

Turismo y medio ambiente: Necesidad de una planificación

Por PEDRO DE MIGUEL GARCIA

Doctor en Derecho
CEOTMA, MOPU.

El turismo constituye uno de los factores socioeconómicos más importantes del mundo actual, siendo su incidencia sobre el medio ambiente de indudable trascendencia. En este artículo se estudia dicha incidencia, haciéndose un análisis de la estructura del turismo y de su impacto sobre el medio ambiente, y presentándose una serie de interesantes consideraciones sobre las políticas turísticas, su planificación y gestión.

INTRODUCCION

El turismo constituye para muchos países la actividad del sector terciario que ha tenido el crecimiento más espectacular en los tres últimos decenios, al mismo tiempo que una de las mayores incidencias sobre el Medio Ambiente.

Diversos factores como la expansión económica con el consiguiente aumento de rentas disponibles, el incremento del tiempo libre producido por una fuerte presión laboral, la mayor necesidad de recreo derivado de los nuevos modos de vida y de la creciente urbanización del territorio, y el desarrollo extraordinario de los medios de transporte, han determinado que un bien como el turismo, que hasta hace pocos años había estado reservado a las clases más privilegiadas de la sociedad, se haya hecho accesible prácticamente a todos, y que en su entorno se haya montado una de las más importantes actividades económicas, de nuestros días: la llamada "industria del turismo".

El hecho de que en 1977, según los últimos datos de la O.C.D.E., el número de turistas internacionales haya sido de 240 millones, los ingresos provenientes del turismo internacional hayan alcanzado la cifra de 40.000 millones de dólares, y el número de trabajadores dedicados a actividades relacionadas con el turismo en los principales países receptores llegue al 5 por 100 del total de la población activa, revela elocuentemente la magnitud de esta nueva modalidad de actividad económica, cuya tendencia al aumento en los próximos años parece ser una de las constantes en los estudios de prospectiva del turismo. La O.C.D.E. espera que el número actual de turistas internacionales se incremente para 1990 en 340 millones, y que los 52 millones que en 1973 constituían la población turística de la región noroeste del Mediterráneo (Italia, Francia y España) se conviertan en 1985 en 85 millones, dado el actual ritmo de crecimiento del 5 por 100 anual.

Por lo que se refiere a España, en 1978 han

entrado 39,8 millones de turistas extranjeros; se han ingresado por este concepto cerca de 5.500 millones de dólares y el número de puestos de trabajo del sector alcanza la cifra de un millón.

La realización de esta actividad que, según un reciente estudio de la Organización Mundial del Turismo, puede convertirse en un período de tiempo relativamente corto en la actividad económica individual más importante, lleva consigo una fuerte incidencia, positiva en unos casos y negativa en otros, sobre el contexto socioeconómico del país.

Entre las manifestaciones típicas de esta *incidencia positiva* merecen señalarse las siguientes:

- Estimulación económica y social al generar una demanda de bienes y servicios impulsora del empleo y favorecedora del desarrollo infraestructural y del equipamiento.
- Aumento de los ingresos netos de divisas extranjeras (exportación invisible) en el caso del turismo internacional, siempre que la actividad turística no sea excesivamente tributaria de las importaciones de capital, mano de obra o materias primas extranjeras; y distribución de los ingresos en el caso del turismo interior; con el frecuente efecto secundario en ambos supuestos de contribuir a la corrección de los desequilibrios regionales, dada la frecuente localización de los recursos turísticos más solicitados en las áreas menos desarrolladas.
- Desarrollo de los contactos sociales y potenciación de la comprensión recíproca entre las gentes y los pueblos, siempre que se evite el riesgo de la formación de "ghetos" turísticos y de la uniformación excesiva de sitios y estilos en que puede caer cuando al turismo se le concibe para la producción masiva de servicios en serie o se le considera como un peligro para la supervivencia de los postulados ideológicos o culturales de un país.

- Enriquecimiento cultural siempre que no se estereotipen los rasgos culturales como consecuencia de una desaprensiva comercialización de la cultura poco respetuosa con sus auténticos y singulares valores. Este enriquecimiento recae no sólo sobre el turista capaz de buscar algo más que una evasión a las tensiones y conflictos de su marco habitual de vida, sino también sobre la población local que desarrolla el interés sobre el valor de su patrimonio tradicional al ver cómo sus ciudades se transforman en centros de una variada y rica vida cultural.

