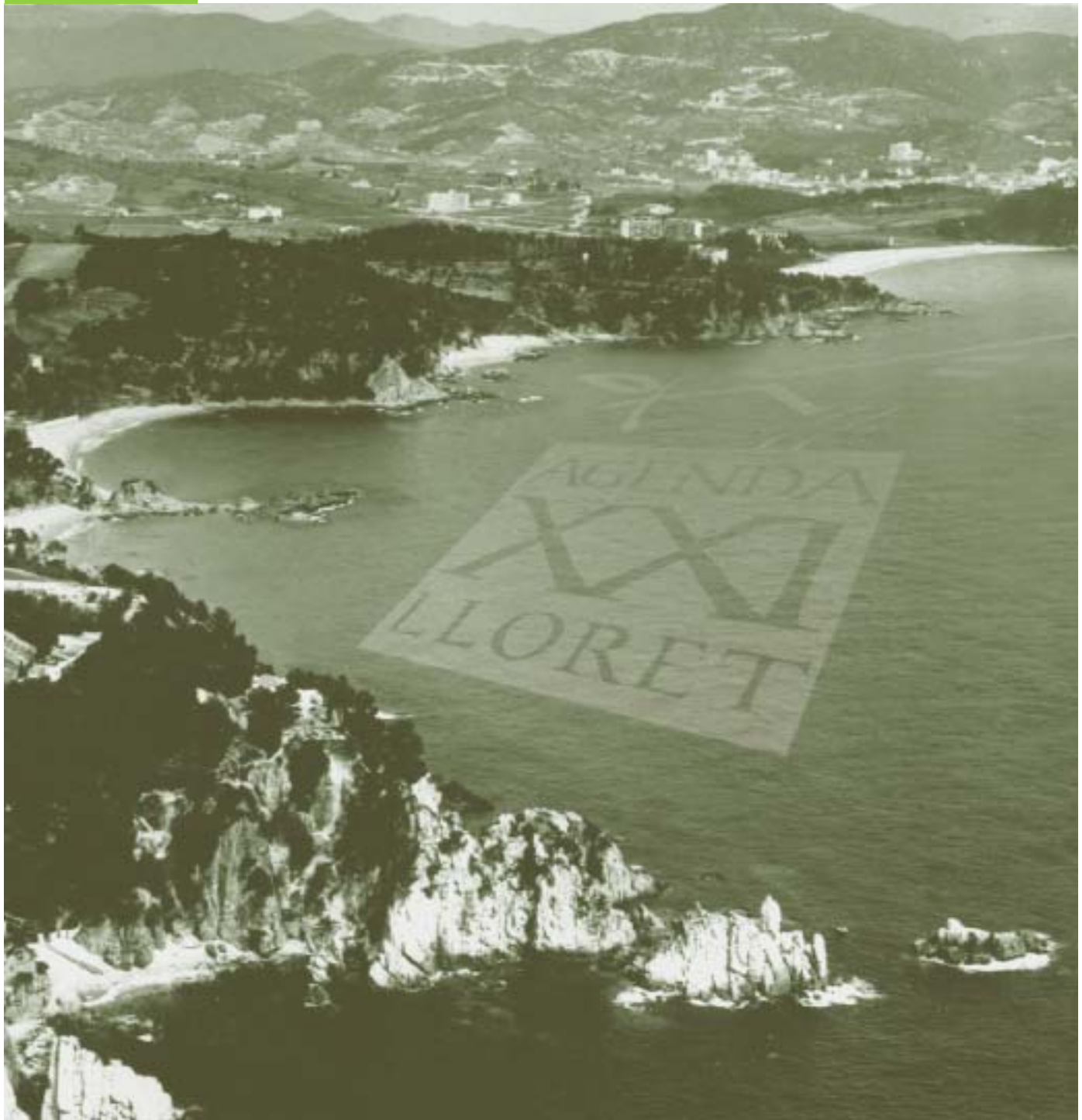


AGENDA XXI
LLORET de MAR



Amb la col·laboració de:





“LA SOSTENIBILITAT
NO ÉS NI UN DOGMA,
NI UN DISCURS RETÒRIC,
NI UNA FÓRMULA MÀGICA.
ÉS UN PROCÉS INTEL·LIGENT I
AUTOORGANITZATIU QUE APRÈN,
PAS A PAS, MENTRE ES DESENVOLUPA”.

La ciutat sostenible,
Institut d'Edicions de la Diputació de Barcelona i del Centre de
Cultura Contemporània de Barcelona, 1998.

Aquest és el document inicial de l'Agenda Local XXI de Lloret de Mar, una iniciativa ciutadana en cooperació amb l'Ajuntament de Lloret de Mar.

*Edició catalana
(Versions en castellà i anglès).*

AGENDA 21 LLORET DE MAR
Apartat de Correus 1048
17310 - **Lloret de Mar** GIRONA

Telèfon: **972.366.965**
Fax: **972.372.396**
Correu electrònic: **agenda21@grn.es**

0.

ÍNDEX

1. Lloret de Mar al tombant de mil·lenni.

2. Un canvi de rumb necessari.

2.1. El procés de maduració.

- 2.1.1. El turisme a la Mediterrània.
- 2.1.2. Les destinacions turístiques madures.
- 2.1.3. Lloret de Mar, una destinació turística madura.
- 2.1.4. La maduresa, quelcom insostenible.

2.2. Turisme i territori.

- 2.2.1. Un exercici senzill de prospectiva.
- 2.2.2. Una visió del territori.
- 2.2.3. Impactes ambientals del turisme.
- 2.2.4. La identitat territorial de Lloret.
- 2.2.5. A grans trets, només dues opcions.

2.3. Un nou mètode per a un nou repte.

- 2.3.1. El nou ambientalisme: necessitat d'un nou mètode.
- 2.3.2. La nova estratègia: l'Agenda 21.

3. L'Agenda Local XXI de Lloret de Mar.

3.1. Antecedents de l'Agenda Local XXI de Lloret de Mar.

- 3.1.1. El mediambientalisme a Lloret i a la Costa Brava.
- 3.1.2. La concreció de les inquietuds: la fase preparatòria.

3.2. Estructura de l'Agenda Local XXI de Lloret de Mar.

3.3. Metodologia i esquema de treball.

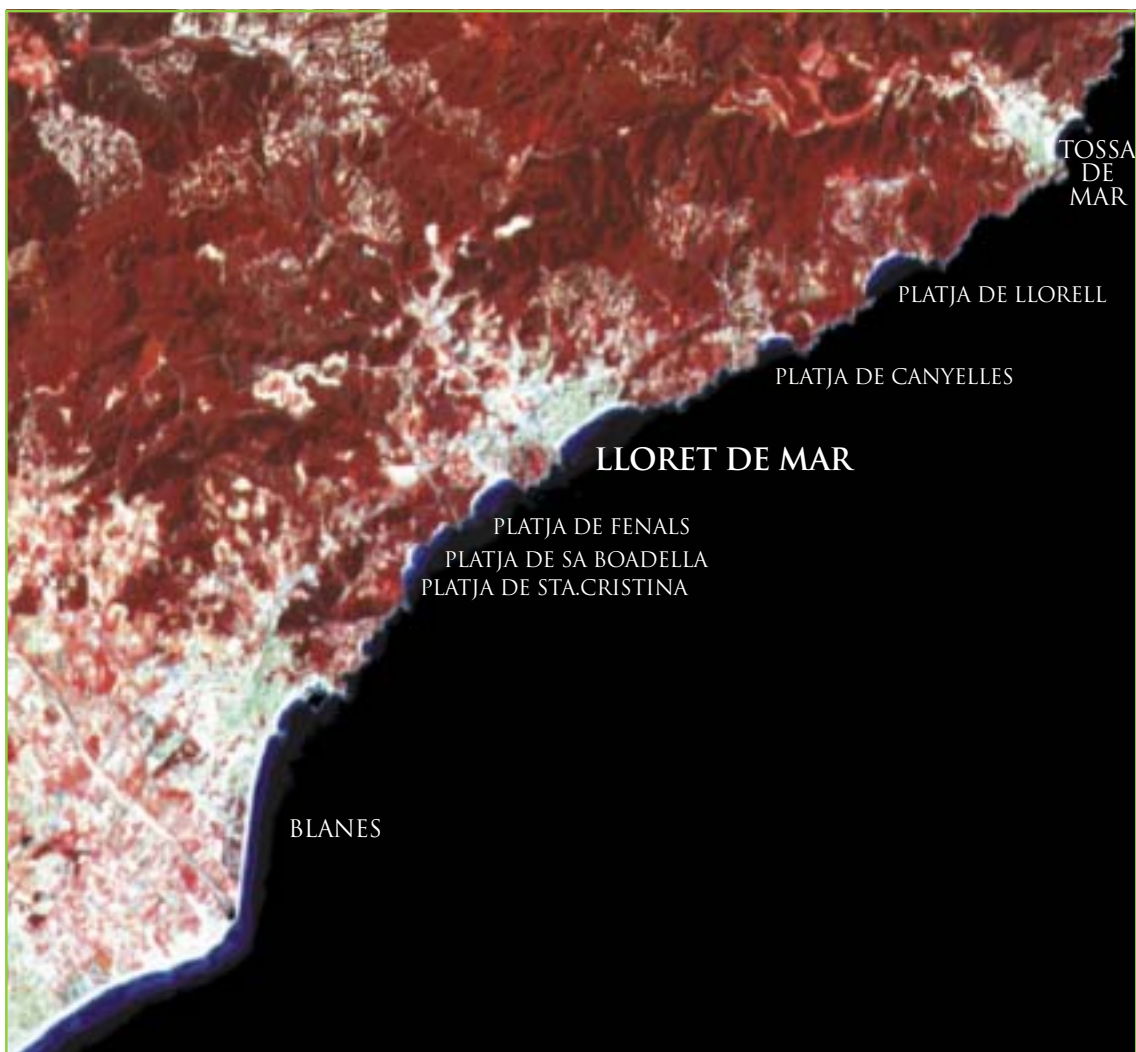
4. Punt i seguit.

