

## **EL TURISMO LOBERO EN LA SIERRA DE LA CULEBRA (ESPAÑA)**

*Wolf Watching Tourism in the Culebra Mountain Range (Spain)*

*Francisco Almarcha Martínez<sup>1</sup>*

*María José Pastor-Alfonso<sup>2</sup>*

*Recibido: junio, 2018 // Aceptado: julio, 2018*

### RESUMEN

El presente trabajo forma parte de un estudio más amplio en el que se investiga el turismo de observación de lobos en la sierra de la Culebra, en Zamora, España. Hemos analizado en esta zona los significados que los turistas asocian al animal, y se han concretado tres ámbitos de significado interrelacionados: el mundo natural, la sociedad humana y el mundo espiritual. El lobo aparece como un “animal especial” al que se vinculan significados positivos de armonía y resistencia del mundo natural, renovación social, pureza y autenticidad. Además, se analizan los cambios socioculturales producidos por el turismo de observación de lobos, atendiendo especialmente a la percepción local del predador. Metodológicamente este trabajo se aborda desde una perspectiva antropológica y a través de metodología cualitativa, durante los años 2013-2017. Con una técnica de trabajo etnográfico se le ha dado gran peso a la observación participante. Además, se han realizado entrevistas semiestructuradas dirigidas a 100 informantes. Se concluye que la observación de lobos en la Culebra, planificada y normalizada, puede ser una actividad que favorezca un turismo sostenible que contribuya tanto a la conservación del lobo y del medio como a la mejora de las oportunidades del débil sector económico de la zona.

Palabras clave: Ecoturismo, Lobos, Cambios Socioculturales, Sierra de la Culebra.

---

<sup>1</sup> Universidad de Alicante. Línea de Investigación: Turismo de avistamiento de fauna. Dirección: Univ. de Alicante, Dpto. Humanidades Contemporáneas, Ctra. de San Vicente del Raspeig s/n, 03690-Alicante (España). Telefono.: + 34 965909365. E-mail: [paco.almarcha@ua.es](mailto:paco.almarcha@ua.es)

<sup>2</sup> Universidad de Alicante. Línea de Investigación: Antropología del Turismo. Dirección: Univ. de Alicante, Dpto. Humanidades Contemporáneas, Ctra. de S. Vicente del Raspeig s/n, 03690. Alicante (España). Telefono: +34 965903430. E-mail: [josefa.pastor@ua.es](mailto:josefa.pastor@ua.es)

## ABSTRACT

This work is part of a larger study that investigates wolf watching tourism in the Sierra de la Culebra, in Zamora, Spain. We have analyzed the meanings that tourists associate with the animal in this area, and three spheres of interrelated meaning have been specified: the natural world, human society and the spiritual world. The wolf appears as a "special animal" to which positive meanings of harmony and resistance of the natural world, social renewal, purity and authenticity, are linked. In addition, the sociocultural changes produced by wolf observation tourism are analyzed, paying special attention to the local perception of the predator. Methodologically, this work is approached from an anthropological perspective and through qualitative methodology, during the years 2013-2017. With a technique of ethnographic work, the participant observation has been given great weight. In addition, semi-structured interviews aimed at 100 informants have been conducted. It is concluded that the observation of wolves in the Culebra, planned and normalized, can be an activity that favors sustainable tourism that contributes both to the conservation of the wolf and the environment, and to the improvement of the opportunities of the weak economic sector in the area.

Key words: Ecotourism, Wolves, Sociocultural Changes, Culebra Mountain Range

## I. INTRODUCCIÓN

La fascinación que los animales provocan en nuestra sociedad se muestra en muy diferentes aspectos, como la afección por las mascotas y su creciente inclusión como miembros de las familias humanas, o el turismo de observación de animales salvajes en libertad, donde las personas suelen manifestar sentimientos de asombro y placer (Peace, 2005; Schänzel & McIntosh, 2000). Algunos animales producen un mayor impacto emocional y un notable deseo de ser contemplados en libertad. Los estudios realizados sobre las preferencias de los turistas a la hora de observar animales salvajes han mostrado que la mayoría de personas encuestadas estaban interesadas en ver mamíferos y en segundo lugar aves, siendo reptiles e invertebrados los que suscitaban una menor atracción (Newsome, Dowling, & Moore, 2005). Kellert (1994), en su estudio centrado en Japón, EEUU y Alemania, señala que hay una preferencia clara hacia los vertebrados más grandes, especialmente mamíferos y aves, que son vistos como más atractivos estéticamente, culturalmente más relevantes y más familiares.

Dentro del grupo de mamíferos, hay determinadas especies popularmente consideradas "carismáticas" precisamente por su poder especial de seducción: elefantes, leones, osos panda, ballenas, delfines o

lobos, son arquetipos globales. Skibins (2015) ofrece una visión de conjunto de las características que se han asociado con el carisma de las especies y que influyen positivamente en su percepción social: su parecido a los humanos, su gran tamaño, su nivel de amenaza, la comprensión de su comportamiento, su peligrosidad, el tamaño grande de sus ojos, su relevancia cultural, su inteligencia y su estética.

Sin embargo, aunque cualquier comprensión de un animal es inseparable del conocimiento de su representación cultural (Baker, 1993), no se ha indagado suficientemente en la diferente forma de concebir y representar a cada especie (un proceso en el hay que tener en cuenta factores históricos, económicos, sociales y culturales), y cómo esta construcción cultural influye de manera clave en la necesidad de un “encuentro” con un determinado animal. Por ello, los significados asociados al lobo no pueden ser completamente explicados sin tener en cuenta su construcción histórica: literatura, leyendas, cuentos de tradición oral, dichos, conjuros y refranes; elementos etnográficos, manifestaciones artísticas y otros elementos han ido conformando el proceso de construcción del lobo como símbolo a lo largo del tiempo (Vázquez, 2004). En este sentido, los significados positivos asociados al lobo en la actualidad son un elemento principal en la actividad del turismo de observación del cánido.

El lobo ha estado siempre física y simbólicamente presente en Europa y Norteamérica, siendo un animal muy relevante en la cultura occidental. De hecho, la distribución del lobo se extiende sobre la mayor parte del hemisferio norte (Mech, 1995), en donde humanos y lobos han adaptado mutuamente sus vidas diarias a la presencia del otro (Lescureux, 2006) durante miles de años.

Los lobos han supuesto tradicionalmente una competencia y una amenaza, y han sido vinculados con la maldad, el diablo, la violencia y la ruptura del orden social. Por ello, además de buscar su exterminio, contra el lobo también se utilizaban en la península ibérica armas simbólicas, como las oraciones a la Virgen y los santos<sup>3</sup> (Gragera, 2001; Gutiérrez, 2005; Mariño, 1997).

Hoy en día, de manera muy diferente a lo que ha venido ocurriendo en el pasado, el lobo es observado con admiración en la sierra de la Culebra

---

<sup>3</sup> También en otras partes de Europa se ha documentado el uso de letanías y amuletos para protegerse del lobo, como Escocia y Escandinavia (Pluskowski, 2006).

y otros lugares por personas que asocian al animal toda una serie de valores y significados positivos.

