

La Dimensión Ambiental de la Planificación Turística: Una Nueva Cultura para el Consumo Turístico

* J. Fernando Vera Rebollo

Resumen:

El artículo plantea la necesidad de incorporar medios e instrumentos de carácter corrector o, en su caso, preventivo, que coadyuven a reducir e incluso a suprimir el riesgo que acarrea una falta de programación en los desarrollos turísticos y en las actuaciones a implementar sobre los mismos, cuya ausencia puede llegar a producir, como es ampliamente reconocido, efectos devastadores con un elevado coste de reposición. En resumen, se aborda la importancia que precisamente tiene la planificación turística y la evaluación de los efectos ambientales para la conservación del entorno y la corrección de los impactos negativos asociados a la evolución de la actividad turística en el territorio.

Papers de Turisme, 10, pp. 23-39, 1992

*Fernando Vera es Catedrático de Análisis Geográfico Regional y Director del Master en Turismo de la Universidad de Alicante.

La Dimensión Ambiental de la Planificación Turística: Una Nueva Cultura para el Consumo Turístico

* J. Fernando Vera Rebollo

1. El Incremento Continuo del Movimiento Turístico y los Objetivos de Crecimiento Económico

El movimiento turístico, cuyo proceso de crecimiento ha sido constante desde finales del decenio de los cincuenta, genera en la actualidad una dinámica económica superior a la del resto de sectores con proyección comercial internacional; de manera tal que la llamada industria del turismo y los viajes se configura como la más importante del mundo, caracterizada por el incremento de los flujos de visitantes a escala internacional. Distintos indicadores, como el volumen de desplazamientos y los ingresos que suponen en la balanza de pagos de los países y regiones receptoras confirman este papel⁽¹⁾. De este modo, si se atiende al número de viajeros internacionales, que aumenta desde 25 a 240 millones entre 1945 y 1977 y llega a alcanzar la cifra de 415 millones en 1990, las cifras definen un fenómeno muy amplio, que alcanza otros campos, además del económico.

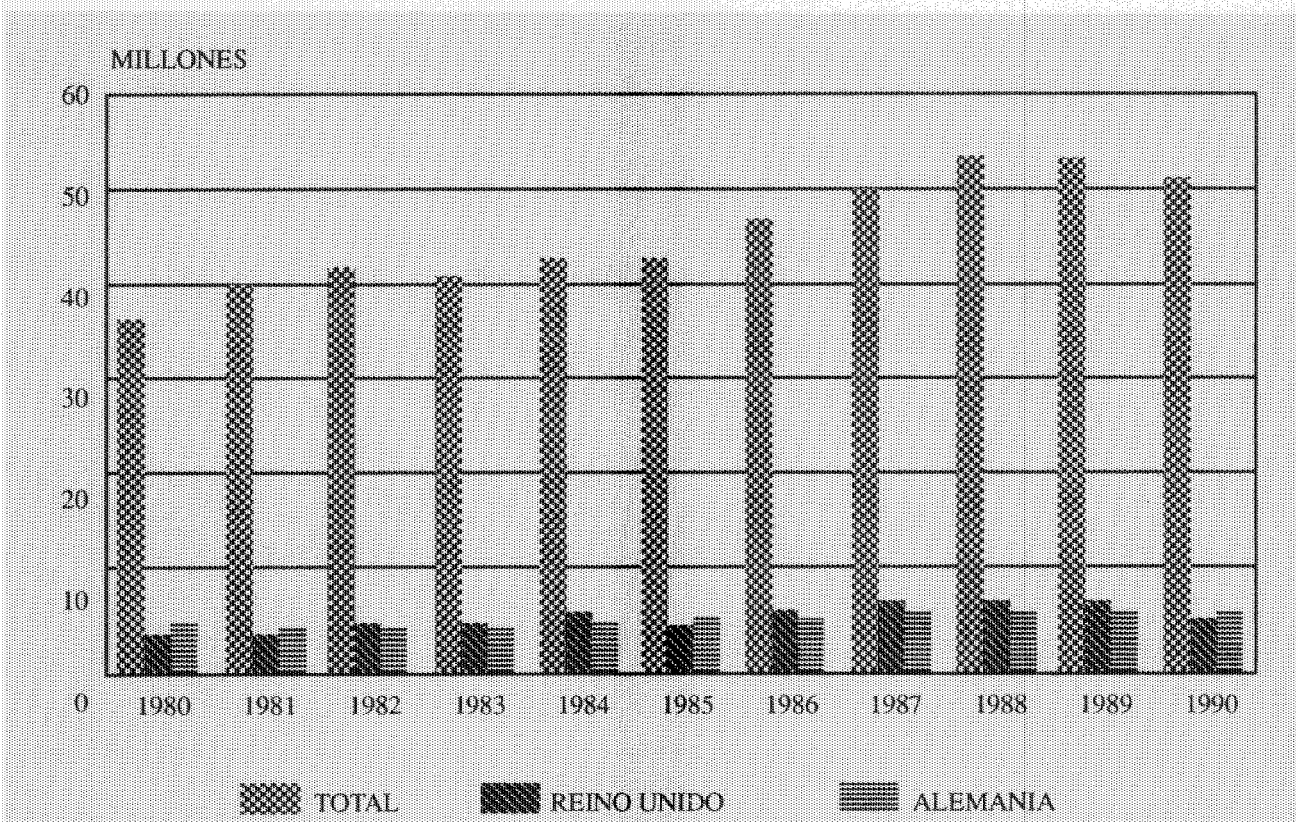
Pero las razones básicas que justifican el impulso dado por los Estados a este incremento continuado de los viajes y, por ende, de la actividad turística, se centran en objetivos de política económica, ya que el turismo permite obtener divisas que contribuyen a paliar el déficit crónico de las balanzas comerciales de países en vías de desarrollo o incluidos en el grupo del subdesarrollo, al tiempo que un proceso de apertura al exterior tiene indudables consecuencias en la transformación de las estructuras sociales de las áreas receptoras. Por tanto, se antepone una valoración del

turismo por su contribución al sistema económico, que lleva a priorizar tales objetivos y condiciona el olvido de otras implicaciones derivadas del desplazamiento de turistas, como son las de tipo ambiental, social y cultural⁽²⁾; e incluso se margina la consideración misma del turismo como verdadera actividad estratégica, por sus efectos de arrastre en el sistema económico, que trascienden la idea de un simple factor compensador de la balanza comercial.

