

## MORFOLOGIA I METABOLISME DELS ESPAIS TURÍSTICS SATURATS. LLUR REHABILITACIÓ

**Mateu Picornell Cladera**

Gabinet d'Assessoria Tècnica de Riu Hotels

### SATURACIÓ D'UN ESPAI TURÍSTIC

D'una manera general, la paraula "saturació" té unes equivalències significatives de «limitació», «que ja no admet més», «que ja està ple», «perill de pèrdua de les característiques pròpies», etc. Però en el llenguatge turístic de les nostres illes tal vegada, per la realitat consumada, no tenguim un concepte definitori concret, sinó relatiu, segons els factors turístics que actuïn com a variable independent, per separat o en conjunt, dins la funció turística, depenent, a avaluar.

Per molts de turistes que venguin o puguin venir en excés, jo no he sentit utilitzar mai, dins els sectors turístics, la paraula "saturació", tot el contrari, «com més en venguin, millor» és l'expressió més generalitzada. Precisament, en èpoques de gran eufòria turística, quan els turistes feien coa davant les portes dels hotels, no es va considerar mai una possible saturació, però ara que la coa s'ha de fer davant els domicilis dels turistes per convèncer-los que "tornin", sí que es parla de saturació turística. Però si per qualsevol circumstància s'incrementàs, de manera progressiva i continuada, l'arribada de turistes, es tornaria a oblidar la saturació?

Per no haver-se tengut en compte els límits d'una saturació turística, aquesta ha actuat com a empatxament i els efectes produïts han estat els de còlic d'una anomenada crisi turística. Com que el còlic ha estat molt fort, perquè la malaltia ha covat i resistit fins a la sobresaturació, la purga medicinal ha de ser més forta, i la rehabilitació es fa molt difícil i complexa, ja que les seqüeles han afectat tota l'estructura turística.

De manera teòrica, podríem parlar linealment i uniforme de saturació turística quan un espai ha evolucionat turísticament d'una manera ordenada, mantenint de manera continuada un definit tipus d'oferta, amb innovacions no alienes, sense que minvi la corresponent qualitat que la demanda exigeix en tot moment, i, en detectar-se que la qualitat mantinguda es posa en perill, conseqüència d'algun factor limitant no corregible ni substituïble, ens adonem conscientment que l'oferta ha arribat a la saturació i necessàriament hem de dir basta, si no volem perdre progressivament el que tenim. Però el nostre cas, per desgràcia, no és aquest, el nostre turisme ha evolucionat com una orquestra sense director on cadascú ha fet sonar el seu instrument com li ha convengut, i, per molt bons que hagin estat els components inicials, hi ha mancat una harmonia de conjunt. El resul-

tat de saturació ha esdevingut, més que res, per una mescla desordenada o superposada de variants i components turístics massius i intensius, per l'esgotament o eliminació de factors limitants imprescindibles i per la desaparició, transformació o substitució de característiques i peculiaritats bàsiques, que foren fonament dels inicis turístics.

En realitat, s'ha vist sempre el límit de saturació en funció de la rendibilitat d'una economia convencional que no ha estat susceptible d'una utilització alternativa i, quan han minvat quantitativament i qualitativa els turistes, ha quedat molt ressentida; però el més greu és que l'estructura turística ha quedat degradada. De fet, això no és economia sinó explotació temporal.

Pensem que una cosa són les accions, moltes i maneres per atreure turistes, o anar a cercar-ne "paquets" a preu de saldo per mesclar-los amb els turistes que pagaven una tarifa més alta (aquest és un procés de saturació), fet que provocava la buidada dels que pagaven el preu raonable, i una altra cosa és satisfer els turistes i, en conseqüència, que repeteixin, o almanco provocar que, de "boca en boca", d'efectes multiplicadors, siguin portadors de publicitat i referència positiva.

Per tant, en el nostre cas, no queda més remei que tenir en compte els diferents factors de saturació, sigui per separat o la suma del conjunt, que seran els que marcaran el nivell de qualitat turística i, en el cas més desfavorable o negatiu, el de degradació. És difícil mesurar el nostre turisme pel concepte de saturació, crec que són més aplicables els de qualitat i degradació.

