

MERCANTILIZACIÓN DE LA MONTAÑA

Fernando Pérez Sainz

ENTIENDO el título como sinónimo de mercantilización de los montañeros, ya que en el artículo generador del debate se enfoca desde este punto de vista, siendo LA MONTAÑA una víctima de la situación. Hasta el momento hay posiciones contrapuestas, en parte, creo, por haber puesto como ejemplo a una gran montañera.

Desde los no tan lejanos tiempos en que al monte se subía en alpargatas y con chaqueta de paño o gabardina hasta ahora, montañas y montañeros han cambiado mucho. A los avances tecnológicos que todos conocemos en los equipos, (ropa y materiales de montaña) se suman las importantes modificaciones que en los accesos se han producido. Montañas cuya mayor dificultad radicaba en su aproximación y eran montes de fin de semana, han pasado a ser mañaneras, ya que se llega a la base de la ascensión en vehículo. No digamos de aquellas a las que se asciende una gran parte en teleférico o tren cremallera.

Por otra parte, la familia montañera se ha dividido en distintas "especialidades" (alpinistas, senderistas, escaladores, BTT,.....), y en general puede decirse que se ha perdido en gran parte el espíritu romántico inicial, en el que la amistad y el compañerismo eran lo primero, primando ahora la consecución de los propios objetivos.

Entre los montañeros las motivaciones son muy diversas, sin hablar de las grandes figuras, a las cuales además no conozco, basta con fijarse en los compañeros de club para ver que hay: quienes coleccionan cimas, quienes coleccionan trofeos, siguiendo un largo etc. que termina, como no podría ser de otra forma, con quienes usan cualquiera de las "disculpas" anteriores, para estar en la montaña y la naturaleza que aman.

Por otra parte, (ya hemos llegado), está la "mercantilización" y profesionalización de los montañeros. Esto está ahí desde mucho antes que nuestra admirada Eudurne. Y la mayoría, de una u otra forma, lo hemos hecho desde el montañismo de base. Clubes que pertenecen a empresas y están subvencionados por ellas, clubes que solicitan subvenciones a cambio de insertar publicidad, esta misma revista, cuya suscripción es obligatoria para los federados, inserta publicidad. ¿Tendríamos que hacer un listado de empresas no admisibles? ¿Tendríamos que debatir la influencia que la religión y la política han tenido y tienen en el montañismo? ¿Merecería un debate la basura que dejamos y los destrozos que causamos en el monte?

No deseo proponer ningún nuevo debate, en mi opinión, y termino, creo que no importan tanto la citada "mercantilización", ni nuestros motivos para ir al monte. Nuestro comportamiento en la montaña: la recuperación de valores y el respeto a la Naturaleza, de la cual somos parte, sí que merece nuestro interés y nuestro esfuerzo.

PD: Utilizo el término montañeros como plural genérico, ya que no diferencio entre hombres y mujeres en este campo.

SENDEROS SIN SENDERISTAS

Iñigo Jauregui Ezquibela

A pesar de que no me considero senderista sino montañero, la práctica de la montaña me ha obligado a recorrer unos cuantos senderos balizados. Cada vez que lo he hecho, y han sido unas cuantas, no he solido tropezarme con nadie ni con nada que indicara que por allí habían pasado otras personas. Esta impresión me ha llevado a pensar que el senderismo no ha sido ajeno a la cultura del despilfarro que hemos sufrido durante los últimos años y que buena parte de los proyectos asociados con esta práctica deportiva han sido una coartada, un fracaso, una fuente de ingresos muy lucrativa o una mezcla de esos tres ingredientes. ¿Por qué me expreso en estos términos tan radicales? Porque creo que nunca ha habido una demanda real por parte de los supuestos usuarios de estas infraestructuras.

Ignoro quiénes fueron los primeros en proponer la creación de la actual red de senderos pero sospecho que quien lo hizo se limitó a importar el modelo francés pensando que, una vez creadas las infraestructuras, íbamos a comportarnos como ellos y los senderos se iban a llenar por arte de birlibirloque de una muchedumbre de senderistas. ¿Entonces, por qué tanto empeño por seguir promoviendo una actividad que apenas se practica o que no ha rendido los frutos esperados?

Se me ocurren varias respuestas. La primera y más importante es que detrás de estos proyectos ha habido una apuesta política consistente en confiar al turismo la salvación del medio rural. Probablemente muchos de los promotores de esta clase de medidas han actuado de buena fe pero la recesión económica, entre otros hechos, demuestra el fracaso de este discurso o la imposibilidad de que el turismo reemplace a medio plazo los ingresos provenientes de la agricultura o la ganadería.

Por otra parte, el flujo y la generosidad de los fondos estructurales europeos (Leader I, II y Plus; FEOGA, FEDER) ha hecho creer a alguno de ellos que podían disponer de una fuente inagotable de recursos y que sus ideas megalomaniacas no iban a tener ningún coste. Por eso se lanzaron alegremente a la construcción de centros de interpretación, rutas de los sentidos, vías verdes, áreas recreativas, caminos adaptados, museos rurales y quién sabe cuántas cosas más que, ahora que el dinero escasea, resultan superfluas, caras de mantener o de dudosa rentabilidad.

Así las cosas, los que mayores beneficios han extraído de esta situación han sido las empresas de servicios que han promovido y gestionado todas estas infraestructuras. Aunque el senderismo haya representado un capítulo de gasto menor, es innegable que las señalizaciones, paneles y folletos informativos, soportes informáticos, guías topográficas, diseño de itinerarios, mantenimiento y creación de páginas web... han reportado muy buenos ingresos a los técnicos y empresarios que han trabajado codo con codo con las administraciones para atraer la atención de los turistas y aligerar sus bolsillos.

Mucho me temo que el impulso que experimentó el senderismo en sus inicios va a ir enfriándose en la misma medida en que la falta de mantenimiento y el abandono van deteriorando las señales y balizas que nos revelan la existencia de esta actividad.



FOTO ANTONIO ORTEGA

Ponemos punto final al debate sobre mercantilización de la montaña y os proponemos uno nuevo sobre senderos.