Este trabajo se centra en la reserva regional de caza de la sierra de la Culebra (Zamora, España), en las localidades de Cional, Flechas, Folgoso de la Carballeda, Mahíde, San Pedro de las Herrerías y Villardeciervos. La sierra de la Culebra es un macizo montañoso de modesta altura (su mayor cota son los 1.243 metros del pico de Peña Mira). Con casi 65 kilómetros de longitud, se encuentra al noroeste de la provincia de Zamora. Atraviesa cuatro comarcas: Aliste, Carballeda, Tábara y Sanabria, culturalmente muy similares. Limita parte de su territorio con el parque natural de Montesinho en la región de Tras-os-Montes (Portugal) y ocupa una extensión de cerca de unas 70.000 ha. Es reserva regional de caza desde 1996 (anteriormente reserva nacional de caza desde 1973). Está incluida en el Plan de Espacios Naturales Protegidos de Castilla y León (Ley 8/1991, de Espacios Naturales de Castilla y León) y forma parte, también, de la Red Natura 2000 como Lugar de Interés Comunitario (LIC).

La economía de la sierra de la Culebra es esencialmente agraria, con una cada vez menos relevante ganadería y una agricultura de subsistencia, ya que presenta pocas aptitudes para que se desarrolle una agricultura competitiva (Hidalgo, 2008). La zona se ha visto afectada especialmente por el éxodo de población (existe un número considerable de municipios cuya densidad es inferior a 5 hab./Km<sup>2</sup>) que padece buena parte la España interior y que se inició hacia los años 40 del s. XX. Las causas fueron complejas y sigue siendo un problema sin solventar en nuestros días que ha conllevado el abandono de las tierras de cultivo, el envejecimiento poblacional, pocas perspectivas de futuro para la población joven y la desestructuración social<sup>4</sup>. El problema es generalizado en toda la comunidad de Castilla y León, cuya amplia extensión (94.225 Km<sup>2</sup>), presenta una ocupación demográfica muy baja (2.563.521 habitantes), unos 27,21 hab./Km<sup>2</sup>).

En Castilla y León (así como en otras partes del país), frente a la disminución de la actividad agraria y pérdida de efectivos poblacionales,

---

<sup>4</sup> La combinación de despoblación, envejecimiento y ausencia de industria es común, tal y como indica Reloba (2014, p. 105) a toda la frontera hispano lusa, desde Galicia hasta Andalucía.

la reorientación económica hacia el sector turístico parece tener un gran potencial de futuro, y los espacios naturales protegidos presentan una gran ventaja en este sentido. Tal y como señalan Martín, Lozano y González (2003), el grueso de los alojamientos rurales en Castilla y León se localizan en municipios cuyos términos están incluidos en territorios amparados por alguna figura de protección, o en sus alrededores más inmediatos.

La fama de la sierra de la Culebra ha ido en aumento gracias al lobo, ya que mantiene desde hace años en la reserva y áreas aledañas densidades muy elevadas, que llegan a alcanzar los 10 ejemplares/100 Km<sup>2</sup>. (Blanco et al., 1990; Vicente et al., 2000), por lo que se ha convertido en un referente del turismo de avistamiento de lobos en España y en el resto de Europa (aunque también, en menor medida, se reciben visitantes que buscan observar otros animales, especialmente el ciervo en época de berrea).

## II. MARCO TEÓRICO

Desde una perspectiva histórica, el turismo de fauna salvaje no es un fenómeno nuevo. Los safaris en África fueron relativamente comunes entre los exploradores del s. XIX, y los viajes con intención de observar especies concretas en su hábitat natural se remontan a los años 60 del s. XX. Tampoco es una actividad restringida en exclusiva a determinados segmentos sociales concretos: se encuentra en todas las clases, razas, géneros, edades, religiones, regiones y nacionalidades (Desmond, 1999). Para Bertella (2011), el turismo de animales salvajes es una forma de ecoturismo centrado en la naturaleza que posibilita la observación/interacción de los turistas con los animales en su hábitat natural. Esta interacción puede ser de diferente tipo: desde un papel marginal, por ejemplo, en el caso de la observación de fauna como una parte incidental de un viaje guiado, hasta el papel central de los viajes para observar una especie definida.

El ecoturismo es comúnmente definido como una estrategia que provee atracciones naturales, educación y sostenibilidad económica, ecológica y sociocultural, en beneficio de la conservación y de las comunidades locales (Silva, 2013). Mientras el turismo convencional se centra en el confort y el lujo, el ecoturismo muestra una mayor austeridad y destaca aquellos aspectos que tienen que ver con la aventura, entre los que se encuentra la incertidumbre, la novedad e incluso cierta dosis de

sufrimiento. El ecoturismo nos lleva a huir de la estandarización (fordismo), para buscar lo personal y singular (López, 2008), mostrándose así como una forma de estatus superior y de diferenciación sobre la pasividad atribuida a la mayoría del turismo de masas (Fletcher, 2014).

A pesar de que en ocasiones la actividad ecoturística puede generar impactos negativos en la fauna y el medio, algunos estudios presentan datos positivos sobre determinadas actividades ecoturísticas que sí parecen suponer un beneficio para la conservación. De los 251 casos de actividades ecoturísticas estudiados por Krüger (2005), un 63% de los casos estudiados podrían ser clasificados sostenibles. De su estudio se desprende que el ecoturismo solamente es una herramienta de conservación bajo determinadas condiciones, pero que si se cumplen, puede hacer una contribución a la conservación.

En la actualidad, el turismo generado alrededor de los animales salvajes supone entre el 20% y el 40% del turismo a nivel mundial (Moorhouse et al., 2015), lo que da una idea clara de la importancia de esta actividad a nivel global.

El creciente interés por el estado y conservación del medio ambiente en las pasadas décadas ha propiciado el aumento de las actividades turísticas relacionadas con el medio ambiente, especialmente de aquellas que implican una interrelación con los animales en su medio, en oposición a las realizadas con animales cautivos o semicautivos (Reynolds & Brathwaite, 2001). El turismo de observación de fauna salvaje sería un tipo de turismo ecológico (Graburn, 1989) en el que se busca el encuentro con el animal, siendo una actividad no extractiva en la que los humanos se desplazan hasta donde se encuentran los animales. Este tipo de turismo se basa, por tanto, en el acto de ver a los animales (por lo que se diferencia claramente de otro tipo de actividades como la pesca o la caza). Desmond (1999) relaciona el lugar del encuentro con el tipo de experiencia, y distingue así un continuum de experiencias en la visión de los animales que denomina “in-situ” (ecoturismo), “out-of-situ” (zoos) y “in-fake-situ” (shows con animales en los parques temáticos), y que podríamos vincular con un mayor o menor grado de “autenticidad”. De este modo, el ecoturismo se presentaría como la experiencia que implica un mayor grado de autenticidad y realismo.