Els factors de saturació poden ser molts i variats, directes o indirectes. Els més directes podrien ser l'esgotament de l'espai físic amb aptituds turístiques, la cota marcada com a capacitat d'acollida o capacitat de càrrega. Uns altres poden estar en funció dels canvis o alternances de modes i estils turístics no en consonància amb la demanda que voldríem tenir, en funció de la mescla de segments socials, de la qualitat ambiental, de l'oferta complementària, etc.

La suma de tot és el resultat del metabolisme i morfologia aconseguits a les nostres zones turístiques; com més complex és, més difícil i complicada és la rehabilitació turística.

## MORFOLOGIA I METABOLISME

És part del medi turístic, inicialment, la seva morfologia urbana, base principal per a una harmonia agradable de l'entorn, on hi tenen paper fonamental les institucions, els promotors, els tècnics urbanistes i de l'edificació, els empresaris, etc, per conjugar equilibri entre ordenació, imatge, gust, economia i qualitat.

L'altra part que completa l'ecosistema urbà és el seu metabolisme propi, entès com a suma de totes les activitats, funcions, necessitats, matèries i productes per sostenir la seva funció, per als habitatges, allotjaments, llocs de feina i d'oci, on també s'han d'afegir els materials destinats a la construcció de la pròpia zona urbana. Tot això significa un cicle metabòlic que no queda tancat fins que les deixalles i els detrits que la vida quotidiana va deixant siguin recollits i eliminats amb un mínim de molèstia i perill.

Com a introducció de com és l'ecosistema de les nostres zones turístiques, basti la següent transcripció<sup>1</sup>:

«Al llarg de les tres darreres dècades hi ha hagut una mena de febre constructora en les zones turístiques i urbanes, aprofitant la manca de planificació territorial i urbanística. S'han fet grans conjunts d'apartaments i establiments hotelers en oberta contradicció amb el nostre estil i cultura propis, fins i tot sense el gust i la qualitat mínims exigibles i sense respectar les exigències naturals del paisatge. Les nostres ciutats i molts de pobles han crescut de manera anàrquica i deshumanitzada, amb criteris merament practicistes i d'abusiu aprofitament del sòl, sense la deguda atenció als espais públics i, en general, amb un gust lamentable. Ens dol que el terme "balearització", fins i tot sigui sinònim de «destrucció de la natura i de la manca d'una assenyada planificació turística i urbanística».

El foment del negoci de la construcció, amb la maximització del benefici immediat, ha fet oblidar la visió de patrimoni turístic. Aquest procés és el que ha marcat la pauta d'una morfologia urbana deficient, pobre i de molt mal gust en general. Hem de recordar el paper que hi han jugat els promotors, tècnics, constructors i polítics.

Els promotors han estat intrusos d'altres sectors moguts per l'especulació i el negoci. Sense oblidar les grans inversions foranes, era molt normal veure industrials de la sabata, directors de bancs, missers, jutges, comissionistes, intermediaris, vividors, etc, involucrats dins la promoció de la construcció.

Per desgràcia, els interessos especulatius d'aquests promotors han anat massa lligats amb els dels polítics. Fins i tot a nivell del mínim detall, era molt habitual que, si acudies a contractar l'excavació, el subministrament d'aigua o els materials de la construcció a certs regidors d'ajuntament, obtenies ràpidament la llicència.

La planificació i l'ordenació urbanística han anat, també, en funció d'interessos particulars, per la pressió i poder dels propietaris o inversionistes dels terrenys. L'objectiu era edificar al màxim, ocupar fins a la línia marítimo-terrestre, ofegar el perímetre de les platges sense accessos, i les zones verdes obligatòries consistien en una llarga franja de mig metre entre vials.

Els tècnics poca cosa pogueren fer, tanmateix comandaren sempre els promotors, que pagaven i els utilitzaven per obligació administrativa, canviaven els materials i acabats inicialment projectats per abaratir les obres i, fins i tot, la fisonomia de les façanes. El pecat de molts de tècnics va ser la manca de valentia per defensar la seva dignitat professional, per por de projectar menys obres.

