

La imperant necessitat d'un turisme sostenible

Marc Grijalvo

Doctor en Turisme, dret i empresa. Universitat de Girona

Aquest text correspon a l'intervenció de l'autor a la jornada de formació organitzada per l'Euroinstitut Català Transfronterer (EiCT) que es dedica al tema "Ordenació del territori en un context transfronterer", organitzada conjuntament amb la Universitat de Perpinyà i la Universitat de Girona. L'acte es desenvolupà a Girona el 18 de novembre de 2011, a la Sala de Graus de la Facultat de Ciències Econòmiques de la Universitat de Girona.

El concepte de sostenibilitat

Són nombrosos els antecedents que emmarquen aquest concepte relativament nou sota un prisma històric ampli, i la majoria estan lligats a la conscienciació ambiental de la ciutadania.

En l'actualitat, tot i els diferents matisos, entenem el concepte de sostenibilitat sota la definició feta en Informe Brundtland. Molts són els autors que han realitzat estudis relacionats amb la matèria, i podríem arribar a parlar de les diferents visions que es té des de l'economia, des de l'ecologia, o des d'altres camps concrets d'estudi.

Per desenvolupar el concepte de sostenibilitat és important conèixer un dels models més acceptats, platejat per Goodland i Daly l'any 1996, que divideixen la sostenibilitat en tres grans línies:

- Sostenibilitat econòmica.
- Sostenibilitat mediambiental
- Sostenibilitat social.

Aquests autors també defineixen un concepte que està molt vinculat a la sostenibilitat del territori: la capacitat de càrrega. Per capacitat de càrrega entendrem el nombre màxim d'individus d'una espècie que un hàbitat pot suportar indefinidament. Hem detenir en compte però, que en el cas de l'espècie humana la capacitat de càrrega evoluciona amb el pas del temps i la introducció de noves tecnologies. Finalment, i seguint en la mateixa línia, trobem Ripa i Verdú el 1995 que entenen la sostenibilitat com una mena d'objectiu que té relació amb la qualitat de vida que pot mantenir-se durant moltes generacions (Muñoz, 2006).

Com podem observar, aquesta és una definició que va molt en línia amb el Informe Brundtland. Aquests autors identifiquen els següents aspectes necessaris perquè es produeixi un desenvolupament sostenible (Sureda, 2007:36):

- "És socialment desitjable, doncs satisfà les necessitats culturals, materials i espirituals de les persones de forma equitativa.
- És econòmicament viable, per l'autofinançament, amb costos que no superen els ingressos.
- És ecològicament sostenible, a causa del manteniment dels ecosistemes a llarg termini".

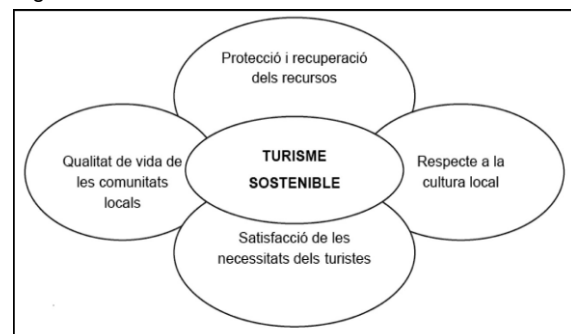
Per tant, en aquest desenvolupament de l'idea de creixement sostenible, novament podem trobar els seus pilars en els aspectes culturals i socials, els aspectes de viabilitat econòmica i els aspectes ecològics.

El sector turístic no és insensible als nous canvis en la concepció de la societat, i cada cop s'és més conscient de la necessitat d'anar incorporant estratègies i mesures més sostenibles (Nel-lo, 2007). Després d'un període dominat per el model *fordista*, el turisme va observar com la implantació del sector generava tot un seguit d'externalitats negatives en el territori que l'acollia. És un fet comprovat que les formes intensives de turisme presenten un major nombre d'impactes en el territori que no pas les formes més extensives. El model turístic de creixement basat amb segones residències o el de sol i platja –que són dels que presenten un major grau de consum i un menor grau de qualitat ambiental– la rendibilitat d'aquests també acaba caient.

A l'altre costat de la balança hi tindríem formes turístiques com el senderisme o l'ecoturisme. Per la qual cosa, és un fet que no tot el turisme presenta les mateixes externalitats i impactes i el perfil turístic de la destinació en condiona, en un alt grau, la seva sostenibilitat. Tot i això, l'Organització Mundial del Turisme, indica que "*Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos*" (O.M.T., 2004). Per la qual cosa, tot i l'evident diferència d'impactes que es produeixen en funció del tipus de model turístic, la O.M.T., considera que també són aplicables criteris de sostenibilitat en aquestes modalitats turístiques. Per tant, el concepte de sostenibilitat abraça molt més que determinats segments concrets de desenvolupament turístic.