A pesar de las reticencias hacia el turismo de observación de lobos en su hábitat (o “turismo lobero”, como generalmente se le conoce en España) tanto por parte de la población rural, como por parte de algunos

sectores conservacionistas<sup>5</sup>, algunas investigaciones señalan que la presencia del lobo puede ser una oportunidad económica y una ocasión para potenciar un turismo coherente con los principios de sostenibilidad ambiental (Montag et al., 2005; Espirito-Santo & Freitas, 2012). Espirito-Santo (2007) señala además que el desarrollo de programas ecoturísticos es una solución sugerida tanto por los grupos a favor como en contra del lobo, lo que supone un ejemplo de solución consensuada en la conservación del cánido. Bien gestionado, el turismo de avistamiento de lobos puede ser un buen instrumento para la conservación del animal, ya que, como señalan Fritts, Stephenson, Hayes y Boitani (2003), el futuro del lobo depende en gran medida de cómo sean incorporados en su gestión los valores e intereses económicos de la gente que convive con el animal.

A lo largo de la segunda mitad del s. XX, paulatinamente, fue cambiando tanto la percepción pública como el sentimiento hacia los animales salvajes y, en especial, la fauna más carismática como el lobo (Bruskotter, Schmidt, & Teel, 2007; George et al., 2016). Así, en las últimas décadas del pasado siglo, mucha gente comenzó a experimentar la rápida desaparición de los espacios no humanizados con alarma, y la imagen del lobo se convirtió en un símbolo de lo salvaje<sup>6</sup> y su aullido en una llamada para la conservación (Grambo & Cox, 2005).

En cuanto al perfil del turista que busca el “encuentro” con la fauna salvaje, algunos datos sugieren que no es un tipo de actividad que se vincule con la gente joven (la edad media se situaría en torno a los 42 años), probablemente porque no se trata de un turismo barato, al menos en los destinos del mundo desarrollado (Shackley, 1996). En 1990 un estudio revelaba además que, mientras en las formas extractivas de turismo de fauna salvaje, como la caza, nos encontramos ante una actividad principalmente masculina (90%), en sus formas no extractivas, como en el

---

<sup>5</sup> Como en otras actividades de avistamiento de animales en libertad, existe una amplia preocupación por los efectos negativos del turismo sobre los lobos y el medio (Fritts, et al., 2003; Fernández & Jubete, 2016).

<sup>6</sup> Este es uno de los más relevantes aspectos simbólicos del lobo. Sin embargo, este predador ha sobrevivido en muchas zonas de Europa occidental y Oriente Medio en áreas altamente degradadas alimentándose en buena medida de ganado, carroña y de basuras (Fritts et al., 2003). Paradójicamente, la identificación del lobo (y otros grandes carnívoros) con espacios de naturaleza salvaje, puede influir negativamente en su apreciación, y por tanto en su conservación, ya que, cuando estos animales aparecen en ecosistemas más humanizados, la gente no tiende a pensar en un espacio compartido de coexistencia (López-Bao, Bruskotter, & Chapron, 2017).

avistamiento de fauna, la proporción de sexos es mucho más equilibrada (60% para los hombres) (HLA, Gaia and Cottonwood Consultants, 1990, cit. en Reynolds & Brathwaite 2001, p. 34).

Probablemente, el campo sobre el que más se ha discutido acerca de la observación de fauna salvaje sea el de sus posibles impactos y aspectos negativos. De manera general, algunas de estas críticas son extensivas a cualquier forma de ecoturismo. Así, McLaren (1998), destaca que los “ecoviajes” y otras formas de turismo alternativo son parte de la industria turística de masas global y sus efectos son similares a los del turismo convencional; en muchos casos pueden ser incluso peores, desde el momento que han favorecido un boom del turismo y el desarrollo en regiones frágiles y remotas, precisamente en algunas de las más importantes áreas del planeta desde el punto de vista biológico y cultural. De este modo, el ecoturismo puede ser visto como un ejercicio de poder que puede moldear el mundo natural y las actividades de la gente que vive en él de formas que contradicen algunos de los valores que pregona (West & Carrier, 2004). Por ello, prácticas pretendidamente no extractivas como el avistamiento de ballenas pueden ser entendidas como formas de consumo simbólico e imperialismo cultural postcolonial, que también son causa de la crisis medioambiental global actual (Peace 2005). En esta misma línea, algunos conservacionistas se oponen al turismo de observación de animales y otras formas de ecoturismo porque representan una amenaza para la vida salvaje, especialmente para las especies en peligro: disturbios, atropellos, contaminación y también habituación (Geffroy, Samia, Bessa, & Blumstein, 2015). En este sentido, Moorhouse et al. (2015) demuestran que el turismo basado en los animales salvajes tiene de manera general sustanciales efectos negativos que no son reconocidos por los turistas, por lo que plantean una necesaria información y educación de este tipo de turista así como una mayor regulación de la actividad a nivel global. De hecho, algunas investigaciones sobre el turismo en el que se avista o interactúa con animales han cuestionado que la actividad beneficie su conservación (Silva, 2013), han señalado cómo un importante número de animales son separados de su hábitat natural para disfrute de los turistas (Cohen, 2009) o han denunciado cómo esta actividad ha sido un instrumento fundamental en la expansión y profundización del neoliberalismo a una escala global (Duffy & Moore, 2010).



Los valores de conservación, bienestar animal, satisfacción del visitante y provecho económico a menudo entran en conflicto en el turismo de observación de animales, por lo que es necesario que se establezcan una serie de principios para mitigarlos<sup>7</sup> (Reynolds & Brathwaite, 2001). Así, desde el punto de vista social, Shackley (1996) destaca que a veces, en su afán de maximizar los beneficios, el tipo de negocio que se establece ofrece bajas remuneraciones o pocas oportunidades de empleo para la gente local. Por ello, es conveniente establecer mecanismos de control y de inclusión de la gente local en la actividad, incrementándose de este modo también las posibilidades de éxito en cuanto a la conservación (Krüger, 2005).

Además de que puede fomentar la conservación de los recursos naturales se indica, como aspecto positivo del turismo de observación de fauna, que este puede servir también como un instrumento para educar tanto a los turistas como a la gente local (Chambers, 2010). En esta línea, Newsome et al. (2005) destacan la importancia de las empresas de turismo y guías turísticos para fomentar la concienciación medioambiental entre los turistas y su respeto por la fauna salvaje.

En todo caso, algunos de los aspectos negativos del turismo de observación de animales en su hábitat pueden ser paliados si, como indica Nash (1996), se combaten las presiones para incrementar el volumen del turismo más allá de la capacidad de carga de cada lugar particular. Por ello, más que en ningún otro ámbito del turismo, en la actividad relacionada con la observación de animales en su hábitat es importante una planificación de los objetivos y el límite de la actividad, especialmente teniendo en cuenta que este tipo de turismo va a seguir creciendo de manera considerable (Tapper, Environment Business & Development Group, 2006).