El sector de la construcció, que també va participar en el negoci, a la llarga n'ha sortit perjudicat com a concepte d'empresa. Precisament les bones empreses inicials desaparegueren amb el temps, ja que els promotors feren el joc dels vius fent també de constructors, bastava una persona de confiança per vigilar els equips de diferent especialitat contractats directament i estalviar-se el màxim de beneficis industrials.

Potser un dels errors més greus sigui haver fet dels nuclis turístics urbans uns barris qualsevol de ciutat, segons el model d'una ciutat de negocis. S'ha fet de les zones turís-

---

<sup>1</sup> Carta dels bisbes de Balears. Ecologia i turisme a les nostres illes.

tiques una mescla desordenada d'oci i serveis indirectes (tenint en compte que l'oci hi hauria de ser prioritari). No es pot pretendre únicament un turisme d'oci dins unes zones de serveis propis d'un metabolisme urbà de qualsevol ciutat. En aquestes zones, a més de l'oci, s'hi han de compartir totes les funcions pròpies metabòliques, des del propi habitatge de molts que hi fan feina (no és que estigui en contra d'un habitatge en el lloc més digne, però ho veig de funció incompatible amb un turisme d'oci: és fer més complex el metabolisme), fins a totes les necessitats d'una vida quotidiana compartida amb els turistes dins un mateix trull.

Hotels, primeres i segones residències, locals comercials, discoteques i tota mena de serveis s'han mesclat com a paràsits del turisme, sense ordre ni control i d'una manera massiva i intensiva. Com es pot comprendre que a la majoria d'edificis d'habitatges plurifamiliars, els baixos estiguin ocupats per activitats turístiques recreatives de renou nocturn, fins i tot amb terrasses a l'aire lliure?

El *souvenirisme* sí que també ha estat un factor determinant. Per una banda hi ha hagut abús i desgavell amb els locals i terrasses comercials de *souvenirs*, que de vegades semblen mercats baraters i aclaparadors, en lloc de crear uns centres comercials harmonitzats amb un entorn d'oci. Per una altra banda, per què no s'han d'oferir uns productes més identificatius de la nostra geografia, història i cultura, fomentant més la nostra artesanía, enlloc de vendre's productes identificatius d'altres llocs?

Certes activitats recreatives o d'entreteniment també han deixat el seu segell de falsejar la nostra imatge, com poden ser la construcció de grans recintes fixos de "*ferias sevillanas*" o "pobles del *Far West*", o aquells que puguin fer un impacte ambiental furiós.

Tot aquest conjunt és el que ha format la morfologia i el metabolisme de moltes de les nostres zones turístiques més importants.

### **PATRIMONI TURÍSTIC O ACTIVITAT ECONÒMICA I DE NEGOCI?**

D'una manera molt general i amplia anomenam turisme a totes aquelles activitats que, directament o indirecta, hi tenen relació o l'enrevolten, o sigui, a tot el desenvolupament complex generat a partir del turista com a factor inicial.

Dins tot aquest conglomerat turístic hem de distingir com a sectors més importants: els empresaris que han cercat generar l'empresa turística en si, els qui han triat la inversió, especulació o negoci de benefici immediat, els qui han manipulat o forçat les estructures desequilibradores del desenvolupament i la competència turística, el sector de responsabilitat política amb l'obligació de controlar l'ordre d'equilibri de tots els sectors i, finalment, tota una gran resta majoritària i molt heterogènia més o manco lligada als altres sectors. Cal afegir-hi, per completar el conjunt turístic, les condicions naturals, motivacions i atractius del medi que han fet possible la roda.

No fa falta cercar massa explicacions al fet que, perquè tot el conjunt funcioni bé, hi ha d'haver un equilibri global. Però quan alguns surten de mare, del que podria ser economia i patrimoni d'un poble, es pot passar a ser una explotació esgotadora de recursos, divergent d'una economia equilibrada.

A partir d'aquí, quan uns sectors es desequilibren respecte dels altres i es minven els encants que feren néixer el procés turístic, sorgeix la crisi que, quan és conseqüència

d'un turisme destructor de turisme, és l'inici de la degradació turística i el perill del futur de tota una societat.