El 1994 Müller publica un article a la revista *Journals of Sustainable Tourism*, on considera que per tal que es produeixi un turisme sostenible és necessari:

Figura 1. Turisme sostenible



Font: M.G Nel.lo en base al model Müller (1994)

- Respecte a la cultura local: Un dels elements senyalats és la necessitat que les cultures locals no es vegin amenaçades per la irrupció dels fluxos turístics, i es perdi la identitat cultural de les destinacions.

- Satisfacció de les necessitats dels turistes: Element molt important i relativament novedós respecte el discurs del desenvolupament sostenible i que ho contextualitza clarament en el camp turístic. Es considera clau que les necessitats dels turistes se satisfacin, perquè si no és així, la destinació deixarà de tenir sentit.

- Qualitat de vida de les comunitats locals: Que l'activitat turística repercuteixi directament en la qualitat de vida de les comunitats locals, és fonamental per poder parlar de turisme sostenible, perquè si no és així a mig i llarg plaç es crearà una separació entre la indústria turística i la comunitat local.

- Protecció i recuperació dels recursos: En aquest sentit es fa referència tant als recursos naturals com culturals, que no només cal protegir, sinó que en alguns casos l'activitat turística ha de permetre recuperar.

La capacitat de càrrega és un altre aspecte amb una gran rellevància en l'aplicació del desenvolupament sostenible en el marc del turisme. El concepte de capacitat de càrrega turística indica la població màxima (tant de residents com de visitants) que pot acollir una destinació turística. Si se supera aquesta població es produeix una disminució del nivell de satisfacció dels visitants, de la qual cosa se'n deriva una pèrdua de competitivitat de la destinació (Pulido i Palomo, 2006). En un article publicat a *Tourism Management*, O'Relly (1986) es descriu la capacitat de càrrega com "el número màxim de turistes que poden ser acomodats en una destinació" i distingeix diferents tipus de capacitat de càrrega:

- Capacitat de càrrega física, lligada amb el concepte mediambiental, perquè si se supera el límit el mediambient es degrada.

- Capacitat de càrrega social, conceben la capacitat de tolerància a l'activitat turística que té la població local. També s'hi parla de la tolerància que poden tenir els turistes entre ells.

- Capacitat de càrrega psicològica o perceptual, quan se supera aquest límit el flux turístic disminueix i es busca una altra destinació

- Capacitat de càrrega econòmica, indica la capacitat de protagonitzar l'economia local sense desplaçar absolutament les activitats econòmiques tradicionals de la zona o la possibilitat de realitzar altres activitats de sectors diferents al turisme.

Aquest model plantejat per O'Relly va tenir una gran acceptació, tot i que actualment, el que ell classifica com a capacitat de càrrega física s'entén com a ecològica, i com a física s'entén la limitació física del territori o bé de les infraestructures. Pel que fa a l'àmbit estrictament turístic, hi haurà diferents factors que influïran en el càlcul de la capacitat de càrrega turística que té una destinació. Aquests són (Soler, 2006:20-21):

- "Les característiques de la destinació: Factors com les dimensions de la destinació, la localització del patrimoni o la fortalesa de la cultura local entre d'altres, condicionaran les capacitats de càrrega.

- Les característiques del turista: El perfil del turista que visita la destinació, les diferències culturals amb la

població local o el comportament d'aquest, són condicionants a l'hora de realitzar el càlcul.

- Cadascuna de les característiques del desenvolupament turístic: Finalment, el càlcul també vindrà condicionat pel

moment en què es trobi dins del Cicle de Vida, els serveis complementaris que s'ofereixin, l'accessibilitat als llocs d'interès, el marc legal, etc. "

Per tant, contextualitzant el concepte de desenvolupament sostenible en el sector turístic, podem dir que aquest no difereix excessivament del concepte genèric, i aspectes com la capacitat de càrrega prenen una important rellevància.

El consum turístic

L'altre gran eix en què cal contextualitzar el trobem en el consum turístic en l'actualitat. Fent una breu contextualització històrica del consum del turisme, aquest pren especial rellevància com un fenomen "modern" a finals del segle XIX. Garay (2007) emmarca a Catalunya el que serien les grans fases del desenvolupament turístic: en el segle XIX, l'etapa prototurística; del 1900 al 1936, l'etapa prefordista¹; del 1950 al 1980, l'etapa fordista o de turisme de masses; i del 1980 a l'actualitat, el postfordisme. Si focalitzem la mirada amb la Catalunya Nord, les etapes tenen un comportament molt similar, tot i que les trobaríem contextualitzades i emmarcades per la influència de la segona guerra mundial enlloc de la guerra civil espanyola. Les conseqüències de l'enfrontament bèl·lic serien molt similars, doncs es dibuixaria un escenari on no es donen les condicions per desenvolupar una indústria turística moderna.