También los turistas de la Culebra manifestaron su confianza en las posibilidades del turismo de avistamiento de lobos para mejorar la economía de la zona y ayudar a la conservación de la especie:

Aspectos positivos de la Culebra hay muchos, en especial es que hay espacios adecuados para verlo sin molestarle o minimizando las molestias en lo posible y hay una infraestructura que reporta

---

<sup>7</sup> En España se ha editado un manual de buenas prácticas para la observación del lobo, el oso y el linco (MAGRAMA, 2015), aunque son significativas las voces que reclaman una regulación más precisa de la actividad.

dinero al paisanaje y que está permitiendo que cambie la actitud de la gente hacia el lobo.

\*\*\*\*\*

Es un sitio tranquilo y aporta dinero.

\*\*\*\*\*

Se tendría que potenciar este tipo de turismo porque la gente de la zona puede salir muy beneficiada, en general, al igual que pasa en otros países, en donde este tipo de turismo está mucho más desarrollado, como EEUU, por ejemplo.

Opinión que también comparten los guías de naturaleza que trabajan en la zona:

I think ecotourism is very, very positive. It brings a lot of money into the economy; people spend it in hotels, diesel, vehicles... They spend money in the bars, in the restaurants, they buy souvenirs... I think it is a very positive aspect<sup>8</sup>.

### III. OBJETIVOS

El turismo de observación de lobos es producto de un creciente interés por el contacto con los animales salvajes en su hábitat por parte de un público básicamente urbano. El objetivo principal de esta investigación ha sido determinar y analizar los significados asociados al lobo en el ámbito del turismo de observación de la especie.

Como objetivos secundarios se han planteado aquí:

- Determinar la posible influencia del turismo en la percepción local del lobo en la zona de estudio.
- Examinar las particulares características de la zona de estudio como lugar de referencia del turismo lobero.

### IV. METODOLOGÍA

---

<sup>8</sup> Pienso que el ecoturismo es muy, muy positivo. Trae mucho dinero a la economía local. It brings a lot of money into the economy; la gente lo gasta en hoteles, gasoil, vehículos... Gastan dinero en bares, restaurantes, compran recuerdos... Pienso que es un aspecto muy positivo.

El presente trabajo forma parte de una investigación más amplia realizada desde una perspectiva antropológica y a través de metodología cualitativa, durante los años 2013-2017. Como técnica de trabajo etnográfico se le ha dado gran peso a la observación participante, fundamentalmente llevada a cabo en los puntos de observación del lobo más importantes de la sierra de la Culebra. Además, se han realizado entrevistas semiestructuradas dirigidas a 100 informantes, tanto locales como visitantes, entrevistándose, además de a los turistas, a habitantes de diferentes localidades, entre los que había agricultores, ganaderos, personal de la Reserva y otras personas involucradas en actividades turísticas, como dueños de restaurantes, alojamientos y guías turísticos. Con alguno de los entrevistados también se llevaron a cabo entrevistas en profundidad. Se ha hecho igualmente seguimiento de noticias en torno al lobo aparecidas en prensa y redes sociales, y se ha asistido a manifestaciones en defensa del lobo como la celebrada en Madrid el 12 de marzo de 2017 con una participación en torno a las 30.000 personas (según fuentes convocantes).

El hecho de convivir y compartir tanto con residentes como con visitantes, en el mismo lugar de avistamiento de lobos, nos ha permitido comprobar la diversidad de opiniones, así como la aceptación de los habitantes locales de una relativamente reciente actividad<sup>9</sup> que empieza a suponer un cierto beneficio económico en el lugar.

En la sierra de la Culebra el lobo supone, a día de hoy, el motivo de la visita del 46% de los clientes que usa alojamientos, con una pernoctación media de 2,18 noches/visita y se estima que el gasto anual mínimo (de alojamiento y manutención) del turismo lobero en la sierra de la Culebra es de unos 440.000 €, con una edad media para el/la turista participante en actividades organizadas de 41 años, un 78,64 % de los cuales tiene estudios universitarios (Talegón et al., 2012).

## V. ANÁLISIS DE RESULTADOS

---

<sup>9</sup> Aunque con anterioridad la actividad de observación de lobos en la sierra de la Culebra habría comenzado de manera incipiente, no es sino hasta finales de los 90 cuando cobra cierta importancia.

Tal y como se ha señalado en otros lugares (Montag et al., 2005), los turistas de observación de lobos, turistas loberos o *wolfwatchers* no constituyen un grupo homogéneo. En nuestro caso, hemos encontrado perfiles muy diferentes: estudiantes, médicos/as, jubilados/as, empresarios/as, biólogos/as, profesores/as, ingenieros/as o tatuadores son algunas de las profesiones de los turistas entrevistados que dan buena cuenta de esta variedad, aunque, de manera muy extendida, comparten un interés por la naturaleza y los animales, así como una visión del lobo como *un animal especial*.

La relevancia cultural del animal suele citarse como uno de los elementos que hacen del lobo un animal carismático y que ha llevado a los turistas hasta la sierra de la Culebra. Así se manifestaban algunos turistas:

El lobo, como todo el mundo que viene aquí, yo creo que es un animal que trasciende su propio contexto biológico y, como el Barça, que es más que un club, es más que un animal, es más que una especie, en el sentido de que tiene un marco mítico-folklórico muy potente, muy vinculado a nuestra cultura [...] Cuando somos pequeños nos cuentan cuentos de lobos, canciones de lobos, el lobo siempre está presente incluso en las ciudades actualmente en Europa; está presente de una forma o de otra, y, por tanto, ver el origen de ese conglomerado sociocultural, verlo vivo y moviéndose, pues es lo que hace que sea especialmente atractivo, más que otros animales que pueden ser igualmente atractivos desde el punto de vista biológico y que nadie les hace caso.

\*\*\*\*\*

Hay un poso cultural. Nuestra cultura está plagada de leyendas y cuentos que hablan del lobo. Desde pequeños oímos hablar del lobo.

\*\*\*\*\*

Entrevistador. -¿Por qué viene la gente a ver lobos?

Turista. -Porque está en el imaginario colectivo. Además es cultural. El lobo siempre ha estado asociado a la supervivencia más extrema entre el hombre y la propia naturaleza, ha sido un competidor tradicional en la explotación ganadera, y eso nos ha llevado hasta nuestros días a que tengamos esa fascinación por esta especie.

Hemos comprobado igualmente, a través de las entrevistas realizadas, cómo en el contexto del turismo de observación del lobo en la sierra de la Culebra el lobo se interpreta como un elemento que restaura la armonía y devuelve su plenitud a la naturaleza. Este discurso, cimentado por numerosos estudios sobre el papel ecológico del animal y difundido a través de reportajes y documentales, es un elemento importante para comprender la evolución en la percepción del lobo: desde un ser malvado a otro colmado de virtudes. El discurso del lobo como sanador de lo natural incide, también, en que sea visto como un animal cargado de un poder especial, como un ser *diferente al resto* de animales.

