrescante y una cultura exótica: la región es el hogar de una serie de “coloridos” grupos minoritarios, entre ellos los Hmong (Mông), Yao (Dao), Nùng, Thái, Giáy y Sa Phó. En conjunto, representan el 85% de la población del distrito; no obstante, al igual que en otras áreas de las tierras altas pobladas por minorías étnicas en Vietnam, tienen poca injerencia.

Unos pocos estudios han analizado estas poblaciones vietnamitas –antes estaciones de montaña coloniales– que hoy son modernos destinos turísticos. Entre estos estudios está el trabajo realizado sobre Dalat, en Vietnam del Centro, por Jennings (2011), y los trabajos sobre Sapa por parte de Michaud y Turner (2006) y de Truong y otros (2014).

En 1993 Vietnam empezó a permitir que los turistas visitaran las zonas de las tierras altas, luego de que su economía socialista se abriera a las fuerzas del libre



mercado. Sapa encarna completamente este cambio. Antes, la olvidada comunidad rural había sido gobernada por cooperativas y por cuadros locales del Partido Comunista. Ahora hay un auge del turismo nacional e internacional y la empresa privada ha florecido. No obstante, la mezcla de ideales socialistas y capitalistas plantea muchas paradojas: la gobernanza del partido local sigue siendo aplicada enérgicamente, mientras una horda de nuevos empresarios vietnamitas (Kinh) se ha trasladado al distrito para aprovechar todas y cada una de las oportunidades que el auge turístico les ofrece. Cada vez se observan más contradicciones y las visiones opuestas acerca del desarrollo local han dado lugar a luchas que han dejado cicatrices en la ciudad y sus alrededores. Hoy hay más hoteles de los que la infraestructura local puede albergar, grandes proyectos que fracasaron y se dejaron deteriorar, ruidosos bares de karaoke y calzadas de concreto que estropean los pintorescos campos de arroz. También están entrando en escena importantes protagonistas internacionales, trayendo sus diferentes visiones para el desarrollo de Sapa, como por ejemplo lujosos centros turísticos multiestrellas encaramados en la cima de las colinas.

La imagen prevalece sobre la realidad, y las fantasías demuestran ser una fuerza más poderosa que la autenticidad: tradiciones ficticias, mujeres tribales supuestamente desinhibidas en lo sexual y "Ferias del Amor". El deseo de los consumidores por lo exótico encuentra anfitriones emprendedores que buscan satisfacer ese deseo y sus propias ansias de lucro. Aquí, como en numerosos casos analizados en otros lugares del mundo desarrollado, los grandes ganadores son en su mayoría empresarios industriales, privados, o patrocinados por el estado, que explotan la mano de obra local y migrante que está bajo su mando. En contraste, a las minorías étnicas locales del distrito de Sapa, a pesar de constituir la gran mayoría de la población de la ciudad, se les ha dejado observar y esperar que les lleguen las migajas de unos pocos beneficios. Como campesinos carentes de educación formal o de capital social o económico, y cuyo único activo es su identidad cultural, se les priva sistemáticamente del acceso a un verdadero poder dentro del aparato estatal. Parecen ser pocas las probabilidades de que, a largo plazo, las minorías étnicas locales puedan beneficiarse de cualquier forma sostenible de desarrollo turístico que satisfaga sus aspiraciones y respete sus diferentes identidades.



Mujer de la etnia Dao Rojo regresando a casa en una motocicleta en la aldea Tá Phù, Sapa, (M. Gibert)



Mujer de la etnia Hmong Negro vendiendo artesanías en Sapa, 2008 (M. Gibert, Universidad París 1)

Dimensión política del desarrollo turístico en el Cáucaso

Alexey Gunya

La región de las Montañas del Cáucaso, un importante destino turístico ubicado en la intersección de Europa y Asia, está socialmente fragmentada debido a conflictos y diferencias en la gobernanza y el desarrollo nacional. En la parte rusa del Cáucaso, el desarrollo del turismo ha sido liderado por la inversión estatal. Sin embargo, en los estados del Cáucaso del Sur, el desarrollo del turismo ha sido impulsado por múltiples grupos de interés, incluyendo empresas, diversas ONG y comunidades locales.

Templo armenio en la frontera con Turquía, Valle de Ararat, 2007 (A. Gunya)

El período soviético: un estado, una estrategia para el turismo en el Cáucaso

Durante la era soviética, el estado centralizado, con su economía planificada, era el único actor del desarrollo del turismo en el Cáucaso. Esta región, como una entidad colindante, se extendía hasta los límites con Turquía e Irán, y las rutas de senderismo desde el Cáucaso del Norte a lo largo de la cadena principal de montañas hasta el Cáucaso del Sur, especialmente hacia el Mar Negro, atraían a muchos turistas. Bajo el monopolio del estado, sin ningún sector turístico privado, existía un marcado contraste entre las estadías en centros vacacionales y de salud patrocinadas por los departamentos de gobierno o los sindicatos, las cuales normalmente duraban 3 semanas, y otras actividades que se llevaban a cabo en gran medida sin ninguna infraestructura turística, tales como las acampadas y el mochileo en el verano.

La fragmentación del Cáucaso y el cambiante terreno del turismo

En la década de los 90, los centros turísticos del Cáucaso pasaron por un período de recesión. Esto se debió principalmente a dos factores: por una parte, la inestabilidad política en el Cáucaso, que iba en aumento, y por otra, el hecho de que los habitantes de la antigua Unión Soviética empezaran a viajar cada vez más a otros países. La fragmentación de la región del Cáucaso por los conflictos y por el establecimiento de nuevos estados soberanos con nuevas fronteras puso fin al turismo transfronterizo que antes había caracterizado a la zona. Las regiones del Cáucaso Oriental —primero Chechenia y luego Daguestán y Nagorno Karabaj—



Lecciones aprendidas

El turismo en el Cáucaso tiene el potencial para extender el desarrollo económico en la región y para contribuir a la reducción de las tensiones y conflictos sociales. La perspectiva de una renovada cooperación transfronteriza en relación con el turismo es particularmente importante, ya que podría mejorar la imagen de la región del Cáucaso como un todo. Un buen comienzo, sería extender a otras áreas las experiencias positivas con el turismo de base comunitaria de algunos estados y regiones, para contribuir así al resurgimiento del Cáucaso como un rico y fascinante destino turístico.



Templo armenio en la frontera con Turquía, Valle de Ararat, 2007 (A. Gunya)

prácticamente desaparecieron del mapa turístico. Sin embargo, las antiguas regiones fronterizas de la Unión Soviética con Turquía e Irán en el Cáucaso Menor, que habían estado cerradas al turismo, desde entonces se han vuelto más accesibles y están creciendo como destinos turísticos.

