Pero algo falla. Basta visitar dos o tres destinos ecoturísticos emblemáticos y un par de ferias turísticas internacionales, para constatar que la filosofía fundamental del ecoturismo brilla por su ausencia en la industria turística. Pongamos algún ejemplo: mucho transporte *insostenible*, muy poca población local involucrada en la producción y comercialización de los servicios ecoturísticos,

muy poca integración de las culturas locales e indígenas como elemento consustancial al ecoturismo, muy poco comercio justo y consumo de productos locales asociado al ecoturismo...

y una cada vez mayor penetración de la gran industria en las operaciones ecoturísticas. Ah, se me olvidaba: e incluso en destinos ecoturísticos por excelencia, la interpretación, la de verdad, tampoco es que abunde mucho. Compañeros de la AIP, tenemos trabajo. Y mucho.

Como decía, he puesto sólo algunos ejemplos, que podemos pasar a desmenuzar un poco. Me temo que en esta última década, las definiciones grandilocuentes de los congresos mundiales de ecoturismo y similares no han descendido mucho sobre la Tierra; que es al fin al cabo el objeto y sujeto del ecoturismo, la Tierra... y su gente. La gente que vive allí a donde viajamos, que ha heredado el paisaje que nos motiva a desplazarnos miles de kilómetros. La misma gente que no está formada para ser emprendedora ni profesional en ecoturismo, la misma gente que desconoce lo que es la interpretación, la misma gente que en el mejor de los casos será algún día contratada por un operador turístico como guía o conductor, y que tiene un difícil o imposible acceso al conocimiento directo de los mercados y sus evoluciones.

Al mismo tiempo, vemos cómo muchos de estos florecientes operadores ecoturísticos a los que vamos a llamar "convencionales" utilizan medios de transporte e instalaciones –incluso *resorts* de un turismo pretendidamente ecológico– que aíslan a sus ecoturistas de la población local, a la que verán durante más bien poco rato. Operadores que todavía –y ya vale– aparecen en la primera feria turística internacional con una pareja de indígenas del destino, en taparrabos, como reclamo ecoturístico viviente... más absurdos en tal contexto que los famosos belgas por soleares o los patos del río Manzanares.

¿Qué es lo que está pasando? Mi opinión es que el ecoturismo –de momento, vamos a llamarlo así–, como

oportunidad de negocio, está tendiendo a ser monopolizado por operadores turísticos que, aunque sean pequeños, actúan de modo convencional, es decir, copiando lo peor del turismo industrializado que es justamente lo contrario de lo que filosóficamente representa el ecoturismo, a saber: visitas turísticas rápidas y estandarizadas, con muy poco contenido interpretativo, destinadas a segmentos cada vez más amplios y, por ende, con un contenido cada vez más *light*, y en grupos cada vez más grandes por razones obvias de rentabilidad de los operadores y de coste final a los usuarios; y con operaciones e instalaciones controladas en todos sus aspectos por los propios operadores, y en las que la palabra desarrollo *endógeno* suena a cierta ironía. El deseo de rentabilidad en el corto plazo también es visible en este pequeño subsector de la industria ecoturística.

En este panorama subyace una cuestión de fondo y de forma, de ética y de estética, o de filosofía y mercado. Porque estos productos que hemos referido se promocionan y venden como ecoturismo, pero no son ecoturismo, ni siquiera son siempre turismo sostenible: porque no hay apenas reinversión social o ambiental en el área a largo plazo, porque las operaciones turísticas son excesivamente dependientes de los flujos de turistas controlados desde el exterior, y porque no se cualifica a fondo al personal local, como poco. Cualquier pequeño problema: una quiebra de un operador emisor –o de una línea aérea clave– una epidemia, o una pérdida de imagen pública del destino, y se pierden los esfuerzos de varios años de asistencias técnicas y ayudas internacionales al desarrollo turístico procedentes de todo el mundo.

¿No hay que esforzarse mucho para saber a qué países me puedo estar refiriendo, verdad?