Como manifestaciones típicas de la *incidencia negativa* pueden destacarse las que figuran a continuación:

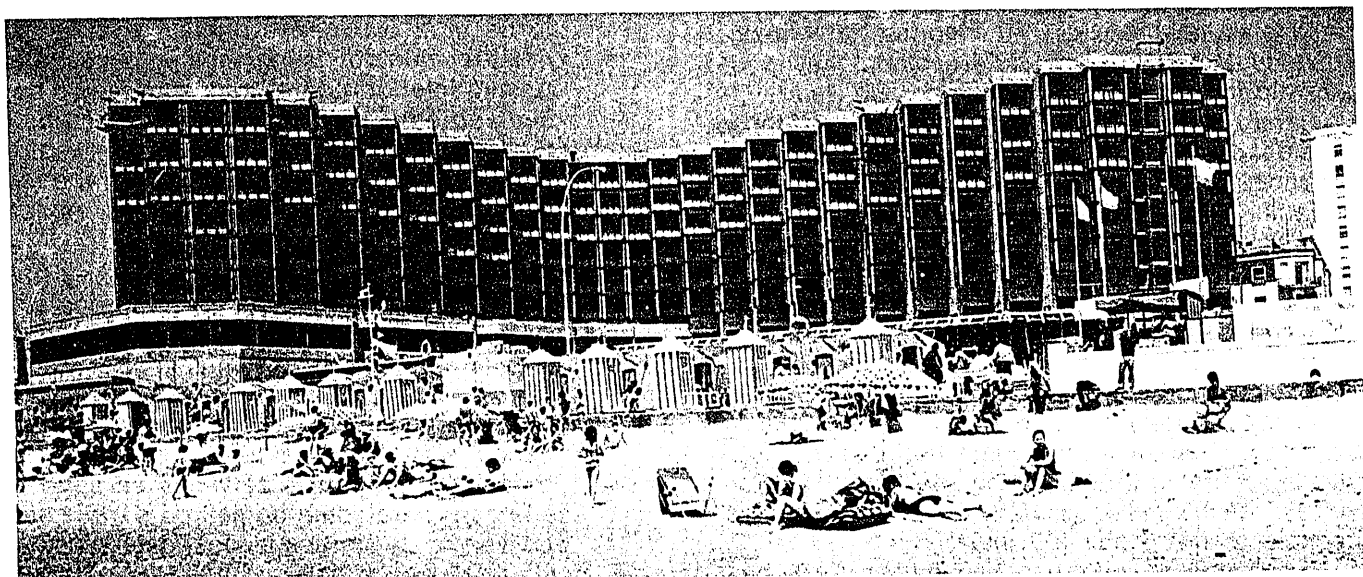
- Excesiva presión de la demanda sobre la capacidad receptora de muchos lugares de oferta, muy sensibles por otra parte al tratarse normalmente de lugares, como las zonas litorales, las islas, las regiones montañosas y las ciudades monumentales, bastante frágiles ecológicamente. Esta situación, motivada fundamentalmente por la tendencia de la industria turística a la creación de empresas en gran escala, produce unas formas intensivas de turismo que amenazan los valores que constituyen el mayor atractivo para el turista, poniendo en peligro, en consecuencia, las bases sobre las que se asienta el propio turismo.
- Vulnerabilidad de la industria turística que se ocupa de la oferta, debida de un lado al hecho de que el fenómeno turístico es una actividad social sujeta a profundas alteraciones e implicaciones humanas, con fre-

cuencia externas y ajenas al propio turista, pero siempre difíciles de ser previstas y controladas; y de otro a los cambios bruscos de las corrientes turísticas que en cualquier momento pueden ocasionar los poderosos grupos internacionales que canalizan la demanda.

- Infratilización de la mano de obra y del capital como consecuencia del carácter típicamente estacional de la demanda turística.
- Elevación del precio de los terrenos, de los servicios y de la alimentación como consecuencia de la mayor demanda ejercida sobre ellos.
- Pérdida de las tradiciones y de los valores culturales, como consecuencia de la alteración de las bases sobre las que se asientan los viejos estilos de vida; e inadaptación en muchos casos de la mano de obra a los nuevos empleos al modificarse la naturaleza del mercado de trabajo como consecuencia de la sustitución de los tradicionales oficios por otros que no siempre se corresponden con la cualificación profesional de la población local.