5. Bibliografia.

GRÀFIC LLORET DE MAR EN EL MÓN



GRÀFIC LLORET DE MAR DES DEL CEL



Composició en fals color (RGB) a partir d'una imatge SPOT multiespectral del 12/04/96.

*Els colors vermells representen zones cobertes de vegetació,
els tons blaus i blancs zones urbanitzades
i el negre, l'aigua del mar.*



LLORET DE MAR AL TOMBANT DEL MIL·LENNI.

1.

LLORET DE MAR AL TOMBANT DEL MIL·LENNI.

Aquest document parla, naturalment, de sostenibilitat, des d'una perspectiva mediambiental, prenent el concepte de medi ambient en el seu sentit més ampli. No podia ser d'altra manera, pretén ser el document inicial de l'Agenda XXI de Lloret de Mar.

Però aquest document parla, sobretot, de Lloret. Més concretament encara: del futur de Lloret a mig i llarg termini, tot i que, lògicament, cal fer-ho des d'una anàlisi el més correcta possible del present i dels trets bàsics del passat recent que hi han conduït.

El nostre present és que tenim un turisme de masses amb totes les implicacions que aquest fet comporta. Així, busquem un "equilibri" entre el desenvolupament del turisme, deixant clar que no ha de ser l'única activitat econòmica de Lloret, la seva rendibilitat futura, i el desenvolupament d'una ciutat o poble –Lloret– que és vulnerable, tant en el seu medi natural com en l'urbà. Cal dir que no hi ha un turisme bo o dolent, sinó una bona o mala gestió.

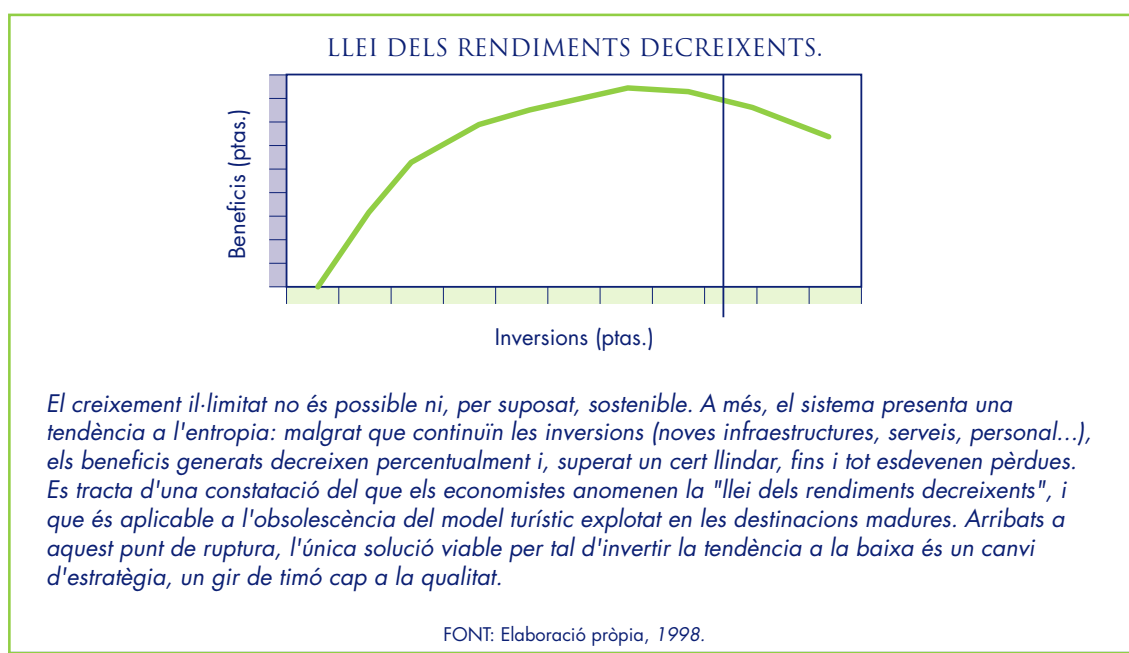
És bo el present de Lloret? Aquest tipus de preguntes tenen sempre respostes que no són ben bé ni blanc ni negre. El mateix passa si ens fem la pregunta que de veritat ens interessa: és bo el futur de Lloret? Hi ha coses que van bé i coses que van malament; hi ha arguments per a afirmar ambdues coses. Potser podríem dir que Lloret va bé i malament alhora. Mirem-ho a grans trets, sense entrar gaire en detalls.

Lloret va bé:

- Es genera riquesa. Després de gairebé un segle d'estancament demogràfic i amb l'activitat econòmica pràcticament limitada a un sector primari de subsistència, el turisme ha significat una espectacular dinamització i transformació. La renda per càpita és relativament alta i l'atur de llarga durada és irrellevant.
- L'afluència de turistes no perilla. Malgrat que hi hagi incerteses i oscil·lacions en els fluxos, res fa pensar en una davallada important. L'agilitat de l'empresariat lloretenc per tal de captar els nous mercats emergents així ho permet pronosticar. L'OMT ha revisat a l'alça les previsions existents i estima uns 1.100 milions de turistes al món pel 2005 dels quals, segons les previsions, més d'un 30% correspondria a les destinacions turístiques mediterrànies.
- Moltes coses milloren. Així, tant des del sector públic com des del privat s'ha fet, en els darrers anys, un notable esforç d'inversió en la millora i adequació d'instal·lacions, equipaments i espais. També hi ha endegats processos de qualificació de l'oferta (Pla de Qualitat hotelera, Pla d'Excel·lència...).

Lloret va malament:

- La rendibilitat global és decreixent. Calen ocupacions en els límits òptims. D'aquesta manera podem trobar com oscil·lacions relativament petites, inevitables perquè depenen de factors no controlables, determinen "bones i males temporades". Això és en part lògic en un mercat competitiu però també, en part, fruit d'un posicionament i una cotització febles del nostre producte en aquest mercat.



- La realitat, però sobretot la imatge d'una acusada especialització en un determinat turisme (per tipologia, per procedència, per comportament), han creat i estan creant incompatibilitats amb altres tipus de demanda.
- L'entorn ambiental (en el seu sentit més ampli: medi físic, medi urbà, pols ciutadà, relació lloretencs/turistes) es troba sotmès a fortes tensions i tendeix a la degradació.

Resumint, potser es podria dir que, en funció de les actuals i potents inèrcies, Lloret pot viure i seguir funcionant molts anys tenint com a base el turisme però, en el mig i llarg termini, amb una rendibilitat econòmica baixa i en un context ambiental, identitari i social força deteriorats.