Algunos ejemplos, como el caso de España, situada en el tercer puesto mundial en cuanto a recepción de afluencia turística, pueden dar cuenta del peso de esta actividad, que alcanza una participación del 8'09% del PIB nacional (sin considerar efectos multiplicadores e inducidos) y genera 1.421.200 puestos de

trabajo; mientras que la relación entre ingresos por turismo y déficit comercial se cifra en el 57'4%, ya que las entradas de divisas por este concepto superaron en 1990 los 18.000 millones de dólares. Aunque, paralelamente a esta contribución económica y al liderazgo de su papel receptor, España es un buen ejemplo del turismo como actividad infravalorada en el contexto de su estructura económica y, sobre todo, de la ausencia de una preocupación, tanto de las administraciones como de los agentes privados, por las enormes consecuencias de la implantación territorial, de la afectación en el entorno y de la necesidad de renovar y adecuar la oferta a nuevos escenarios, con un criterio de desarrollo continuado y equilibrado. Algo que sólo desde los últimos años, coincidiendo con el agotamiento del modelo tradicional de

Gráfico 1: Visitantes extranjeros llegados a España 1980 -1990 (en millones)



Fuente: Secretaría General de Turismo. Elaboración propia

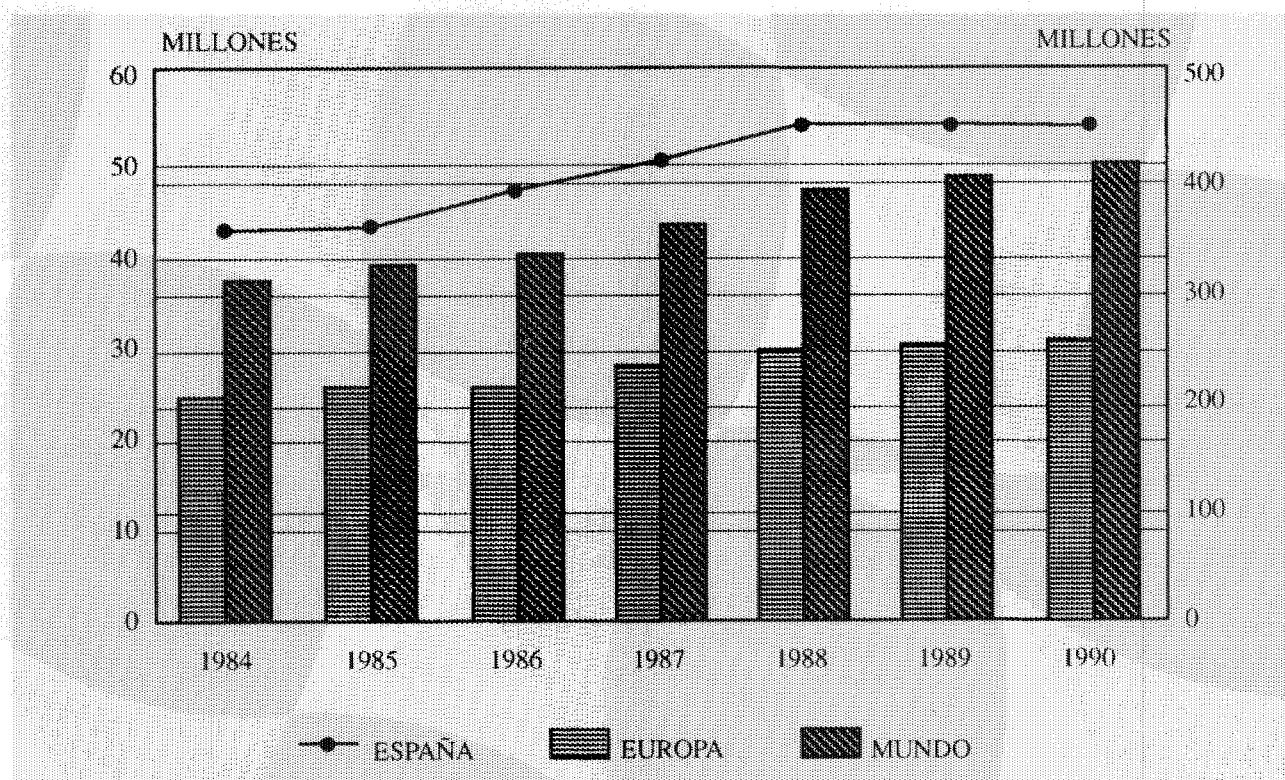
afluencia turística, está empezando a cambiar.

Es evidente que el ansia por incrementar el número de turistas ha centrado las preocupaciones, sin que existiera una voluntad de conciliar intereses conflictivos o por conocer previamente el impacto futuro de esta actividad. Los mismos objetivos económicos de la administración y de los agentes sociales actuantes, especialmente los operadores internacionales, se han destinado exclusivamente a promover el crecimiento del turismo, pero no su ordenación. Con ello se manifiestan los efectos negativos, como el impacto territorial, la estacionalidad y sobrecarga de zonas costeras y de áreas de montaña, la competencia y monopolio del turismo sobre otras actividades, la alteración de comportamientos y pautas sociales y

valores culturales, entre otras transformaciones estructurales de las áreas afectadas⁽³⁾, cuyos resultados permiten hoy cuestionar una buena parte de los modelos de implantación del turismo en regiones receptoras.