Impacto de las recientes formas de gobierno en el desarrollo del turismo

En el Cáucaso del Norte, perteneciente a Rusia, el estado sigue siendo la fuerza dominante en el desarrollo del turismo, y la participación de las pequeñas empresas y la inversión extranjera es secundaria. Las inversiones del gobierno en grandes centros turísticos han sido significativas. De hecho, los costos oficiales de la infraestructura turística desarrollada para los Juegos Olímpicos de Invierno 2014 en Sochi fueron de alrededor de 7.000 millones de dólares estadounidenses. En contraste, en los países del Cáucaso del Sur las pequeñas empresas y las ONG (apoyadas por subvenciones y fundaciones a nivel internacional), junto con el estado, son las fuerzas que impulsan el desarrollo del turismo. Aquí se ha avanzado considerablemente en la creación de un mejor ambiente institucional para el desarrollo del turismo a nivel local, incluyendo el turismo de base comunitaria.

A pesar de contar con paisajes naturales y culturales espectaculares y con una gran diversidad biológica, cultural y lingüística, en la actualidad el turismo en muchos lugares del Cáucaso no es sostenible, debido principalmente a los conflictos aunque también a deficiencias a nivel institucional y del mercado. No obstante, en la medida en que los propios habitantes de la región adquieran más movilidad, las iniciativas locales y el mercado turístico pueden llegar a ser más significativos. El turismo de base comunitaria ofrece posibilidades para enfoques innovadores que impacten positivamente en el desarrollo social y económico, lo cual quizá contribuya a que se supere en alguna medida la falta de confianza en el turismo que todavía caracteriza a muchas aldeas y poblaciones rurales. Sin embargo esta región se caracteriza por una fuerte tradición de hospitalidad, y en algunas partes del Cáucaso las iniciativas turísticas locales han llamado la atención sobre la necesidad de una mayor planificación a nivel regional y una mejor protección del medio ambiente, particularmente de las áreas ecológicamente sensibles, haciendo así un claro llamado a un rol más proactivo por parte del gobierno central.



Advertencia de zona fronteriza, en el camino entre la república de Kabardino-Balkaria (Rusia) y Svanetia (Georgia). La concurrida ruta turística fue cerrada desde la década de los 90. 2009 (A. Gunya)



Convertir esperanzas y temores en realidades sostenibles

6



Bernard Debarbieux, Matthias Jurek, Thomas Kohler, Daniel Maselli,
Mari Oiry Varacca

Convertir esperanzas y temores en realidades sostenibles

Parque Nacional del Cañón Bryce, Utah, EE.UU., 2008
(J.-L. Beuze)

El turismo es una de las industrias de más rápido crecimiento en el mundo, y puede dar lugar a grandes expectativas de desarrollo en las regiones montañosas. Tiene la capacidad de generar empleo y de ofrecer productos y servicios que sirvan tanto a los turistas como a la población local en áreas marginales. El turismo tiene así el potencial para reducir la pobreza y brindar alternativas para las actividades económicas existentes y para los medios de subsistencia tradicionales, que pueden ser precarios o que, de otra manera, podrían verse amenazados por la competencia global.

Sin embargo, como puede apreciarse en los diversos estudios de casos presentados aquí, el desarrollo del turismo de montaña supone muchos retos en términos de equidad social, transformación cultural, gobernanza, y protección de los ecosistemas y recursos naturales, tanto en los países industrializados como en los que se encuentran en vías de desarrollo. Los estudios reunidos en este documento permiten una serie de conclusiones:

Asuntos sociales y socioeconómicos

- Los beneficios económicos del desarrollo turístico a menudo pasan a manos de operadores turísticos y proveedores externos, mientras las comunidades locales sólo obtienen ganancias nominales. El turismo de montaña sostenible exige una distribución más equilibrada de los costos y los beneficios.
- Una ruta posible para alcanzar este equilibrio es adoptar un enfoque de base comunitaria, al tiempo que se da prioridad a la equidad y la cohesión social. El turismo siempre es una de las fuentes más importantes para un cambio social interno; de hecho, las sociedades y culturas tradicionales siempre se transforman cuando se abren al tipo de contacto intercultural permanente que el turismo trae consigo. Por lo tanto, el tema social más importante para las comunidades locales no es conservar sus sociedades tal como son ahora, sino anticiparse a la transformación social iniciada por el desarrollo turístico.
- La sostenibilidad del turismo es más sólida cuando las comunidades locales pueden utilizarlo para fortalecer sus lazos sociales y su identidad cultural. Una cohesión social de esta naturaleza se ve favorecida cuando los diferentes grupos de interés dependen unos de otros y buscan iniciativas comunes con amplios beneficios que traigan ganancias para los diferentes sectores de la economía local.
- De forma similar, el turismo es más sostenible cuando las sociedades locales pueden atraer visitantes y al mismo tiempo valorizar y proteger las prácticas y recursos que son significativos para ellas. La valorización de las prácticas y paisajes tradicionales (incluso las industriales, como en el caso de L'Argentière La Bessée, en Francia), puede ser una fuente no sólo de orgullo sino también de ingresos. Esto es especialmente significativo para las comunidades que han sido marginadas o denigradas dentro de sus respectivos contextos nacionales (como puede verse en algunos grupos étnicos y poblaciones rurales en Marruecos y Níger, al igual que en ciertas zonas de los Pirineos y los Cárpatos). No obstante, esta valorización debe ser consciente y organizada, para evitar caer en un excesivo mercantilismo y folclorismo en relación con el patrimonio cultural.

Asuntos ambientales

- La diversidad biológica y espectaculares paisajes, únicos de las montañas, proporcionan importantes cimientos para el desarrollo de un turismo sostenible. Las montañas han tenido además un gran valor en muchos contextos tradicionales, ya que en ellas se cumplen roles prácticos y simbólicos significativos para las culturas locales (un ejemplo



Volcán Merapi, Indonesia, 2006 (JB Bing, Universidad de Ginebra)



sobresaliente es el del Monte Kailash). Las estrategias para el desarrollo deberían estar orientadas a fortalecer, tanto en los habitantes de la zona como en los turistas, la conciencia sobre el valor de un medio ambiente sano, sobre la necesidad de la conservación y sobre la importancia de supervisar y orientar el cambio local.

- El turismo basado en la naturaleza puede ofrecer beneficios duraderos únicamente si se controlan los costos ambientales. Es necesario administrar el flujo de visitantes con el fin de evitar una presión excesiva sobre el medio ambiente y su consiguiente degradación (como se ha visto, por ejemplo, al occidente de Irán). Al construir o mejorar obras de infraestructura se deben tomar precauciones para limitar el impacto ambiental. Teniendo en cuenta que los activos ambientales están a menudo estrechamente ligados a los activos culturales, la gestión del medio ambiente debe considerar tanto los elementos biofísicos como los culturales.