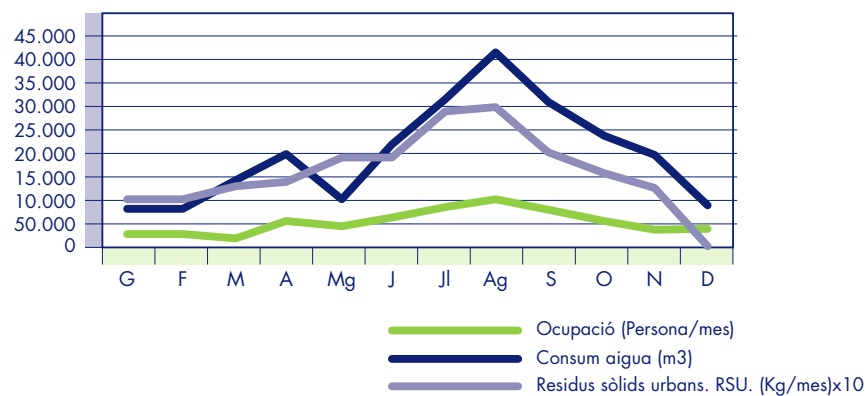
Aquesta dualitat, aquest anar bé i malament alhora, no és un tret exclusiu de Lloret; això passa per tot arreu i en totes les coses. Hi ha, però, dues característiques menys freqüents i que podem trobar al nostre poble:

- D'una banda, un creixement urbà i demogràfic de gran magnitud i molt sobtat, una profunda transformació econòmica i social produïda en un període d'anys molt curt en termes relatius. El turisme ha generat uns quants d'aquests casos de transformació vertiginosa que, segons sociòlegs i antropòlegs, són tan sols comparables històricament al resultat d'alguns processos colonitzadors o d'alguns moviments migratoris massius.



- De l'altra, el cicle estacional de l'activitat turística que, conjuntament amb el fet que gairebé tots els seus habitants hi estan directament o indirectament vinculats, configura una població amb cares extremadament diverses en funció d'aquest cicle estacional.

EL TURISME I ELS RECURSOS A LLORET DE MAR. L'ESTACIONALITAT.



El resultat és una percepció generalitzada de provisionalitat, positiva perquè confegeix un cos social dinàmic i obert al canvi i a la transformació, però també negativa en el sentit que convida a instal·lar-se en el conjuntalisme més estricte, a veure les coses d'estiu a hivern i de "temporada" en "temporada", amb una difosa i escassa noció del llarg termini.

Dins de qualsevol municipi hi ha sempre una gran diversitat d'actituds i de punts de vista –lògics i saludables– dels seus habitants davant el projecte col·lectiu que representa un assentament humà de tipus urbà. Aquest projecte col·lectiu, a part de la diversitat d'opinions, es veu influït per la contraposició d'interessos, pels diferents graus d'arrelament o, fins i tot, pel fet de considerar que aquestes actituds són canviants en funció de circumstàncies com ara qui ha emès un judici, a quin mes de l'any estem o com està anant el "calaix" de la setmana.

Aquesta diversitat, pel cas de Lloret, es pot accentuar per diverses raons entre les que destacaríem el fet de viure essent condicionat pel "dia a dia", de tenir una incertesa per un futur sobre el que col·lectivament hem reflexionat poc, fruit moltes vegades de les diverses visions que sobre el propi fet turístic i la seva relació amb el territori coexisteixen, fins i tot fent referència al que representa l'heterogeneïtat extrema d'un cens poblacional fruit de la transformació abans esmentada.

Nota: Malgrat que la font consultada (Patronat de turisme Costa Brava Girona-INSETUR) indica una ocupació màxima al voltant de 100.000 persones, altres estimacions han constatat ocupacions, pel mes d'agost, sensiblement superiors, no inferiors a 180.000 en la punta més alta.

FONT: Patronat de turisme Costa Brava, Ajuntament de Lloret de Mar, Serveis Integrals Lloret, S.L., 1998.

Conseqüències de la diversitat.

El resultat d'aquesta diversitat és una gamma gairebé infinita d'actituds que, en els extrems i gairebé caricaturitzant, van:

- Des de la negació o subvaloració dels problemes fins a l'afirmació que tot és un desastre.

- Des de la mitificació dels recursos naturals com si fossin únics al món fins a la depredació poc menys que sistemàtica.
- De la recerca permanent de culpables (la premsa, els poders públics, els altres subsectors que no són el propi, la climatologia, els turistes...) fins a arribar a pensar ingènuament: *"Som els millors, tot va bé"*.
- Des de la simplificació de creure en solucions màgiques o d'obstinar-se en un problema concret (sovint només de relativa importància) fins a deixar-se colgar per la complexitat i decidir que no hi ha res a fer.
- De la nostàlgia que porta a creure que preservant alguns indrets emblemàtics i alguns símbols identitaris ja n'hi ha prou fins al convenciment que cal accentuar un model dit "cosmopolita" que aprofundeix l'estandardització i la indiferenciació en relació a la majoria de destinacions turístiques de platja del món.
- Des de pensar que el simple fet d'actuar de forma seriosa i responsable és mereixedor d'honors especials com a lloretenc il·lustre fins al cinisme de veure Lloret com un lloc només per a guanyar-hi diners (esprement la taronja fins la darrera gota) i gastar-los o invertir-los en altres indrets.
- Des d'una concepció que ho supeditaria tot al fet turístic (*"Lloret ha de ser com un gran Hotel"*) fins a l'abstracció que creu possible una "normalitat" ciutadana no condicionada pel turisme, amb els seus avantatges i inconvenients.

La gent que hem endegat un procés per impulsar l'Agenda 21 creiem que a Lloret, en el seu present però sobretot en el seu futur, hi ha problemes molt seriosos i complexos i creiem també que hi ha molta capacitat per a afrontar-los. La primera condició és assumir aquesta complexitat. En tot ordre de coses aquest món global i canviant de la societat oberta és cada vegada més complex. Hem d'aprendre a reflexionar i treballar tenint presents moltes variables, tant aquelles sobre les quals podem actuar i modular com aquelles que ens vénen donades i que són també canviant. Ens hem d'instal·lar en la complexitat, abandonar les simplificacions. No tenim, ni busquem, receptes tancades i simples: no hi són.

Les premisses de partença:

- No és possible formular una "desiderata" precisa i concreta inspirada en el tòpic *"Hem de decidir quin Lloret volem"*. Seria un voluntarisme ben intencionat però estèril. És difícil el consens per a la implementació real d'un únic procés integral en què una multiplicitat d'agents actuïn coherentment. Ens hem de conformar amb una "desiderata" difosa, fragmentada, flexible i canviant, consistent en una visió compartida, encara que sigui amb un contorn imprecís, sobre com voldríem algunes coses i, sobretot, com no les voldríem, que sovint és més fàcil de determinar.
- L'horitzó és el llarg termini i, com a tal horitzó, no té un final. **Un canvi de rumb**, que d'això es tracta, **només és possible amb tenacitat per tal de mantenir determinades estratègies amb la flexibilitat suficient per a adaptar-les als canvis**. No hi ha solucions immediates ni,

menys encara, definitives. Hi ha, simplement, camins millors i pitjors. Això no resta importància a les actuacions i decisions a curt termini que, lògicament, hauran de ser cada vegada menys contradictòries amb les estratègies i objectius a mesura que aquests es vagin perfilant i assumint.

- Els plans segueixen essent importants per a instrumentar estratègies en el mig termini, però **l'eina principal és la prospectiva**. Només definirem estratègies encertades si som capaços de dissenyar-les en base a bones previsions d'escenaris futurs, no en base als escenaris actuals. Alguns exemples:

- Amb quin "mix" de mitjans de transport es desplaçaran els turistes d'aquí a 20 anys? Avió, autocar, tren, cotxe privat? Si reflexionem només tenint en compte l'escenari actual ens podem equivocar molt.

- L'aqüífer de la Tordera està, ja fa anys, sobreexplotat i la demanda del territori que se n'aprofita segueix creixent. Com es resoldrà el problema, amb l'optimització racional dels recursos de la pròpia conca, l'estalvi, el Roïna, l'Ebre, la dessalinització? Quina serà l'evolució del preu de l'aigua? Més enllà dels cicles secs i humits, tot això condiciona o hauria de condicionar decisions en moltes matèries.

- Com evolucionarà el concepte de mobilitat urbana? Serà possible i convenient que els cotxes particulars penetrin fins a la primera línia de mar en un futur?

- Un mercat cada vegada més únic, els nous hàbits i formes de compra i la pròpia transformació de les motivacions de la demanda turística asseguren la perdurabilitat d'un casc antic dedicat intensivament a l'ús comercial? Si no fos així, què passaria amb el nostre casc antic? Com evitar la seva degradació? Quines conseqüències tindria el fet de no poder-la evitar?

