

DEFENSA DE LAS ZONAS PARA USO TURÍSTICO EN LA MONTAÑA

Por
Oskar A. Dignoes

A. *Defensa del espacio vital.*

El vertiginoso aumento de la población en las urbes y la consiguiente necesidad de alejarse durante, por lo menos, un período de vacación completa de los medio-ambientes altamente perjudiciales urbanos, ha creado en determinadas épocas una saturación completa en las zonas adaptadas para uso turístico durante los últimos cincuenta años. Esta saturación causa una serie de problemas que impiden el aprovechamiento positivo de la vacación, lo cual, a lo largo de los años de observación, causa muy graves perjuicios al rendimiento laboral de las masas humanas, sobre todo en los países desarrollados o en pleno desarrollo. No podemos aquí examinar detenidamente las distintas causas que perjudican el aprovechamiento orgánico de las vacaciones, por tratarse de factores no solamente ambientales, y en muchos casos climatológicos, sino también de otros, debidos a una arquitectura funcionalista y uniformista en la mayor parte de los casos. Aquí también pueden aducirse otros problemas que causan la afluencia de masas hacia las zonas de uso común, como playas, lagos, piscinas y similares, así como problemas de tráfico, saturación de restaurantes y lugares de diversión, que forzosamente despiertan en la subconsciencia de las masas humanas, la reminiscencia de la vida urbana.

Es, por lo tanto, preciso que en las zonas para uso turístico en la montaña se prevenga de antemano cualquier tipo de urbanización que pueda causar tales conflictos y que inutilizaría dentro de breve tiempo sus valores positivos para las masas humanas que precisan de los medio-ambiente de altura durante los períodos de vacaciones en verano e invierno.

Se sabe con precisión que el espacio vital, sobre todo en el continente europeo, se está reduciendo a pasos gigantescos, y los legisladores de

numerosas naciones ven con gran preocupación y sin poder frenar, las exigencias del mundo mecanizado, esta evolución.

Para el caso que nos ocupa en esta zona pirenaica, todavía en estado prácticamente genuino, tanto en su aspecto paisajista como en el de creación de centros y estaciones de invierno, sería altamente aconsejable delimitar, antes de proceder a la masiva inversión de medios para accesos, remontes mecánicos y zonas habitales durante las épocas vacacionales, una «reserva de recreación turística» que abarque las primeras elevaciones de la cordillera que arranca en el país vasco, hasta su terminación en las zonas catalanas. En esta «reserva» deberían incluirse también desde el límite fronterizo, a través de las zonas de depresión, las elevaciones prepirenaicas.

No cabe duda de que la creación de esta reserva constituiría un modelo para las restantes cordilleras que existen en la Península, desde la Cantábrica hasta la Bética, teniendo además en cuenta las tendencias previstas para finales de éste y principios del siglo XXI.

Una vez legislado terminantemente el uso limitado de las reservas, será preciso proceder al estudio detenido del emplazamiento de nuevos centros y estaciones de montaña y la correspondiente red compleja infraestructural, como son los accesos principales e intermedios, los remontes mecánicos (sobre todo los telecabinas, de mayor capacidad para el transporte de pasajeros), y otras instalaciones de tipo deportivo y recreativo, con el fin de lograr de manera teórica una situación óptima de aprovechamiento para uso turístico, pero también para la imprescindible conservación y protección de las características paisajísticas.

Cabe examinar por una comisión de expertos, tanto técnicos de turismo y deportes de montaña, como lingüísticos, acerca de la introducción definitiva para distinguir de manera tajante entre las denominaciones «Centro de Montaña», que, según mi parecer, se refiere a núcleos antiguos o nuevos, con características de población y los consiguientes servicios, como calles, iglesias, tiendas, etc., y «Estación de Montaña», que parece indicar, ya desde principio, una agrupación aislada de instalaciones varias deportivas y hoteleras para utilización temporal.

B. *Conservación y adaptación de núcleos urbanos antiguos.*

La revolución socio-industrial ha creado dos tipos nuevos de paisa-

jes (según el científico turístico austríaco profesor Paul Bernecker) que podrían denominarse «paisajes industriales» y «paisajes de urbes». Esta innovación fulgurante en la vida de las naciones está caracterizada por signos inconfundibles de falta de espacio y saturación crónica en ambos paisajes. Si acudimos a estos factores absolutamente nocivos la tendencia constante de abreviar las horas de trabajo y aumentar los espacios de ocio —que yo denomino, cuando no se trata de las vacaciones en el sentido tradicional, con el término «intervacación»—, entonces se hace imprescindible no sólo la conservación, sino también la creación de un tercer paisaje que es el «paisaje recreativo para uso turístico».

Para hacernos una idea del aumento notable de la población europea (de la cual alrededor del año 2000 vivirá casi un 80 por 100 en las grandes urbes, o sea en zonas de gran saturación), es suficiente examinar las siguientes cifras:

Población europea:

En 1800	174 millones
En 1850	263 »
En 1900	403 »
En 1950	540 »

Se calcula que en el año 2000 ocuparán un territorio de alrededor de 10 millones de kilómetros cuadrados, bastante más de 600 millones de habitantes, lo cual significa una densidad de 54 habitantes por kilómetro cuadrado.