El turista lobero suele expresar ante la aparición del lobo un sentimiento de plenitud y alegría, una especie de *revelación* que recuerda algunas experiencias religiosas, y que evidencia el marcado carácter simbólico del encuentro. La intensidad de este encuentro es algo “que no se puede explicar” y que deja una impronta que perdura en el tiempo:

Quando ves al lobo en libertad es algo que no se puede explicar, es algo que te recorre el cuerpo... Cuando lo ves por primera vez es como llegar a la meta.

\*\*\*\*\*

El ver lobos en libertad me aporta una enorme emoción.

\*\*\*\*\*

Verlos es uno de los mejores sentimientos. Especialmente su aullido. Te pone la piel de gallina.

\*\*\*\*\*

Me siento... Es la libertad, es lo máximo.

El lobo no solo es percibido entre los turistas como parte de la naturaleza, yendo incluso más allá, podríamos decir que el lobo encarna la propia naturaleza como un todo. Para algunos turistas es “la naturaleza” o “la quintaesencia de todos los valores de la defensa del medio ambiente”:

Una naturaleza sin el lobo es una naturaleza incompleta. El lobo tiene todo. Llena de contenido donde está.

\*\*\*\*\*

Es el círculo, ¿no? Un sitio en el que hay lobo es en donde está todo, digamos, en su lugar en la naturaleza.

El lobo como símbolo de conservación remite también a la sociedad humana y a su necesidad de cambio y regeneración. Por ello

implica el rechazo de un tipo de organización social que se aleja de la naturaleza, posibilitando así la extracción ilimitada de sus recursos y su contaminación, presentándose como un elemento de contraposición a los valores consumistas y al egoísmo. El símbolo del lobo para el turista lobero remite también a formas alternativas de relación basadas en principios como la libertad y la lealtad. El lobo se presenta de esta forma como un ejemplo moral para la regeneración de nuestra vida personal, familiar y social. Uno de los guías de naturaleza entrevistado, ferviente admirador del animal manifestaba: “El lobo es un animal íntegro. El ser humano no es íntegro, destruye la naturaleza. Es un ser egoísta.”

En algunos casos, el animal también es interpretado como un ser con cualidades superiores a las humanas y, por lo tanto, adquiere algunos rasgos propios de la divinidad: incognoscibilidad, sabiduría, pureza, bondad, etc. El lobo se asocia igualmente por este mismo motivo con lo misterioso y la magia, con formas de conocimiento más allá de la razón que nos conectan con realidades usualmente al margen de nuestra experiencia cotidiana, en una visión de clara influencia romántica: Así se manifestaban algunos de nuestros informantes: “El lobo es lo más secreto del lugar que habita”; “El lobo conecta con una parte muy pura de ti mismo que tenías olvidada. Es un animal mágico.”

Entre los motivos que se pueden señalar para que la sierra de la Culebra se haya convertido en un lugar de referencia del turismo en la observación de lobos, se encuentran la existencia de guardería y vigilancia o que, desde el punto de observación principal, se controla un valle de gran extensión cuya distancia con respecto a los sitios donde suele aparecer el lobo es bastante prudente. Uno de los guías de las empresas que operan en la zona, al ser preguntados sobre las ventajas que ofrece la sierra de la Culebra para la observación de lobos, destacaba:

Excepcionales. Especialmente para el lobo. Sobre todo en el lugar en el que nos encontramos. Principalmente porque mantiene distancias adecuadas sobre la especie y la fauna en general sin que se les ocasionen molestias. Son distancias mínimas de un kilómetro o kilómetro y medio que establecen países como Estados Unidos que llevan regulando el ecoturismo hace mucho tiempo y que permite que esta actividad ocasione el menor impacto posible sobre la fauna.

El hecho de que este espacio haya llegado a convertirse en la meca del turismo lobero en España, supone que la sierra de la Culebra se presenta como un espacio “mítico” y “auténtico” en el imaginario del colectivo pro-lobo. Algunos de los autores que relatan sus experiencias con lobos en *Encuentros con Lobos* (Hernández, 2016) dicen que es “la tierra de lobos por excelencia de nuestro país” (p. 190), hablan de ella como “la legendaria sierra de la Culebra” (p. 195) o comentan que “esos valles y esos pueblos están impregnados del espíritu del lobo” (p. 213). La sierra de la Culebra es, en este sentido, algo más que una referencia. Para muchos turistas de observación de lobos es un lugar de encuentro con connotaciones mágicas, un lugar de *peregrinación*.

Otro de nuestros hallazgos ha sido comprobar cómo en las últimas décadas se ha dado una mayor aceptación del carnívoro entre los habitantes de la sierra de la Culebra, tanto por su aprovechamiento cinegético (Vicente, Rodríguez, & Palacios, 2000), como a través del turismo de observación de lobos (Talegón, Ferrández, García-Sánchez, & Almarcha, 2016), además del sistema de indemnización de daños establecido y una menor actividad ganadera que en el pasado. Así, por ejemplo, algunos de los turistas entrevistados se sorprendían de que en esta zona se pudiesen manifestar abiertamente a favor del lobo sin que por ello se sintiesen rechazados. En esta línea y lejos de la polarización que suelen reflejar los medios de comunicación entre visiones rurales y urbanas del lobo, la realidad en la sierra de la Culebra se presenta como un mosaico mucho más complejo. Así se expresaba a favor del lobo una informante local:

Entrevistador. -¿Usted está orgullosa de que haya lobos, o piensa “ojalá no los hubiera”?

Informante.-Yo le tengo mucho miedo al lobo, pero me gustaría que hubiera más porque es un animal... A ver, el lobo no ataca a nadie, a mí me da miedo... por ¡yo qué sé!, pero me gustaría que hubiera más. El otro día lo vimos allá arriba en el alto.

Entrevistador. -¿Y si le dijeran que ha desaparecido aquí también como en otras partes de España?

Informante. -A mí me daría mucha pena que desapareciera.

En nuestro trabajo, de los seis ganaderos entrevistados, dos jubilados y cuatro en activo, tan solo uno se manifestó claramente en contra del lobo: “Si desapareciera de la sierra yo estaría conforme”, mostrando cuatro de ellos una actitud ambivalente de rechazo, respeto y

admiración, y manifestándose uno favorablemente sobre el animal. Uno de los factores que hay que tener en cuenta en este hecho es que los pastores de la Culebra han convivido desde siempre con los lobos y tradicionalmente han mantenido una serie de medidas en el manejo del ganado para prevenir sus ataques por lo que, a pesar de algunas bajas, no se suelen dar en estas tierras las temidas lobadas, en las que muere un número elevado de animales:

A mí no me ha hecho muchos ataques; una que a lo mejor ha quedao a parir, una que a lo mejor pues estaba mala y se quedó atrás, pero a mí una lobada grande a mí nunca me ha hecho. ¿Matarme a mí ovejas el lobo? Yo no he tenido problema ninguno. Y que ya te digo, he tenido unos perros muy buenos, unos mastines que en cuanto les da un poco en la nariz, pronto lo dominan, ya no se acerca el lobo.

\*\*\*\*\*

Hemos vivido toda la vida con él y tenemos medidas para evitarlo, aunque eso no evita que podamos tener pérdidas.