En este orden de efectos territoriales, ambientales y culturales, es importante saber que, tras la fase expansiva del turismo, como logro del tiempo de ocio, desde la década anterior empiezan a advertirse cambios en las tendencias de la demanda⁽⁴⁾ que, entre otros temas, suponen la afirmación de las especificidades en los viajes de ocio y el auge del paradigma ambiental, contribuyendo a sobrevalorar los aspectos ignorados del atractivo turístico.

Gráfico 2: Evolución de la posición de España en el turismo internacional, 1984 - 1990



Nota: El eje Y de la izquierda hace referencia a los valores para España
Fuente: *World Travel and Tourism Review*, I, 1991, y elaboración propia

En consecuencia, las áreas que han malgastado sus recursos naturales, sobre la base de estrategias de crecimiento continuado de la oferta de plazas de alojamiento, tienen hoy menos posibilidades de competir en el escenario internacional del turismo, ya que el medio ambiente -en su acepción global físico-ecológica y social- será el elemento nuclear de la planificación del turismo, hasta tal punto que la competitividad de las áreas turísticas en el futuro, salvo la que se fundamenta exclusivamente en precios bajos, se basará en la calidad ambiental que éstas sean capaces de ofrecer⁽⁵⁾.

2. Efectos del Crecimiento del Turismo en el Medio Ambiente

De entre los efectos ignorados del turismo que, en el momento actual y hacia el futuro, se presentan como fundamentales, el medio ambiente y en especial su acepción físico-ecológica, es una de las claves a analizar, aunque la toma de conciencia sobre el problema es relativamente reciente. Es en Manila, en 1980, cuando se realiza una declaración donde se señala la importancia de los recursos turísticos “constituidos a la vez por espacio, bienes y valores”, advirtiendo los problemas de la degradación y uso incontrolado de los mismos, especialmente en el caso de los recursos naturales, que se reconocen como el atractivo esencial del turismo, junto con los valores históricos y culturales⁽⁶⁾.

La relación que se establece entre las actividades turísticas y el medio ambiente deriva de la misma definición del turismo, en cuanto supone el traslado y alojamiento de un gran volumen de personas, hecho que supone el incremento de los sistemas de transporte y

el montaje de una verdadera industria para la acogida de visitantes, estrechamente relacionada con el proceso de urbanización. Así, el incremento de los visitantes turísticos, referido anteriormente, no puede pasar desapercibido en las áreas receptoras y alcanza situaciones críticas en regiones donde se combinan la fragilidad de los recursos y el elevado número de turistas que se concentran; es el caso del Mediterráneo, principal región turística del mundo, que absorbe alrededor de un 35% del turismo mundial y que ha pasado de 58 millones de visitantes en 1970 a más de 117 en 1986, señalándose unas previsiones optimistas que rondan los 400 millones para el año 2000.

Estas cifras de movilidad implican necesidades profundas de transformación de las estructuras económicas, sociales, culturales y territoriales de los países ribereños, ya que las infraestructuras para el ocio han de transformar necesariamente el aspecto físico de los lugares, como ya lo han venido haciendo, incluso alterando el atractivo inicial; por ello se habla del turismo como actividad autodestructora. No obstante, la realidad es que el turismo no resulta más dañino en sus efectos ambientales que otros usos del suelo (industria, infraestructuras, agricultura intensiva). El problema, en cualquier caso, es la falta de planificación⁽⁷⁾ de su desarrollo en distintas vertientes que afectan al territorio impactado; además del carácter de actividad de crecimiento rápido, que sorprende a las administraciones públicas y que ha impedido la previsión afortunada de sus notables efectos. Por ello, se ha llegado a calificar el turismo como fenómeno “sobrevenido”, a lo que no es ajeno el apetito desenfrenado de los agentes económicos que han interpretado el turismo como actividad cuya rentabilidad se alcanza a corto plazo, de manera que los incentivos originales -especialmente el paisaje y los valores culturales - que fundamentaron

las implantaciones turísticas, se van degradando progresivamente, a medida que se supera el umbral ecológico de tolerancia de las áreas afectadas.

Tres factores esenciales han intervenido para entender la situación actual de las regiones y áreas turísticas, en cuanto al grado de saturación y degradación ambiental. En primer lugar, el deslumbramiento de corte economicista, afirmando la voluntad de crecimiento continuado, que lleva a interpretar el turismo como fuente de recursos para el desarrollo, ignorando, como se decía, otros efectos. Pero también ha influido la obsolescencia total o parcial de la anterior legislación en las áreas receptoras, incapaces de establecer un marco jurídico para el logro de la calidad ambiental de las implantaciones.⁽⁸⁾

Este planteamiento ha conducido finalmente a posturas reduccionistas sobre el papel del turismo en el medio ambiente, señalándose la más absoluta incompatibilidad y, por consiguiente, rechazo sistemático del turismo como alternativa de desarrollo. Por el contrario, en otros casos se llega a afirmar que cualquier proyecto, en cuanto represente inversiones, es válido; aunque cada vez está más claro que la destrucción de patrimonios naturales y culturales no es en modo alguno una inversión productiva.