Sobre todo lo anterior, gravita otra cuestión fundamental. Si no hay interpretación, difícilmente puede haber ecoturismo. O mejor dicho:

si no hay población local interpretando su vida y su entorno, y participando de forma directa en el negocio, no hay ecoturismo.

Está bien: es turismo, es progreso, es negocio... pero busquémosle otro término. Si no, vamos a terminar por no aclararnos nadie.

Sobre este último detalle, vuelvo a decir lo mismo que hace un rato: AIP, tenemos trabajo. Porque si no se analiza y presenta adecuadamente el patrimonio, da igual natural o cultural, falla el conjunto. La interpretación revaloriza los recursos, integra y dignifica, y eso es justamente lo que más necesita el

ecoturismo de hoy en día. El mayor peligro es que se banalice y se industrialice, que es lo que más estamos viendo. Y con él, se prostituyan o se pierdan definitivamente los valores naturales y culturales que lo sustentan. Más bien al contrario, a veces parecería que el ecoturismo es la salvación de algunos recursos y de algunas poblaciones, a las que no quedan muchas más alternativas ni oportunidades.

Como veis, cada uno de estos interrogantes da para mucho, y seguiremos con ello y con vosotros. Esperemos que este año nuevo no olvide las grandes palabras de los congresos, y que los profesionales del ecoturismo –que lo somos todos los de la AIP, de uno u otro modo– sepamos aportar nuestro grano de arena a un desarrollo del ocio y el turismo más "limpio" –tal vez no es el momento más propicio para decir esto–, más profesionalizado, y más honesto con las comunidades dispersas por el mundo que han creído en el ecoturismo como una opción de futuro y de armonía con su pedazo del planeta, por machacado que esté. Feliz Año Nuevo a todos.

Aprender de los visitantes

Víctor Fratto
Chubut, Argentina
victorfratto@puntanorte.com

(Víctor es Responsable del Área Protegida Estancia San Lorenzo, y ésta es su segunda colaboración con el *Boletín*. Esperamos que la disfruten, como lo hicimos nosotros.)

En este artículo quisiera contarles cómo los visitantes de un sitio nos pueden guiar sobre la dirección que debería tener nuestro trabajo. Observando sus actitudes y necesidades.

La experiencia se desarrolló en el Parque Nacional el Palmar, de 8.500 hectáreas, que fue creado en 1966 con el objeto de conservar un sector representativo de los palmares de Yatay. El Parque está ubicado en el centro este de la provincia de Entre Ríos, Argentina, sobre la margen occidental del río Uruguay, y a 360 Km de la Capital Federal. Esta cercanía con la

capital del país lo convierte en uno de los parques más visitados por el turismo nacional.

En 1994 me encontraba en este bellissimo Parque Nacional donde, entre otras tareas, varios días a la semana me debía quedar en el Centro de Visitantes. Desde mis comienzos

he aplicado una técnica de evaluación y autoevaluación que me ha dado muy buenos resultados. Consiste en mezclarme entre los visitantes sin nada que me identifique con la institución a la que represento.

De este modo observo las exposiciones y hago preguntas a mis compañeros

haciéndome pasar por un visitante más, pero al mismo tiempo puedo ver cómo se comporta la gente ante determinadas actividades o medios de comunicación utilizados.

Para poder explicarles lo observado en este Centro de Visitantes primero debo hacer una breve descripción del mismo. Tiene unos 20 metros de largo por 6 de ancho, hay una sola entrada en uno de los extremos y el recorrido es de tipo circular. Las personas transitan por un pasillo, y a ambos lados hay paneles rectangulares con buenos gráficos, buenas fotos y textos. Pero hay muchos paneles, más de 30.

Ahora sí les describo el comportamiento de la gente. Al ingresar, las 4 primeras exhibiciones muestran los distintos ambientes del Parque, pero difícilmente llegaban a leer el cuarto por completo. Por lo general, desviaban su atención hacia un exhibidor que quedaba a sus espaldas que contiene rocas del lugar (objetos

tridimensionales); sin embargo, no leían los textos que estaban escritos con máquina de escribir y en letra pequeña y desteñida por el tiempo. A partir de este punto, sólo veían las fotos y gráficos del resto de los paneles hasta la parte media del recorrido, donde se encontraban con un panel mostrando las serpientes del Parque. Ese panel sí lo leían, ya que conocer a estos animalitos resultaba importante para la gente.