Para las gentes de la sierra de la Culebra, inmersos en un lento y agónico proceso de despoblación y envejecimiento, el lobo es hoy más una esperanza que un problema. La identificación de la zona con los lobos habría generado rechazo en otros momentos del pasado; hoy, sin embargo, “Tierra de lobos” en un eslogan turístico que en diferentes lugares pretende atraer un tipo de turismo vinculado al animal, se ofrecen diferentes itinerarios bajo el epígrafe de “rutas loberas”, o se aprovecha la imagen del depredador para vender camisetas, pegatinas, figuritas y otros productos.

Algunos empresarios turísticos de la zona tienen una opinión muy positiva del lobo y no solo lo ven como un elemento de desarrollo turístico para la zona:

Entrevistador. -¿Qué valores son esos que uno identifica con un lobo?

Informante. -Sobre todo el valor de la supervivencia, el valor de la prudencia y el valor de la valentía que tiene el lobo. Son tres grandes valores. Que a pesar de haber sido perseguido, que a pesar de ser odiado, a pesar de ser el demonio, ahí está, ha sobrevivido y se ha ganado la supervivencia a pulso.



Por último, es necesario especificar que este animal es legalmente una especie cinegética en la sierra de la Culebra, al igual que sucede en toda la superficie de la Comunidad Autónoma de Castilla y León situada al norte del río Duero. Según dispone el plan de caza de la Reserva, los Ayuntamientos que la integran disponen de la captura controlada de varios lobos al año, cuyo cupo es establecido anualmente y cuyos derechos de caza son subastados. La subasta anual de un cupo de lobos viene siendo muy contestada por turistas, diferentes colectivos ecologistas y de defensa del lobo, y ha creado cierta controversia a nivel local, básicamente entre empresas y turistas de observación de lobos, por un lado, y el colectivo de cazadores y observadores, los guardas del parque y parte de la población local, por otro. La puesta en escena de dichas tensiones se amplifica y desarrolla, principalmente, en foros de internet, redes sociales, prensa y otros medios de comunicación, y ejemplifican a nivel local tensiones similares entre diferentes grupos anti-lobo y pro-lobo a nivel nacional y global. Además, las discusiones sobre la caza o no del lobo en la sierra de la Culebra, manifiestan, entre otras cuestiones, la confrontación por la definición de un espacio y su uso, unas tensiones en las que el colectivo de turistas, tanto el basado en la caza como en la observación de lobos, juegan un papel importante. Para ambos colectivos la sierra de la Culebra es un lugar de referencia, y en el caso del lobo entran en colisión los usos del territorio de unos y de otros. De manera general, hay una clara posición anti-caza del lobo entre el colectivo de turistas, que se fundamenta en su interés por un consumo del lobo no cruento que respete la vida del animal y en la concepción del espacio como un lugar de contemplación y ocio no extractivo. Al tiempo se argumenta que no es ética la caza del lobo y se aportan también justificaciones económicas que destacan cómo el lobo es un recurso que produce más beneficios vivo que muerto. No obstante, también hubo turistas loberos que manifestaron una posición ambigua en cuanto a la caza del lobo en la sierra de la Culebra: “Estoy en contra de que se cace al lobo, pero el hecho de que se maten seis o siete lobos aquí, de alguna manera, aplaca un poco a la gente de la zona.”

La inauguración del Centro del Lobo en Robledo (Puebla de Sanabria) el 19 de octubre de 2015, ofrecía la oportunidad de poder comparar la diferente conceptualización del lobo en libertad y enclaustrado. El Centro del lobo de Robledo se plantea como centro turístico, como refugio o santuario para lobos que no podrían vivir en libertad, así como centro de educación sobre el animal. También se ha

destacado que es un instrumento para orientar y regular el turismo de observación del lobo en la sierra de la Culebra, para poner en valor todo el patrimonio cultural existente en torno a la especie, y dar un impulso a la economía local (Franco & Santiago, 2009). Además de proporcionar algunos puestos de trabajo, ha contribuido a desestacionalizar la llegada de visitantes, normalmente centrada en los meses de verano (Rodríguez, Casas, & Palacios, 2017).

A diferencia de lo que ocurre en el Centro de Robledo, la observación del lobo en la sierra de la Culebra se produce con el animal en libertad en su hábitat natural, y esto hace la experiencia cualitativamente diferente de ver al animal enclaustrado (Mullan & Marvin, 1999). El lobo, privado de libertad, pasa aquí a ser representado por el observador de manera muy diferente y queda en gran medida desprovisto de su carga simbólica. Estas fueron algunas de las respuestas de los turistas de observación del lobo cuando se les preguntó en la sierra de la Culebra por qué preferían verlo en libertad cuando podían verlo fácilmente en un zoo o en un centro como el de Robledo:

Because I'm with them. I mean in a zoo we are separate. I like to feel in a place where the animals are with me, so there is no separation<sup>10</sup>.

\*\*\*\*\*

Incomparable, es incomparable. El etograma del lobo aquí no tiene nada que ver con la... Yo el otro día vi dos lobos persiguiendo un jabalí; esto ya me dirás en un zoo... Están llenos de estereotipias.

\*\*\*\*\*

Porque en libertad son animales, en un zoo casi da pena. Porque les ves cumplir su función. Me gusta verlos en el ambiente y la relación de los animales con el ambiente, en conjunto de las especies. Ver un animal en un zoo es como ver una pieza de un puzzle y dices, vale. Y cuando sales al monte vas juntando las piezas y vas interpretando las cosas, interpretándote a ti mismo también como pieza del puzzle.

\*\*\*\*\*

Los animales en los zoos no son animales felices.

\*\*\*\*\*

---

<sup>10</sup> Porque estoy con ellos. Quiero decir, en un zoo estamos separados. Me gusta sentirme en un lugar donde los animales están conmigo. Por lo tanto, no hay separación. (Ent. 19)

Porque en un zoo no son animales de verdad.

En una charla informal con un turista, al ser preguntado por el centro del lobo de Robledo que acababa de visitar, me enseñó unas fotos con lobos realizadas en este centro y comentó: “Son unas fotos de concurso, pero son lobos de mentira”.

Esta *falsedad* contrasta con la experiencia *auténtica* de verlo en libertad, tal y como ocurre en otros lugares; también en el Lamar Valley de Yellowstone la mayoría de visitantes destaca la autenticidad de la experiencia, por contraste a lo que ocurre en un zoo (Montag et al., 2005). El lobo, símbolo de lo salvaje, es bajo el dominio humano un animal muy distinto para sus observadores, quedando conceptualizado como un lobo falso, en cuanto que es un signo sin significado al carecer del contexto que da sentido a su interpretación. De esta manera, el encuentro con el animal queda desvinculado de sus valores simbólicos, que son los que generan en el observador de lobos en libertad su fascinación por el animal, y de ahí que la experiencia usualmente no provoque la descarga emocional que suele conllevar el avistamiento del lobo en libertad.