Tot aquest conjunt l'hem anomenat turisme sempre que han pogut anar junts dins una eufòria conjunta de creixement econòmic. Però quan ha comparegut el fantasma de la crisi de veres, s'ha desfet la magrana i cada sector lluita per a ell mateix, de manera que es redueix, de cada vegada més, el concepte definitori de turisme.

D'una banda el sector hotelier ha hagut de posar el fre i, fins i tot, s'ha plantejat la necessitat de minvar-se i modernitzar-se per salvar-se, o més bé equilibrar-se.

Per una altra banda, el seu perpetu acompanyant, la promoció de la construcció, no es resigna a un equilibri i vol seguir el seu desenvolupament econòmic accelerat dels darrers anys. Diuen que és el sector hotelier el que està saturat i s'ha de reduir i rehabilitar, però de segones residències i cases arrengrerades encara n'hi caben molts a les nostres illes.

I com a tercer costat, el sector de responsabilitat política encara oblida la necessitat dels factors limitants de saturació per a les zones turístiques.

La missió i responsabilitat d'un bon govern és la d'assolir una economia duradora i harmònica per als interessos de la col·lectivitat de la seva Comunitat, però no ha de voler parèixer mai una "borsa d'especulació", com reflecteixen els resultats obtinguts i les perspectives vinents.

Davant la reflexió, consciència i penediment dels fets consumats, el lema general és el reclam d'un turisme de qualitat i categoria. La història ens ha demostrat que, després d'una crisi, pot venir un ressorgiment bo, si les mesures han estat encertades, o també la progressiva degradació cap a la ruïna, si han estat un mal remei.

Amb la lliçó experimentada del procés i resultats actuals i els perills de futur, tothom ja sap bé quina és la malaltia i de què pot morir el nostre turisme; les solucions per curar-lo han de complaure les necessitats de conjunt des de curt a llarg termini i no sols beneficiar els interessos d'alguns sectors, perquè es tracta de salvar un turisme patrimoni social durador.

## REHABILITACIÓ

Hem sentit dir, sovint, que cal augmentar el nivell de qualitat turística (però també es vol quantitat), i per aconseguir-ho s'han de fer noves i millors urbanitzacions per a un turista ric, o omplir el màxim d'espais amb camps de golf (artificialitzant el nostre paisatge i esgotant més recursos). Tot això no és més que una disfressa del que ja he mencionat abans. Dins quin cap hi cap que vendran turistes rics en massa?, o pensar que voldran venir a mesclar-se amb un turisme degradat i de progressiva mala imatge; no és possible dividir les nostres illes en zones de turisme pobre i ric, vendrien els mateixos que ara, però triant els millors llocs, augmentant les deixalles més degradades (això no té més sentit que el d'un cercle d'explotació itinerant).

Però és que és important i necessari requalificar el nostre turisme i les mesures a prendre són, de moment, les de rehabilitació del que tenim actualment amb el recurs de mantenir intactes els espais naturals que ens queden (això és absolutament necessari).

La rehabilitació turística, una aturada a pensar i un camí a recórrer en bé del futur, és tasca complexa si es vol fer efectiva. No sols consisteix a modernitzar, renovar i millo-

rar els hotels i establiments turístics actuals, ni tampoc en embellir la cara de la façana marítima de la zona turística, coses que són, per altra banda, molt importants i s'han de fomentar. És necessari, inicialment, reflexionar sobre el que tenim i com ho hem obtingut, per millorar tot el que ja no es pot eliminar i evitar tot el que repercuteix negativament. Potser les mesures hauran de ser bastant dràstiques però és que no queda més remei, i, sobretot, ha de predominar l'interès general turístic per damunt dels interessos sectorials i particulars.

La rehabilitació ha de significar adobar els errors comesos, recuperar la qualitat de què gaudíem abans. Les nostres zones turístiques han envellit prematurament per no haver tengut cura de la seva figura i haver descarat el seu metabolisme, per això s'han d'equilibrar ara, amb atractiu, amb la bellesa perduda dels seus inicis. L'objectiu de la rehabilitació ha de ser que els turistes vinguin i tornin.

