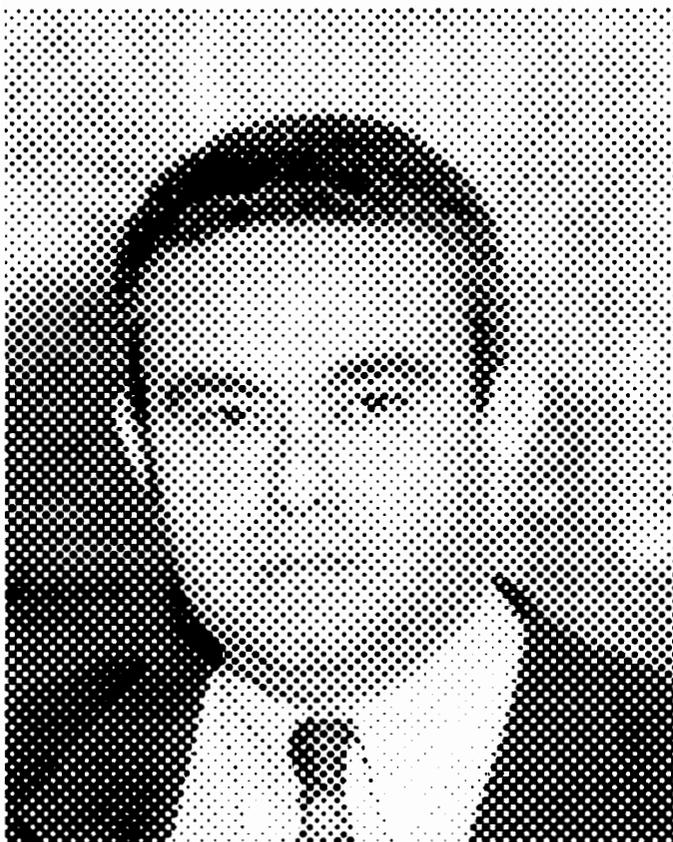


ANDRÉS PEDREÑO



ENTREVISTA

Andrés Pedreño Muñoz, rector de la Universidad de Alicante, es catedrático de Economía Aplicada. Su actividad investigadora y sus publicaciones como autor o como director incluyen múltiples trabajos —libros, artículos y ponencias— relacionados con el estudio del fenómeno turístico, diversos de ellos especialmente referidos a la Comunidad Valenciana y, más concretamente, a Alicante.

Entre los libros y artículos se cuentan: *Economía, ecología y turismo en el Mediterráneo*, 218 págs.; *Perspectivas de evolución del sector turístico en el contexto de la economía alicantina*, 269 págs.; *El sector terciario de la economía española*, 285 págs.; *Libro Blanco del Turismo en la Costa Blanca*, 550 páginas; *Turismo: el triunfalismo de unos indicadores no negativos*; *Crisis del turismo español y líneas de desarrollo de la política turística autonómica y local*; *Relaciones Intersectoriales de las actividades turísticas*; *El modelo turístico de Alicante en el contexto de una ciudad de servicios*; *Perspectivas de evolución del sector turístico en el contexto de la economía alicantina*; *Tipificación de la actividad turística en el término municipal de Alicante y líneas de política turística*.

En congresos ha presentado ponencias sobre «Efectos inducidos por el sector turístico», «Relaciones intersectoriales de las actividades turísticas», «Tourism and mobility», «Ecología, economía y turismo en el Mediterráneo», «Planificación y promoción turística» y «Necesidad de una política turística en la CEE».

PAPERS DE TURISME: 1994 se confirma como un excelente año para el turismo. ¿Buena suerte coyuntural o por fin ha empezado el cambio estructural?

Andrés Pedreño: No creo que pueda hablarse de un giro estructural de las variables que afectan negativamente a la demanda. La única que se ha modificado sustancialmente ha sido nuestros precios, que son enormemente competitivos en la mayoría de los países de origen de la demanda. A esta situación coyuntural unimos que otros destinos turísticos alternativos en el Mediterráneo (ex Yugoslavia, norte de África...) no están en situación favorable. Pero persisten otros problemas estructurales que podrían ponerse de manifiesto una vez que se hayan agotado los benéficos efectos de la relación actual de precios.

P.T.: Entonces sólo es una buena racha transitoria...