Asuntos políticos

- El desarrollo de un turismo sostenible requiere organizaciones profesionales y sectoriales capaces de vincular las iniciativas locales con aliados externos. No obstante, se debe dar prioridad a las asociaciones locales, que están más en capacidad de conciliar los objetivos económicos con los sociales y culturales, y contar con las autoridades políticas locales, por ser las aliadas naturales de las administraciones nacionales.
- El desarrollo de un turismo sostenible puede beneficiarse de marcos normativos nacionales o subnacionales, siempre y cuando estos sean respetuosos con los recursos naturales y culturales (como en Costa Rica) y con los intereses de las comunidades locales (como en Marruecos). Igualmente, puede verse afectado por la falta de dichos marcos normativos, o cuando las políticas nacionales existentes —usualmente impuestas desde arriba— no toman en consideración el contexto local (como se ve en Vietnam del Norte y a menudo en la antigua Unión Soviética). Las iniciativas locales para un desarrollo sostenible y las políticas relacionadas con ellas se deben reevaluar y ajustar permanentemente, como lo muestra el ejemplo de Valais, en Suiza.
- La construcción de la paz es un tema esencial para las comunidades en las que el desarrollo del turismo se ve continuamente amenazado por rebeliones, terrorismo y conflictos internacionales, como ocurre en las Montañas de Air en Níger.
- El desarrollo de un turismo sostenible se apoya en la construcción de redes, las cuales pueden proporcionar recursos, modelos y experiencias. El apoyo de las ONG regionales (como en el caso de los Pamires Orientales en Tayikistán), de las organizaciones de las Naciones Unidas (como

en el caso del norte de Laos), de las agencias bilaterales que trabajan de la mano con las autoridades nacionales (como en el caso de Montenegro), o de inversionistas externos del sector privado (como en el caso de Aspen), puede ser decisivo para las iniciativas de base comunitaria.

- Debido a que las cadenas de montañas son a menudo fronterizas, los esfuerzos para promover el turismo sostenible y la gestión sostenible de los recursos naturales y culturales en las regiones montañosas con frecuencia exigen cooperación y coordinación entre las regiones y las naciones. El desarrollo del turismo transfronterizo ofrece por consiguiente una oportunidad para fortalecer la cooperación en otros campos importantes, tales como la protección del medio ambiente, la planificación regional y la infraestructura pública.

Consideraciones finales

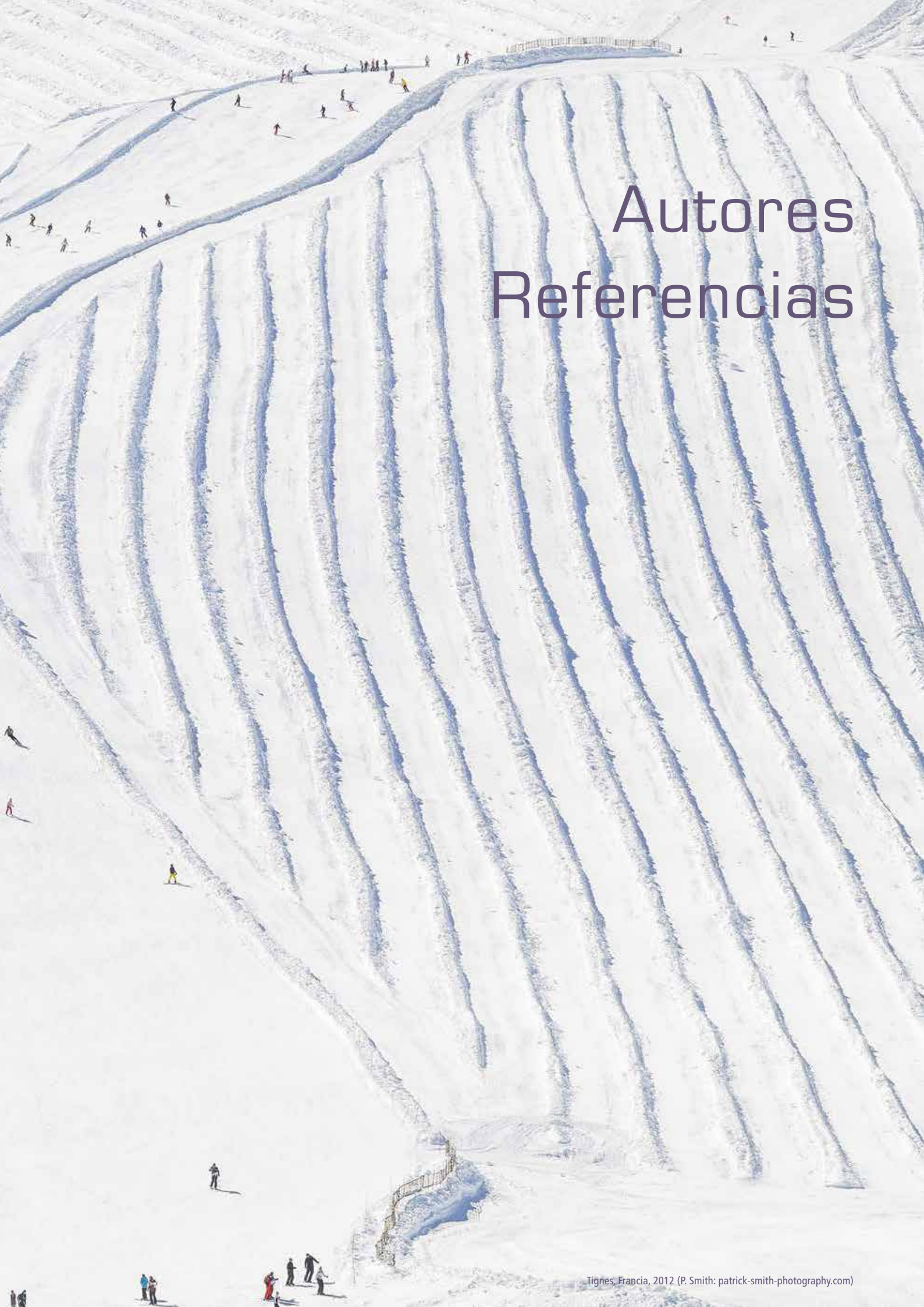
- No existe ninguna solución de “talla única” que conduzca a políticas e instituciones “perfectas” que promuevan un turismo sostenible para todas las regiones de montaña. Sin embargo, en términos generales, para el éxito de cualquier esfuerzo de esta naturaleza es definitiva la construcción de una visión compartida en torno a los objetivos y modalidades de desarrollo turístico, que involucre tanto a los diferentes actores locales como a las entidades gubernamentales y a los aliados privados y de tipo asociativo.
- La construcción de capacidades y el desarrollo de habilidades son cruciales para que el turismo, especialmente el turismo de base comunitaria, tenga éxito a largo plazo. Estas capacidades y habilidades deben poder abordar los problemas socioculturales, el cambio económico y la gestión del medio ambiente. Pero también deben prestar atención al capital social y dominar los recursos relacionales que ofrece el interconectado mundo moderno. Más aun, lo ideal es que el desarrollo pueda ir de la mano con el empoderamiento y la emancipación, especialmente de las mujeres, como se ve en el ejemplo de las cooperativas de mujeres en Marruecos.

Las iniciativas para el desarrollo de un turismo sostenible presentadas en estos estudios de caso corresponden a esfuerzos relativamente recientes, muchos de ellos con una trayectoria corta. Queda por ver cómo evolucionan en el tiempo y si en conjunto sus elementos positivos se pueden confirmar en los próximos años. El seguimiento y los análisis comparativos serán cruciales para futuras investigaciones orientadas al desarrollo, las cuales deberían enfocarse en la posterior identificación de prácticas y aprendizajes pertinentes, perfeccionando a la vez el asesoramiento sobre políticas para el desarrollo de un turismo verdaderamente sostenible.