Però què és el que s'ha de rehabilitar?, els turistes, els allotjaments, els locals comercials, la infraestructura, la qualitat ambiental, la professionalitat, l'empresariat, les actituds polítiques, l'articulació sectorial, l'economia convencional, la morfologia, el metabolisme? Jo diria que tot globalment i de forma integrada, no com una suma algebraica d'actuacions.

No basta legislar una modernització dels allotjaments turístics —que de fet no passa de ser una simple inspecció tècnica de deficiències permeses durant molts d'anys, que ja estaven legislades—, si no s'hi inclouen els aspectes de seguretat estructural (el formigó d'edificis més vells està deteriorat per la corrosió, amb el perill de tots els que es feren amb ciment no adequat) i d'estètica exterior.

No basta el concepte de places sobrants o obsoletes si no es fa el mateix amb els locals comercials, activitats recreatives i oferta complementària.

No és suficient una tímida ordenació de l'oferta turística, molt minsa i en funció dels interessos de la promoció de la construcció, plena de mancances i sense que contempli la globalitat del concepte turístic de la zona. Fonamentalment hauria d'incloure l'ordenació dels allotjaments turístics, les primeres i segones residències, els locals comercials, les infraestructures, la qualitat ambiental, els factors limitants, etc.

No té sentit parlar de rehabilitació d'un espai turístic si no s'hi inclou la reconversió empresarial, quan les reconversions per crisi generalment són fruit d'una mala gestió empresarial. I això ha d'abraçar des dels dirigents empresarials fins a la qualitat del servei i l'atenció al client.

Pel fet de ser el turisme una activitat de temporada, requereix personal de temporada. Aquest personal és el que està en contacte directe amb el client i és amb ell que ens jugam, també, la nostra imatge turística. No s'ha format ni reciclat el personal i, en conseqüència, la qualitat del servei i l'atenció al client han baixat. Si fem un repàs a l'evolució del nostre turisme, recordarem que a la primera fase, en els seus inicis, el personal va haver de sorgir a marxes forçades des d'altres oficis, però va oferir un servei de bona voluntat i amb molta il·lusió —potser aleshores es veia el turista com una cosa important, i les ganes i esforç de complaure'l eren agraïdes—. En una segona fase, quan ja teníem els turistes, el tracte es convertí en un servei de rutina i, de vegades, de mala gana, el turista passà a ser un element vulgar i, en segons quins àmbits, menyspreat. Ara som en una tercera fase, i el servei ha de ser professionalitzat, i el turista, sigui agradable o no ens agradi, s'ha de veure com a treball i inversió de futur. Si milloram el servei també millorarà el comportament dels turistes.



Ens podríem estendre en la rehabilitació de l'oferta complementària, però, per no allargar-me amb aquest tema, posaré l'exemple de les excursions, els itineraris de les quals haurien de ser més culturals (no tan comercials com ara) amb bons guies professionals que coneguin bé la nostra cultura i medi ambient. Seria un factor molt important per poder oferir una imatge i uns costums més propis del nostre entorn, així els turistes sabrien més on de veres han estat. Fins ara molts itineraris no passen de la *sangría* a Palmanova, la *paella* a Magalluf i el *tablaó flamenco* allà on sigui; o aquells altres, l'objectiu dels quals és vendre mantes o altres productes als turistes.

N'hi ha que, amb els conceptes de rehabilitació i reconversió turística, volen inventar noves fórmules de turisme substitutori, de superposició o d'afegida al que hem desenvolupat fins ara. Unes potser podrien ser bones, o millors, però ja no són a temps de mesclar-se i moltes d'elles no són més que nous sistemes de negoci. Vet aquí la gran diferència de veure el turisme com un patrimoni social durador o veure'l com a sistema de negoci.