Es cierto que el balance de los aproximadamente treinta años de desarrollo turístico ha traído consigo un verdadero cúmulo de problemas ambientales, especialmente en áreas donde los efectos son claramente perceptibles, como la cuenca del Mediterráneo. Una ventaja, en este sentido, es que los efectos se advierten en el medio físico-ecológico de forma inmediata, incluso violenta, mientras que en el medio social y cultural las consecuencias son más lentas y aparecen de forma más tardía. Pero sobre lo

que no caben dudas es de la capacidad del turismo para transformar el paisaje natural y cultural en muy pocos años⁽⁹⁾.

De forma muy apretada y sin ánimo de exhaustividad, se señalan como principales efectos negativos:

- La falta de control en el crecimiento de las áreas turísticas, con densidades muy superiores a la capacidad de acogida del territorio.
- La inadecuación del uso del suelo, frente a la vocación y tolerancia de los ecosistemas.
- La irracional distribución de tales usos y desafortunada integración paisajística de las actuaciones.
- La escasa preservación de espacios libres en áreas impactadas por el turismo masivo.
- La contaminación de aguas, por vertidos y la de acuíferos por sobreexplotación y consiguiente salinización, por intrusión marina.
- La destrucción de áreas de singular valor paisajístico y medio ambiental.
- Falta de preservación de patrimonios y peculiaridades tipológico- tradicionales.
- Trazado inadecuado de las infraestructuras.
- Desafortunados modelos de implantación urbana y de estética de las edificaciones.

Una larga relación podría añadirse a las anteriores, pero supondría valorar exclusivamente el turismo como actividad

destructora y olvidar el tema esencial: la necesidad de su planificación, pero no su rechazo.

Se afirma que entre las actividades turísticas y el medio ambiente existe una relación bidireccional, que introduce un enfoque peculiar respecto a los impactos que generan otras actividades económicas. Ello obedece a que el desarrollo de las implantaciones turísticas sin planificación suele generar una degradación del entorno, que culmina en pérdida de beneficios para el sector. Pero, a la vez, las mejoras o inversiones que se realicen en materia ambiental constituyen un acicate básico para potenciar demandas de calidad y contribuyen a afianzar posiciones competitivas.

La misma situación actual de las regiones mediterráneas así lo evidencia, ya que son los tramos menos congestionados y con mayor integración paisajística de las actuaciones los que presentan verdaderos puntos fuertes para el horizonte futuro del turismo. Es más, se conocen ejemplos, en América y África especialmente, donde el turismo ha hecho posible la conservación de lugares y protección de ecosistemas singulares, contribuyendo a relanzar regiones económicamente deprimidas⁽¹⁰⁾.

En suma, el inventario de factores adversos generados debe conducir a una reflexión sobre la necesidad de un marco de calidad ambiental para el turismo, bien entendido que esta actividad depende más que cualquier otra del medio ambiente y que nace del mismo atractivo de los recursos, pero que su interpretación economicista, como bien de consumo, acarrea serios problemas para su futuro.

3. La Preocupación por la Planificación Turística y la Evaluación de Efectos Ambientales

Una idea clara es que el turismo seguirá creciendo, por lo que será necesario establecer verdaderos filtros racionales, a través de mecanismos correctores y preventivos que permitan evitar los problemas y las consecuencias negativas de desarrollos incontrolados. No cabe duda de que el origen de los problemas obedece a la ausencia de planificación y definición previa de un modelo que, desde la política económica regional, permita la inserción afortunada del turismo en el territorio. Se ha llegado a hablar así de la necesidad de una verdadera estrategia territorial del desarrollo turístico, de la que dependerá en buena medida el futuro del sector. Pero, cabe entonces preguntarse si existe una verdadera conciencia social e institucional sobre el tema y si en realidad está percibido y asumido por la sociedad el papel del turismo y sus efectos ambientales.

Ya en los inicios del decenio anterior la OCDE creó un grupo de trabajo sobre medio ambiente y turismo, que publicó los *Impactos del turismo sobre el medio ambiente*, indicándose a los países miembros una serie de medidas en el campo de la información, instrumentos de política económica y financiera, gestión y planificación territorial, cuya finalidad es minimizar los impactos negativos. Por su parte, la UNEP (United Nations Environment Programme) llega a proponer un nuevo modelo para el desarrollo del turismo, basado en una correcta política regional y en aspectos como la expansión y difusión hacia el interior de los asentamientos turísticos que sobrecargan el litoral, escalonamiento del período vacacional,

normativa de uso en áreas turísticas, entre otros. Pero los problemas, especialmente en la segunda mitad de los ochenta, no han dejado de aumentar en áreas congestionadas como el Mediterráneo Occidental, donde las inversiones inmobiliarias, relacionadas con la construcción de alojamiento turístico, han supuesto una verdadera sacudida para determinadas regiones, que han alcanzado altas cotas de degradación medio ambiental y paisajística (Costa Blanca, Costa del Sol). En consecuencia, se hace necesario un planteamiento de mecanismos que permitan compatibilizar las estrategias del desarrollo turístico y la gestión del medio ambiente, como partes integrantes de un mismo proceso. Para ello pueden desplegarse varias medidas de planificación, que constituyen verdaderos principios para la configuración de áreas turísticas:

1. Elaboración de directrices territoriales, donde se señalan los criterios de asignación de usos al suelo y las densidades e índices de ocupación óptimos a alcanzar, pensando en el beneficio de los mismos visitantes y de su calidad de vida, a la vez que se definen umbrales de actividad que, en caso de ser superados, suponen deterioro de los ecosistemas. Se puede desarrollar la metodología de capacidad de acogida de los ecosistemas. Aunque en el caso de las regiones mediterráneas españolas, cabe hacer mención a las leyes, de reciente aprobación, sobre ordenación del territorio, cuya función básica es ordenar usos del suelo y armonizar las políticas sectoriales en su afectación territorial. En consecuencia, es previsible un impacto claro en las implantaciones turísticas, ya que se tratará de preservar áreas, reconducir tendencias de desarrollo y asignar recursos básicos a las actividades concurrentes.