Yaks conducidos hacia los altos pastizales, Batchor, Tayikistán, 2008 (S. Henriod: www.henriod.info)



An aerial photograph of a snowy mountain slope. The slope is covered in numerous parallel ski tracks, creating a rhythmic pattern of light and dark lines. Several people are scattered across the slope, some standing and some in motion. At the top of the slope, there is a small structure, possibly a lift station or a viewing platform. The overall scene is bright and clear, suggesting a sunny day.

Autores Referencias

Autores y editores

1 Retos y oportunidades para el desarrollo del turismo en las regiones de montaña

Bernard Debarbieux. Profesor de Geografía. Universidad de Ginebra, Suiza.
Bernard.Debarbieux@unige.ch

Mari Oiry Varacca. Colaboradora Científica. Universidad de Ginebra, Suiza.
Marie.Oiry@unige.ch

Dr Gilles Rudaz. Colaborador Científico. Oficina Federal para el Medio Ambiente (FAON) de Suiza. gilles.rudaz@bafu.admin.ch

2 Diversidad cultural y cambio social

Bernard Debarbieux. Profesor de Geografía. Universidad de Ginebra, Suiza.
Bernard.Debarbieux@unige.ch

El turismo y los Tuareg en las Montañas de Air en Níger

Marko Scholze. Universidad Goethe. Fráncfort del Meno, Alemania.
scholze@em.uni-frankfurt.de

Los vehículos todo terreno y la Madre Tierra: turismo, identidad y el Rally Dakar en Bolivia

Yuri Sandoval. Instituto de Investigaciones Geográficas,
Universidad Mayor de San Andrés. La Paz, Bolivia. yuri.sandoval@gmail.com
Sébastien Boillat. Departamento de Geografía y Medio Ambiente,
Universidad de Ginebra. Suiza. Sebastien.Boillat@unige.ch

Peregrinación en el fronterizo Paisaje Sagrado del Kailash

Marjorie van Strien. Especialista en Turismo. Centro Internacional para el Desarrollo Integrado de las Montañas (ICIMOD). Katmandú, Nepal. mstrien@icimod.org
Dr. Rajan Kotru. Director de Programas Regionales. Coordinador de Programas y Paisajes Transfronterizos. Iniciativa para la Conservación y el Desarrollo del Paisaje Sagrado del Kailash. Centro Internacional para el Desarrollo Integrado de las Montañas (ICIMOD). Katmandú, Nepal. rkotru@icimod.org

El agroturismo y el desarrollo de múltiples identidades profesionales en el Tirol austriaco

Markus Schermer. Profesor Asociado. Departamento de Sociología,
Universidad de Innsbruck. Austria. markus.schermer@uibk.ac.at

Reconversión económica de un territorio montañoso: de la electrometalurgia a la recreación al aire libre en Vicdessos (Ariège, Pirineos franceses)

Pierre Dérioz. Departamento de Geografía, Universidad de Aviñón. UMR
Espace-Dev 228 IRD / OHM Haut-Vicdessos (Labex DRIIHM).
pierre.derioz@univ-avignon.fr

Políticas sobre el legado histórico y la renovación de las comunidades locales en los Cárpatos

Zbigniew Niewiadomski. Especialista Senior. Cooperación Internacional.
Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Base de Datos sobre Recursos Mundiales (PNUMA/GRID). Varsovia, Polonia.
zbigniew.niewiadomski@gridw.pl

Rutas culturales: al servicio del turismo, de las economías locales y del paisaje

Guy Schneider. Geógrafo, Colaborador Científico de ViaStoria.
guy.schneider@viastoria.ch

Werner Paul Meyer. Ingeniero Civil, Asociado del Programa ViaStoria.
wpmeyer@bluewin.ch

3 Equidad social y desarrollo económico

Heike Mayer. Grupo de Geografía Económica, Instituto de Geografía, Universidad de Berna. Suiza. heike.mayer@giub.unibe.ch

Turismo de base comunitaria en los Pamires Orientales de Tayikistán

Qobiljon Shokirov. Investigador, Universidad de Asia Central, Instituto para la Investigación de Sociedades de Regiones Montañosas. Biskek, República de Kyrgyz (Kirguistán). qobiljon.shokirov@fulbrightmail.org

Chad Dear. Investigador Científico Senior, Universidad de Asia Central, Instituto para la Investigación de Sociedades de Regiones Montañosas. Biskek, República de Kyrgyz (Kirguistán). chad.dear@ucentralasia.org

Cooperativas para apoyar la emancipación de las mujeres en las Montañas del Alto Atlas en Marruecos

Wafaa Tizza. Estudiante en cotutela doctoral. LERMA-TDD, Universidad de Cadi Ayyad. Marrakech, Marruecos. Universidad de Ginebra. Suiza.
tizza.wafaa@gmail.com

Said Boujrouf. Profesor de Geografía. LERMA-TDD, Universidad Cadi Ayyad. Marrakech, Marruecos. boujrouf@yahoo.fr

L'Argentièrre-la-Bessée, en Francia: de la fragilidad de la monoindustria a la agilidad territorial

Philippe Bourdeau. Instituto de Geografía Alpina. Universidad de Grenoble. Francia. philippe.bourdeau@ujf-grenoble.fr

Fracasos del turismo étnico en el norte de Laos

Marianne Blache. Profesora Liceo Chateaubriand. Rennes, Francia.
marianne.blache@wanadoo.fr

Agroturismo en las montañas de Montenegro

Jelena Krivcevic. Directora Ejecutiva de la Agencia para el Desarrollo Regional de Bjelasica, Komovi y Prokletije. jkrivcevic@bjelasica-komovi.co.me

Esquí y turismo sostenible en Aspen, Colorado, EE.UU

Linda Giudice. Aspen International Mountain Foundation. Ifgiudice@gmail.com
Karinjo DeVore. Aspen International Mountain Foundation. Karinjoaspen@aol.com
Rebecca Wallace. Aspen International Mountain Foundation. rebwallace@comcast.net

Distribución equitativa de los ingresos provenientes del turismo en el Parque Nacional del Monte Kenia

Ernst Steinicke. Instituto Geográfico de la Universidad de Innsbruck. Austria.
ernst.steinicke@uibk.ac.at

Martina Neuburger, Instituto Geográfico de la Universidad de Hamburgo. Alemania. neuburger@geowiss.uni-hamburg.de

4 Recursos y gestión del medio ambiente

Mathias Jurek. GRID Arendal UNEP Viena. mathias.jurek@unvienna.org

El “Lechweg”, modelo de ecoturismo en los Alpes europeos

Dominik Siegrist y Lea Ketterer Bonnelame. Universidad de Ciencias Aplicadas de Rapperswill (HSR). Rapperswil, Suiza. dsiegris@hsr.ch lea.ketterer@hsr.ch

¿Obstaculiza una represa el turismo sostenible en las montañas de Islandia?

