

LA DIMENSIÓN AMBIENTAL DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA: UNA NUEVA CULTURA PARA EL CONSUMO TURÍSTICO*

J. Fernando Vera Rebollo

RESUMEN

El crecimiento continuado de la actividad turística y sus efectos medioambientales plantea la necesidad de establecer filtros racionales en los procesos de implantación, al mismo nivel que los objetivos económicos que han prevalecido hasta la actualidad, con la finalidad de consolidar un modelo de desarrollo sostenible. La misma sensibilidad de los consumidores hacia el medio ambiente afecta también al turismo, como reflejan las nuevas motivaciones de la demanda; especialmente en una actividad que depende más que cualquier otra de la calidad del entorno.

Palabras clave: turismo, efectos en el medio ambiente, planificación.

SUMMARY

The continued growing of the touristic activity and its environmental effects puts forward the necessity of establishing rational filters in the processes of implantation at the same level at the economic objectives which have prevailed until nowadays, in order to make firm a pattern of development that can be sustained. The sensitivity of consumers towards the environment also affects tourism, as it is reflected in the new motivations of the demand; especially in an activity that depends, more than any other, on the quality of the surrounding.

Key words: tourism, effects on the environment, planning.

* Resumen del trabajo realizado para el Institut Valencia (*Papers de Turisme*, nº 10. 1993, Valencia).

I. EL INCREMENTO CONTINUADO 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 papel¹. De este modo, si se atiende al número de viajeros internacionales, que han aumentado desde 25 a 240 millones entre 1945 y 1977 y llegan a alcanzar la cifra de 415 millones en 1990, las cifras definen un fenómeno muy amplio, que integra 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 cultural²; 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 los 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 dos últimos años, coincidiendo con el agotamiento del modelo tradicional de afluencia turística, parece que está empezando a cambiar.

¹ HAWKINS, Donald E., and BRENT RITCHIE, 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: Lognonan ed.

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 objetivos económicos de la administración y las mismas presiones de los agentes sociales actuantes, especialmente los operadores internacionales, 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 afectadas³, 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 demanda⁴ 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.

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 - e n 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 ofrecer⁵.

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 culturales⁶.

3 KRIPPENDORF, J., 1986: «Tourism in the industrial society», in *Annals of Tourism Research*, nº 13, pp. 517-532.

4 CLARY, Daniel, 1991: «Les motivations récentes des touristes et l'émergence de nouveaux produits touristiques», in *Crisis del Turismo. Las perspectivas en el nuevo escenario internacional*, Sevilla: Universidad Internacional Menéndez y Pelayo.

5 MONTANARI, Armando, 1992: «El futuro del Mediterráneo turístico. Desarrollo sostenible y competitividad», in *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.

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 planificación⁷ 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. Se ha llegado a calificar el turismo como fenómeno «sobrevenido», a lo que no es ajeno el apetito desenfadado de los agentes económicos que han interpretado el turismo como actividad de rentabilidad 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 implantaciones⁸.

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.

7 ACERENZA, Miguel Ángel, 1991: *Administración del turismo. Conceptualización y organización*: México: Trillas ed.

8 VERA REBOLLO, José Fernando, 1992: «Territorio, turismo y medio ambiente», in *Crisis del turismo. Las perspectivas en el nuevo escenario internacional*, Sevilla: Universidad Internacional Menéndez y Pelayo.

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 años⁹.

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 deprimidas¹⁰.

9 PEARCE, Douglas, 1987: *Tourism today: a geographical analysis*, Harlow: Longman ed.

10 ELLIOT-SPIVACK, Sheryl M., 1990: «Turismo y medio ambiente: dos realidades sinérgicas», in *Papers de Turisme*, nº 3, pp. 26-43.

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 correctivos y preventivos que permitan evitar los problemas y las consecuencias negativas de desarrollos incontrolados. No caben 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 (físicoecológicos y sociales), mediante la utilización de la técnica de 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 impactos 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 esquilmanes 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".

5. Integración del turismo con otras actividades productivas, sobre todo cuando éste no tiene carácter de mono especialización, 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 adecuados¹¹. 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.

11 SCHLÜTER, Regina, 1990: *Turismo y áreas protegidas en Argentina*, Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

12 MONTANARI, Armando (ed.), 1990: *Il turismo nelle regioni rurali della CEE: la tutela del patrimonio naturale e culturale*, Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane.

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 (alcantariado, 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, a la vez que forma parte de un proceso de difusión de un nuevo modelo cultural donde 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 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 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.

— 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 gestión¹⁴.

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", 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 habitat 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 habitat turístico susceptible de promoción, apoyo a proyectos de excelencia que mejoren el entorno y cooperación para un desarrollo

13 English Tourist Board and the Employment Department Group, 1991: *Tourism and the environment: maintaining the balance*. London: Glasgow & Ass.

14 LINDRERG, K., 1989: «Tourism as a conieratori tod: an introduction to ecotourism in developing countries». in *Unpublished Paper*.

15 Secretaría General de Turismo, 1992: *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 125 pp.

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.

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 objetivo¹⁶: 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 medio ambientales 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.

16 Consellería de Industria, Comercio y Turismo, 1990: *Libro Blanco del Turismo de la Comunidad Valenciana*. Valencia: Generalitat Valenciana, Institut Turistic Valencià.