Expuesto en términos generales el cuadro de incidencias del fenómeno turístico sobre un contexto socio-económico determinado, puede apreciarse claramente que uno de los aspectos más importantes de este cuadro es la relación Turismo-Medio Ambiente.

El análisis de esta relación, que constituye el objeto específico de este trabajo, va a constar de dos partes: En la primera se analizarán los componentes de la estructura turística —recursos tu-



rísticos y servicios turísticos— y el modo en que la incidencia de éstos sobre aquéllos produce unos efectos sobre el Medio Ambiente. En la segunda se expondrán los principios inspiradores y la estrategia —planificación y gestión— de una política de turismo respetuosa con las exigencias ambientales.

1. LA ESTRUCTURA DEL TURISMO Y SU IMPACTO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE

Hablar del impacto ambiental del turismo exige en primer lugar conocer los componentes de la estructura turística y en segundo lugar analizar la incidencia de los distintos elementos sobre el entorno.

1.º Los componentes de la estructura turística.

La estructura turística está integrada básicamente por dos componentes: De un lado los factores que constituyen los atractivos y alicientes para la oferta y que suponen al capital de base de la industria del turismo: Son los llamados "recursos turísticos". Y de otro los instrumentos que permiten el acceso de la demanda a dichos recursos para su utilización y disfrute, y a los que denominamos "servicios turísticos". En ocasiones, algunos de estos servicios pueden llegar a desempeñar al mismo tiempo el papel de auténticos recursos. Tal sucede con determinados tipos de alojamientos o instalaciones.

Los *recursos turísticos* pueden clasificarse en los siguientes grupos:

a) Recursos naturales como las playas, las zonas montañosas, determinados espacios naturales, la fauna y la flora, la caza y la pesca, el paisaje, el clima, la tranquilidad, etc.

b) Recursos culturales o debidos a la acción del hombre, como las ciudades y sitios monumentales, el patrimonio histórico-artístico, el folklore, la artesanía, las costumbres y formas de vida, la gastronomía, etc.

c) Recursos institucionales o debidos a los modos de organización y funcionamiento de las instituciones, como los precios, la estabilidad política, la seguridad y el orden público, etc.

Los *servicios turísticos* pueden sistematizarse de la siguiente forma:

a) Elementos infraestructurales que constituyen el soporte para el equipamiento como son los sistemas de transportes y comunicaciones, las redes de abastecimiento y saneamiento, las actuaciones urbanísticas, etc.



b) Equipamiento básico, como los alojamientos hoteleros y extrahoteleros, los establecimientos expendedores de comidas y bebidas, etc.

c) Equipamiento auxiliar y complementario como las industrias turísticas auxiliares y complementarias, las instalaciones deportivas, las rutas turísticas, los centros culturales, etc.

La dinámica del fenómeno turístico consiste sustancialmente en la acción de los servicios sobre los recursos, con la consiguiente incidencia de aquéllos sobre éstos.

Ahora bien, un análisis de la naturaleza de los recursos turísticos pone de manifiesto que un importante contingente de los mismos son auténticos bienes ambientales, lo que supone que, con independencia de su titularidad pública o privada, según los casos, participen siempre de un cierto destino colectivo dada la mayor o menor función social que desempeñan. Es precisamente la existencia del destino colectivo de estos bienes la que justifica el establecimiento de las oportunas medidas de protección frente a las acciones que se ejercen sobre ellos.

2.º La incidencia de los servicios sobre los recursos de naturaleza ambiental.

Dada la naturaleza de bienes ambientales que tienen un buen número de los recursos turísticos,

es evidente que su utilización y explotación llevan consigo un impacto —positivo en unas ocasiones y negativo en otras— sobre el Medio Ambiente.