El profesor F. X. Häusler indicó en su trabajo «Der Fremdenverkehr», publicado en el año 1930, que el tiempo libre, utilizado en forma de vacación, se había convertido en una necesidad biológica para el hombre que trabaja. Creo que no hace falta insistir en que esta necesidad biológica existe en vísperas de pasar el umbral del siglo xx hacia el siglo xxi.

La situación es, pues, muy alarmante y creo que los distintos departamentos del Estado, donde no esté ya en marcha un plan de conservación y protección del «espacio vital», se verán obligados a crear un plan coordinado para lograr el establecimiento de zonas y regiones enteras para uso turístico y recreativo.

B. 1. *Conservación y adaptación de poblaciones ancestrales.*

La creación de centros y estaciones nuevas de montaña constituye, sin duda, un aliciente óptimo para inducir a las masas humanas a aprovechar los medio-ambientes altamente favorables para su recuperación orgánica en el sentido fisiológico y psíquico. Sin embargo, la superme-canización de las urbes crea forzosamente un estado de «nostalgia ancestralista» que hemos de tener en cuenta para la conservación estricta de los conjuntos arquitectónicos ancestrales en las poblaciones, aldeas y caseríos de montaña, los cuales ofrecerán factores sedantes para visitas discrecionales de los usuarios de nuevos centros. Por otra parte, será preciso una adaptación a través de programas de infraestructura de estos núcleos o edificaciones aisladas, tanto con el fin de contrarrestar el abandono de los mismos por falta de comodidades, como también para que el posible usuario turístico disponga de los elementos necesarios que exige la vida moderna.

B. 2. *Conservación de características «diferenciantes».*

Se sabe que la variación de costumbres, gastronomía y similares es excepcional en las zonas de montaña, donde cada valle prácticamente difiere de manera notable de otro.

En muchos de los casos se nota una rápida desaparición de costumbres diferenciantes, causada por el aumento de rapidez de comunicaciones y por los medios audiovisuales e impresos de difusión entre las masas.

Esta uniformización de características diferenciantes perjudica no solamente a la atracción en el sentido propagandístico, sino que también resta valor en el aprovechamiento total de las vacaciones orgánicas.

Medidas concretas para conservar o recuperar estas características que se expresan en distintas formas folklóricas, gastronomía local o regional y similares, son imprescindibles; aun en casos determinados será preciso subvencionar o «comercializar» de manera prudente el mantenimiento de grupos folklóricos, oficios de artesanía o incluso determinados tipos de artículos agrícolas en las zonas afectadas.

C. *La rentabilidad del paisaje.*

Desconozco por el momento si existe un estudio económico acerca de la «rentabilidad del paisaje». Conocemos perfectamente los cálculos

sobre la rentabilidad de distintos establecimientos hoteleros, según sus características técnicas o de temporada. Quizá sean precisamente estos cálculos los que hayan inducido a la construcción de complejos standardizados y rascacielos en distintas zonas del turismo, aunque no sabemos con precisión la duración que los economistas puedan asegurar a dichos complejos. Lo que sí podemos asegurar es que el paisaje no adulterado, completamente intacto e incluso corregido en sus características, para aumentar su aliciente diferenciante, es rentable y lo será cada día más.

La sociedad del consumo del siglo XXI, en el cual la diferenciación de clases disminuirá de manera tajante, pretenderá la adquisición de un artículo de «marca». Con otras palabras, la mujer de un trabajador no estará dispuesta simplemente a adquirir una naranja en el sentido genérico, sino una naranja de una marca determinada, ampliamente propagada por los medios publicitarios. En el campo turístico esta adquisición de un artículo de «marca» se exteriorizará de manera mucho más sensible y la masa potencial pretenderá, antes de adquirir el artículo «vacación-turismo», una marca determinada en la cual los factores diferenciadores, arquitectónicos, climatológicos, gastronómicos, etc., jugarán un papel importante. Sin embargo, el factor decisivo lo constituirá la adquisición del paisaje.

La tesis no es nueva, incluso podemos asegurar que se inició en los albores del nacimiento de las grandes corrientes turísticas continentales. Un hotel, por ejemplo, situado a orillas de un lago, ofrece desde siempre un escalonamiento de precios, que no sólo tiene en cuenta las distintas características de la habitación misma, sino también su orientación con «vistas» sobre el lago o la montaña. El mismo cliente, en su petición de alojamiento, indica, incluso, la orientación que desea de antemano. No cabe duda, pues, que el paisaje es rentable.

Este estudio, realizado con improvisación, únicamente traza con rasgos someros la imprescindible necesidad que tiene el legislador de asegurar a largo plazo no solamente la rentabilidad del turismo de montaña de verano e invierno, sino también para elaborar un plan de protección para las masas humanas que cada día necesitan más el «tercer paisaje».