En aquesta indústria turística postfordista que ens trobem en l'actualitat, Donaire (2002), seguint les tesis de Harvey (1989) –però contextualitzant-les en el sector turístic–, explica com les destinacions turístiques reaccionen de tres maneres diferents envers l'anterior model fordista: recuperació de models turístics anteriors al fordisme, on el mite del viatger il·lustrat i el romanticisme prenen un paper central; models posteriors al fordisme, amb la creació d'espais hiperreals o grans complexos d'oci; i el model que se centra en la negació del fordisme, a fer bandera del que no representa la destinació, allò que no s'hi trobarà.

Sota el prisma de l'oferta turística, la principal característica del postfordisme rau en la singularització dels espais, en la recerca d'aquells elements diferenciadors de les destinacions que ens poden permetre assolir avantatges competitius basats en la diferenciació del producte (Porter, 1998).

Sheller i Urry (2004) assenyalen com s'intensifica la seva demanda i la mobilitat per motius turístics, consolidant la indústria turística en l'actualitat. La principal apreciació, tal i com indica López (2009), és que l'oci, i el turisme en concret, han passat de ser quelcom de tipus conjuntural a formar part de l'estructura bàsica en els comportaments socials de la societat actual.

En aquest context de consumidor postfordista trobem que els dos elements, sostenibilitat i consum, comencen a trobar espais comuns. Pel que fa al consumidor turístic, el despertar d'una consciència

¹ L'autor considera que de l'any 1836 al 1950 no es donen les condicions necessàries per parlar d'un desenvolupament de l'activitat turística a Catalunya.

ecològica i d'una consciència cultural es converteixen en elements centrals, tot derivant cap a la demanda d'un desenvolupament sostenible del territori (Martín, 2003). Si la característica més destacable en la demanda del consumidor és la intensificació del consum turístic, també s'hi poden apreciar un seguit de característiques concretes: independència en el seu comportament i demanda de productes individualitzats, experiències turístiques simbòlicament caracteritzades per un joc reflexiu i la desdiferenciació de les activitats turístiques extraordinàries respecte de les de la vida normal, tot creant un espai gegant de l'oci (Santana i Rodríguez, 2010).

Davant d'aquests canvis en els consumidors, els municipis intenten adaptar l'oferta turística local per tal de continuar atraient el flux de turistes a les seves poblacions. Calabuig (2006) classifica en cinc grans grups les diferents estratègies que segueixen els municipis: estratègia de la sostenibilitat, estratègia de la recreació de l'espai urbà, estratègia de la hiperrealitat, el turisme efímer i la millora de la qualitat del producte turístic tradicional. Centrant l'anàlisi en la visió de l'estratègia de la sostenibilitat, aquesta pretén conciliar creixement econòmic, justícia social i gestió eficient dels recursos naturals. En aquest sentit, Calabuig identifica com a eixos bàsics la requalificació de sòl urbà, el desenvolupament sostenible com a atractiu turístic i la gestió sostenible de les destinacions mitjançant els Plans d'Acció Local cap a la Sostenibilitat.

Si observem les característiques principals de les destinacions implicades en el projecte de desenvolupament d'un espai comú per l'Euroinstitut Català Transfronterer, aquestes estan altament vinculades en el que serien destinacions de litoral. Tot i compartir gran part de les característiques esmentades de manera genèrica, Sastre i Benito (2009) n'identifiquen quines són les principals característiques particulars:

- Malgrat els esforços per intentar desestacionalitzar el turisme fet per les destinacions, es continua amb un consum turístic estacional amb una alta concentració en els mesos estivals.
- Un turisme on el paquet organitzat continua tenint una forta presència però amb una clara tendència a la baixa a causa del cada cop major ús dels apartaments, les segones residències i l'aparició d'internet. Ens trobem amb un menor pes de l'intermediació tradicional, tot i que apareixen noves formes d'intermediació a la xarxa.
- Un turisme on el principal mitjà d'allotjament són els hotels, tot i una tendència a un major ús d'altres modalitats d'allotjament (càmpings, apartaments, etc.).
- Un turisme vacacional, assentat en zones sense nuclis poblacionals estables importants. En molts casos ens trobem amb petits nuclis de població que multipliquen les persones en els mesos en què es concentra la demanda turística del municipi.
- Un turisme amb una reducció constant de la seva despesa total, fruit principalment d'estades més curtes i per una poca capacitat de despesa fora del paquet turístic.