2. Valoración de los impactos ambientales (físico-ecológicos y sociales), mediante la

utilización de la técnica de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) como instrumento para la planificación, considerando los efectos de un proyecto con anterioridad a su ejecución y, en consecuencia, con posibilidades de modificar e incluso rechazar una actuación siempre que se produzcan efectos ambientales irreversibles.

En las regiones del arco mediterráneo español está teniendo una indudable importancia la transposición de la Directiva 85/337, de la CEE, sobre Evaluación de Impacto Ambiental, así como el desarrollo de leyes autonómicas en la materia, hecho que supone una limitación para las prácticas esquilmantes de la actividad inmobiliario- turística en el territorio. Es significativo que en comunidades como Baleares y Valencia las EIA sean preceptivas para la aprobación de instrumentos de ordenación del territorio, puertos deportivos, infraestructuras, con una clara repercusión en el turismo como agente de transformación del medio.

3. Integración del análisis coste-beneficio en los proyectos previstos, considerando la adecuación a objetivos específicos de desarrollo, en atención a las estructuras socio económicas y territoriales y a las limitaciones del país o región. Un tema fundamental a considerar es el volumen de empleo que generarán las actuaciones previstas.

4. Preservación de identidades territoriales, paisajísticas y culturales, lo que supone la conservación de áreas y parajes de interés medio ambiental y científico, así como de patrimonios y tradiciones que definen la singularidad de un territorio. Un paso importante en esta línea es la política de espacios protegidos, en la vertiente de conservación y gestión, que puede contribuir a racionalizar el uso de espacios frágiles y garantizar su aprovechamiento con fines turísticos⁽¹¹⁾.

5. Integración del turismo con otras actividades productivas, sobre todo cuando éste no tiene carácter de monoespecialización, se deben establecer compatibilidades con la agricultura, artesanado, etc. Es absolutamente necesaria la vía de la complementariedad en un turismo rural o verde, que afecta incluso a la forma de crear la oferta turística, ya que en cada caso se deben seleccionar los modelos más adecuados⁽¹²⁾. Así, en el turismo rural no es conveniente construir alojamiento *ex novo*, al margen de la estructura de asentamientos existente, sino desarrollar una política de rehabilitación de núcleos tradicionales y viviendas rurales, para dar acomodo a la población turística que, de este modo, se integra adecuadamente en el medio al que accede.

6. Mejora de la escena urbana en las áreas urbanizadas por el turismo, con particular atención a los espacios libres y equipamientos.

7. Solución a los problemas de dinámica del litoral, debidos a actuaciones antrópicas desafortunadas: puertos deportivos, regeneración de playas con espigones, etc.

8. En las áreas que actualmente ya se encuentran congestionadas las medidas son de tipo correctivo y se deben encaminar a sanear el territorio del turismo. Son temas como la redotación de espacios urbanizados, la construcción de infraestructuras básicas (alcantarillado, abastecimiento de aguas), la regeneración de playas, la recuperación de fachadas marítimas, el control de las emisiones de efluentes urbanos, los vertederos de residuos sólidos, la estética de las edificaciones y la rehabilitación de conjuntos degradados, entre otros. En conjunto, se trata de encaminar las actuaciones hacia la calidad ambiental y frenar el crecimiento continuado de los espacios urbanizados.

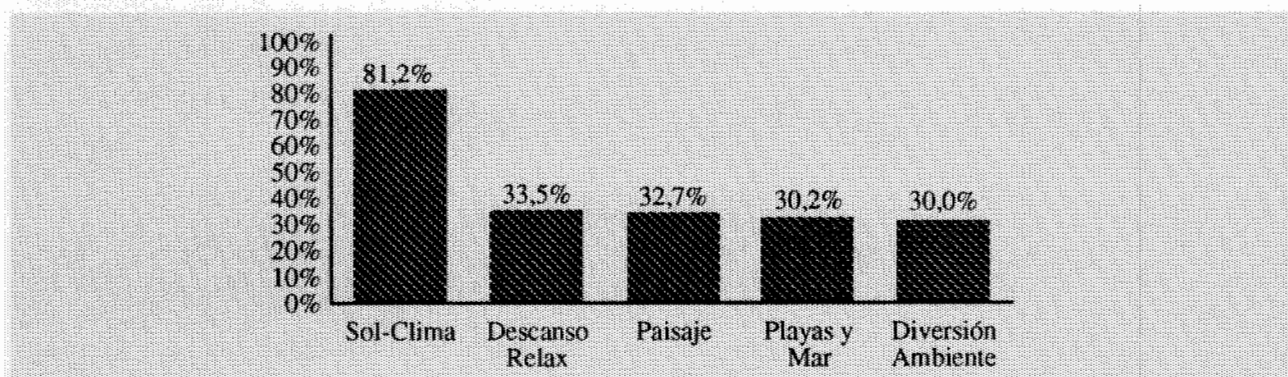
Este conjunto de medidas, en realidad principios para una nueva forma de actuar en las áreas turísticas, deben ser pormenorizados a escala de detalle, estableciéndose mecanismos jurídicos que permitan su puesta en marcha. De este modo, las medidas contra la contaminación (parámetros de calidad ambiental, aguas marinas, poluentes), el diseño de las edificaciones y las ordenanzas sobre tráfico y transporte atañen al nivel local de las decisiones. Aunque se insiste en la necesidad de una estrategia global para el desarrollo turístico de un espacio, donde intervienen distintos recursos capaces de definir potencialidades de actuación.