## VI. CONCLUSIONES

En la última mitad del s. XX, la despoblación rural en Europa ha propiciado la reforestación de muchas zonas y la vuelta del lobo a antiguos lugares de donde había desaparecido. En un contexto de contaminación global, es esta una imagen de restauración ecológica substancialmente valiosa para buena parte de la sociedad.

El turismo lobero, a pesar de su variedad, es una actividad llevada a cabo mayoritariamente por residentes urbanos motivados principalmente por el simbolismo positivo del predador, ámbito en el que esta imagen positiva se hacen bien patente: el lobo es equivalente de una naturaleza *plena* y que resiste ante la *contaminación* y destrucción provocada por los seres humanos. Hoy en día, el lobo no es solo un animal carismático, es mucho más para la mayoría de turistas que buscan verlo en libertad. Es también un animal que ejerce un gran poder de atracción dada su relevancia cultural. Los turistas suelen vincular la experiencia de ir a ver lobos con la autenticidad y la magia.

Para el turista lobero el lobo es *algo más que un animal*; a través de su visión, se busca el consumo de los significados positivos que se le

asocian, significados que se refieren al mundo natural, a la sociedad humana y al mundo espiritual. El lobo como símbolo se construye sobre un discurso político y moral: se precisa una nueva sociedad en armonía con la naturaleza, por lo que son necesarios valores que promuevan el respeto a los animales salvajes, así como una concienciación de la interconexión de todos los seres vivos.

El lobo es visto hoy en la Culebra más como una oportunidad que como un inconveniente para una zona especialmente necesitada de mayores oportunidades económicas, dado que es un lugar con un serio problema de despoblación y envejecimiento poblacional. El turismo lobero es, así, un elemento sobresaliente en la transformación de un espacio que comienza a ser percibido como un lugar postproductivista de ocio y recreación.

La sierra de la Culebra es actualmente un lugar emblemático, tanto para cazadores que desean abatir un lobo como para los amantes del animal que buscan su observación, circunstancia que genera incomodidad y rechazo entre la mayoría de turistas loberos, por lo que este puede ser un factor que limite la consagración de la zona como una referencia europea en el turismo de observación de los lobos, especialmente si ambas actividades coinciden en el mismo tiempo y lugar.

Del trabajo realizado con los habitantes de la zona se desprende que la actividad de observación de lobos puede ser, bien regulada, una herramienta eficaz para la conservación del animal, así como del medio, además de una relevante fuente de ingresos.

## VII. REFERENCIAS.

- Baker, Steve (1993). *Picturing the beast: Animals, identity, and representation*. Manchester: Manchester University Press.
- Bertella, Giovanna (2011) Wildlife Tourism and Natural Sciences Knowledge: Challenges and Critical Factors. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(1), 97-114, Doi: 10.1080/15022250.2011.540794
- Blanco, Juan Carlos, Cuesta, Luis, & Reig, Santiago (1990). El lobo en España: Una visión global. En J.C. Blanco, L. Cuesta & S. Reig (Eds.), *El lobo (Canis lupus) en España. Situación*,

- problemática y apuntes sobre su ecología* (pp. 69-93). Madrid: Icona.
- Bruskotter, Jeremy. T., Schmidt, Robert H., & Teel, Tara L. (2007). Are attitudes toward wolves changing? A case study in Utah. *Biological Conservation*, 139, 211-218. Doi:10.1016/j.biocon.2007.06.016
- Chambers, Erve (2010). *Native tours: The anthropology of travel and tourism*. Long Grove, IL: Waveland Press.
- Cohen, Erik (2009) The Wild and the Humanized: Animals in Thai Tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20(1), 100-118. Doi: 10.1080/13032917.2009.10518898
- Coleman, Jon T. (2004). *Vicious: Wolves and men in America*. New Haven: Yale University Press.
- Desmond, Jane (1999). *Staging tourism: bodies on display from Waikiki to Sea World*. Chicago, University of Chicago Press.
- Duffy, Rosaleen, & Moore, Lorraine (2010). Neoliberalising Nature? Elephant-Back Tourism in Thailand and Botswana. *Antipode*, 42, 3, 738-762. Doi: 10.1111/j.1467-8330.2010.00771.x
- Espirito-Santo, Clara. (2007). *Human dimensions in Iberian wolf management in Portugal: Attitudes and beliefs of interest groups and the public toward a fragmented wolf population*. Unpublished master thesis, Geography Department, Memorial University of Newfoundland, Canada.
- Espirito-Santo, Clara. & Freitas, S. (2012). *O papel do ecoturismo na conservação do lobo-ibérico em Portugal*. Resúmenes del III Congreso Ibérico del lobo. Lugo.
- Fernández, Alberto, & Jubete, Fernando (2016). Más presión para una especie ya perseguida. *Quercus*, 364, 52-54.
- Fletcher, Robert (2014). *Romancing the wild: Cultural dimensions of ecotourism*. Durham & London, Duke University Press.
- Franco, Francisco Javier., & Santiago, José Luis (2009). El centro temático del lobo ibérico de Puebla de Sanabria: Un ejemplo de ecoturismo y desarrollo sostenible. En C. Iglesias (Coord.), *Ecología del paisaje y seguimiento ambiental: Feedback en materia ambiental* (pp. 151-163). Madrid: Ecopás.
- Fritts, Steven H., Stephenson, Robert O., Hayes, Robert. D. & Boitani, Luigi. (2003). Wolves and Humans. En L. David Mech &

- Luigi Boitani (Eds.), *Wolves: Behavior, ecology, and conservation* (pp. 289-316). Chicago: University of Chicago Press.
- Geffroy, Benjamin, Samia, Diogo S. M., Bessa, Eduardo, & Blumstein, Daniel T. (2015). How Nature-Based Tourism Might Increase Prey Vulnerability to Predators. *Trends in Ecology & Evolution*, 30(12), 755–765. Doi:10.1016/j.tree.2015.09.010
- Graburn, Nelson H. (1989). Tourism: The Sacred Journey. En Valene L. Smith (Ed.) *Hosts and guests: The anthropology of tourism* (pp. 21-36). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Gragera, Francisco (2001). *El legado del lobo*. Mérida: Ed. Regional de Extremadura.
- Grambo, Rebecca & Cox, Daniel J. (2005). *Wolf: Legend, enemy, icon*. Richmond Hill, Ont: Firefly Books.
- Gutiérrez, A. V. (2005). *El lobo ibérico en Andalucía: historia, mitología, relaciones con el hombre*. Cazorla (Jaén): Fundación Gypaetus.
- Hernández, Víctor J. (Ed.) (2016). *Encuentros con lobos*. Almenara (Castellón): Ed. Tundra.
- Hidalgo, Sara (2008). Evolución demográfica de un territorio olvidado. *XXXIV Reunión de Estudios Regionales y X Congreso de la Asociación Andaluza de Ciencia Regional*. Baza: Asoc. Española de Ciencia Regional.
- Kellert, Stephen R. (1994) Attitudes, knowledge and behaviour toward wildlife among the industrial superpowers. En A. Manning & J. Serpell (Ed.), *Animals and human society: Changing perspectives* (pp. 166-187). London: Routledge.
- Krüger, Oliver (2005). The role of ecotourism in conservation: panacea or Pandora's box? *Biodiversity and Conservation*, 14 (3), 579-600. Doi: 10.1007/s10531-004-3917-4
- Lescureux, Nicolas (2006). Towards the necessity of a new interactive approach integrating ethnology, ecology and ethology in the study of the relationship between kyrgyz stockbreeders and wolves. *Social Science Information/Information Sur Les Sciences Sociales*, 45(3), 463-478. Doi:10.1177/0539018406066536

