

PRÓLOGO

Decía André Gide que «no se descubren nuevos territorios sin arriesgarse y perder de vista la costa durante un tiempo prolongado»...

Pues bien, el libro de *Turismo y Medio Ambiente*, que el lector tiene entre sus manos, supone un notable esfuerzo de navegación en busca de otros paisajes por mares sólo aparentemente conocidos.

En efecto, aunque el título de la obra suene en principio a *déjà vu* de incontables seminarios, cursos, conferencias y publicaciones, los autores han logrado sin embargo una novedosa aportación, creando valor —en términos de conocimientos, enfoque y metodología— donde en muchos casos sólo había previamente un depósito de frases hechas y lugares comunes.

El turismo del siglo XXI no va a ser lo que ha sido. Las reglas de juego del paradigma del turismo de masas devienen obsoletas. Atrás quedan los tiempos en que el simple crecimiento de la demanda garantizaba el éxito de productos y destinos vocacionales. La fórmula era simple: disminúyanse los costes marginales mediante el incremento de la producción en serie de servicios idénticos; ello aumentará los beneficios en mercados competitivos, tal y como sucede para los bienes industriales. No importan los impactos negativos que la actividad turística pueda producir sobre el tejido sociocultural o el medioambiente, porque esos costes son externos al mercado y serán sufragados, explícita o implícitamente, por los contribuyentes y el resto de ciudadanos —actuales y futuros.

La situación ha cambiado. La actividad turística contemporánea, y la previsible en los próximos años, descansa, afortunadamente, sobre bases

bien distintas. En lugar de la presunción de clientes homogéneos, indiferenciados, consumidores incansables de *paquetes turísticos* tipo sol y playa, nos encontramos ahora con consumidores mejor informados, más cosmopolitas, cultos y exigentes que demandan experiencias turísticas de calidad, es decir, ajustadas a sus necesidades y expectativas.

Y estas expectativas son sofisticadas e individualizadas. E incluye el deseo de encontrarse en entornos culturales y naturales auténticos, bien gestionados y con garantías de conservación.

Esto supone un cambio importante de los parámetros de comportamiento de los profesionales del turismo, sea en el sector privado, o en el público. Ya no se trata solamente de conseguir la rentabilidad de un negocio o unas instalaciones —o la viabilidad económica y social de una ciudad o comarca turística— y además ser un buen ciudadano, preocupado por la defensa del medioambiente. Ahora la conservación del patrimonio y del entorno natural son parte inseparable de la actividad turística. No basta la calidad del producto o servicio turístico en sentido estricto; hay que añadir la calidad medioambiental para conseguir la satisfacción del cliente y su fidelización.

Así pues, el paradigma empresarial de lo que se viene denominando *Nueva Era del Turismo* incluye el medioambiente como una parte integral de la experiencia turística ofertada, con la consecuencia de que los actores del turismo —privados, públicos y voluntarios— deben incluir la estrategia y gestión del entorno natural entre sus preocupaciones de política turística. La necesidad de coordinación entre los intereses y acciones de esos distintos tomadores de decisiones se hace patente, como lo es también la urgencia de elevar el nivel de los conocimientos técnicos y metodológicos en este campo.

En este contexto, el libro *Turismo y Medio Ambiente* de Ramón Bosch, Lluís Pujol, Joan Serra y Ferran Vallespinós es oportuno y eficaz. Merced a la gran experiencia de los autores en las áreas del turismo y de la gestión ambiental, el resultado es a la vez profundo y pragmático, aplicando a veces el «pensar globalmente y actuar localmente» y saltando, cuando conviene, a un «pensamiento local inspirador de actuaciones en ámbito mundial».