Se plantea aquí el mismo problema que en las demás actividades humanas que se ejercen sobre el medio físico, a saber la relación economía-ecología, dilema que no debe plantearse tampoco aquí en términos de alternativa, pues el resultado sería el caos o la utopía, sino en términos de compatibilidad. Esta compatibilidad es particularmente necesaria en el caso del turismo, dado que en dicha actividad, a diferencia de lo que puede suceder en otras actividades económicas, el Medio Ambiente constituye su propio capital de base, y un atentado al mismo pondría en peligro la propia subsistencia de la actividad.

Pues bien, pese al hecho de que en este campo la "explotación" es doblemente tributaria de la "conservación", por doquier vemos ejemplos de una desafortunada gestión del turismo. Ciertamente que el turismo puede ejercer y de hecho ejerce una importante influencia positiva sobre el entorno, al revitalizar lugares deprimidos, crear infraestructuras y servicios donde no existían, proporcionar unos recursos económicos necesarios para la conservación y restauración de monumentos, etc.; pero ello no debe hacernos olvidar que al mismo tiempo es la causa de numerosos problemas como el desbordamiento de las infraestructuras y equipamientos producidos por la excesiva concentración de la población en el espacio y en el tiempo, la contaminación de las aguas y del aire, la emisión de ruidos y de residuos, el deterioro del suelo y de los espacios naturales, y el atentado al paisaje natural, a los conjuntos y monumentos histórico-artísticos y al patrimonio genético de las especies vivientes, por no citar más que algunos ejemplos hartos evidentes.

En los últimos años se han realizado numerosos estudios sobre el impacto de determinadas actuaciones turísticas sobre el Medio Ambiente y el tema ha preocupado a organizaciones internacionales tanto gubernamentales —O.C.D.E., Consejo de Europa, UNESCO, etc.— como no gubernamentales —UICN, etc.—.

Para juzgar los efectos del turismo sobre el Medio Ambiente, sería preciso, ante todo, mensurar estos efectos en términos numéricos, si bien en la realización de esta actividad, y pese a los esfuerzos ya realizados en este sentido, no existe hoy por hoy un método de cuantificación que pueda considerarse como plenamente satisfactorio.

La existencia de estas limitaciones no tiene sin embargo por qué impedir la constatación de dos hechos importantes: de un lado la peculiar fragilidad de la mayoría de los recursos ambientales

sobre los que ejerce su acción la actividad turística, incapaces de absorber cualquier presión que sobrepase ciertos niveles; y de otro la complejidad de la relación entre el desarrollo del turismo y la degradación de aquellos recursos, dado el diferente grado de resistencia estructural existente entre los diversos sistemas ecológicos y socio-económicos que constituyen la oferta y las distintas formas de presión ejercidas por la demanda.

La protección del Medio Ambiente exige, pues, la formulación de una clara política del turismo, tanto a corto como a largo plazo que, sin perder de vista los condicionamientos de la realidad sobre la que opera, sea capaz de superar las estrecheces de planteamiento o las insuficiencias con que puedan encontrarse tanto la iniciativa privada como las instancias territoriales infraestatales.

2. LA POLITICA DEL TURISMO Y EL MEDIO AMBIENTE

Pese a la convicción generalizada de que el futuro de la actividad turística depende más de la protección del medio que del desarrollo a ultranza de dicha actividad, y en consecuencia que este desarrollo no debe hacerse nunca a expensas del medio, no es infrecuente ver cómo muchos de los programas y de las acciones turísticas olvidan a menudo ese presupuesto, convirtiendo en realidad el proverbio "el turismo destruye al turismo".

La mejor política turística no es la que persigue una maximización de beneficios a través del crecimiento mayor, sino la que busca un desarrollo óptimo poniendo el acento en la preservación y mejora de la calidad de los recursos turísticos, constituidos básicamente, como vimos antes, por bienes ambientales.

La inclusión de parámetros ambientales en la estrategia del desarrollo turístico constituye, pues, una premisa ineludible de toda política turística. La forma de asegurar tal inclusión consiste en la formulación de unos principios inspiradores y en la elaboración de una estrategia que defina con toda claridad los objetivos que se persiguen y las acciones que se instrumentan para alcanzarlos.

1.º Principios inspiradores.

Una política turística que pretenda garantizar un Medio Ambiente que responda a las exigencias de bienestar y a los deseos cualitativos de los individuos debe acertar a formular unos principios capaces de inspirar unas medidas suficientes para proteger al medio de las eventuales agresiones del hombre.