- **Cal anar a l'arrel dels problemes amb rigor i profunditat.** No hi estem acostumats, ens solem quedar a la superfície. Detectem i ataquem els efectes, les seves manifestacions simptomàtiques, que també cal fer-ho, però la reflexió per tal de definir estratègies ha d'anar més enllà.

- El mediambientalisme és, sobretot després de la "Cimera de la Terra" de Rio de Janeiro, el 1992, un corrent modern de pensament que ajuda, conceptualment i metodològicament, a la reflexió en profunditat. Per dues raons:

- Perquè superant uns principis estrictament conservacionistes del medi natural, pensa sobre la base del triangle MEDI AMBIENT/ECONOMIA/SOCIETAT, tocant així de peus a terra i formulant el concepte de sostenibilitat, que pretén compaginar la satisfacció de les necessitats actuals de la humanitat amb la garantia per a futures generacions que també podran satisfer-les igual o millor que ara.

- Perquè ha entès la globalització del món i la complexitat que se'n deriva, que obliga a actuar localment perquè a nivell local el nombre de variables a tenir en compte, tot i ser molt elevat, és més processable que a nivell global.

- Sostenibilitat vol dir també, entre moltes altres coses, adequar l'ús dels recursos disponibles a la seva capacitat racional de càrrega. Sostenibilitat no és, doncs, només un concepte abstracte i fàcil d'assumir (ningú està conceptualment en contra del medi ambient), sinó també un conjunt de paràmetres científicament mesurables. A tall d'exemple podem esmentar les fórmules turístiques desenvolupades per Machado (1990) i per Mayol i Machado (1992), que ens mostren el fet que hi ha zones turístiques que ja han superat la seva capacitat de càrrega. Ens hem d'acostumar a reflexionar, discutir i operar amb el conjunt de paràmetres. Tot és medi ambient en alguna mesura: una economia només és sostenible en un marc de sostenibilitat mediambiental, d'equilibri entre uns recursos i el seu ús sense esgotar-los o malmenar-los; **una societat (una cultura, una forma de vida) només és sostenible en un marc d'equilibri entre una mundialització indefugible i un medi cultural, identitari i antropològic singular.**

- La competitivitat d'una oferta turística depèn i dependrà cada dia més del valor afegit que sigui capaç d'incorporar al producte en termes de qualitat ambiental i d'atributs singulars, físics i antropològics del territori on es produeix. Les grans empreses d'intermediació turística ho saben molt bé i ja van orientant les seves estratègies en aquesta direcció. El nivell d'exigència dels operadors turístics en aquest sentit i dels propis usuaris seguirà creixent en els propers anys, **els productes no adequats a aquestes exigències perdran cotització i quedaran arraconats en segments marginals del mercat.** Dit d'una altra manera: ja avui, i cada vegada més, la millor i més eficaç promoció turística serà el posar de relleu aquests aspectes.

INFLUÈNCIA DE LES CONDICIONS AMBIENTALS EN LA DECISIÓ DE LA DESTINACIÓ DE VACANCES.

CONDICIONS AMBIENTALS	PERCENTATGE
Bellesa del paisatge	51.2
Valors naturals	23.0
Qualitat de l'aigua	27.2
Qualitat de l'aire	22.3
Tradicions de la zona	16.3
Arquitectura de la zona	13.1
Cap/No ho sap	23.1

FONT: Secretaria General de Turisme, *Vacaciones de los españoles en 1992.*

- **Un projecte local de sostenibilitat és, per damunt de tot, un projecte necessàriament participatiu.** A la sostenibilitat només s'hi arriba mitjançant la implicació de molta gent, no només ni principalment amb mesures i propostes. Es tracta sobretot d'un procés pedagògic, de creació d'opinió, d'un canvi cultural. El mediambientalisme modern ha endegat experiències de noves formes de participació, no basades en el populisme de les fórmules assembleïstes, sinó en el rigor metodològic, la creació d'espais i àmbits de treball per a molta gent i en el convenciment que les seves propostes prosperaran sobretot per la seva solvència.

Aquests són els criteris bàsics que ens han mogut a impulsar l'Agenda XXI de Lloret de Mar, que pretén, modestament, convertir-se en un sòlid projecte local de sostenibilitat. Aquest document vol, amb modèstia i a la vegada amb fermesa i convicció, ser una eina inicial, un simple punt de partida, una invitació a tothom a participar en aquest projecte local de sostenibilitat.

2.

UN CANVI DE RUMB NECESSARI.

2.

UN CANVI DE RUMB NECESSARI.

2.1 EL PROCÉS DE MADURACIÓ.

2.1.1 El turisme a la Mediterrània.

Al llarg de la història, les diverses civilitzacions que han poblat la conca mediterrània han mantingut un fort vincle amb la presència del mar. Fenicis, grecs, perses, egipcis, romans, bizantins, otomans, àrabs, catalans, genovesos, venecians, etc. Tots ells pobles de viatgers, de conqueridors, de comerciants, de pescadors..., amb la Mediterrània sempre com a testimoni i protagonista del seu naixement, expansió i declivi.

La bellesa paisatgística de les seves costes, el clima agradable, la proximitat als principals mercats emissors i el fet de ser el bressol de la cultura occidental, entre altres motius, han fet del litoral mediterrani nord-occidental la principal destinació turística a tot el món des dels inicis del fenomen turístic, amb un domini aclaparador que en els darrers anys es veu amenaçat per l'emergència de noves destinacions, tant dins la mateixa conca mediterrània (orient proper, nord d'Àfrica) com en mars més llunyans (Carib, Índic, Pacífic).

El turisme és un dels fenòmens més importants a la societat en els darrers decennis, tant econòmicament com socialment, fins el punt que es parla d'una veritable indústria turística, donat que ha esdevingut un dels sectors econòmics més importants a nivell mundial, per davant d'altres sectors més tradicionals com el del petroli o la indústria de l'automòbil. Per exemple, l'any 1996 els ingressos per turisme internacional, en tot el món, van assolir els 423.022 milions de \$ USA, amb més de 500 milions de turistes.

A la Mediterrània encara és més significativa la importància del turisme. Un altre exemple: l'any 1996, Espanya, França i Itàlia eren el segon, tercer i quart país en el rànquing d'ingressos per turisme internacional, amb ingressos al voltant dels 28.000 milions de \$ USA cadascun, i entre els tres es repartien gairebé un 20% del total del món. Això sí, encara es trobaven a molta distància del líder absolut, els EUA, amb uns ingressos de 64.373 milions \$ USA i un 15,2% del total mundial. Encara un darrer exemple: entre els 5 països amb més arribades turístiques l'any 1997, 3 són de la riba mediterrània (França, Espanya i Itàlia) i 5, dels 20 primers (els tres anteriors, Grècia i Turquia).

Degut a l'enorme poder econòmic i social que envolta el fenomen turístic, aquest ha canviat radicalment la costa mediterrània i les seves gents: avui en dia aquest litoral està enormement modificat i humanitzat, amenaçat per l'acció antròpica, especialment en aquells indrets on les pràctiques turístiques fa més anys que es desenvolupen. Són poques les costes que encara mostren un aspecte "natural". L'empremta de l'home es fa notar, com ho constaten l'edificació de la pràctica totalitat de la façana litoral, la freqüentació massiva de les platges, la contaminació de les aigües, el retrocés de la línia de costa...



Platja de Canyelles

FONT: Guia del turisme nàutic a Catalunya: la costa, els ports esportius, Generalitat de Catalunya, Departament de Comerç, Consum i Turisme i Departament de Política Territorial i Obres Públiques, Barcelona, 1985.

La pressió sobre la franja litoral.

Tots els elements abans esmentats es concentren en les platges, els espais més atractius, fins al punt que el propi interès que susciten és la seva principal amenaça. El turisme, els turistes i els propis habitants d'aquest territori han provocat la degradació ambiental i paisatgística del litoral i fins i tot del rerepaís immediat, per diversos motius:

- La concentració de nombroses activitats productives (agricultura, turisme, indústria), d'infraestructures i d'una població de milions d'habitants en una franja territorial d'uns pocs quilòmetres. Aquest procés rep el nom de litoralització.
- L'arribada a aquesta mateixa franja costanera de milions de turistes que generen una enorme demanda de recursos (aigua, energia, aliments, serveis...).
- L'escassetat i vulnerabilitat dels recursos a la Mediterrània, producte tant de l'elevada demanda que exerceixen les activitats i poblacions diverses com de la important degradació ambiental que, de manera directa o indirecta, provoca l'acció humana.
- L'adopció d'un model de creixement quantitatiu, ràpid i agressiu, basat en els resultats a curt termini i sense considerar les seves repercussions ambientals i socials.