Lionel Laslaz. Profesor Asociado, Director del Departamento de Geografía. UMR 5204 EDYTEM (Ambientes, Dinámicas y Territorios Montañosos) CNRS. Universidad de Saboya. Chambéry. Lionel.Laslaz@univ-savoie.fr

Capacidad de carga del ecoturismo en el valle de Ganjnameh, en Irán

Kamran Shayesteh. Department of Environmental Sciences. University of Malayer. Iran. ka_shayesteh@yahoo.com

Manejo integrado de los recursos hídricos y turísticos para una resiliente región del Himalaya

Madhav Karki. Docente Senior de Investigación, Instituto para la Transición Social y Ambiental (ISET-Nepal). Katmandú, Nepal. Presidente en Asia del Sur de la Comisión para la Gestión de Ecosistemas (CEM) de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN). karki.madhav@gmail.com

Protección climática de los destinos turísticos: ¡ya!

Peter Niederer. Alianza en los Alpes (<http://www.alpenallianz.org>). Centro Suizo para las Regiones Montañosas (<http://www.sab.ch/Allianz-in-den-Alpen.902.0.html>). peter.niederer@sab.ch

Susanne Kytzia. Universidad de Ciencias Aplicadas de Rapperswill (HSR). susanne.kytzia@hsr.ch

Roger Walser. Universidad de Ciencias Aplicadas de Wirtschaft (HTW). roger.walser@htwchur.ch

Dominik Siegrist. Universidad de Ciencias Aplicadas de Rapperswill (HSR). dominik.siegrist@hsr.ch

Las Virungas: un estudio de caso sobre turismo de montaña y biodiversidad en África Oriental

Sam Kanyamibwa, James Hogg y Salome Alweny, Albertine Rift Conservation Society (ARCOS). skanyamibwa@arcosnetwork.org, jhogg@arcosnetwork.org, salweny@arcosnetwork.org

El surgimiento del turismo sostenible en el Parque Nacional de Daisetsuzan, en Japón

Teiji Watanabe. Faculty of Environmental Earth Science, Universidad de Hokkaido. Japón. twata@ees.hokudai.ac.jp

5 Políticas e instituciones sociales para un turismo de montaña sostenible

Daniel Maselli. Consejero Senior sobre Políticas y Punto Focal. Red para el Cambio Climático y el Medio Ambiente. Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (SDC). daniel.maselli@eda.admin.ch

Redes, comercio justo y turismo sostenible: una tendencia creciente en las Montañas del Atlas en Marruecos

Mahjoub Bajja y Annie Lauvaux. Maroc Inédit. Marrakech, Marruecos. maroc.inedit@yahoo.fr

Mari Oiry-Varacca, Departamento de Geografía, Universidad de Ginebra. Suiza. Marie.Oiry@unige.ch

Acción exitosa del estado y la comunidad local en el desarrollo del turismo de montaña sostenible en Turquía

Mehmet Somuncu. Profesor, Departamento de Geografía. Facultad de Idiomas, Historia y Geografía. Director del Centro de Estudios Ambientales. Universidad de Ankara. Mehmet.Somuncu@ankara.edu.tr

Angustia de los participantes en el turismo local por inseguridad en la región de Agadez, en Níger

Lawali Dambo. Profesor-Investigador. Universidad Abdou Moumouni. Niamey, Níger. lawali.dambo@gmail.com

Turismo de montaña en Suiza: implementación de la Agenda 21

Eric Nanchen, Director, Fundación para el Desarrollo Sostenible de Regiones Montañosas, eric.nanchen@fddm.vs.ch, www.fddm.ch

El turismo y las instituciones ambientales en Costa Rica

Linda Boukris. Geógrafa. Profesora de Geografía, EIREST, Universidad Paris 1 Panthéon-Sorbonne. lindaboukris@voila.fr

Desarrollo turístico impuesto verticalmente en Sapa, Vietnam

Jean Michaud. Profesor de Antropología. Universidad Laval. Canadá. Jean.Michaud@ant.ulaval.ca

Dimensión política del desarrollo turístico en el Cáucaso

Alexey Gunya. Científico Senior, Instituto de Geografía, Academia Rusa de Ciencias, Moscú. Profesor en la Universidad Estatal Kabardino-Balkaria, Naltschik. Profesor en la Universidad Estatal de Chechenia, Grozny. Rusia. gunyaa@yahoo.com

6 Convertir esperanzas y temores en realidades sostenibles

Bernard Debarbieux. Profesor de Geografía. Universidad de Ginebra, Suiza. Bernard.Debarbieux@unige.ch

Mathias Jurek. GRID Arendal. UNEP Viena. matthias.jurek@unvienna.org

Thomas Kohler. Universidad de Berna. Centro para el Desarrollo y el Medio Ambiente (CDE). Suiza. Thomas.kohler@cde.unibe.ch

Daniel Maselli. Consejero Senior sobre Políticas y Punto Focal. Red para el Cambio Climático y el Medio Ambiente. Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (SDC). daniel.maselli@eda.admin.ch

Mari Oiry Varacca. Colaboradora Científica. Universidad de Ginebra, Suiza. Marie.Oiry@unige.ch

Editores

Bernard Debarbieux. Profesor de Geografía. Universidad de Ginebra, Suiza. Bernard.Debarbieux@unige.ch

Mari Oiry Varacca. Colaboradora Científica. Universidad de Ginebra, Suiza. Marie.Oiry@unige.ch

Dr Gilles Rudaz. Colaborador Científico. Oficina Federal para el Medio Ambiente (FAON) de Suiza. gilles.rudaz@bafu.admin.ch

Daniel Maselli. Consejero Senior sobre Políticas y Punto Focal. Red para el Cambio Climático y el Medio Ambiente. Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (SDC). daniel.maselli@eda.admin.ch

Thomas Kohler. Universidad de Berna. Centro para el Desarrollo y el Medio Ambiente (CDE). Suiza. Thomas.kohler@cde.unibe.ch

Mathias Jurek. GRID Arendal. UNEP Viena. matthias.jurek@unvienna.org

Referencias y Lecturas Adicionales

Se verificó la accesibilidad a todos los sitios web el 14 de abril de 2014.

2 Diversidad cultural y cambio social

El turismo y los Tuareg en las Montañas de Air en Níger

Grégoire E. 1999. Touaregs du Niger. Le destin d'un mythe. Paris: Karthala.

Grégoire E., Scholze M. 2012. Identity, Imagination and Tourism in the Tuareg Region in Niger. *Via@ International Interdisciplinary Review of Tourism*. http://www.viatourismreview.net/Article10_EN.php

Klute G. 2012. Semiotics and the political economy of tourism in the Sahara. In Walter E.A.B. van & Schmidt A. (eds). *African Hosts and their Guests. Cultural Dynamics of Tourism*. Londres: James Currey: 58-74.

Scholze M. 2010. Between the Worlds: Tuareg as Entrepreneurs in Tourism. In Fischer A., Kohl I. (eds). *Tuareg Society within a Globalized World*. Londres: Tauris: 171-188.