Sin pretender agotar aquí estos principios, baste citar a título enunciativo los siguientes:

- Un principio ecológico: el principio del respeto al destino natural de los bienes. Conforme al cual deberá acomodarse en la medida de lo posible el uso de un bien a la vocación ecológica del mismo, vocación que debe venir avalada por los oportunos estudios e informes.
- Un principio administrativo: el principio de prevención. Parte de la idea de que “impeidir la agresión es preferible a combatir sus efectos” y se instrumenta fundamentalmente a través de la técnica de la autorización, mediante la cual el ejercicio de toda actividad turística potencialmente deteriorante del medio queda supeditado a un juicio valorativo de oportunidad de la Administración en el que juegan un papel decisivo los estudios de impacto ambiental.
- Un principio económico: el principio “quien contamina, paga”. Su doble preocupación por la asignación de costes y por la justicia distributiva determina un doble objetivo: de un lado el de la eficacia en cuanto persigue la internalización de las deseconómicas o efectos externos, y de otro el de la equidad por cuanto trata de imputar los costes adicionales a quien en justicia debe soportarlos. La implementación del principio deberá hacerse mediante medidas de regulación directa, el establecimiento de gravámenes y en su caso el otorgamiento de ayudas económicas e incentivos fiscales.
- Un principio jurídico: el principio de responsabilidad. Se aplicará a toda conducta antijurídica tanto en el campo civil, como en el penal, y en el administrativo.
- Un principio político: el principio de participación. Se trata de hacer posible la incorporación de los puntos de vista de la sociedad en el proceso administrativo de adopción de decisiones, mediante la instrumentación de los oportunos mecanismos y técnicas. Con ello se consigue no sólo democratizar la gestión de los asuntos públicos —particularmente necesaria tratándose de la protección de bienes ambientales—, sino asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos en la política.

2.º Estrategia.

La estrategia de una política del turismo que desee tener en cuenta las consideraciones ambientales, debe establecerse a través del doble camino de la planificación y de la gestión.

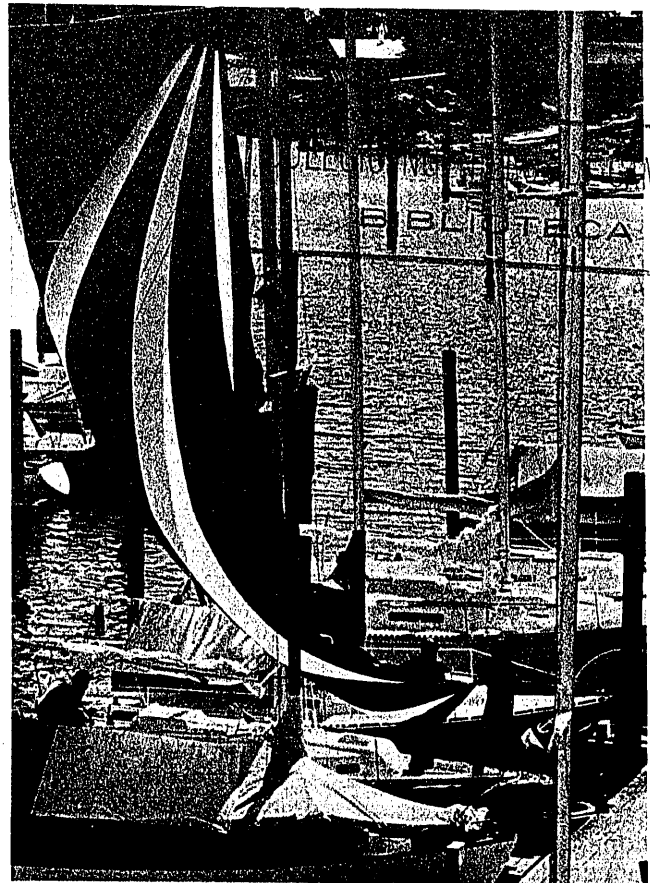
La planificación.