La audiencia oye o lee lo que es importante o trata de algo relevante para ella... ¡y vaya si es importante conocer las serpientes del Parque!

Luego de interiorizarse sobre los ofidios seguían viendo fotos y gráficos hasta el final.

Ante este panorama se imponía un cambio, algo había que hacer para que quienes visitaban el Centro de Visitantes se llevaran algo más que lindas fotos.

Teniendo en cuenta la efectividad del uso de elementos tridimensionales, realicé la siguiente prueba: seleccioné algunos de los paneles menos leídos y coloqué elementos alusivos a lo que se estaba explicando. En el siguiente cuadro hay algunos ejemplos:

Temática tratada en el panel	Recurso tridimensional
Por qué el fuego afecta a otros árboles y no a la palmera.	Tronco de pie de una palmera y de un paraíso (especie introducida en el Parque).
Exhibidor de rocas.	Un cajón con el mismo tipo de rocas para que la gente pudiera agarrarlas y compararlas con las de la vitrina.
Descripción de las dos especies de tortugas del Parque.	El caparazón de cada una de ellas.
Presentación del Carpincho (o capibara) como el roedor más grande que existe.	Cráneo de carpincho donde se observan los prominentes incisivos del roedor.
El Jabalí Europeo como animal introducido del Parque.	Cráneo de Jabalí con su poderosa dentadura. (Consideren que en el Parque el Jabalí está cruzado con cerdo doméstico, lo que lo lleva a medir casi el doble que el Jabalí puro, de allí lo espectacular del cráneo).

En todos los casos coloqué una leyenda que decía **“Tocar por favor”**.

La respuesta fue inmediata, los visitantes leían los primeros cuatro paneles y luego solamente leían los textos de aquellos que tenían objetos para “sentir” de cerca lo que se estaba explicando.

Otro efecto inmediato fue que la mayoría de los visitantes se acercaban hasta el mostrador de informes para avisarnos “que nos habíamos equivocado en los carteles, y escrito **Tocar por favor** en vez de **No tocar por favor**. Esto también nos sirvió como una excusa más para relacionarnos con los visitantes, explicando el porqué podían tocar.

Otra dificultad se me presentó guiando en el sendero a las Ruinas de la Calera. Las construcciones más antiguas datan del año 1780, donde el primer dueño de las tierras que hoy forman el Parque Nacional, comisionado del Virrey Ceballos, Don Juan Barquín, mandó a construir instalaciones para obtener cal. El circuito es lineal y tiene 980 metros de recorrido por selva en galería, hasta llegar a las mencionadas ruinas y una hermosa playa sobre el Río Uruguay. Por lo general, guiábamos hasta la playa y luego los visitantes retornaban solos al punto de partida. Esto se hacía de este modo ya que algunas personas querían estar más tiempo en la playa que otras.

El problema con ese sendero es que los mamíferos de esta área protegida son predominantemente de hábitos nocturnos. Y

me refiero a los mamíferos porque los visitantes reclamaban ver animales, y cuando les mostraba un pájaro me repetían: “pero yo quiero ver animales”. ¿Se entiende?

El tipo de turismo que recibe el Parque está muy acostumbrado a los zoológicos y cree que en este lugar los venados van a cruzarse a su paso y van a esperar que les tomen una foto.

Entonces me propuse “llenarles los ojos a la gente”. ¿Qué es esto? Consiste en mostrarles todas las evidencias de fauna que aparezcan en el camino, lo que comúnmente llamamos **rastros**. Huellas, excrementos, egagrópilas (regurgitados), pelos, etc. Y a esto le sumaba la observación de la riquísima biodiversidad que hallábamos debajo de un tronco pudriéndose en la selva.