Scholze M., Bartha I. 2004. Trading Cultures: Berbers and Tuareg as Souvenir Vendors. In: Probst P., Gerd S. (eds). *Between Resistance and Expansion. Dimensions of Local Vitality in Africa*. Münster: Lit Muenster: 71-92.

Peregrinación en el fronterizo Paisaje Sagrado del Kailash

<http://www.icimod.org/?q=9456>

<http://www.icimod.org/?q=12617>

El agroturismo y el desarrollo de múltiples identidades profesionales en el Tirol austriaco

Forbord M., Schermer M., Griessmair K. 2011 online, 2012 hard copy. Stability and variety – Products, organization and institutionalization in farm tourism. *Tourism Management* 33(4): 895-909. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.015>

Rieder E., Schermer M., Meixner W. 2009. Die Auswirkungen des Tourismus am Bauernhof auf die Lebens- und Arbeitsverhältnisse der Tiroler Bergbäuerinnen. Aufgezeigt anhand einer Fallstudie zum Urlaub auf dem Bauernhof. In: Furter R., König A., Lorenzini L. 2009. *Rückwanderungen. Geschichte der Alpen* 14. Chronos Verlag: 269-284.

Reconversión económica de un territorio montañoso: de la electrometalurgia a la recreación al aire libre en Vicdessos (Ariège, Pirineos franceses)

Carré J. 2010. Le temps des paysages. Evolutions paysagères et gestion durable des territoires en montagne pyrénéenne (Hautes vallées du Gave de Pau et du Vicdessos). Doctorat de Géographie, Université de Toulouse-le-Mirail.

Davasse B., Briffaud S., Carré J., Henry D., Rodriguez J. F. 2012. L'observation environnementale au prisme du paysage. Dynamiques paysagères, actions territoriales et représentations socio-spatiales contemporaines dans le territoire de l'OHM Pyrénées-Haut Vicdessos. *Sud-Ouest Européen*, 33: 57-68. <http://hal-univ-tlse2.archivesouvertes.fr/hal-00812667>

Dérior P., Bachimon P., Loireau M., Laques A.-E., Dessay N. 2012. La mise en tourisme d'un territoire montagnard fragilisé. Sports de nature et patrimoine au cœur du projet de développement et de la politique de communication en Vicdessos (Ariège, France). *Revue des Régions Arides*, 28: 17-31. http://www.ira.agrinet.tn/imgcommon/files/Colloque_LOTH_2012.pdf

Dérior P., Loireau M., Laques, Bachimon P., Brou T., Delaître E., Dessay N., Fargette M., Mertens B., Mitja D. 2012. Lire dans les paysages la mutation d'un système territorial. Le Vicdessos (Ariège, France), de la métallurgie de l'aluminium à la station sport-nature. Poster présenté au 23^e Festival International de Géographie de Saint-Dié-des-Vosges, 11-14 Octobre 2012. <http://www.cndp.fr/fig-st-die/2012/approches-scientifiques/expositions-scientifiques/posters-scientifiques/poster/article/lire-dans-les-paysages-la-mutation-dun-systeme-territorial-le-videssous-ariège-france-de-la-met.html>

Políticas sobre el legado histórico y la renovación de las comunidades locales en los Cárpatos

Sitio web de la Convención de los Cárpatos: <http://www.carpathianconvention.org/>

Sitio web de la ruta de arquitectura en madera en la provincia de Malopolska (Pequeña Polonia): <http://www.drewniana.malopolska.pl/?l=en> as an example of a heritage trail

Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO: Templos en madera de la región de los Cárpatos en Polonia y Ucrania: <http://whc.unesco.org/en/list/1424>

Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO: Templos de madera del sur de la Pequeña Polonia: <http://whc.unesco.org/en/list/1053>

Cultural routes: serving tourism, local economies, and landscape

Fisher James F. 1987. *Trans-Himalayan Traders – Economy, Society & Culture in Northwest Nepal*. Delhi.

Nepal S.K., Kohler T., Banzhaf B.R. 2002. *Great Himalaya – Tourism and the Dynamics of Change in Nepal*. Berna: Fundación Suiza para la Investigación en los Alpes.

Shrestha C., Lama T., Meyer W.P., Schneider G. 2010. *Trans-Himalayan Heritage Routes Pilot Project in Kailash Sacred Landscape, Nepal. Inception Phase Report*. Berna. Inédito.

ViaStoria. 2007. *Magazine of the Cultural Routes*. Berne: Canton of Graubunden. Von Furer-Haimendorf C. 1975. *Himalayan Traders – Life in Highland Nepal*. Nueva Delhi.

3 Equidad social y desarrollo económico

Knox P. L., Mayer H. 2013. *Small Town Sustainability: Economic, Social, and Environmental Innovation*; Second revised and enlarged edition. Basilea: Birkhäuser.

Phillips R., Pittman R. 2009. *An Introduction to Community Development*. Londres: Routledge.

Turismo de base comunitaria en los Pamires Orientales de Tayikistán

Sitio web de etc4CA: <http://etc4ca.com/>

Cooperativas para apoyar la emancipación de las mujeres en las Montañas del Alto Atlas en Marruecos

Bakkali H. 2010. Les coopératives au Maroc renforcent l'indépendance des femmes. Magharébia.

Borghi R., El Amraoui F. 2006. Le réveil des femmes: les nouveaux rapports de genre dans un village du Nord-Est marocain. Géographie et culture 54.

Tizza W. 2012. Women of Ait Bouguemez: How Tourism Affects Identities. Via@ 2. www.viatourismreview.net/Article12_EN.php

L'Argentièrre-la-Bessée, en Francia: de la fragilidad de la monoindustria a la agilidad territorial

Bourdeau Ph. 2009. Examining innovation in the Alps at the local scale. *Journal of Alpine Research* 97(1). <http://rga.revues.org/797>

Bourdeau Ph. 2009. From après-ski to après-tourism: the Alps in transition? *Journal of Alpine Research* 97(3). <http://rga.revues.org/1054>

Donert K., Light D. 1996. Capitalizing on Location and Heritage: Tourism and Economic Regeneration in Argentièrre-la-Bessée, High French Alps. In: Lynn C. H., Winston H. (dir). *Practicing Responsible Tourism, International Case Studies in Tourism Planning, Policy, and Development*. Toronto: John Wiley & Sons: 193-215.

Homer-Dixon Th. 2000. *The Ingenuity Gap: Facing the Economic, Environmental, and Other Challenges of an Increasingly Complex and Unpredictable Future*. Nueva York: Knopf.

Fracasos del turismo étnico en el norte de Laos

Baumgartner C. 2014. The Akha Experience – lessons from a finally failed successful project. http://tourismlog.wordpress.com/2014/03/04/luang_namtha/

Blache M. 2010. Territoires et identités en Péninsule indochinoise: les Akha et la montagne au Laos. Université Paris 4 Sorbonne. <http://www.theses.fr/2010PA040148>

Blache M. 2005. Les perceptions de l'environnement au Laos: images comparées d'un projet de développement dans une province du nord, Paris: Collection mémoires et documents de l'UMR PRODIG, Grafigéo 2004-28.

Dufumier M. 1996. Minorités ethniques et agriculture d'abattis-brûlis au Laos. *Cahier des Sciences Humaines* 32(1):195-208.