El hecho de que toda actividad turística tenga, o pueda tener, una incidencia sobre el Medio Ambiente determina la necesidad de calcular previamente la carga de la referida actividad en relación con la capacidad de absorción de la zona mediante una operación planificadora de carácter típicamente sectorial. Por otra parte, la coincidencia en el mismo lugar de la actividad turística con otras actividades como la industrial, la agrícola, la urbanística, la de preservación de especies salvajes, etc., con las que puede entrar en conflicto al disputarse la utilización y el destino del suelo, exige la inserción de aquella planificación sectorial del turismo en el contexto más amplio de una planificación integrada.

Hablar, pues, de planificación ambiental del turismo presupone el planteamiento de la cuestión en este doble frente: el sectorial y el integrado.

Por lo que se refiere al primero, la planificación debe determinar la capacidad de los recursos y el grado de su utilización, circunstancias ambas que están en función de la sensibilidad de la zona y del tipo de actividad.

Observando la problemática ambiental provocada por el turismo en las tres clases de espacios



receptores en que puede sistematizarse la tipología de los lugares de oferta —zonas costeras, regiones montañosas y lugares históricos— podemos comprobar la existencia de notorias singularidades en cada uno de ellos. En las zonas costeras los problemas derivan fundamentalmente de una insoportable presión adicional sobre los servicios que se incrementa a la ya ejercida por las actividades de la población y del sector industrial instalados allí como consecuencia del crecimiento económico de la postguerra. En las regiones montañosas se producen los característicos efectos ecológicos y aun sociales y culturales, propios de la transformación de una economía de montaña fundada exclusivamente en la agricultura y silvicultura en una economía tributaria del turismo. En los lugares históricos, particularmente frágiles frente a la presión turística y bastante incapacitados para aumentar artificialmente su resistencia ante dicha presión, se hacen especialmente sensibles riesgos como la degradación del tejido urbano y la desaparición de su atractivo, la perturbación de las actividades urbanas propias, el cambio de destino de espacios e inmuebles, la circulación de vehículos por lugares concebidos para otras formas de tránsito, o la aparición de hoteles, bares y lugares de estacionamiento frecuentemente inadaptados al contexto arquitectónico del lugar.

La planificación sectorial del turismo debe tener, pues, en cuenta la diversidad de esta problemática y rechazar en consecuencia el empleo de modelos excesivamente rígidos o uniformes que resultarían inadecuados para un correcto planteamiento de aquélla. Con todo, no es este el único dato a tener en consideración por el proceso planificador. Ante el mismo se alzan numerosos obstáculos como la inercia de las estructuras socio-económicas del pasado y la rigidez de las existentes, el peso del efecto demostración de los modelos ya experimentados, la existencia de tendencias no controladas por los centros de decisión y, sobre todo, las limitaciones e insuficiencias de los sistemas de información, que dificultan extraordinariamente la tarea del planificador en este terreno.

Si a esto añadimos que no es fácil saber cuáles son los elementos estadísticos que tienen un valor adecuado para ser utilizados desde el punto de vista del Medio Ambiente, que no se conoce con precisión exacta cuál es la relación existente entre crecimiento económico y crecimiento turístico (crecimiento económico por otra parte, cuyo futuro es muy incierto) y que tampoco sabemos con certeza cómo determinados factores como la inflación y los cambios en el Medio Ambiente afectan a las corrientes turísticas, se comprenderá la humildad con que el planificador debe formular sus proyecciones de futuro.

Pues bien, sin olvidar el condicionamiento que suponen las limitaciones expuestas, el planificador debe abordar su tarea poniendo en relación la capacidad receptora de cada área turística con la presión que sobre la misma ejerza la demanda. La capacidad de resistencia de los centros turísticos se determina por factores tales como la estructura de la economía local, el alojamiento y el transporte, el grado de tolerancia de la población local, la fragilidad del medio natural y cultural, etc., factores todos ellos que en principio pueden, en mayor o menor grado, según los casos, ser aumentados y fortalecidos artificialmente. El óptimo de dicha capacidad viene dado por el número máximo de turistas que pueden ser albergados simultáneamente durante una jornada de alta estación turística aprovechando plenamente las posibilidades de la zona y sin que ello lleve consigo inconvenientes para el Medio Ambiente y el modo de vida del lugar.