A.P.: La oferta sigue siendo la misma: no han habido grandes inversiones que cambien el modelo de masificación y ha cambiado la relación calidad precio, pero sin que se alteren los estándares de calidad. La dependencia de los operadores turísticos sigue igual, nuestros hoteleros continúan contratando de forma poco seria, favoreciendo el *overbooking*... Es posible que se hayan mejorado algo las infraestructuras y se ha trabajado muy modestamente en imagen, pero todos los problemas centrales que tenía el sector persisten en gran medida. Muchos empresarios han dejado de serlo en estos últimos años y, como un aspecto positivo, cabe la hipótesis de que los que subsisten son aquellos más profesionalizados...

P.T.: Lo que quiere decir que se ha producido un saneamiento del tejido empresarial del sector.

A.P.: Ojalá lo hubiera habido. En el conjunto de la economía así parece que ha ocurrido. Lo que no sabemos es en qué medida puede haberse producido una crisis del modelo turístico que empieza a detectarse mucho antes que la crisis económica general: la debilidad de las pernoctaciones se percibe desde el 89, todavía en el boom económico.

P.T.: La oferta complementaria, ¿sigue siendo tan insuficiente como era?

A.P.: La oferta complementaria parece ser que ha crecido. Como concepto es algo claramente asumido tanto por las administraciones públicas, que han hecho algún esfuerzo, como por las propias empresas, que han tratado de insertar en los paquetes turísticos muy modestas adiciones.

P.T.: Después de varios años de experiencia, ¿qué balance puede hacerse ahora de «Mediterrània»?

A.P.: Pienso que «Mediterrània» era una buena denominación, lo que pasa es que no se supo comunicar en su momento. No se supo transmitir a los agentes económicos y sociales el porqué de ese eslogan, que quizás se tenía que haber consensuado con todas las fuerzas políticas antes de lanzarlo. Capitalizar la imagen del Mediterráneo, aunque no la tengamos en exclusiva, es bueno en el contexto europeo. Podía dar una imagen bastante satisfactoria que no era excluyente de que bajo ese paraguas se mantuvieran otras denominaciones con tradición en los mercados. Pero es cierto que, por ejemplo, el término «costa», aunque se sienta orgullo de hablar de Costa Blanca, es un término muy desprestigiado en el mercado británico, incluso se caricaturiza. Con «Mediterrània» se falló a la hora de comunicarlo, de hacerlo llegar a la población como un eslogan

que era positivo para el conjunto de la Comunidad Valenciana. Un eslogan que se hacía para vender externamente no se supo vender internamente.

P.T.: La Comunidad Valenciana y España en conjunto, ¿ganan o pierden puestos en el mercado turístico internacional?

A.P.: Siempre que mejoren los precios ganaremos puestos, pero no vamos a estar devaluando ni utilizando continuamente la moneda como arma, y menos estando en la Unión Europea. España, y en concreto la Comunidad Valenciana, tienen un turismo de nivel adquisitivo bajo y medio, muy sensible al precio y por ello tienen ahora mismo una situación muy favorable.

P.T.: Se anuncia un plan director del ITVA clasificando las zonas turísticas según sus recursos...

A.P.: Ese es un plan pendiente desde hace 40 años. Bienvenido sea. Turismo y territorio están muy enlazados entre sí. Es muy fácil revalorizar el territorio con actuaciones urbanísticas y es muy fácil también cargarse el interés turístico hipotecando urbanísticamente el atractivo de una zona. La relación entre turismo y territorio es tal que para hablar de política turística habría que hablar de acciones territoriales muy contundentes.

Si la Comunidad Valenciana hubiera tenido claro un modelo territorial en lo turístico ahora no tendríamos un turismo de idénticas características desde Vinaroz hasta Pilar de la Horadada que compiten entre sí. Podríamos haber especializado por zonas el tipo de turismo, casi por nacionalidades, como ya ha ocurrido espontáneamente en algunos sitios. Podría haberse dado una imagen singularizada de acuerdo con las ventajas competitivas de cada lugar: por ejemplo, Benidorm y Benicarló pueden tener una costa muy parecida, pero Benicarló tiene a Morella cerca. Igualmente, Benidorm y Torrevieja tendrían que evitar interferirse mutuamente, aunque sean modelos similares, ofreciendo productos diferenciados.