Goudineau Y. 2001. Ethnicité et déterritorialisation dans la péninsule indochinoise: considérations à partir du Laos. *Autrepart* 14:17-31.

Sitio web del proyecto de ecoturismo Nam Ha: http://www.namha-npa.org/info/eco_tourism_in_namha_npa.htm

Agroturismo en las montañas de Montenegro

www.bjelasica-komovi.me

Esquí y turismo sostenible en Aspen, Colorado, EE.UU.

A Profile of Socioeconomic Measures, Selected Geographies. Pitkin County CO Benchmark Geographies: United States. Economic Profile System-Human Dimensions Toolkit EPS-HDT. Enero 16, 2014 (consultado febrero 9, 2014).

Lewis M. April 5, 2010. State of Sustainability: Auden Schendler, Aspen Skiing Company. *Transworld Business*. <http://business.transworld.net/34286/features/state-of-sustainability-auden-schendler-aspen-skiing-company/>

Toffel M. W., Van Sice S. September 2010 (revised November 2013). Aspen Skiing Company (A). Harvard Business School Case 611-002. <http://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=39362>

Sanders Ed. 2002 (April 1). Aspen Skiing Company: A Multifaceted Approach to Sustainability. *Sustainable Business*.

Schendler A. 2001. Trouble in Paradise: The Rough Road to Sustainability in Aspen. How Failure can be the Next Great Tool in Sustainable Business. *Corporate Environmental Strategy* 8(4). Aspen Skiing Company: www.aspensnowmass.com

Distribución equitativa de los ingresos provenientes del turismo en el Parque Nacional del Monte Kenia

Neuburger M., Steinicke E. 2012. Alpine Tourism in Tropical Africa and Sustainable Development? *The Journal of Sustainable Education* 3, Marzo 2012. http://susted.com/index.php?sURL=http://www.jsedimensions.org/wordpress/content/alpine-tourism-in-tropical-africa-and-sustainable-development_2012_03/

Saarinen J.J., Becker F.O., Manwa H., Wilson D. 2009. *Sustainable Tourism in Southern Africa. Local Communities and Natural Resources in Transition*. Bristol, United Kingdom: Channel View Publications.

Steinicke E., Neuburger M. 2012. The Impact of Community-based Afro-alpine Tourism on Regional Development: A Case Study in the Mt Kenya Region. *Mountain Research and Development* 32(4):420-430. <http://dx.doi.org/10.1659/MRD-JOURNAL-D-11-00102.1>

Zhao W., Ritchie J.R.B. 2007. Tourism and poverty alleviation: an integrative research framework. In: Hall C.M. (editor). *Pro-poor Tourism: Who Benefits? Perspectives on Tourism and Poverty Reduction*. Toronto, Canadá: Channel View Publications: 9-33.

4 Recursos y gestión del medio ambiente

UNEP. 2007. *Tourism and Mountains: a Practical Guide to Managing the Environment and Social Impacts of Mountain Tours*.

VASICA - Visions and Strategies in the Carpathian Area. 2009. The Carpathian Project.

El "Lechweg", modelo de ecoturismo en los Alpes europeos

Lechweg – from the Spring to the Falls: <http://www.lechweg.com/>

Nature park region Lechtal-Reutte: <http://www.lechtal-reutte.com/>

Project NaTourCert – Alpine-wide quality standards for nature-based tourism:

http://www.ilf.hsr.ch/Projekte-Fachbereich-Naturnahe.7742.0.html?&content=24802&id_project=1157

European Ramblers Association: <http://www.era-ewv-ferp.com/index.php?>

¿Obstaculiza una represa el turismo sostenible en las montañas de Islandia?

Bergmann D. 2004. Skaftafell National Park. Reykjavik: JPV Útgáfa.

Laslaz L. (dir), Depraz S., Guyot S., Heritier S. 2012. *Atlas mondial des espaces protégés. Les sociétés face à la nature*. Paris: Autrement.

Laslaz L., Depraz S., Guyot S., Heritier S. 2013. *Les espaces naturels protégés dans le monde, miroirs des sociétés*. CartO 19:57-63.

Ministry for the Environment. The Nature Conservation Act 44, 22 March 1999. Icelandic farm holidays: <http://www.farmholidays.is/>

Environment Agency of Iceland: <http://www.ust.is/the-environment-agency-of-iceland/>

The dam on the site of the main opponents of the project, the association Saving Iceland: <http://www.savingiceland.org/tag/karahnjukur/>

Manejo integrado de los recursos hídricos y turísticos para una resiliente región del Himalaya

A Ravaged State Pins Its Hope on Tourism. Tehlka.com Diciembre 20, 2013. <http://www.tehelka.com/theuttarakhandfloods/>

Committee on Himalayan Glaciers, Hydrology, Climate Change, and Implications for Water Security; Board on Atmospheric Studies and Climate; Division on Earth and Life Studies; National Research Council. 2012. *Himalayan Glaciers: Climate Change, Water Resources, and Water Security*. ISBN 978-0-309-26098-5.

Crook E., Hummel J., Banskota K. 2007. *Facilitating Sustainable Mountain Tourism; Vol. I and II Resource Book*. Katmandu: International Centre for Integrated Mountain Development.

Johansson E. L. 2012. *The Melting Himalayas – the examples of Water Harvesting Techniques*. Seminar Series 237. Solvegatan: The Department of Physical Geography and Ecosystem Science, Lund University.

Karki M. B., Shrestha A. B., Winiger M. 2011. *Enhancing Knowledge Management and Adaptation Capacity for Integrated Management of Water Resources in the Indus River Basin*. *Mountain Research and Development*, 31(3):242-251. <http://www.bioone.org/doi/full/10.1659/MRD-JOURNAL-D-11-00017.1>

Nobel R., Smith P., Patulo P. 2012. *Water Equity in Tourism – A Human Right, a Global Responsibility*. Tourism Concern Research Report. Tourism Concern: Action for Ethical Tourism.

Oskin B. 2012. *Melting Himalayas May Magnify Water Scarcity*. LiveScience. <http://www.livescience.com/23119-climate-change-himalayas-water-scarcity.html>

Protección climática de los destinos turísticos: ¡ya!

Alber K. and al. 2011. *ClimAlpTour – Climate Change and its Impact on Tourism in the Alpine Space*. Final project report of the Alpine Space Interreg project ClimAlpTour. Ljubljana: Založba ZRC.

Alpine Convention. 2011. *Towards Decarbonising the Alps, National policies and strategies, regional initiatives and local actions*. Innsbruck: Alpine Signals 6.

CIPRA. 2011. *Tourismus im Klimawandel*. Compact 01. Liechtenstein: Schaan.

Las Virungas: un estudio de caso sobre turismo de montaña y biodiversidad en África Oriental

Greater Virunga Executive Secretariat. 2010. *A Bi-annual Review of Achievements, Challenges and Lessons Learned 2008 – 2009*.