- López, Jordi (2008). El turismo ornitológico en el marco del postfordismo, una aproximación teórico-conceptual. *Cuadernos de Turismo*, 21, 85-111.
- López-Bao, Jose Vicente, Bruskotter, Jeremy, & Chapron, Guillaume (2017). Finding space for large carnivores. *Nature Ecology & Evolution*, 1(5), 0140. Doi:10.1038/s41559-017-0140
- MAGRAMA (Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente) (2015). *Buenas prácticas para la observación de oso, lobo y lince en España*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Descargado de [http://www.mapama.gob.es/es/biodiversidad/temas/conservacion-de-la-biodiversidad/observacion\\_osoloboylince\\_tcm7-402736.pdf](http://www.mapama.gob.es/es/biodiversidad/temas/conservacion-de-la-biodiversidad/observacion_osoloboylince_tcm7-402736.pdf) (1-10-2016).
- Mariño, Xosé Ramón (1997). Lobos, lobas e lobishomes. Vigo: Edicións do Cumio.
- Martín, María Asunción, Lozano, María José, González, María Victoria (2003). Los espacios protegidos como factor de localización del turismo rural en Castilla y León. *Serie Geográfica*, 11, 177 – 190.
- McLaren, Deborah (1998). *Rethinking tourism and ecotravel: The paving of paradise and what you can do to stop it*. West Hartford, Conn., USA: Kumarian Press.
- Mech, L. David (1995). The Challenge and Opportunity of Recovering Wolf Populations. *Conservation Biology*, 9(2), 1-9. Doi: 10.1046/j.1523-1739.1995.9020270.x
- Montag, Jessica M., Patterson, Michael E., & Freimund, Wayne A. (2005) The Wolf Viewing Experience in the Lamar Valley of Yellowstone National Park. *Human Dimensions of Wildlife: An International Journal*, 10(4), 273-284. Doi: 10.1080/10871200500292843
- Moorhouse, Tom P., Dahlsjö, Cecilia A., Baker, Sandra E., D'Cruze, Neil C., & Macdonald, David W. (2015). The Customer Isn't Always Right. Conservation and Animal Welfare Implications of the Increasing Demand for Wildlife Tourism. *PloS One*, 10(10): e0138939. Doi:10.1371/journal.pone.0138939
- Mullan, Robert & Marvin, Garry (1999). *Zoo culture*. Urbana: University of Illinois Press.

- Nash, Dennison (1996). *Anthropology of tourism*. Kidlington, Oxford: Pergamon.
- Newsome, David, Dowling, Ross K., & Moore, Susan A. (2005). *Wildlife tourism*. Clevedon: Channel View Publications.
- Peace, Adrian (2005). Loving Leviathan: The discourse of Whale-watching in Australian Ecotourism. En John Knight (Ed.), *Animal in Person. Cultural perspectives on Human-Animal intimacies*. (pp. 191-210). Oxford: Berg
- Reloba, Raúl (2014). *Etnografía de la comarca de Sanabria-Carballeda: Economía, cambio social y desarrollo*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Reynolds, Paul C., & Brathwaite, Dick (2001). Towards a conceptual framework for wildlife tourism. *Tourism Management*, 22, 1, 31-42.
- Rodríguez, Mariano J., Casas, Víctor, Palacios, Jesús (2017). *Analysis of the influx of visitors to the iberian Wolf center of Castilla y León*. Resúmenes del International Congress Wolf Management and Conservation in North America and Europe. An unresolved conflict. Robledo de Sanabria (Zamora, España).
- Shackley, Myra L. (1996). *Wildlife tourism*. London: International Thomson Business Press.
- Schänzel, Heike A. & McIntosh, Alison J. (2000) An Insight into the Personal and Emotive Context of Wildlife Viewing at the Penguin Place, Otago Peninsula, New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 36-52. Doi: 10.1080/09669580008667348
- Silva, Luis (2013). How ecotourism works at the community-level: the case of whale-watching in the Azores. *Current Issues in Tourism*, 18(3), 196–211. Doi:10.1080/13683500.2013.786027
- Skibins, Jeffrey (2015). Ambassadors or Attractions? Disentangling the Role of Flagship Species in Wildlife Tourism. En Kevin Markwell (Ed.), *Animals and tourism: Understanding diverse relationships* (pp. 256-273). Bristol, UK: Channel View Publications.
- Suzuki, Yuka (2007). Putting the lion out at Night: Domestication and the Taming of the Wild. En Rebecca Cassidy & Molly Mullin



- (Ed.), *Where the wild things are now: Domestication reconsidered* (pp. 229-247). Oxford: Berg.
- Talegón, Javier, Espírito-Santo, Clara, García, Sergi, Martín, María, de la Peña, Esteban, & Santiago, José Luis (2012). El (eco)turismo de lobos en la Península Ibérica; una aproximación al caso de la Reserva Regional de Caza «Sierra de la Culebra», Zamora. Resúmenes del III Congreso Ibérico del lobo. Lugo.
- Talegón, Javier, Ferrández, Trinitario, García-Sánchez, Alberto, & Almarcha, Francisco. (2016). Percepción del lobo en dos localidades de la sierra de la Culebra (NO. De España) con y sin turismo lobero. Resúmenes del IV Congreso internacional del lobo ibérico. Castelo Branco (Portugal).
- Tapper, Richard, & Environment Business & Development Group (2006). *Wildlife Watching and Tourism: A study on the benefits and risks of a fast growing tourism activity and its impacts on species*. Bonn: UNEP - CMS. Descargado de [http://www.cms.int/sites/default/files/document/ScC14\\_Inf\\_08\\_Wildlife\\_Watching\\_E\\_0.pdf](http://www.cms.int/sites/default/files/document/ScC14_Inf_08_Wildlife_Watching_E_0.pdf) (12-08-2017).
- Vázquez, Víctor M. (2004) *Historia natural y cultural del lobo (Canis lupus Linnaeus, 1758) en el principado de Asturias*. Oviedo: Real Instituto de Estudios Asturianos.
- Vicente, José Luis, Rodríguez, Mariano & Palacios, Jesús (2000). Gestión del lobo ibérico (*Canis lupus signatus* Cabrera, 1907) en la Reserva Regional de Caza “Sierra de la Culebra” (Zamora). *Galemys* 12, 181-199.
- West, Paige & Carrier, James (2004). Ecotourism and authenticity: Getting away from it all? *Current Anthropology*, 45(4), 483–498. Doi:10.1086/422082