P.T.: La rivalidad entre municipios se mezcla también con las tensiones políticas entre ayuntamientos, organismos oficiales, instituciones, etc. ¿Qué se puede hacer para reducir sus efectos perjudiciales?

A.P.: Los planes territoriales, sin que ello signifique un menoscabo absoluto de las autonomías municipales, pueden ser eficaces por medio del acceso a incentivos, porque no cabe duda que si los municipios entran en competencia vía licencias de construcción, los resultados pueden ser realmente perversos, dando lugar a carreras por conseguir proyectos de edificación sin tener en cuenta si hay capacidad para acogerlos. La competencia

política entre municipios es un problema que escapa a planteamientos de racionalización, pero es mayor (y más abordable) el riesgo de falta de coordinación entre las administraciones públicas para un planteamiento claro del modelo territorial y turístico.

P.T.: ¿Qué se puede hacer en el caso concreto de la rivalidad entre Alicante y Valencia, ciudades ambas que aspiran a un turismo de congresos y que dedican sus esfuerzos a intentar quitarse congresos la una a la otra?

A.P.: Creo que sería un gran error llegar a la conclusión de que Valencia tiene que ser una ciudad turística, porque el turismo es la única alternativa que se le está dando a grandes zonas del litoral valenciano. Si Valencia apuesta por el parque tecnológico, por mantener una industria importante, por servicios muy relacionados con la Administración, debería dejar otras funciones a las ciudades del resto de la región. Esta ciudad no está preparada, no tiene vocación para eso sólo porque pueda aprovechar una oferta hotelera y cultural existente.

En este tema se están tomando iniciativas más por la percepción de lo inmediato que por un estudio claro que ponga en evidencia lo que son las ventajas en los distintos espacios, en este caso las distintas ciudades. Valencia, como ciudad grande, no puede competir con Madrid y Barcelona, cuyas ofertas culturales son mayores; sin embargo, Alicante, como ciudad media, sí puede competir, siempre y cuando tengamos, además del factor clima, la tranquilidad, el sosiego, buenas comunicaciones del aeropuerto con Europa y con el resto de España...

P.T.: ¿Pero tiene Alicante algún futuro turístico fuera de lo que ya es playa de San Juan para el turismo interior?

A.P.: Como Alicante no ha tenido una expansión industrial (el puerto incluso no tiene ninguna actividad industrial, es un puerto con vocación de convertirse a medio plazo en turístico), yo la sigo viendo fundamentalmente como una ciudad residencial. La industria que se tiene que colocar en su entorno puede ir a otras zonas: el eje del Vinalopó, Elche... Si la Administración apuesta fuertemente por ello, no hay ningún factor de inviabilidad ahora mismo ni se ha hecho en ella nada irreversible que le impida tener una especialización notable dentro del sector terciario y turístico.

P.T.: El triángulo Alicante-Elche-Santa Pola, ¿tiene viabilidad turística?

A.P.: No lo veo para usos turísticos. Lo veo como un proyecto para aprovechar las ventajas de la convergencia de dos áreas urbanas, las de Alicante y Elche, que tienen un rango

muy notable. Las dos terceras partes o más del triángulo son término municipal de Elche; por eso lo veo más como una forma de que el modelo industrial ilicitano se diversifique especializando a las empresas y creando centros de investigación para ofrecer una nueva perspectiva, modélica en cuanto a desarrollo endógeno y en cuanto a atracción de inversiones exógenas, y en todo caso de carácter residencial fijo, no turístico, hacia la zona de Santa Pola sobre la base de las mismas actividades que se despliegan.

P.T.: Actualmente se está intentando impulsar el registro de apartamentos privados con uso turístico. ¿Tiene posibilidades ese registro de ser verdaderamente operativo?

A.P.: Aunque desconozco los mecanismos que se están empleando, un registro de ese tipo es necesario. La oferta hotelera, que creció espectacularmente en los años 60 y 70, permanece estancada en los últimos veinte años como consecuencia de la competencia desleal de los apartamentos. Esto lleva a un deterioro de la oferta turística. Hay que tomar iniciativas en este sentido y la Administración debería llevar a cabo unas labores de inspección que permitieran a la oferta de apartamentos, aunque liberalizada, cumplir determinados trámites. No tiene sentido exigir a los hoteles un conjunto de normativas de seguridad y sanidad y que luego otras ofertas que hacen exactamente lo mismo no las cumplan.