Aquesta necessitat de redefinició i adaptació de l'oferta dels espais litorals, també és recollida per López (2009), que indica els següents elements claus com a pilars a l'entorn dels quals s'ha de reformular la proposta turística, entre els que destaquen:

- La necessitat de realitzar una interpretació del turisme a partir del territori.
- Que el model ha de cercar l'augment de la rendibilitat social, econòmica i ambiental.
- Consideració integral del turisme i la seva gestió sota criteris de sostenibilitat.
- Abordar els problemes derivats dels processos de congestió i degradació de la qualitat de vida de les destinacions.
- Apostar per la renovació urbana als municipis turístics madurs.
- Consideració de la destinació turística global, però associada a diferents unitats supramunicipals.
- Desenvolupament turístic sota el concepte de producte, és a dir la transformació de recursos en productes i un treball empresarial en xarxa.
- Coordinació d'actuacions entre les administracions implicades en l'activitat turística donada la seva «transversalitat».
- Compromís públicoprivat i participació ciutadana per a definir els models de gestió de les destinacions en el marc de la nova governança.

Aportacions d'un espai transfronterer per a una gestió turística sostenible

Com recullen Emsellem i Basse (2009), per poder crear espais transfronterers significatius, és imprescindible que aquests comparteixin elements comuns, on s'han de produir interrelacions informals i institucionals als dos costats de la frontera. Altres autors com Amihat, Guyot i Voiron-Canicio (2009) han analitzat processos de projectes turístics transfronterers en espais amb fronteres administratives clarament delimitades, com la zona andina, conclouent la necessitat d'establir mecanismes de treball comú. En aquests treballs es conclou que funcionen millor projectes vinculats a un turisme allunyat del model fordista i més centrat en segments específic com el de muntanya o d'esports de risc.

La proposta d'un projecte turístic transfronterer que es configurés entorn l'Espai Català Transfronterer i a l'àmbit geogràfic de les Albereres, la primera pregunta que hauria de respondre és si té elements comuns que posin de manifest una major facilitat per portar a terme el projecte. Sota el prisma de l'oferta turística trobem elements comuns significatius com:

- Una oferta turística consolidada, especialment lligada a les destinacions de litoral.
- Una oferta de productes turístics similars, on sota l'aixopluc d'un turisme de masses vinculat al litoral es desenvolupen subproductes i segments de turisme que el complementen.
- Oferta d'allotjament amb un important pes de segones residències, i on l'oferta hotelera està capitalitzada per un teixit d'empreses familiars, allunyat d'un model d'allotjament basat en grans consorcis hotelers.

La demanda turística també té elements en comú, com són:

- Una demanda altament estacionalitzada, on els diferents municipis han treballat fent esforços per tal de poder generar fluxes turístics fora de les puntes dels mesos estivals.

- Un perfil socioeconòmic de la demanda turística similar, on hi ha un important flux turístic de proximitat, allunyat de fluxes turístics de grans distàncies.
- Un volum de demanda turística similar, amb uns importants fluxes turístics a banda i banda de les Alberes.

Més enllà dels punts en comú focalitzats en el turisme, els dos territoris comparteixen molts elements històrics i culturals comuns, i per tant, dibuixen un escenari propici per generar un espai turístic transfronterer. L'aposta per aquest espai turístic transfronterer hauria de tenir presents els següents elements:

- Creació de xarxes de treball conjuntes, tant amb estructures formals com informals.
- Creació productes turístics a ambdós costats del pirineu, que es complementin més que no pas competeixin.
- Treball amb microsegments, apostant per l'aplicació del Long Tail en el camp turístic. S'ha d'articular propostes basades no només amb projectes estrictament turístics, sinó aprofitant inversions i sinèrgies amb altres camps, que s'han de dotar de la mirada turística.
- Necessitat de generar un fil conductor que doni sentit al relat turístic.
- Creació de productes mixtes, on les administracions públiques i els agents privats trobin espais compartits.
- Generar economies d'escala en elements promocionals i en costos compartits.