4. Una Nueva Cultura para el Consumo Turístico

Las encuestas sobre satisfacción de la demanda, en relación con productos turísticos, señalan con claridad el papel concedido a la calidad ambiental a la hora de decidir el punto de destino de unas vacaciones. Son, en consecuencia, razones de índole económica y de desarrollo sostenible las que obligan a apostar por un crecimiento armónico del turismo en el territorio.

Necesidad que surge de la nueva conciencia ambiental de los consumidores turísticos y responde a los cambios cualitativos que se vienen produciendo en la demanda en los últimos años, en cuanto a expectativas y motivaciones y que forman parte de un proceso de difusión de un nuevo modelo cultural en el que el desarrollo económico no debe prescindir de la tutela, salvaguarda y recuperación de bienes naturales y culturales, con el objetivo del logro de la calidad de vida. En el escenario de los mercados turísticos estas tendencias conducen al incremento de las

Gráfico 3: Principales factores influyentes en la elección de España como destino de vacaciones.



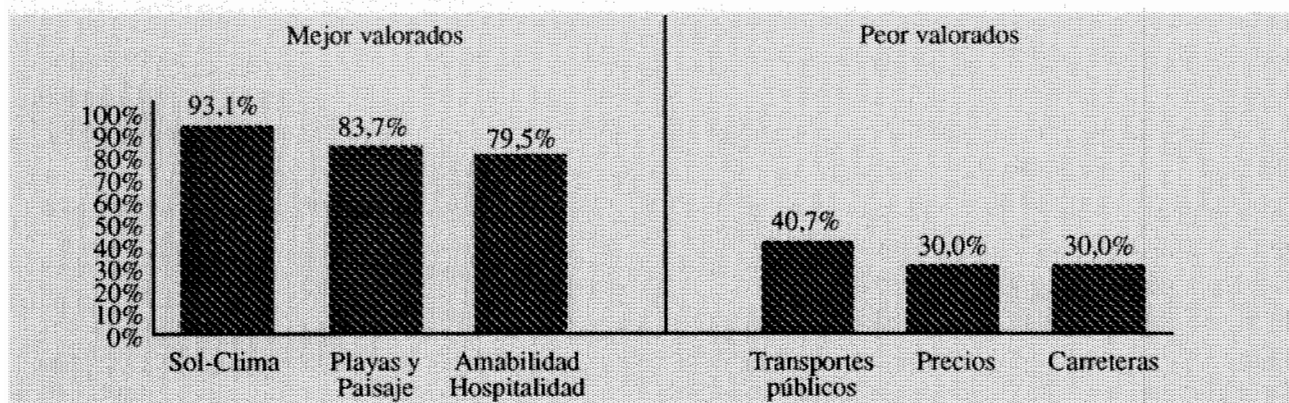
Fuente: Secretaría General de Turismo. *Grado de satisfacción de la demanda turística nacional y extranjera en relación con el producto turístico español 1990*. Elaboración propia.

motivaciones relacionadas con la naturaleza, que implican una atención creciente al cuidado del entorno y a la protección del valor ambiental. Más aún cuando son los segmentos de demanda de mayor calidad los que más valoran tales factores, a la vez que configuran un mercado emergente, relacionado con el turismo verde. Pero el tema afecta a todas las modalidades turísticas, ya que junto a la preferencia por el exotismo y valor ambiental, se añade la exigencia de calidad en áreas tradicionalmente receptoras, hecho que obliga

a definir un marco ambiental óptimo para las implantaciones turísticas.

Es evidente que la crisis de modelos turísticos basados en el consumo masivo del sol y las playas, en áreas saturadas, frente al éxito del turismo verde como antítesis, responde a estos nuevos supuestos de una conciencia ambiental que ha llevado a hablar de cambio radical de la cultura y del consumo turístico. Se afianzan así los principios del turismo sostenible *-sustainable tourism-* ⁽¹³⁾ que supone la

Gráfico 4: Opinión de la demanda extranjera sobre aspectos del entorno.



Fuente: Secretaría General de Turismo. *Grado de satisfacción de la demanda turística nacional y extranjera en relación con el producto turístico español 1990*. Elaboración propia.

Cuadro: 1: Factores más valorados en la elección de cada región turística entre la demanda nacional, 1990.

Factor o motivación	Zona en que es más importante	Zona en que es menos importante
Sol - clima	Comunidad Valenciana Costa del Sol Canarias	Interior
Descanso - relax	Comunidad Valenciana Interior	Costa Catalana Costa Norte
Diversión - ambiente	Costa del Sol	Interior
Paisaje	Costa Norte	Costa del Sol Comunidad Valenciana
Prácticas deportivas	Costa Norte	Levante
Museos, arte, cultura	Interior	Comunidad Valenciana Costa del Sol Baleares
Gastronomía	Costa Norte Interior	Comunidad Valenciana Canarias Baleares
Aventura, exotismo		Costa del Sol
Otros factores	Baleares Interior	Comunidad Valenciana Canarias

Fuente: Secretaría General de Turismo. *Grado de satisfacción de la demanda turística nacional y extranjera en relación con el producto turístico español 1990*. Elaboración propia.

definición de criterios y principios para el desarrollo de un turismo respetuoso con el medio ambiente. Con esta finalidad, las instituciones empiezan a volcar esfuerzos orientados a la tutela del patrimonio ambiental, ya que el Quinto Programa Ambiental de la CEE (1993-97) hace, por vez primera, una referencia explícita a la problemática de la relación entre turismo y medio ambiente. Queda por ver cómo se impulsan las actuaciones, tras estas declaraciones de principios. Pero, sin duda, puede considerarse que asistimos a una nueva filosofía sobre el medio ambiente, aplicable a todos los niveles del desarrollo turístico convencional, que supone la inserción de la

dimensión ecológica en el producto ofertado.