P.T.: Si es difícil acabar con el clandestinaje en la industria, con el de los apartamentos turísticos...

A.P.: Puede sonar demasiado rotundo, pero si hay voluntad política se puede llevar a cabo un control en la industria y en los servicios. No entiendo que se diga que el clandestinaje es incontrolable. Habrá falta de medios y será una cuestión de disponer los que sean necesarios. En definitiva, de voluntad política.

P.T.: Formación: ¿Con lo que ya existe y lo que se proyecta en estudios turísticos a todos los niveles es suficiente?

A.P.: Tendría la obligación de considerarlo todo insuficiente, porque en materia de formación nunca se debe dar uno por satisfecho. Sin embargo, creo que hay buenas perspectivas para mejorar. En materia de investigación la Fundación Cavanilles supone una iniciativa muy original, creando una infraestructura notable al coordinar los esfuerzos de tres universidades valencianas; de hecho, en muy pocos años los esfuerzos de esta fundación pueden dar frutos muy relevantes en la investigación (y esto es muy importante) y en la transmisión de ideas innovadoras, y subrayo lo de innovadoras. Respecto a la licenciatura en turismo, bien como título propio o bien como título de Consejo de Universidades, puede suponer un pequeño hito para que el sector

ostente el grado de profesionalización y lo haga compatible con el nivel que alcanza el ejercicio de otras actividades productivas.

P.T.: Si sumamos la próxima escuela de turismo, el master en turismo que ya se imparte, ¿podría afirmarse que la capitalidad del turismo en la Comunidad Valenciana va estar en Alicante?

A.P.: Debería ser así. Es una modestísima exigencia que la cuarta provincia de todo el Estado español en producto interior bruto y que tiene uno de sus principales sectores de especialización en el turismo, reclame que los más importantes centros de formación e investigación, que no de decisión, sobre este fenómeno se encuentren muy próximos a donde se desarrolla la actividad.

P.T.: Asimismo, los cursos de verano de la Universidad de Alicante en Benidorm se van a especializar en turismo...

A.P.: Ahí había un factor ajeno al tema del turismo: que existe una inflación enorme de los cursos de verano. Como oferta cultural en sí misma aportaban muy poco a Benidorm, y como cursos de la Universidad no destacábamos en el contexto nacional, eran unos cursos más entre otros muchos. Con el presupuesto que teníamos era difícil llegar a mayores resultados. Una salida muy apropiada era la especialización, incidiendo en que Benidorm tiene ventajas comparativas en el hecho turístico: puede ser útil realizar actividades en torno al sector, que sirvan a profesionales, estudiosos, gente preocupada y, ¿por qué no?, parte de la propia demanda turística. Lo importante ahora es acertar en crear una oferta muy novedosa y ambiciosa relacionada con el sector turístico.

P.T.: ¿Se sigue echando de menos al buen empresario de turismo?

A.P.: Es un tema que no conozco suficientemente, pero me da la impresión de que si la capacitación empresarial queda cuestionada en los estudios que se refieren a toda la pequeña y mediana empresa aquí, donde el minifundismo en algunos subsectores es muy acusado, probablemente sea un hecho la falta de profesionalización. Hay signos que son preocupantes, muchas veces incluso relacionados con la sanidad (estoy pensando, por ejemplo, en el número de intoxicaciones creciente que dan los datos sanitarios de los últimos años), que revelan la debilidad de algunos segmentos de la oferta turística. Quizás la crisis haya servido para que desaparezcan algunos de estos segmentos... Nunca vendrá de más que el empresario vaya comprendiendo cuáles son los factores que incrementan la competencia de las empresas en los escenarios de los últimos años.

P.T.: ¿Cuáles son esos factores específicos?