Para evitar el rendimiento decreciente y el consiguiente aumento de los costes financieros y sociales a que llevaría el sobrepasar esa capacidad de resistencia, la planificación debe prever una diversificación de la oferta del ocio que, de un lado rompa el llamado "monocultivo turístico" y de otro descongestione los lugares saturados y potencie los infrautilizados. Para ello resultaría útil identificar, como recomienda la O.C.D.E. en primer lugar los sitios ya desarrollados por el turismo y cuya capacidad puede ser aún explotada; en segundo lugar los sitios que ofrezcan posibilidades de desarrollo como nuevas zonas turísticas, y, finalmente, los sitios que exijan medidas correctoras desde el punto de vista del Medio Ambiente.

Hasta el presente, la demanda en constante aumento no ha podido diversificarse, simplemente porque la oferta no lo estaba. Estimular esta diversificación es, pues, la mejor forma de prevenir la sobrecarga de los lugares de oferta y de contribuir al equilibrio dinámico, y con ello a la protección de la calidad de la vida.

Ahora bien, para hacer posible esta diversificación, es necesario poner en relación los distintos planes turísticos sectoriales correspondientes a los diferentes niveles —local, regional y nacional— en que se estructura el territorio. Con ello entramos ya a considerar el segundo aspecto de la planificación al que se hizo referencia antes: el de la planificación integrada.

Una política turística, con ser ya harto compleja su propia problemática, no puede, sin embargo, ser formulada ni aplicada al margen de las políticas turísticas elaboradas por otros niveles territoriales, ni con independencia de las políticas de los demás sectores como los transportes, la salud pública, los servicios públicos, etc., que con ella guarden relación.

La planificación integrada es el único medio de descubrir los antagonismos existentes entre los distintos tipos de planes que inciden sobre el mismo objeto disputándose su utilización y de conseguir su armonía transformando lo contradictorio en complementario. Las grandes inversiones necesarias para satisfacer la fuerte demanda de infraestructura que el turismo necesita (abastecimiento de aguas, saneamientos, carreteras, aeropuertos, etcétera) hace necesaria una planificación que asocie el turismo con las demás actividades del lugar al objeto de aprovechar al máximo los equipamientos colectivos y justificar el elevado coste de los mismos.

El resultado de una planificación integrada será una distribución más acertada de las inversiones y una mayor rentabilidad de las mismas, al orientarse, no a la consecución de una pluralidad de objetivos independientes cuando no contradictorios, sino a un objetivo único global y coherente. Sólo una planificación de este tipo permitirá saber con certeza por ejemplo si las inversiones turísticas deben orientarse hacia el litoral o hacia la montaña, o si conviene desviar las inversiones de los lugares de ocio hacia los de trabajo, aspecto este último con frecuencia olvidado como consecuencia de la reiterada y nefasta insistencia de la publicidad en contraponer como antitéticos los tiempos de trabajo y los del ocio y en considerar el trabajo como una utilización inferior del tiempo.

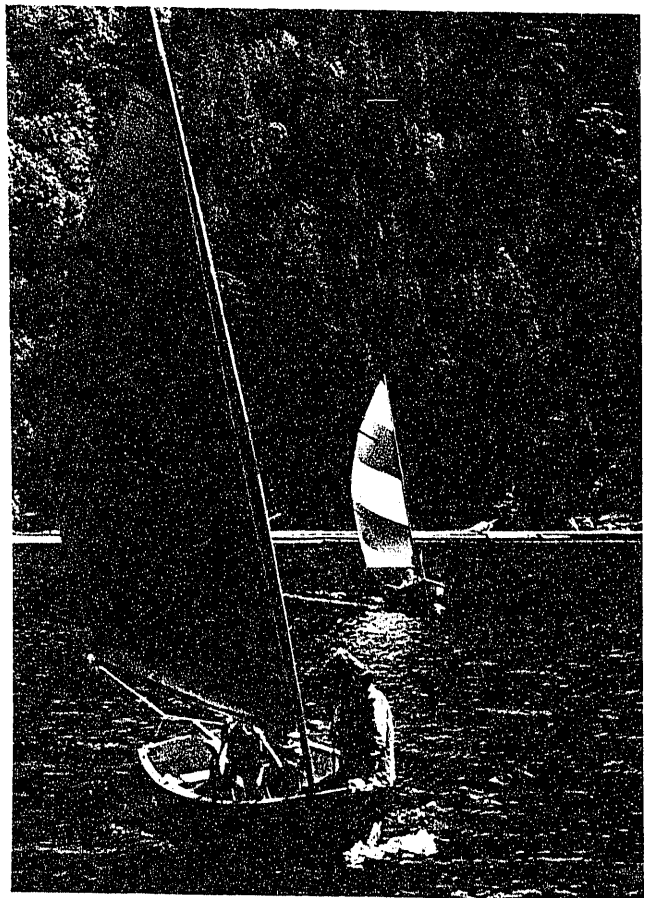
La conclusión, como ya señalara el Comité de expertos de la Comisión Económica para Europa que se reunió en Ankara y Estambul en noviembre de 1972 para elaborar unas políticas de utilización de suelos desde el punto de vista del turismo y el Medio Ambiente, es que el desarrollo del turismo debe formar parte integrante y por tanto inseparable del desarrollo económico y social, siendo este postulado aplicable tanto a los países ricos como a los en vía de desarrollo.