Arribats a aquest punt, sembla evident que cal un cop de timó per tal de redreçar un territori i unes pràctiques que han esdevinguts insostenibles i en certa manera incompatibles. També sembla evident que, malgrat la dificultat, aquesta reorientació és imprescindible. La Mediterrània s'ho val.

2.1.2 Les destinacions turístiques madures.

Les platges de la Mediterrània segueixen essent el principal focus turístic al món, malgrat la competència que reben des de finals dels anys 80 per part de noves destinacions (el Carib, el Pacífic, l'Índic...) i el desenvolupament de noves pràctiques turístiques (ressorgiment del turisme rural, parcs temàtics, espais naturals, esports d'aventura, turisme industrial, turisme urbà i metropolità...), que ofereixen una oferta renovada i diferent al sol i platja de les destinacions tradicionals.

El model turístic massiu de sol i platja característic del litoral mediterrani ha provocat tant l'espectacular creixement urbanístic, demogràfic i econòmic d'unes petites localitats costaneres de pagesos i pescadors (que passaren a viure del turisme i per al turisme) com la degradació creixent del seu entorn natural.

Aquesta degradació és deguda d'una banda a l'enorme proliferació d'infraestructures i equipaments turístics, tant d'allotjament (hotels, apartaments, urbanitzacions de segona residència, càmpings) com d'oferta complementària per als turistes (bars, restaurants, discoteques, camps de golf, parcs aquàtics, etc.), i de l'altra als efectes derivats de la presència de milers de visitants, any rere any (contaminació, sobreexplotació de recursos...). A aquests impactes s'han d'afegir, és clar, els provocats per la població local, així que, **tot plegat, amb el pas dels anys s'ha anat modificant el paisatge de les costes mediterrànies: el color gris del formigó ha anat substituint el verd dels arbres.** Evidentment, això no vol dir que no siguin necessàries les infraestructures ni que siguin dolentes per si mateixes. Només es constata la modificació del paisatge que ha experimentat el litoral d'aquests territoris.

Causes de l'esgotament del model.

El model turístic litoral, tal i com s'ha desenvolupat tots aquests anys, és obsolet i està condemnat a renovar-se, malgrat que continua essent el model turístic majoritari internacionalment. Les principals causes que indiquen que el model s'està esgotant es poden resumir en les següents:

1. Les noves tendències en la demanda turística, d'ençà uns 20 anys enrere, amb una preferència per:

- La singularitat.
- La diferenciació.
- L'autenticitat aparent (tematització).
- Els espais no degradats.
- L'experiència en el fenomen turístic.
- L'activitat. És un turista actiu i participatiu, que ja no només vol prendre el sol i sortir a la nit, sinó que demanda realitzar activitats complementàries (excursions, visites culturals, esports...) i

que a més vol decidir per si mateix què fer i no estar tan lligat a allò que planifiquin els turoperadors.

2. La creixent degradació de l'entorn natural i de la qualitat de l'oferta turística de les destinacions tradicionals o madures.

3. L'aparició de noves destinacions emergents (la nova perifèria del plaer), amb una oferta renovada, de qualitat, i a preus competitius. Les noves destinacions aporten avantatges de competència (exotisme, qualitat ambiental i dels serveis, preus assequibles, etc.) respecte les tradicionals, que han de reaccionar per tal de fer front a la nova competència.

Però què és una destinació turística madura? Per destinacions turístiques madures es poden entendre aquells territoris on la implantació del fenomen turístic de masses va tenir lloc fa ja uns anys (principalment al litoral mediterrani occidental i als anys 50 o 60), de tal manera que a finals dels anys 80 representaven un model ja saturat, esgotat, que no aportava nous atractius al turista, i on la qualitat de l'oferta havia disminuït a mesura que augmentava la competència i els rendiments eren cada vegada menors. Aquest argument el podem trobar també en paraules de Fernando Prats, tècnic expert en Agenda 21 Local, *“Cada cop el preu és menor –fent referència al preu del producte turístic– i la degradació és major. Aquest és un procés insostenible, abans o després hi haurà crisi: econòmica, ambiental i social.”*

Igual que altres sectors econòmics, el turisme segueix un determinat “cicle de vida del producte”, amb una corba similar a la del gràfic adjunt. En aquest procés es poden identificar diverses fases:

- Una primera fase anomenada de **descoberta**, en la qual el turisme comença a implantar-se tímidament i per primera vegada en un territori. Es tracta de pràctiques minoritàries, a l'abast d'uns pocs, caracteritzades per la improvisació, la singularitat i la integració dels turistes amb el territori que visiten i amb el seu entorn.

- Una segona fase anomenada de **llançament**, en la qual el fenomen turístic creix espectacularment i de manera molt ràpida. Es passa d'unes pràctiques minoritàries a d'altres a l'abast de tothom, caracteritzades per un increment quantitatiu enorme tant de la demanda com de l'oferta, segons un ritme de creixement discontinu.

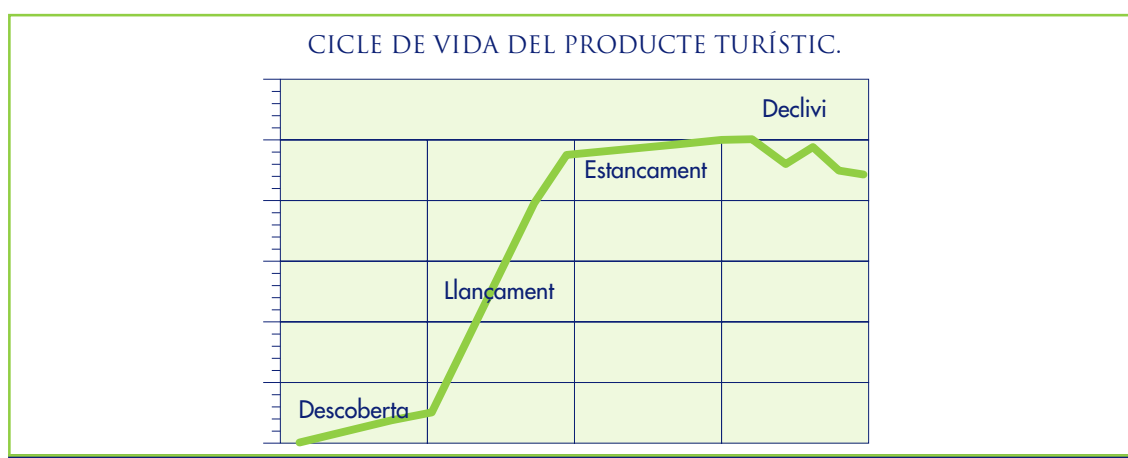
- Una tercera fase d'**estancament**, on s'està arribant a la saturació: davalla la qualitat de l'oferta, la demanda s'estabilitza, la degradació ambiental de la destinació turística comença a ser evident i preocupant...

- Una quarta fase de **declivi**, que representa l'estat actual de les destinacions turístiques madures. Els mals que s'entreveïen en la fase d'estancament es manifesten de manera clara, el model turístic seguit s'esgota i cal redreçar la situació, invertir la tendència a la baixa que inicia la corba. Davant aquesta situació les destinacions madures poden optar per diverses solucions:

1. El declivi continuat, per la passivitat dels agents públics i privats, que forcen el model fins que no hi ha solució.

2. L'estancament, per l'aplicació de mesures puntuals que no ataquen l'arrel dels problemes, sinó els efectes més evidents.

3. Un canvi radical de mentalitat, que porta a adoptar mesures que fins i tot fan replantejar-se un nou model turístic, basat en la sostenibilitat i en la integració del turisme amb el territori, l'economia i la població local.



IMPLICACIONS DEL MODEL DE CICLE DE VIDA PER A LA DESTINACIÓ TURÍSTICA.