A.P.: En turismo la especialización tiene mucho sentido. No es una decisión individual, aunque pueda serlo en algunos casos concretos, como en la restauración: hay que especializarse por entornos y plantear una actitud totalmente innovadora. Yo creo que hay que innovar tanto desde la perspectiva de reducción de los posibles costes como en esa diferenciación del producto que implica la propia innovación: por ejemplo, desde la formación de los profesionales en un hotel hasta el tipo de producto que se está ofreciendo o cómo se trata a un cliente, qué servicios da un hotel respecto a lo que se daba anteriormente. Hay que saber también valerse de tecnologías cada vez más evolucionadas a la hora de ofrecer servicios. Todo ello son factores de competitividad...

P.T.: ¿Somos demasiado optimistas al esperar que el *overbooking* sea una práctica en retroceso?

A.P.: Siempre que haya competencia comercial los propietarios de los establecimientos tendrán la lógica tentación de defenderse contratando en exceso. Hay que tener en cuenta que el propietario de un establecimiento corre el riesgo inverso, que a última hora le anulen una reserva y se quede durante un mes (que además es clave para él) sin el cien por ciento de ocupación. Cuando no se dominan los circuitos comerciales la reacción lógica es contratar más de lo conveniente. Hay dos formas de combatir la sobrecontratación. Una es penalizarlo, pero no creo que ése sea el camino. La otra es actuando positivamente, bien reduciendo la estacionalidad de manera que el establecimiento no se juegue durante muy pocos meses su rentabilidad e incluso su supervivencia, o bien reduciendo su dependencia de los circuitos comerciales, quizás por medio de la participación en redes de comercialización propias, si no individualmente, sí en consorcios, de tal modo que las reservas tengan para ellos suficientes garantías.

P.T.: Pero la estacionalidad parece que tiende a aumentar en vez de disminuir.

A.P.: No en todos los ámbitos. Hay municipios turísticos en que no. Lo que parece ocurrir es que cuando la demanda es más vulnerable y el turismo pasa por coyunturas más adversas se acentúa la estacionalidad. La crisis económica que han pasado los países europeos ha hecho la demanda más conservadora y ha recurrido a disfrutar las vacaciones en períodos más convencionales.

P.T.: Hace unos años los residentes extranjeros vendían sus chalets por la elevación del coste de la vida. ¿Hay

que dedicar esfuerzos para captar de nuevo el turismo residencial o es mejor concentrarse en el turismo de vacaciones?

A.P.: El problema es cuando una misma zona pretende competir en ambos tipos de turismo a la vez. El turismo fijo y estable y el de paquete turístico son dos productos distintos. Es bueno que haya una cierta especialización en uno u otro: Benidorm, por ejemplo, no puede querer ambos a la vez, pero en su entorno hay una zona de turismo estable (Alfaz del Pi) que se ha consolidado espontáneamente.

P.T.: La población europea envejece al tiempo que aumenta la movilidad de personas en el seno de la UE. Se dice que vamos a ser el asilo de Europa. ¿Conviene eso a los intereses turísticos?

A.P.: No debe verse un fenómeno negativo en ello. Pero lo que no se puede pretender es que Benidorm ofrezca una imagen juvenil y al tiempo atraer a otras edades. Quizás haya que especializar determinadas zonas, pero sin que se constituyan en guetos. Son equilibrios un poco difíciles, pero hay que especializar las zonas, y más que hablar de un turismo de jubilados habría que referirse a un turismo de nacionalidades.

Es malo hablar sólo de tercera edad: habría que conseguir una imagen basada en turismo nórdico, ecológico, de salud..., en fin, de turismo especializado. Y si en él participa la tercera edad en cuotas representativas, pues bien venidas sean. Lo contrario es peligroso. Podríamos vivir situaciones como las que ya han experimentado otras zonas turísticas del mundo, como el caso reiteradamente citado de Miami. Ese riesgo lo pueden correr Benidorm u otras ciudades. Habría que hacer un esfuerzo enorme en imágenes de turismo especializado, no destacando la de un asilo, sino la de un entorno donde hay también gente joven, donde hay una normalidad.

P.T.: ¿Y el turismo norteafricano, que en Alicante ha generado reacciones de rechazo hasta impedir nuevas líneas marítimas con sus puntos de origen?

A.P.: La corriente de visitantes norteafricanos, más que un turismo con pretensiones lúdicas, es la de una gente que viene a comprar determinados artículos. Es más bien una especie de comercio individual, así como un medio para la paulatina introducción de trabajadores... No creo que estas líneas marítimas aporten nada a la Comunidad Valenciana. Más bien soy de la opinión de que en la división territorial de papeles deberían trasladarse a otras ciudades cercanas o a otros puertos cuya actividad esté ahora mismo bajo mínimos, como puede ser por ejemplo el caso de Cartagena.