La gestión.

Como complemento de la planificación, toda política ambiental del turismo debe instrumentar un conjunto de actuaciones y realizar una serie de acciones que hagan posible la consecución de los objetivos previstos.

¿Cuáles deben ser estas actuaciones y acciones? Básicamente las siguientes:

- En el plano normativo, el establecimiento de un cuadro legal que defina los límites del "estado aceptable" y discipline adecuadamente las conductas humanas que puedan transgredirlo.



- En el plano organizativo, la implantación de los mecanismos y técnicas de coordinación necesarias para evitar la dispersión de esfuerzos y conseguir una actuación integrada y coherente.
- En el plano operacional, la sumisión del ejercicio de ciertas actividades turísticas a las autorizaciones o concesiones administrativas, la exigencia de estudios de impacto ambiental para aquellas actuaciones que revistan una cierta importancia o se realicen sobre lugares especialmente frágiles, y una actuación general de vigilancia y control de las actuaciones potencialmente deteriorantes, así como de corrección y sanción para las que revistan un carácter antijurídico.
- En el plano económico, la provisión de los recursos necesarios para subvenir a los costes adicionales de una política turística "limpia". Tal aporte económico deberá provenir no sólo del sector privado, sino también del público —siempre que se respeten los principios e imperativos socio-económicos del país— toda vez que el carácter so-

cial de los objetivos del turismo y su contribución a la política de desarrollo regional, justifican este tipo de ayudas públicas.

- En el plano informativo la divulgación mediante carteles, folletos, campañas, programas escolares, etc., de la conducta a observar en los lugares de interés natural o cultural.
- En el plano político la apertura de cauces a la ordenada y positiva participación de los particulares para la incorporación de sus preferencias sociales a los procesos decisorios.
- En el plano exterior, finalmente, el fortalecimiento de la cooperación internacional, no sólo como medio para resolver los posibles conflictos derivados principalmente del aprovechamiento de recursos compartidos, sino también como mecanismo para desarrollar asociativamente proyectos que de otra forma no podrían ser afrontados por un solo país, como las rutas turísticas internacionales o los programas supranacionales para la optimización de las especialidades de cada país en base a las ventajas de los costes comparativos.

CONCLUSION

Aceptada la pacífica relación entre el turismo y el Medio Ambiente, no sólo como una exigencia de la protección de este último, sino también como un presupuesto necesario para la propia supervivencia de aquél, se hace indispensable que los poderes públicos responsables de la política turística encuentren el punto de equilibrio entre la explotación y la conservación de aquellos recursos turísticos cuya naturaleza sea la de auténticos bienes ambientales.

El "statu quo" en que consistirá esta fórmula de compromiso deberá inspirarse en unos principios en los que se sintetice la esencia de esa relación pacífica, y tendrá que materializarse en una política en la que se inscriban las previsiones en el contexto armónico de una planificación integrada y se arbitren las acciones necesarias para la consecución de los objetivos propuestos.

Las páginas precedentes no han pretendido otra cosa que una exposición de este esquema. Del acierto en su formulación y de la realidad de su cumplimiento dependerá el que el turismo deje de suponer un peligro para el Medio Ambiente y pueda desempeñar con toda plenitud su importante cometido económico y social.