	DESCOBRIMENT	LLANÇAMENT	ESTANCAMENT	DECLIVI
Característiques				
Benefici privat	Insignificant	Màxim	Anivellat	Descendent
Cashflow	Negatiu	Moderat	Alt	Descendent
Visitants	Innovadors	De masses	De masses	"Mandrosos"
Competidors	Pocs	Creixents	Molts	Pocs
Respostes				
Estratègia	Expansió de mercats	Penetració de mercats	Defensa de quotes	Reposició
Despeses de marketing	Creixents	Alts	Decreixents	Consolidats
Prioritat de marketing	Educació	Informació	Assiduitat	Protecció de nous mercats
Distribució	Independent	Mercat de viatges	Mercat de viatges	Mercat de viatges
Preu	Alt (1)	Descendent	Baix	Molt baix
Producte	Bàsic, no estandarditzat	Millorat, estandarditzat	Diferenciat	En plena transformació
Promoció	Inexistent	Venta personal Anuncis Relacions públiques	Venta personal Anuncis Relacions públiques Promocions	Venta personal Anuncis Relacions públiques Promocions

(1) Nota dels redactors: En funció del punt de vista de l'oferta, no necessàriament car per a la demanda.

FONT: Elaboració pròpia a partir de Cooper (1994).

Les destinacions turístiques madures presenten totes uns mateixos trets característics generals, independentment de la seva ubicació geogràfica, ja que responen totes a l'adaptació a un model semblant d'uns espais nous, nascuts expressament per al turisme o bé de nuclis de població preexistents que s'aboquen al turisme. Existeix una característica inicial, una premissa bàsica: els espais turístics són diferents dels no turístics, per la qual cosa els instruments d'ordenació territorial clàssics, instruments que estan essent qüestionats independentment de l'àmbit d'aplicació, no hi són d'utilitat. Es tracta de ciutats amb un doble vessant: a l'hivern, llocs tranquils i poc poblats i a l'estiu, indrets plens de gent i amb una activitat frenètica.

Els trets característics de les destinacions turístiques madures del litoral mediterrani.

1. La superposició. En les destinacions turístiques no podem parlar d'un sol territori sinó de 3 territoris que conviuen: un espai d'atracció (element que "provoca" la visita turística), un espai residencial (on viu la gent) i un espai complementari (on es localitzen les infraestructures turístiques de suport de l'espai d'atracció).

Aquests tres espais estan interrelacionats, no existeixen unes fronteres clarament definides. És per això que es parla de superposició, perquè gent molt diferent (turistes i residents) comparteix un mateix espai (receptor) i en un mateix moment. Tradicionalment la planificació s'ha centrat en els residents, mentre que les iniciatives empresarials privades s'han concentrat en el sector turístic. La solució òptima passa per trobar una planificació que consideri la superposició existent.






2. La concentració. Al litoral, l'element d'atracció és indiscutiblement la platja, per la qual cosa es dona un enorme gradient d'atracció respecte al litoral: com més lluny de la platja, menys valor té el sòl (des del punt de vista turístic, econòmic...). Això provoca un creixement en alçada a primera línia de costa, per tal de no allunyar-se de la façana litoral, amb un evident impacte visual i paisatgístic associat.

L'espai complementari es concentra al voltant de l'element d'atracció, així que:

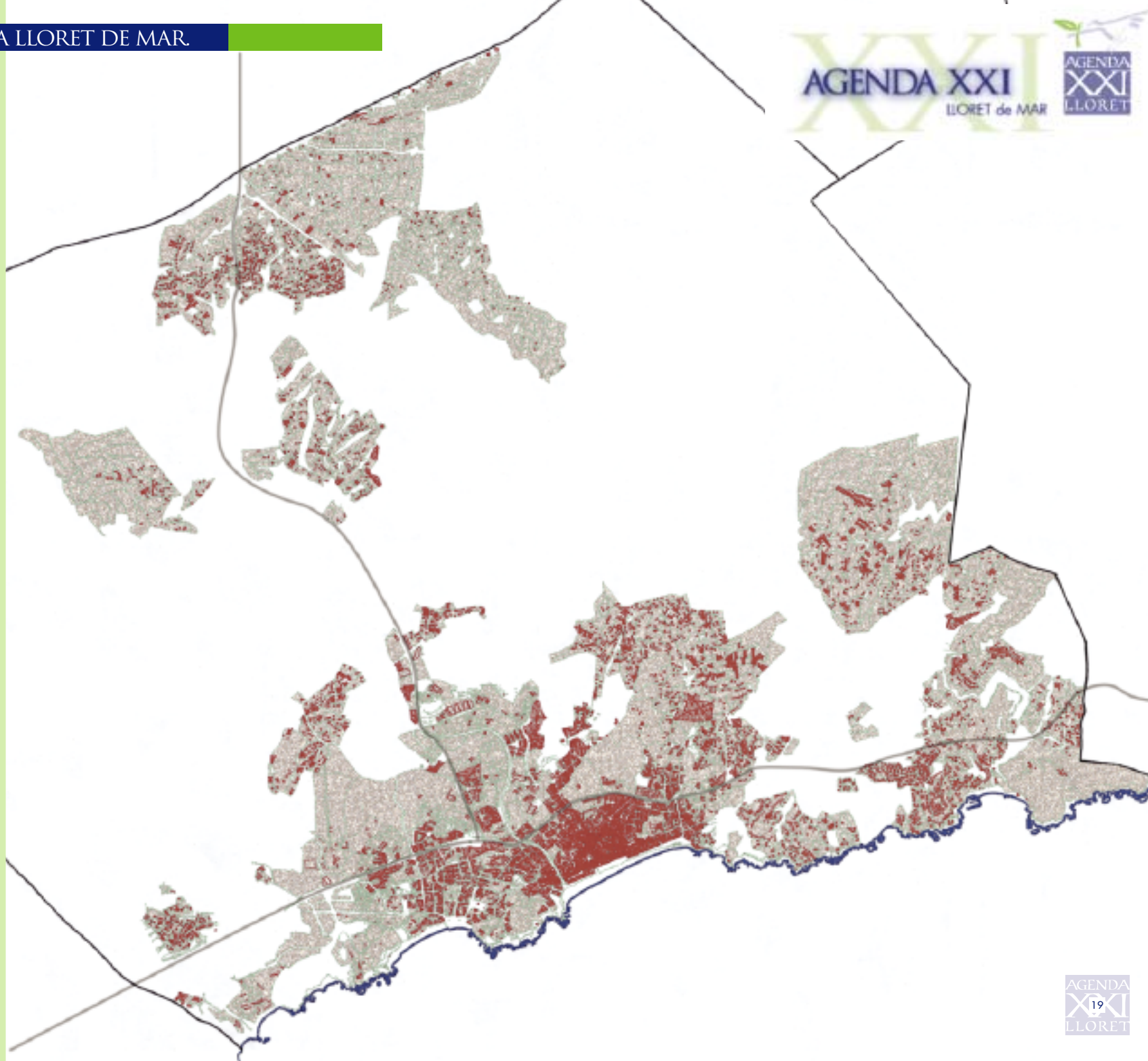
a. Si l'espai ja existia abans de la implantació del fenomen, aquest procés genera **segregació espacial** (l'espai residencial es concentra a l'interior i l'espai turístic, a la primera línia litoral).

b. Si la ciutat no existia o era molt i molt petita, es crea un nou model de ciutat, caracteritzada per una concentració enorme de la superfície edificada al voltant del centre d'atracció. Són ciutats eminentment turístiques.

USOS DEL SÒL A LLORET DE MAR.

-  sòl edificat
-  sòl urbanitzable
-  sòl no urbanitzable
-  Límit de terme municipal
-  Límit entre finques

FONT: *El laboració pròpia, 1998.*



3. La fragmentació. Com a conseqüència del gradient esmentat, l'espai interior té a priori menys valor, de manera que és a l'interior on es concentren les residències de la població local i els grans equipaments (càmpings, parcs aquàtics, grans supermercats, etc., que necessiten molta superfície i que no podrien ubicar-se a primera línia, on el preu del sòl és molt elevat i on no existeix tant terreny lliure), amb les urbanitzacions residencials més allunyades del nucli, sovint en llocs elevats. Així es crea una segona corona de grans superfícies a l'interior, un mosaic de fragments on cadascun té tanta identitat pròpia que predomina sobre el conjunt i esdevé un món a part, aïllat del seu entorn. La façana litoral, al seu torn, és ocupada principalment pels allotjaments turístics, els establiments comercials i recreatius i determinats serveis.

4. El simulacre o ficció. La ciutat turística és diferent en el fons, però també en la forma. Ha de ser la ciutat de tots, residents i turistes, però on el turisme trobi uns referents que permetin identificar-la com a turística. Per això solen ser ciutats estandarditzades, gairebé clòniques, sovint per la reproducció d'espais llunyans, exòtics. La ciutat, llavors, es mostra com un decorat, és una ciutat "disfressada i irreal", un factor que dificulta la planificació d'aquests espais.