Sin que esto suene a discurso racista, no aporta nada a una ciudad como Alicante este tipo de actividad. Una ciudad no puede jugar a todo, y creo que este tipo de actividades comerciales tendrían que desarrollarse en otros lugares de destino. Alicante ha jugado una gran baza consiguiendo que su aeropuerto sea de carácter suprarregional. Eso supone que zonas como Murcia o Albacete, a las que el aeropuerto puede dar cobertura tanto al turismo como a la demanda derivada del propio sistema productivo. Todo movimiento de viajeros a través del aeropuerto, sea con Argelia o sea con donde sea, le conviene y lo consolida. Vía puerto yo creo que las comunicaciones y el tráfico deberían ir a Cartagena. Ya que Murcia renuncia a tener aeropuerto, sí debería compensarse a Cartagena con un mayor protagonismo tanto en el tráfico de mercancías como en el de pasajeros. Eso no sería desviar turismo, porque repito que no se trata de un turismo convencional, originaría un equilibrio muy aceptable y facilitaría muchas cosas, evitando disputas estériles. Es un tema de reparto estructural en coherencia con el modelo que estamos planteando.

P.T.: Agua: hace mucho que se viene pronosticando que la insuficiencia de agua acabará impidiendo el desarrollo turístico. ¿Cuándo llegará ese momento? ¿Es coherente con este problema la proliferación de campos de golf?

A.P.: Jamás se debería decir que una zona no se puede desarrollar por falta de agua. El agua tiene que ir allí donde hay posibilidades de desarrollo, donde hay ventajas, donde el espacio es competitivo. Por mucha agua que hubiera en Guadalajara, por ejemplo, es inútil pretender que Guadalajara tenga una demanda turística como la que tiene Alicante. Respecto al agua se tendrán que tomar las decisiones políticamente correctas, aunque tengan costes, para que en ningún momento pueda decirse que hay un freno al desarrollo económico de ninguna zona de este país que se llama agua. Simplemente hay que actuar bajo el prisma de la productividad: allí donde el recurso sea más productivo, allí es donde hay que llevarlo; allí donde el agua pueda pagarse más cara, allí es donde tendrá que estar. No se puede aceptar el monopolio de este recurso natural por el hecho de que esté almacenado en un sitio, porque los almacenamientos se han hecho con dinero de todos los españoles. Si no hay fronteras para el tráfico de mercancías entre las provincias, sería absurdo ponérselas al agua.

A la hora de hacer infraestructuras de trasvase lo que sí se impone de cara a ganar credibilidad es una racionalización en el uso del agua. Por eso el planteamiento no es si los campos de golf son muy intensivos o no en el consumo de agua: si los campos de golf aquí son rentables, pues habrá que hacer campos de golf, siempre y cuando se impute al campo de golf el coste del agua a su precio real. Y si así resultan rentables y contribuyen

a crear imagen al modelo turístico y generan demanda, ¿por qué no proporcionarles agua? Aunque lo que haya que racionalizar desde el principio sean las pérdidas de agua, que al parecer en algunos sitios son esencialmente desastrosas.

Antes de solicitar cualquier trasvase hay que ir a una utilización en toda la agricultura de las técnicas de regadío más ahorradoras de agua, así como todas las posibilidades de depuración y reutilización de aguas. Entonces es cuando tendremos toda la legitimidad para solicitar trasvases de agua externos. En otros países con mucha menos agua (como Israel y otros), la falta de este elemento nunca ha sido un freno relevante para el desarrollo. Y aquí incluso tenemos mucha más disponibilidad relativa.

P.T.: Apenas quedan huecos en el litoral de la Comunidad Valenciana que no estén edificadas o sean edificables. ¿Qué consecuencias va a traer este hecho para el turismo?