Tots aquests aspectes s'han de portar a terme tenint present el desenvolupament sostenible del territori, i apostant per un creixement respectuós en les tres potes del desenvolupament sostenible. El concepte de sostenibilitat s'ha d'aplicar com element comú dels projectes a desenvolupar. L'ús d'elements de sostenibilitat pot ser utilitzat sols de manera puntual com a eina turística promocional, descartant fer un posicionament competitiu sota l'aixopluc de la sostenibilitat com a eix de l'estratègia. L'ús comercial de la sostenibilitat com a missatge central entraria en contradicció amb la major part del posicionament dels municipis turístics actualment.

Per tant, el projecte reuneix els requisits per ser un projecte d'èxit: aquest pot ajudar al desenvolupament econòmic dels seus habitants; potenciar un entorn sociocultural comú; i preservar l'entorn mediambiental. Aquests requisits doncs han de posar les bases per un únic objectiu: que les futures generacions puguin seguir creixent en el seu territori.

Bibliografia

- A.L. Amihat, i S. Guyot, "Si somos Americanos", Revista de Estudios Transfronterizos, vol. 9, n°2, 2007, p. 58-93.
- A.M. O'Reilly, "Tourism carrying capacity. Concept and issues", Tourism Management, vol. 7, n° 4, 1986, p. 254-258.
- B. Martín, "Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el turismo cultural", Pasos, vol. 1, n°2, 2003, p.155-160.
- B. Sureda, "Proposta metodològica per a l'anàlisi de la sostenibilitat, utilitzant indicadors i índexs, implementats i analitzats amb una eina de suport al

raonament. Cas d'estudi: municipi de Terrassa", Barcelona, Universitat Politècnica de Catalunya, 2007.

D. Harvey, "The urban experience", Oxford, Basil Blackwell, 1989.

D. López "Reflexions entorn del model turístic: cap a una estratègia territorial turística sostenible", Anuari de l'Agrupació Borriana de Cultura: revista de recerca humanística i científica, n° 20, 2009, p. 7-16.

D. López, "Reflexions entorn del model turístic: cap a una estratègia territorial turística sostenible", Anuari de l'Agrupació Borriana de Cultura: revista de recerca humanística i científica, n° 20, 2009, p. 7-16.

F. Sastre i I. Benito, "La reconversión de destinos maduros", IV Jornades valencianes d'estudis regionals a València, 2009.

F. Soler, "Turisme sostenible a la ciutat: el cas de Girona", Màster tesis de Direcció Estratègica del turisme, Girona, Universitat de Girona, 2006.

I. Ripia i V. Verdú, "Hacer posible un desarrollo sostenible. La evaluación de los efectos sobre el medio ambiente de las políticas, planes y programas", Congreso Internacional Tecnología. Desarrollo Sostenible y desequilibrios, Terrassa, 1995.

J.A. Donaire, "Ecoturisme en zones de muntanya: algunes reflexions inicials.", 4t. Congrés Internacional del Medi Ambient d'Andorra, 2002, p. 1-16.

J.C. Muñoz, "Turismo y sostenibilidad en espacios naturales protegidos: la Carta Europea del Turismo Sostenible en la Zona Volcánica de la Garrotxa y el Plan de Desarrollo Sostenible en Cabo de Gata-Níjar", Girona, Universitat de Girona, 2006.

J.I Pulido i S. Palomo, "Turismo y sostenibilidad", Estructura econòmica del turismo. Madrid, Síntesis, 2006.

K. Emsellem, R.M. Basse i C. Voiron-Canicio, "Mitos y realidades de la cooperacion en el espacio transfronterizo francés, italiano y Monegasco", Documents d'anàlisi geogràfica, vol. 56, n° 1, 2009, p. 111-131.

L.A. Garay, "El Ciclo de evolución del destino turístico. Aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña", Bellaterra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.

M. Sheller i J. Urry, "Tourism mobilities: places to play, places in play", Londres, Routledge, 2004.

M. Porter, "The Competitive Advantage", Boston, Harvard Business School Press, 1998.

M. Santana i P. Rodríguez, "La polarización en el consumo turístico de los españoles. Tipologías y postfordismo", X Congreso español de sociología, Pamplona, 2010.

M.G. Nel-lo, "Ecoturisme, conservació de la natura i desenvolupament local: el cas de Mèxic, Amèrica Central i les Grans Antilles", Tarragona, Universitat Rovira i Virgili, 2003.

Organización Mundial del Turismo, "Desarrollo sostenible del turismo. Conceptos y definiciones", Madrid, OMT, 2004.

R. Goodland, i H. Daly, "Environmental sustainability: universal and nonnegotiable", Ecological Applications, n.6, 1996, p. 1002-1017.

S. Calabuig, "La gestió turística local en el litoral català: una lectura des de la dialèctica socioespacial", Girona, Universitat de Girona, 2006.