Hacia la mitad del sendero detenía la marcha y les pedía que me ayudaran a enumerar todo lo que habíamos visto hasta el momento:

“bueno, hasta aquí ya vimos: la araña de color amarillo, las huellas del gato montés, el excremento del zorro, los gusanos de la madera, el dormitorio de los murciélagos y las cotorras”,

al tiempo que los contaba con los dedos. Lo mismo repetía al final del sendero, y de este modo los visitantes no sólo veían satisfecha su ansiedad por ver animales, sino que también comprendían que la rica biodiversidad que compone ese ambiente va más allá de los mamíferos.

Esta última experiencia se complementaba con un audiovisual titulado **¿Bichos feos, bichos malos?** en el que le mostraba a los visitantes que hasta aquellos animalitos que nos pueden parecer repugnantes tienen un valor muy alto para el ambiente.

De esta forma pudimos realizar reformas en el Centro de Visitantes y en nuestro modo de trabajar, basándonos simplemente en la observación de las necesidades del visitante. No olvidemos que la efectividad de nuestro trabajo como intérpretes también está relacionada con el grado de satisfacción que generemos en quienes nos visitan.

Patios Abiertos: una experiencia de interpretación del centro histórico de Palma de Mallorca

Margalida Castells
Palma de Mallorca
marquetta77@hotmail.com

(Margalida es licenciada en historia y especialista en prehistoria y arqueología. Desde 1998 se dedica a la interpretación del patrimonio de la isla de Mallorca.)

La propuesta de visitas guiadas a los patios, emblemático patrimonio de la ciudad de Palma de Mallorca, es una iniciativa municipal enmarcada en la festividad del *Corpus Cristi*. Estas fiestas de primavera conjugan la parte religiosa, con la procesión como acto central, con una serie de actividades culturales, sociales y musicales en el casco antiguo

de la ciudad. Los más de cincuenta patios abiertos —su número crece año tras año— acogen un programa de conciertos nocturnos que ofrece la atractiva oportunidad de disfrutar tanto de la música como de este entorno especial.

El acceso libre a los patios es posible fundamentalmente por la gentileza de los propietarios de estas viviendas, quienes las abren durante quince días a los viandantes. Ello se completa con la edición por parte del Ayuntamiento de Palma de una guía de visita gratuita y en cuatro idiomas (castellano, catalán, inglés y alemán) que se puede recoger en el edificio consistorial, en las oficinas de turismo y en diversos patios.

El recorrido guiado incluye referencias a veinte patios de la zona alta de la ciudad

Otra oportunidad de conocer estos patios es el programa de visitas guiadas, que cuenta con creciente aceptación. En este caso se ofrece un itinerario circular, de unas dos horas de duración, en el que se comentan, en diferente grado, veinte patios.

Nos gustaría comentar con más detalle en qué consistió la más reciente de estas experiencias, desarrollada en el mes de mayo de 2002. A lo largo de dos semanas, se programaron seis salidas diarias (castellano, catalán e inglés) en horarios de mañana y tarde para grupos de hasta treinta personas. A las planeadas sesenta visitas se sumaron cinco más, pues la elevada demanda obligó a duplicar algunos grupos en los últimos días. El precio de estas visitas era de 2 euros, que se destinaban como todos los años a la restauración del patrimonio de un convento de la ciudad, asumiendo el Ayuntamiento los costes íntegros de la actividad.

Como novedad respecto a años anteriores, las visitas en lengua inglesa y castellana fueron conducidas por guías turísticos, mientras que un grupo de guías intérpretes licenciados en historia se encargaron de las visitas en lengua catalana, destinadas a la población residente. Hasta ahora este segundo grupo realizaba todas las visitas.

La visión interpretativa de la ciudad supone un atractivo para la población local

Se trata de dos colectivos diferentes: los guías turísticos realizan los itinerarios para grupos de extranjeros y turistas nacionales mientras los guías licenciados en historia atienden a la población local. Sin embargo, la única diferencia entre ambas visitas no se limita a los grupos destinatarios. Como se puede intuir, ambos colectivos plantean dos visitas sensiblemente diferentes en cuanto a sus contenidos y al discurso desarrollado.