A.P.: Si la edificación tuviera estándares de calidad correspondientes al entorno paisajístico del lugar no habría nada que lamentar en que existiera una infraestructura preparada para una demanda potencial. Pero actualmente tenemos una infraestructura donde hay un excedente de oferta que desde hace cuatro o cinco años la demanda no es capaz de absorber. Y esa oferta, ya de por sí, estaba muy estacionalizada. Hay muchos apartamentos que sólo se ocupan un mes al año. Es como un activo de inversión que tienen familias y cuya utilización es mínima. Y, por último, los estándares de calidad de esta edificación, en muchísimos casos, dejan bastante que desear; es más, hipotecan lo que es la propia calidad del entorno, tanto urbanístico como paisajístico, de municipios en los que constituyen su principal atractivo turístico. Desde esa perspectiva sí son cuestionables muchas de las actividades inmobiliarias que se han llevado a cabo. Si hubiera habido más moderación, si se hubiese pensado en el largo plazo, habría una puesta en valor del territorio mucho mayor. Al haber infraestructuras inadecuadas en los bordes del mar constituyendo auténticas barreras paisajísticas, el desarrollo posterior hacia dentro pierde en gran medida su atractivo. Además suele tratarse de edificaciones de una calidad ínfima que no están preparadas para soportar la climatología, hechas con baratos materiales que se deterioran a muy corto plazo.

El territorio requiere espacios sin edificar para no perder su atractivo. De ahí que esos planes de actuación territorial a los que antes nos referíamos tendrían que poner claramente de relieve cuál es la vocación del territorio y su capacidad de acogida, antiguos conceptos que siempre han sido útiles. Lo que pasa es que los ayuntamientos han sido muy vulnerables a las tentaciones de la demanda inmobiliaria.

P.T.: O sea, que el turismo es demasiado importante para dejarlo en manos de los ayuntamientos.

A.P.: Existe la autonomía municipal. Y hay que ofrecerle incentivos. Puede pensarse en un plan de financiación en el que los municipios turísticos obtengan fondos según cumplan determinados requisitos. Su gestión de la playa, la recuperación de su centro histórico, si se limitan aquí o allá las construcciones, si hay buenas señalizaciones, etc. En definitiva, si la política municipal va consiguiendo alcanzar determinados niveles de resultados, entonces, automáticamente, ese plan de financiación entra ayudando y apoyando tales actuaciones. No se atenta contra la autonomía municipal: cada ayuntamiento puede hacer lo que quiera, pero si se escapa de una lógica racional estará castigado financieramente, mientras que aquellos municipios que favorecen un entorno de limpieza, ausencia de ruido, protección a sus pequeños patrimonios históricos o artísticos están prestando un servicio al turismo y creando infraestructura: ahí, en ese sentido positivo, es donde está la gran baza.

P.T.: ¿Usted derribaría edificios?

A.P.: Sí, yo derribaría. Aquellos que están haciendo efecto barrera, aquellos cuya calidad, pese a rehabilitaciones costosas (y que no sean de valor urbanístico o histórico, claro), no supera el mínimo estándar... Demoler edificios se está haciendo en todos los países del mundo, se hace en ciudades americanas...

P.T.: ¿Y quién paga, si hay que pagar?

A.P.: Hay varias fórmulas según los casos. Si un edificio llega a un nivel de deterioro importante, puede aprovecharse el derribo para una recalificación urbanística... De todas formas habría que analizar situación por situación, casi individualmente. Por ejemplo, si hay unos edificios que ejercen el efecto barrera impidiendo el desarrollo hacia el interior, la misma revalorización del terreno que se obtendría puede hacer rentable la demolición. Pero hay que ver caso por caso. Es muy difícil generalizar.

P.T.: La Ley de Costas, que iba un poco en esa dirección, ha encontrado muchas dificultades para aplicarse y ha sido burlada por todos los lados... ¿Se ha perdido una gran oportunidad?

A.P.: Lo ocurrido es doloroso. Ha sido un ejercicio de la propia impotencia y de la falta de rigor con la que somos capaces de aplicar las normas, tanto urbanísticas como, en este caso, una ley de carácter nacional. Eso nos ayuda a tomar conciencia de los intereses que tenemos ahí delante, de la incapacidad de presión de esos intereses y de la necesidad de

buscar instrumentos que realmente sean eficaces. Cada vez que hay un boom de la construcción se ponen de manifiesto esos intereses y se vulneran las normas.