Una nova especulació i negoci profitós pot ser el canvi d'ús d'allotjaments turístics en habitatges o apartaments destinats a l'ús de la multipropietat. Això ocasionaria una sèrie d'impactes puntuals sobre la qualitat turística, significaria incrementar la complexitat metabòlica de la zona, i això és un fet que ja ha ofegat i ha fet perdre tot l'atractiu turístic a diverses zones que no tenen possibilitat de millora de qualitat purament turística. Hi ha hotelers que hi estan d'acord perquè, inicialment, significaria menys competència numèrica d'oferta, però potser no volen pensar que, a llarg termini, els seus hotels perdran la qualitat de l'entorn i acabaran essent hotels de barri de ciutat. L'activitat de multipropietat també té el seu caire d'impactes, si un excés d'oferta de places significa massa competència, motivar l'increment de noves demandes substitutòries no significa minvar l'oferta; tot el contrari, significa augmentar la competència amb la particularitat que, com a turisme, aquest nou tipus no es pot controlar legalment i sobre ofertes il·legals poques coses se'n han de descobrir. Els apartaments de multipropietat no generen empresa turística pròpia, com el sistema hotelier, la seva funció es limita a la venda sense generar llocs de feina estable i durador.

Més o manco podríem dir el mateix d'allò que els promotors de la construcció anomenen «magnífica alternativa al turisme d'ocupació hotelera»; són les segones residències. El plantejament general que se'n fa és el de minvar i substituir el turisme d'allotjament hotelier per un «turisme» de segona residència amb creixement il·limitat. Es parla de les illes Balears com la «Florida d'Europa». Vet aquí la primera greu contradicció, perquè el turisme hotelier existent és el sector bàsic de turisme on es genera un sistema empresarial continuat, sense necessitat d'esgotar més espais.

L'objectiu fonamental de la segona residència és la venda sense continuïtat empresarial turística (almanco legal) que, per seguir la roda, necessita un consum elevat d'espais i recursos naturals i un gran creixement del cost d'infraestructures generals.

Amb tot el que dic vull que quedi clar que no estic en contra de les segones residències ni de la seva adquisició per estrangers o forans, però veig la necessitat de controlar el seu creixement, igual que el sector hotelier, respecte de les limitacions del nostre medi ambient. Hem de pensar en l'equilibri de la nostra densitat demogràfica, que tampoc pot ser desmesurada.

Un altre perill és la mescla i substitució posterior del tipus o estil de demanda turística existent en una zona. Un cas concret i actual és el de la Platja de Palma, amb la pro-

liferació intensiva de *xiringuitos* de cervesa amb ocupació de la via pública, que ha provocat la massificació d'abeuradors de cervesa, més renous, brutícia i sensació de molta més ofegor que no abans. En conseqüència, tot el trull en conjunt, desgavellat, ha fet proliferar en massa ràpidament els tiqueters, *trileros*, venedors ambulants i la prostitució perifèrica de carrer fosc. El resultat, la degradació progressiva de la morfologia i el metabolisme turístics. Aquests tipus d'activitat o similars són de durada molt limitada, fins que la saturació ofega tot l'entorn, passen de moda i degraden irreversiblement la zona; però el fet més greu és que s'engeguen uns possibles turistes potencials de més qualitat i duradors que ja no tornaran o que, per referències negatives, d'efecte multiplicador, ja no vendran mai. Com a demostració tenim les experiències d'Eivissa i de Magalluf.

Passem a veure, ara, de manera resumida, una sèrie de consideracions importants a tenir en compte a l'hora de planificar i ordenar la rehabilitació de les zones turístiques:

- Ha d'estar ben definit el model global de futur per a les illes i quin ha de ser el model turístic.
- El punt inicial de partida necessari és un pla integral d'ordenació del territori i dels recursos de les illes; és una cosa tan òbvia, que tothom ja ho sap i estam tots farts de demanar-ho.
- No és suficient fer únicament una ordenació territorial per delimitar el creixement urbanístic, amb límits superficials i no quantitius.
- No es pot fer una ordenació turística sense integrar-hi l'ordenació de l'oferta complementària.
- No es poden aplicar criteris uniformes per a totes les zones, sense tenir en compte certs caràcters diferencials i propis que hi ha entre moltes d'elles. Hi ha zones que tenen un caràcter d'estiueig familiar, n'hi d'altres que són típicament d'allotjaments turístics i d'altres que són zones dormitori o residència permanent, pròximes a la ciutat. La diversificació s'hauria de seguir mantenint.
- S'ha de contemplar la qualitat dels edificis i dels serveis.
- És d'efectes negatius, demostrats i comprovats, l'ampliació artificial de platges per compensar la manca de superfície per a turistes ocupants, més normal seria ponderar un factor corrector per reduir el futur creixement urbanístic. No és lògic fer increments de sòl urbanitzable per corregir la manca de reserva dotacional, això es pot treure de les superfícies urbanitzables sense pla parcial o no programades.
- Essent l'aigua un recurs molt escàs i un dels factors limitants més importants, s'han d'establir normes i ordenances per fer-ne un ús racional, com podria ser l'obligació d'una segona xarxa per a la reutilització d'aigües depurades per regar.
- S'han de desqualificar turísticament aquelles zones que ja han perdut l'atractiu turístic que ha de passar a tenir un tractament purament urbà de ciutat.
- S'han d'avaluar els impactes ambientals, sobretot en el metabolisme, que poden produir els canvis d'usos.
- Han d'estar separats els edificis d'allotjament turístic, els de segona residència d'ús vacacional i els de residència permanent. S'ha de diferenciar també entre unifamiliars i plurifamiliars.
- S'han d'englobar necessàriament turisme i medi ambient per poder aconseguir un desenvolupament harmonitzat i equilibrat.



## TURISME I MEDI AMBIENT. QUALITAT TURÍSTICA

Per rehabilitar el nostre turisme s'ha de començar, en primer lloc, per una ordenació seriosa dels recursos ambientals, aturar el seu mal ús i esgotament i, sobretot, per millorar totes aquelles coses que, per petites que siguin, són importants per regenerar-ne la qualitat. De vegades, l'obsessió de les "grans solucions" davant els ulls no deixa veure la brutícia de devora.

Per curar la malaltia del nostre turisme ja no val prendre senzillament mesures tècniques turístiques o parlar linealment de turisme, sinó que hem d'englobar necessàriament turisme i medi ambient per poder aconseguir un desenvolupament harmonitzat.

L'actual crisi del turisme té molt a veure amb la problemàtica del medi ambient. La pèrdua del patrimoni natural, la destrucció del paisatge, l'ocupació d'espais naturals, la manca d'ordenació territorial i la urbanització del territori comporten, entre d'altres, una pèrdua irrecuperable de la qualitat de l'oferta turística, hem arribat al punt que una major utilització dels recursos naturals comporta una pèrdua de riquesa en la indústria del turisme i una minva de plus-vàlua del patrimoni turístic. És ben necessari, doncs, un canvi d'actituds polítiques, administratives i legislatives per fer capgirar els termes.

Una de les mancances més importants que solen tenir les planificacions de rehabilitació i planificació de l'oferta turística en temes ambientals són les de caràcter metabòlic, com poden ser les del trànsit, renou, tractament de residus sòlids, eliminació de fems, problemàtica de l'aigua potable, reutilització d'aigües depurades, recollida selectiva, cambres per a fems, reciclatge, etc; aspectes que valoren molt els turistes de països més sensibilitzats a l'hora d'elegir el seu destí vacacional i que, precisament, figuren en les recerques ambientals que realitzen anualment els majoristes de viatges més importants; de fet, els turistes alemanys tenen el dret, legislat, de comprar les seves vacances garantides ambientalment.

A Alemanya ja no es poden construir hotels sense que els municipis respectius examinin prèviament si el projecte respecta el medi ambient, cercant en aquest examen si l'arquitectura i la construcció de l'edifici estan a l'alçada de l'enginyeria ambiental i prenent en consideració l'impacte ambiental del projecte sobre l'entorn i la ubicació.

Es comproven, per exemple, sòl, aigües subterrànies, aigües superficials, abastiment d'aigua potable, evacuació, protecció d'aqüífers, clima (microclima), aire (contaminació atmosfèrica), flora i fauna, naturalesa i paisatge, renous, paisatge urbà o natural, residus/eliminació, trànsit, infraestructura del municipi,...

Aquests criteris d'examen s'haurien de fer aplicar també a les nostres illes si no es vol posar més en perill el nostre valor turístic.