La actitud a seguir no es la de un conservacionismo a ultranza, sino la intervención en el territorio acorde con nuevos planteamientos, que se afianza en cuatro ejes, de renovación o de prevención de actuaciones:

- Conservación de espacios libres, como reserva para prácticas que no alteren el medio físico-ecológico.

- La inserción afortunada entre el turismo y las actividades preexistentes, sin conflictos de competencias y de sobreimposición de una actividad.

Cuadro 2: Actividades relacionadas con la naturaleza en espacios protegidos del ámbito mediterráneo

Modalidad	Actividad	Demanda	Alojamiento al que se asocia	Impacto Ambiental	Perspectiva
Aventura	-Rafting	Joven	Acampada Camping	Afecta a espacios de singular valor por lo que exige un control estricto	Restringida a número muy limitado de usuarios
	-Puenting	Joven	"		
	-Canyoning	Joven	"		
Contacto con el medio	-Senderismo	Familiar Infantil Joven 3ª edad	Camping, Cabañas, Bungalows, Casas, Rurales, Hotel, Acampada	Impacto moderado o bajo. Necesidad de organizar los itinerarios	En claro proceso de expansión
	-Rutas ecuestres	Joven Familiar	"	"	"
	-Cicloturismo	Joven Familiar	"	"	"
	-Raids 4X4	Joven	Camping/Hotel	Impacto muy alto y necesidad de control riguroso	"
Deportes con bajo impacto ambiental	-Alpinismo	Joven	Acampada, Camping	No suponen impacto alto	Buenas expectativas, en relación con motivaciones de la demanda
	-Espeleología	"	"	"	
	-Ala delta	"	"	"	
	-Parapente	"	"	"	
Actividades basadas en valores culturales antropológicos y científicos de áreas rurales y naturales.	-Recorridos ornitológicos	Joven y Científico	Camping, Acampadas, Casa rural, Hotel	Actividades de impacto muy escaso que contribuyen a mantener y conservar patrimonios que de otra forma desaparecerían	Muy minoritario
	-Rutas botánicas y fotográficas	Joven Familiar Infantil Científico	Camping, Casa rural, Acampadas, Hotel		"
	-Rutas culturales y antropológicas	Familiar Joven, 3ª Edad	Hotel, Casa rural, Bungalows		En clara expansión relacionada con actividades didácticas
	-Educación ambiental	Infantil Joven	Acampada, Camping, Granja escuela		Producto más específico del turismo rural, en clara expansión
	-Agroturismo	Familiar Joven	Casa rural, Cabañas		

Fuente: Elaboración propia sobre base de Marchena, M. (1992): Ocio y Turismo en los Parques Naturales Andaluces. Consejería de Economía y Hacienda, Junta de Andalucía.

Cuadro 3: Estrategia territorial para áreas turísticas costeras

Marco de referencia		Estrategia	
Territorio:	Producto Turístico:	Objetivos:	Ambito:
-Diversidad interna, variedad de recursos y oportunidades. -Explotación intensiva basada exclusivamente en el clima y las playas. -Crecimiento fulgurante del espacio urbanizado en el último decenio. -Consecuencias del modelo de planeamiento anterior e imposibilidad de mantener los mismos parámetros de crecimiento. -Modelo territorial surgido de yuxtaposición de planeamientos municipales descoordinados entre sí, junto con políticas sectoriales no integradas.	-Gran concentración y masificación de la oferta. Indiferenciación, escasas oportunidades en el nuevo escenario turístico. -Estrategia turística cuantitativa. Turismo barato. Degradación ambiental. Pérdida de la demanda cualificada. Deterioro de imagen.	-Opción por una política turística de calidad. -Cualificación y crecimiento controlado de la actividad turística. -Control de ritmos de producción de la nueva oferta turística y adecuación a motivaciones de la demanda. -Rehabilitación del espacio urbano turístico.	-Identificación de oportunidades sobre la idea de imágenes y posibilidades turísticas diferenciadas. -Valoración de la importancia estratégica del territorio, desde escala supra municipal. -Delimitar áreas turísticas con factores diferenciales.

Fuente: Elaboración propia, sobre propuesta del autor para municipios de la Costa Blanca.

Cuadro 3 (continuación): Estrategia territorial para áreas turísticas costeras

Estrategia			
Concepto:	Ejes Vertebradores:	Líneas de Actuación:	Ordenación:
-Un Plan sobre la base del territorio como recurso para la cualificación de la oferta. -Sentar las bases de una política turística urbanística.	-La nueva organización territorial tiene unos ejes o directrices básicos: a) importancia del sistema de espacios naturales. b) recuperación del espacio costero, medidas de protección y regulación de usos. c) grandes transformaciones estructurales. d) ordenación de usos y tipos de suelo. e) optimizar el aprovechamiento de recursos básicos: suelo y agua.	-Pensar el nuevo espacio turístico para una oferta de calidad. -Ordenar el espacio para el turismo. -Rediseñar las áreas consolidadas. -Corregir y sanear degradaciones. -Establecer límites a la producción de nuevas ofertas. -Delimitar un sistema de espacios libres. -Definir un modelo general de accesibilidad. -Consolidar la nueva estructura mediante instalaciones de servicios y equipamientos sociales.	-Contenidos propiamente normativos. -Directrices para la revisión del planeamiento urbanístico municipal. -Clasificación del suelo, densidades, tipologías. -Papel de los espacios naturales y agrícolas en el área turística. -Asignación de recursos.

Fuente: Elaboración propia, sobre propuesta del autor para municipios de la Costa Blanca.

-La práctica preventiva de nuevas actuaciones, por la vía de directrices territoriales, desarrolladas posteriormente en marcos más específicos que atiendan a singularidades y especificidades de cada territorio.