A partir de una primera sección donde se establecen los conceptos básicos de la política ecoturística, los autores analizan —en la segunda parte— las interacciones entre turismo y medioambiente. Debo notar, ya aquí, la coincidencia de planteamientos del libro con muchos de los

principios de política turística que he defendido durante mi ejercicio profesional en diversas Administraciones turísticas —a nivel regional y nacional, y ahora en la Organización Mundial del Turismo (OMT). Así, los autores sostienen la utilidad del método de la calidad total aplicado al medioambiente y la consideración de los recursos ambientales como partes componentes de la experiencia turística, y no como mero telón de fondo de la misma —ideas ambas que constituyeron la base de los Planes de Excelencia de Municipios Turísticos, operativos en la Política Turística española desde 1992 hasta la actualidad. Igualmente se manifiestan claramente a favor de una acción coordinada de los sectores público y privado, que constituye uno de los pilares de funcionamiento de la OMT. En esta sección, como por dossier en el libro, el uso abundante de figuras o tablas sintetiza la información y da claridad expositiva a los conceptos propuestos, con lo que se facilita su aplicabilidad inmediata a situaciones concretas, alcanzando un alto nivel didáctico.

Más adelante, la tercera parte del libro presenta instrumentos varios de gestión ambiental y los sistemas de certificación. También aquí, el oficio de los autores les permite exponer con extremada claridad conceptos complejos y métodos técnicos para su uso práctico. Más que teorizar sobre los matices del análisis coste-beneficio, el tipo de descuento a aplicar a las inversiones en conservación, o el bienestar y libertad de elección de futuras generaciones, se opta por presentar de forma operativa la definición y fases de una ecoauditoría, los marcos legislativos y administrativos, las estructuras y contenidos de los estudios de impacto ambiental, las medidas correctoras, y el ejemplo de la política ambiental europea.

Finalmente, y en la cuarta sección del libro, se estudia la estrategia del turismo sostenible, tanto desde el enfoque de la acción pública como por lo que respeta a la empresa privada. Lugar destacado ocupa en esta parte la experiencia de la Agenda 21 Local y las ventajas de su implementación en municipios turísticos. El análisis de algunos casos prácticos, en España y en otros países, ilustra la posible aplicación de los procedimientos tratados. Nuevamente conviene subrayar el acierto de tratar la política ecoturística también en un marco de horizontes a largo plazo, donde la rentabilidad económica se ha de considerar desde el ángulo de la competitividad, es decir, de la sustentabilidad de las condiciones productivas. En este contexto ya no hay enfrentamiento entre la rentabilidad y la sustentabilidad; la conservación de los recursos culturales y naturales,

y la adecuada formación de capital humano para ello, son condiciones *sine qua non* de la rentabilidad sostenible o competitividad.

La actividad turística tiene una innegable importancia en nuestros días. Su capacidad para crear empleo, renta y bienestar está ampliamente demostrada, y muchas sociedades en desarrollo ven ahora en ella una buena apuesta para su futuro. Su papel como transmisora de valores culturales y para la comprensión entre comunidades diversas es también importantísima en la aldea global. Pero, como tantas otras actividades humanas, difícilmente puede creerse que su evolución espontánea conducirá automáticamente a escenarios deseables. La evidencia acumulada indica más bien que el turismo puede ser causa de todo tipo de impactos negativos: económicos, sociales y ambientales. La estrategia y la gestión ecoturística son así tareas ineludibles, y requieren la acción coordinada de las Administraciones —locales, regionales, nacionales y supranacionales— y de los actores privados y voluntarios en una atmósfera de elevado nivel de conocimientos. Libros como éste pueden contribuir a ello.

Y, aún así, suele decirse que los libros, incluso los buenos libros, no tienen valor en sí mismos... Lo adquieren en cuanto contribuyen a hacer más interesantes, profundos y efectivos los quehaceres personales y profesionales de aquellos que los leen.

Sinceramente espero que en el libro *Turismo y Medio Ambiente* encuentren los lectores esa capacidad potenciadora.

EDUARDO FAYOS

Director de Formación de la O. M. T.