5. El conflicte públic-privat. La distinció entre espais públics i privats és molt més fràgil en aquests ambients que en qualsevol altre entorn, les fronteres entre un i altre espai són molt més imprecises (les botigues i les terrasses envaeixen els carrers, etc.). La suma d'estímul individual dels establiments pel que fa a la promoció de la seva activitat propicia que es tingui la sensació que tot es comercialitza, la ciutat sencera, i fa que l'experiència turística depengui del conjunt del territori, fins i tot d'elements aliens al turisme, de manera que la planificació és complexa.

6. La degradació ambiental. El model de creixement urbanístic que ha caracteritzat aquestes localitats turístiques (en general no planificat en els primers anys de desenvolupament, producte de la improvisació i dels interessos immobiliaris especuladors), junt amb un espectacular creixement demogràfic i l'afluència massiva i estacional de milers de visitants de temporada, han provocat un consum abusiu dels recursos naturals del territori, per sobre de la seva capacitat de càrrega natural, i la modificació radical del paisatge litoral.

En aquestes localitats es perpetua un model turístic cada vegada menys rendible a canvi d'augmentar la pressió sobre un territori que esdevé més fràgil i degradat, tot plegat una situació insostenible la solució de la qual passa inevitablement per apostar pel desenvolupament local, integrat i a llarg termini, sostenible en definitiva, on el turisme s'integri amb la resta d'activitats econòmiques i productives que tenen lloc en aquest territori, sense caure en el monoconreu turístic, de tal manera que es diversifiquin les activitats econòmiques i productives.

2.1.3 Lloret de Mar, una destinació turística madura.

Totes les característiques descrites fins ara es donen de manera clara i precisa en el nostre municipi: Lloret és una destinació turística madura de la Mediterrània. Fins i tot es pot dir que, pel calendari temporal i per les característiques del seu procés evolutiu, per la pròpia magnitud

de la seva oferta i la consegüent necessitat de generar permanentment grans fluxos de demanda, és un dels casos arquetípics i aguts de maduresa de la primera generació de les destinacions turístiques mediterrànies. Com més aviat i amb més claredat en tinguem consciència, abans podrem començar un procés de revitalització que és del tot necessari, perquè maduresa és sinònim d'insostenibilitat.

La percepció de Lloret com a destinació turística madura la podem trobar implícita en declaracions de responsables dels grans turoperadors internacionals. A tall d'exemple, el desembre de l'any 1990, en una entrevista feta per Josep Capellà i Hereu, per encàrrec del Patronat Municipal de turisme, a responsables de la **TUI** (Touristik Union International GmbH. & Co.) i de **Neckermann**, s'hi podien trobar les següents afirmacions:

...“Aquesta política de preus a la baixa i la no selecció de la clientela provoca una degradació del producte turístic. Si continua, TUI, de la mateixa manera que Neckermann el programa de viatges amb avió i en tren a la Costa Brava, es replantejarà continuar treballant. Els alemanys estan cada vegada més conscienciats amb el problema del medi ambient per això les destinacions “verdes” tenen cada vegada més demanda. De seguir amb aquesta política, en el futur els turistes de Lloret seran només gent jove i un turisme massificat.” Per altra banda, les persones entrevistades de Neckermann afirmaven que “el turisme de la Costa brava es capta únicament per la política de preus a la baixa i això ha significat la decadència de la zona. A igualtat de preus, el client se'n va a altres destins... El turisme ha esdevingut cada vegada més ecològic. Actualment la gent vol trobar en els seus llocs de vacances un paisatge no degradat i un tracte familiar.”

2.1.4 La maduresa, quelcom insostenible.

El Dr. Onofre Rullán, geògraf i professor titular de la UIB, representant del Govern Balear en la ponència tècnica a la Comissió Insular d'Urbanisme de les Illes Balears, plantejava en un article d'opinió publicat en la revista Entorn (núm. 8, Calvià, juny de 1996), amb un didàctic símil d'horticultura, la insostenibilitat de la maduresa turística. Les següents línies són fragments d'aquell article:

"La maduresa és insostenible. Qualsevol fruita madura cau de l'arbre i es podreix. Tot arbre madur arriba a la senectut i mor. Per tal de retardar aquest inevitable destí fatal només hi ha una via: la congelació. És a dir, gastar energia per a evitar el que és natural: la putrefacció"... .."Aquest símil hortofrutícola serveix per a esquematitzar i comprendre la dinàmica d'ona llarga de les destinacions turístiques que han arribat a la seva maduresa. Els símptomes de putrefacció són sempre els mateixos: la degradació, afecti aquesta als arbres o als paisatges urbans que sostenen el turisme".

"Els intents de fer front a la putrefacció post-maduradora de les zones turístiques s'ha basat, gairebé sempre, en el creixement, en seguir creixent"... .."És com si dins del nostre hort (Calvià), per tal d'aturar la degradació dels arbres més vells i madurs (zones turístiques), que es manifesta amb la baixa categoria de la fruita (hotels obsolets), en plantéssim de nous de rendibilitat reconeguda (nova urbanització de qualitat), fins i tot alguns d'ells de primeríssima qualitat (operacions estrella), esperant que els arbres existents es veiessin forçats a seguir l'exemple dels nous. Es confia, per aquesta via, en una espècie de mimetisme, reacció en cadena o efecte imant que, finalment, no s'ha acabat d'articular. No es pensa que els nous arbres, independentment de la seva qualitat, en primer lloc, necessiten consumir aigua i la font de l'hort no dona per sobre de les possibilitats de l'aqüífer, l'aigua que desviem cap als nous arbres l'hauréem de portar als vells; i en segon lloc, la demanda de fruita que el mercat

reclama no depèn de la nostra oferta".

"L'empelt millora i enforteix l'arbre i, a la llarga, l'espècie. Malgrat tot, mai es pot perdre la referència de la continuïtat a llarg termini; per tal de fer la sostenibilitat possible, la poda i els empelts s'han d'anar fent any rere any, sense parar, en altres paraules; per tal d'aconseguir la sostenibilitat de la producció del nostre hort, allò que s'ha de sostenir, allò que no es pot deixar de considerar com a referent, és l'autoconversió d'allò que existeix i l'aturada del creixement. Així que deixem de podar i d'empeltar amb les millors gemmes dels nostres propis arbres la degradació tornarà, per pròpia inèrcia, a ser protagonista".

2.2 TURISME I TERRITORI.

Insostenibilitat mediambiental vol dir, també, insostenibilitat econòmica. Aquesta afirmació probablement es pot generalitzar, però en el sector turístic és exacta encara en major mesura, perquè hi ha un tret diferencial en relació a d'altres sectors. Vegem-ho amb un exemple:

Si una indústria contaminant (posem per cas una central tèrmica o una cimentera) s'implanta damunt un territori, les externalitats negatives que genera, siguin del tipus que siguin, perjudiquen el territori, la qualitat de vida damunt d'aquest territori i d'altres activitats econòmiques que hi tenen lloc o que hi podrien tenir lloc. Però aquestes externalitats no necessàriament perjudiquen, almenys en el curt termini, l'activitat de la pròpia indústria contaminant. El turisme, en canvi, és en aquest sentit autofàgic: si un determinat model de desenvolupament turístic genera externalitats negatives perquè abusa, malmena o mistifica el territori, no només perjudica la natura, la qualitat de vida o d'altres activitats, sinó que s'autoperjudica perquè, paradoxalment, treu valor als recursos que precisament han fet possible el seu desenvolupament, es descapitalitza perquè aquests recursos són una part essencial del seu capital. El territori forma part, indestriablement, del producte turístic.

No hi ha, per tant, cap mena de contradicció congènita entre turisme i medi ambient, ans al contrari: sostenibilitat turística i sostenibilitat mediambiental són dues cares d'una mateixa moneda. La contradicció apareix quan el desenvolupament turístic segueix un model inadequat, quan es confon, com ha passat durant anys a tants i tants indrets, sector turístic amb sector de la construcció; quan es desequilibra la relació recursos/quantitat o densitat; quan es modifica substancialment la personalitat d'un territori, tant del seu medi físic com dels trets característics del seu assentament humà. Quan això passa no es tracta només d'un error en la gestió del territori, d'un error mediambiental, es tracta també, i sobretot d'un error econòmic. I en tant que és més bona la qualitat dels recursos, més gran és el pecat perquè aquesta qualitat permet i exigeix una utilització més intel·ligent del territori.