P.T.: Antes hemos hablado de ruido, que precisamente es una de las principales quejas del turista. ¿Es imprescindible la anunciada Ley contra el Ruido?

A.P.: No hay ninguna encuesta sobre motivaciones turísticas que yo haya manejado en la que el tema ruido no sea un problema. Los indicadores existentes señalan a España como uno de los países más ruidosos del mundo. No sé si una ley específica es imprescindible, porque con normas municipales este problema es fácil de reducir. No creo que sea tan difícil controlar el rugido de las motos, o que una actividad de construcción se haga en meses en los que no haya una afluencia turística masiva, o llegando a una propia especialización del espacio municipal.

No se puede conceder una licencia para una actividad que es ruidosa hasta las cinco de la madrugada debajo de donde se están vendiendo pisos para descansar. Es muy deseable que existan lugares de ocio: discotecas, pubs, bares..., pero pueden localizarse en ámbitos que estén especializados y donde la gente, que busca ambientes densos, encuentre mucho donde elegir, «mucho ambiente» en el sentido en que lo dicen sus demandantes, y que sin embargo no haya interferencias con el descanso. Lograr eso no es imposible.

En una ocasión el Ayuntamiento de Alicante se puso a controlar la playa de San Juan con un único punto de control. Se cogieron por exceso de ruido no sé si doscientas o trescientas motos: una parte eran robadas, con lo cual, de paso, se pudo devolver la moto al propietario, y muchas tenían el tubo de escape estropeado, por lo que tuvieron que escoger entre pagar una multa o dejar la moto en depósito. No es tan difícil luchar contra el ruido si hay voluntad política.

P.T.: En la Comunidad Valenciana se está intentando impulsar el turismo rural. Después de haber visto lo que ha pasado en el litoral, ¿no da un poco de miedo lo que pueda pasar con el interior?

A.P.: Si el modelo va a ser el mismo, la verdad es que es para pensárselo. Precisamente el atractivo del mundo

rural es que permite huir de la masificación, de algo tan repetitivo y estandarizado como es la oferta en el litoral para introducirse en un medio más natural... Si se va a hacer lo mismo es para asustarse. En la Comunidad Valenciana el turismo rural tiene un techo. Tiene que ser un turismo complementario, más orientado a la propia demanda del entorno. No creo que tenga atractivo para la demanda europea, e incluso para la demanda nacional. Si, por ejemplo, yo fuera de Madrid, pensaría que pueblecitos de otros sitios (Andalucía, Extremadura...) pueden darme una oferta más competitiva que la de la Comunidad Valenciana. Y en Europa el turismo rural europeo tiene zonas de una excepcionalidad extraordinaria.

Las zonas rurales de la Comunidad Valenciana tienen que jugar con la proximidad, orientarse hacia la demanda local, hacia quienes viven en las ciudades valencianas, que buscan en los ámbitos rurales una forma de encontrar algo distinto, de descanso. Hay zonas en el interior de Castellón y en la montaña alicantina que tienen posibilidades de especialización en este tipo de turismo, pero siempre dentro de un modelo no masivo y conectando con estándares de calidad bastante elevados.

P.T.: Cuando se planificó la autopista que corre paralela al mar, Mario Gaviria la bautizó como la «autopista negra de la Costa Blanca». Con la perspectiva del tiempo transcurrido, ¿se la puede seguir llamando así? ¿Qué efectos con respecto al turismo futuro tendrían el AVE hasta Valencia y la autopista a Cartagena?

A.P.: Torre Vieja ha seguido un modelo de desarrollo turístico parecido al de Benidorm, y sin embargo los riesgos de que un turista llegue tarde a su vuelo son mayores que los de un turista de Benidorm. No creo que las autopistas interfieran negativamente. En ningún caso las vías de comunicación son negativas para él. No está ahí el problema. Ahora mismo podríamos tener unos conflictos de acceso y de estrangulamiento en las comunicaciones que se han evitado. Las infraestructuras son muy necesarias. Lo que hay que preservar es que en determinados lugares el crecimiento se estanque porque la capacidad de acogida no sea la adecuada. Creo que una vía rápida de comunicación no hace daño al equilibrio del territorio, siempre y cuando, claro, se sepan establecer límites al crecimiento de determinadas áreas, pero eso es compatible con buenas vías de comunicación.

Mario A. Sierra