-La corrección y saneamiento de las degradaciones actuales, mediante actuaciones encaminadas a la mejora de las infraestructuras, calidad de la escena urbana y rehabilitación de espacios degradados.

Es tiempo de aprender de los errores de un pasado cercano donde la rapidez de los procesos de cambio y los factores comentados llevaron a definir al turismo como actividad enfrentada al medio ambiente, cuando es bien sabido que necesita de éste e incluso puede ser una razón básica para su conservación y gestión⁽¹⁴⁾.

La política turística, desde nuevos supuestos acordes con la competitividad del turismo español en el escenario internacional, entiende la necesidad de lograr que el desarrollo turístico se adecúe al entorno ambiental y urbano. De este modo, entre las distintas actuaciones que se formulan en el Plan Marco de Competitividad⁽¹⁵⁾, con la idea de impulsar el futuro de la actividad, el llamado Plan de Excelencia Turística va encaminado a la mejora de los factores productivos que influyen en el turismo, para lo que incluye un programa de apoyo a la consecución de esta inserción ambiental. Se valora la importancia de un entorno respetuoso con la naturaleza y un hábitat de calidad, con la finalidad de lograr un atractivo turístico, cuyos objetivos se pretenden conseguir mediante programas que se concretan en el estímulo a la mejora del hábitat turístico susceptible de promoción, apoyo a proyectos de excelencia que mejoren el entorno y cooperación para un desarrollo

uniforme de normativa encaminada a la mejora del medio ambiente natural y urbano. En todo caso, el éxito de tales programas y su viabilidad está supeditada a la cooperación entre la administración turística del Estado y las administraciones autonómicas y locales.

Queda clara la necesidad de dotar al turismo de un nuevo marco que le permita hacer frente a los profundos cambios que se están produciendo, especialmente los que se relacionan con la demanda y con la consiguiente adecuación de las áreas receptoras; tema que parece preocupar hoy a las regiones afectadas, para lo que se despliegan políticas de renovación de la oferta actual y de incentivos a nuevos productos turísticos, dentro de los cuales aparece, como parte nuclear, el componente ambiental. Es significativo al respecto el caso de la Comunidad Valenciana, donde la política turística tiene un doble objetivo⁽¹⁶⁾: maximizar las aportaciones del turismo a la renta y empleo y aprovechar la actividad turística como medio eficaz y eficiente para la conservación de recursos medioambientales y factores culturales. Aunque los resultados pasan necesariamente por el consenso de todos los agentes sociales, públicos y privados, implicados en el turismo y la convergencia de intereses, que deben apuntar a ese modelo turístico sostenible. Es cierto que, hasta la fecha, siguen pesando las contradicciones entre empresas turísticas y promoción inmobiliaria; del mismo modo que faltan estrategias conjuntas entre ayuntamientos vecinos, cuya lógica sigue centrada en la competencia por la vía de la oferta de suelo, cuando deberían apostar en un empeño común, conjugando la diversidad territorial y la identificación de oportunidades desde escalas que, trascendiendo los estrictos límites de un término municipal, permitan dar sentido al concepto amplio y complejo de áreas turísticas.

Notas

- (1) Hawkins, D. E., and Ritchie B, J.R (ed.), 1991: *World Travel and Tourism Review*, 1, Oxford, CAB International.
- (2) Mathieson, A. and Wall. G., 1982: *Tourism economic, physical and social impacts*, London, New York: Logman ed.
- (3) Krippendorf, J., 1986: "Tourism in the industrial society", en *Annals of Tourism Research*, no 13, pp. 517-532.
- (4) Clary, D., 1991: "Les motivations recentes des touristes et l'émergence de nouveaux produits touristiques", en *Crisis del Turismo. Las perspectivas en el nuevo escenario internacional*, Sevilla: Universidad Internacional Menéndez y Pelayo.
- (5) Montanari, A., 1992: "El futuro del Mediterráneo turístico. Desarrollo sostenible y competitividad", en *Turismo y desarrollo económico*, Alicante: Universidad Turismo y Sociedad, Secretaría General de Turismo y Universidad de Alicante, 22 ff.
- (6) OMT y MAB, 1983: *Workshop sobre aspectos de medio ambiente relacionados con el turismo*, Madrid: OMT.
- (7) Acerenza, M. A., 1991: *Administración del turismo. Conceptualización y organización*, México: Trillas ed.
- (8) Vera Rebollo, J. F., 1992: "Territorio, turismo y medio ambiente", en *Crisis del turismo. Las perspectivas en el nuevo escenario internacional*, Sevilla: Universidad Internacional Menéndez y Pelayo.
- (9) Pearce, D., 1987: *Tourism today: a geographical analysis*, Harlow: Longman ed.
- (10) Elliot- Spivack, S. M., 1990: "Turismo y medio ambiente: dos realidades sinérgicas", en *Papers de Turisme*, nº 3, pp. 26-43
- (11) Schluter, R., 1990: *Turismo y áreas protegidas en Argentina*, Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- (12) Montanari, A. (ed.), 1990: *Il turismo nelle regioni rurali della CEE: la tutela del patrimonio naturale e culturale*, Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane.
- (13) English Tourist Board and the Employment Department Group, 1991: *Tourism and the environment: maintaining the balance*, London: Glasgow & Ass.
- (14) Lindberg, K., 1989: "Tourism as a conservation tod: an introduction to ecotourism in developing countries", en Unpublished Paper.
- (15) Secretaría General de Turismo, 1992: *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 125 pp.
- (16) Consellería de Industria, Comercio y Turismo, 1990: *Libro Blanco del Turismo de la Comunidad Valenciana*, Valencia: Generalitat Valenciana, Institut Turístic Valencià.