Kasangaki A., Kanyambwa S., Burgess N.D., Baghabati N., Nasero N., Anderson M., Asasira, J. Bruhke, Hall, H., Maritim Z. 2012. *Capturing the benefits of ecosystem services to guide decision-making in the Greater Virungas Landscape of the Albertine Rift Region*. ARCOS, University of Cambridge and WWF-US. Project Technical Report to MacArthur Foundation.

<http://www.igcp.org/gorillas/tourism/>

<http://news.mongabay.com/2013/0513-weeden-gorilla-tourism.html#Le9eV5r1H5OJdhZD.99>

El surgimiento del turismo sostenible en el Parque Nacional de Daisetsuzan, en Japón

Hiwasaki L. 2006. *Community-based tourism: a pathway to sustainability for Japan's protected areas*. *Society and Natural Resources* 19:675–692.

Kudo G. 2013. *Vulnerability of phonological synchrony between plants and pollinators in an alpine ecosystem*. *Ecological Research*. DOI 10.1007/s11284-013-1108-z

Yoda A., Watanabe T. 2000. *Erosion of mountain hiking trail over a seven-year period in Daisetsuzan National Park, central Hokkaido, Japan*. In: Cole D. N., McCool S. F. (ed). *Wilderness Science in a Time of Change*. Ogden, UT: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Rocky Mountain Research Station: 172–178.

Watanabe T. 2008. *The Management of Mountain Natural Parks by Local Communities in Japan*. Karan P. P., Suganuma U. (ed). *Local Environmental Movements: A Comparative Study of the United States and Japan*. University of Kentucky Press: 259–268.

5 Políticas e instituciones sociales para un turismo de montaña sostenible

Redes, comercio justo y turismo sostenible: una tendencia creciente en las Montañas del Atlas en Marruecos

Benhalima H. 2009. Le pays du Safran, socle d'un tourisme de valeurs, Migrations and development. <http://www.migdev.org/Actualite/festivaldusafran/>

Landel P.A., Gagnol L., Oiry-Varacca M. 2014 (to be published). Territorial resources and tourist destinations: couples with a bright future? The cases of saffron production at Taliouine (Morocco) and onion production in the Aïr (Niger). *Journal of Alpine Geography*.

www.maroc-inedit.com/

www.maroc-ecotourismesolidaire.com/

<http://www.migdev.org/>

<http://www.tourismesolidaire.org/>

Acción exitosa del estado y la comunidad local en el desarrollo del turismo de montaña sostenible en Turquía

Ministry of Culture and Tourism

m. 2007. *Tourism Strategy of Turkey-2023*. Ankara: Ministry of Culture and Tourism Publications-3090.

Somuncu M. 2011. Sustainable Development in the Eastern Black Sea Mountains: Present State and Perspectives. In: Zhelezov, G. (ed). *Sustainable Development in Mountain Regions: Southeastern Europe*, London-New York: Springer: 215-226.

Somuncu M., Inci A. 2004. Balancing protection and utilization in overcoming inaccessibility: A rural development model in a mountainous area of Turkey. *Mountain Research and Development* 24(4): 307-311.

Somuncu M. 1997. Doğu Karadeniz Bölümünde Yayla-Dağ Turizminin Bugünkü Yapısı, Sorunları ve Geleceği. *Ankara Üniversitesi. Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi* 6: 273-315.

Angustia de los participantes en el turismo local por inseguridad en la región de Agadez, en Níger

Dambo L., Mato M. W., Moutari M. 2014 (to be published). Generalized insecurity and political crises. A challenge for tourism development in the region of Aïr (Niger). *Journal of Alpine Research*.

Turismo de montaña en Suiza: implementación de la Agenda 21

www.fddm.ch

www.valais-excellence.ch

www.necstour.eu

www.vs.ch (<http://www.vs.ch/Navig/navig.asp?MenuID=22715>)

El turismo y las instituciones ambientales en Costa Rica

Acuña Ortega V. H. 2002. La invención de la diferencia costarricense, 1810-1870. *Revista de Historia* 45: 191-228.

Boukhris L. 2013. *Imaginaire national et imaginaire touristique au Costa Rica : le tourisme comme fabrique du territoire et de la Nation*. Thèse de Doctorat de Géographie, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Cosgrove D. 1998. *Social formation and symbolic landscape*. Madison: University of Wisconsin Press.

Janzen D. H., Lovejoy A., Sancho E. (dir). 1994. *Del bosque a la sociedad: un nuevo modelo costarricense de desarrollo en alianza con la naturaleza*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Desarrollo turístico excluyente en Sapa, Vietnam

Jennings E. T. 2011. *Imperial heights: Dalat and the making and undoing of French Indochina*. University of California Press, Vol. 4.

Michaud J., Turner S. 2006. Contending visions of a hill-station in Vietnam. *Annals of Tourism Research* 33- 3: 785-808.

Truong V. Dao, Hall C. Michael, Garry T. 2014 (ahead-of-print). Tourism and poverty alleviation: perceptions and experiences of poor people in Sapa, Vietnam. *Journal of Sustainable Tourism*: 1-19.


Dimensión política del desarrollo turístico en el Cáucaso

Gunya A., Bausch T. 2002. Opportunities for transnational and cross-border cooperation in the Caucasus – a contribution to the International Year of the Mountains 2002. Berlin: BMU.

Gunya A. 2007. *Cross-border cooperation at local level in the Alps, the Caucasus and the mountains of Central Asia*. Moscow-Berlin: BMU.

The Caucasus Crisis Group Europe Report. 2014. Too Far, Too Fast: Sochi, Tourism and Conflict. 228, 30 de enero 2014.





A lo largo y ancho del mundo las regiones montañosas son importantes destinos turísticos. Hoy en día no hay prácticamente ninguna región donde las cualidades especiales de las montañas no sean apreciadas por los turistas. Para muchas regiones montañosas el turismo se ha convertido en un importante recurso económico, al generar ingresos y nuevos empleos, y apoyar sistemas tradicionales que de otra manera estarían en una grave crisis económica. No obstante, el turismo de montaña también tiene el potencial de destruir los recursos naturales y culturales sobre los cuales está cimentado. En las montañas de todo el mundo, actores públicos y privados, a nivel local, nacional y regional, están haciendo grandes esfuerzos para desarrollar e implementar proyectos que inicien un desarrollo más equitativo y sostenible, promoviendo y al mismo tiempo protegiendo las particularidades naturales y culturales de las montañas.

Esta publicación, que incluye 28 estudios de caso de muchas regiones montañosas, busca dar una visión general de los desafíos socioculturales, socioeconómicos, ambientales y sociopolíticos del turismo en las montañas y arrojar luz sobre estrategias innovadoras específicas que las comunidades de montaña han desarrollado para hacer frente a los retos que les plantea el turismo. La publicación presenta un conjunto de lecciones aprendidas y de recomendaciones que constituyen información útil para asociaciones, legisladores, expertos en desarrollo, empresas y académicos que apoyan el desarrollo del turismo en las zonas montañosas. Su objetivo es posibilitar que las comunidades de montaña aprendan de las experiencias de las demás, haciendo acopio de ideas inspiradoras de todo el mundo que impulsan aún más, la promoción de formas sostenibles de turismo de montaña.