2.2.1 Un exercici senzill de prospectiva.

La qualitat de la gestió del territori ja està condicionant fortament avui el mercat turístic i el condicionarà més en el futur. Un modest exercici de prospectiva ens confirma aquesta apreciació. De totes les tendències que es poden ja detectar, i d'aquelles que els experts preveuen per als propers anys sobre l'evolució de la demanda turística, dues variables d'anàlisi són ben clares i significatives:

1. Les ofertes turístiques dels països desenvolupats cada vegada tindran més difícil competir en preu, per 3 motius fonamentals:

a. En aquests països els costos de producció són més elevats que en d'altres menys desenvolupats.

b. El factor llarga distància és cada vegada menys rellevant i menys dissuasiu: la liberalització progressiva del transport aeri, l'entrada en el mercat xàrter d'avions més grans i l'evolució general de l'aviació comercial produeixen un abaratiment relatiu continuat dels preus i escurcen les distàncies, que ja no es mesuren en quilòmetres o en temps, sinó en diners.

c. El "diner de butxaca" dels turistes rendeix més en països poc desenvolupats i la demanda turística cada vegada té més clar que el cost de les seves vacances es compon del transport i l'allotjament, però també de la capacitat de consum del diner de butxaca de què disposa.

Inexorablement, un requeriment de competitivitat de les ofertes turístiques dels països desenvolupats haurà de ser un plus de valor afegit singular, no estandarditzable, que passa potser per elements de sofisticació del producte però passa segur per introduir-hi els atributs genuïns (físics i antropològics) del territori, per tal de mantenir o recuperar la dialèctica turista/territori que està en la mateixa gènesi del fet turístic.

2. El factor de qualitat ambiental cada vegada tindrà més pes en la competitivitat de les ofertes turístiques. La sensibilització general per les qüestions mediambientals ha avançat extraordinàriament en els darrers anys, fins al punt que les exigències de respecte al medi són ja molt importants en els mercats turístics. Els grans operadors ja fa alguns anys que detecten i recullen aquesta exigència de la demanda i l'introdueixen en els seus paràmetres de valoració d'empreses i zones turístiques (tal i com podem veure en el quadre adjunt de la DRV (Associació Alemanya d'Agències de Viatges) (ensems que adquireixen creixents compromisos amb organitzacions de consumidors i usuaris en aquest sentit.

Les zones turístiques que no tinguin en compte i no siguin conseqüents amb aquestes dues variables tendiran indefectiblement a quedar fora de mercat o, amb més precisió, a operar amb segments marginals del mercat turístic. És, doncs, no tan sols per raons ètiques sinó també per raons estrictament econòmiques que cal gestionar el territori amb criteris de sostenibilitat.

Recomanacions de l'Associació d'Agències de Viatges Alemanyes (DRV) sobre la importància del medi ambient en els destins turístics (un abstracte).

En destaquen 3 aspectes o tesis:

1. *El medi ambient com a factor essencial de qualitat i de motivació per escollir un destí turístic.*

2. *Els problemes avui presents a la Mediterrània ja afecten l'atractiu d'aquesta zona pels turistes. La distorsió del paisatge original, la contaminació atmosfèrica, hidrològica i acústica, l'enviliment dels pobles són problemes seriosos. Segons l'Institut d'Investigació de Mercats (EMNID), el medi ambient és una preocupació i un problema urgent pel 72% dels 350 milions de ciutadans de la UE.*

3. *El turista que s'acontentava amb un "paquet" més o menys ben estructurat és un personatge del passat, l'actual és més selectiu, cerca altres productes amb més components culturals, millor qualitat, un*

medi natural sense deteriorar, experiències exòtiques, paisatges i formes de vida genuïns, lleure i salut.

Aquest podria ser un resum del document. Per il·lustrar-ho n'hem extret algunes frases representatives:

"Els Tour Operadors ja utilitzen criteris ecològics en la selecció d'allotjaments i de zones específiques en les àrees turístiques. La natura, el medi ambient, la cultura i la salut esdevindran raons fonamentals per a l'elecció d'un destí turístic".

"Les accions per a assolir un turisme sostenible requereixen una metodologia sistemàtica. És més fàcil generar una actitud positiva envers el medi ambient i el turisme si els ciutadans hi juguen un paper actiu. La responsabilitat en la consecució d'un turisme eco-compatible ens incumbeix a tots".

"La informació mediambiental ha de figurar en la comercialització de la destinació com a part integral del producte".

"El caràcter i singularitat d'una destinació jugarà un paper important en la satisfacció dels clients. S'han de conservar, en el desenvolupament turístic, les característiques locals en el paisatge i en el disseny de les construccions."

CONCEPTE DE QUALITAT.

Qualitat és, genèricament, una abstracció. Les coses que depenen de les percepcions subjectives sempre són, en principi, una abstracció.

Avui, però, qualitat ja és també, en molts aspectes, quelcom més concret, més mesurable, més objectivable. En el món industrial és on hi podem trobar l'exemple més clar, l'abundant producció teòrica, els nombrosos casos empírics documentats i la generalització d'aplicacions, han anat esdevenint doctrina, norma, paràmetres i indicadors de mesura. El mateix es pot dir de l'explosió de les franquícies en el comerç i els serveis.

En el món del turisme ha començat un procés similar ja fa anys. La qualitat en turisme és un concepte molt ampli, abasta el medi natural, els serveis públics, el paisatge. I és mesurable, cal establir indicadors. Però la qualitat en turisme inclou també els serveis privats que són part essencial del producte. Per això és bo que proliferin processos d'iniciativa privada (segells de qualitat, cadenes, franquícies, plans de qualitat com el que el Gremi d'Hotelers ha endegat a Lloret). Desenvolupar el concepte de qualitat integral és un dels camps de treball de l'Agenda 21.

En el terreny dels serveis privats, partim de la premissa que els tres mecanismes per actuar sobre la millora de qualitat, per aquest ordre d'importància, són:

1. AUTOREGULACIÓ

És amb tota seguretat el més important. Els empresaris han de tenir clar que la qualitat és i serà el seu millor instrument per a competir. I no només a nivell individual sinó que la imatge de qualitat d'una destinació depèn del conjunt. Aquest convenciment està progressant satisfactòriament però queda molt camí per recórrer.

2. REVISIÓ CONCEPTUAL DE LA NORMATIVA I TRANSPARÈNCIA DE MERCAT

Les classificacions per categories, quan existeixen (estrelles, forquilles) estan basades sobretot en les instal·lacions (mides, materials, etc.) i a vegades no existeixen o es desregulen (apartaments). Incorporen els paràmetres de qualitat que fa uns anys semblaven els únics objectivables. Haurien d'incorporar altres paràmetres i, sobretot, afavorir més els processos d'autoregulació. Un mercat transparent en el que els usuaris sabessin amb precisió el que compren, quina qualitat compren, seria el millor motor per a millorar la qualitat global sense intervenció administrativa.

3. ERADICACIÓ DE LA "NO QUALITAT"

Aquest és un "rol" o una obligació que sí correspon a l'Administració, en tot allò objectivable i que estigui regulat (seguretat, higiene...). També pot contribuir-hi tot donant suport als autocompromisos derivats de l'autoregulació. Els sectors privats han de jugar un paper molt important al servei de la imatge col·lectiva de qualitat.

2.2.2 Una visió del territori.

En les darreres dècades s'ha intensificat l'acció antròpica sobre el territori i s'hi han plasmat una sèrie de canvis. Canvis d'origen econòmic, tecnològic, polític, cultural i social. El món és sempre canviant però mai fins ara les coses havien succeït d'una manera tan intensa i accelerada, ni tampoc d'una manera tan autònoma, tan poc supeditada a les intencions premeditades, desbordant marcs i paràmetres que semblaven estables i desbordant les pròpies eines de planejament de tipus convencional. La quantitat i diversitat d'iniciatives i el seu ritme vertiginós fan molt més complexos i dispersos els processos de decisió.

La transformació del territori ha estat i és pràcticament sempre contradictòria. D'una banda suposa avantatges –o simplement és necessària per al desenvolupament del fet civilitzador–, la creació de riquesa, la mobilitat física de les persones i la permeabilitat entre estrats socials; però de l'altra, presenta aspectes negatius produïts pel mal ús o bé per l'abús de determinades accions antròpiques sobre el medi. Accions que no són només sobre el medi natural, ja que sovint es cau en la confusió d'identificar el territori exclusivament amb el vessant físic, deixant en segon pla, o fins i tot oblidant, el vessant humà, és a dir, les relacions polítiques, culturals i ètiques que es generen en aquest espai.

És en aquest vessant –l'humà– que s'observa la vinculació del territori amb qualsevol fet, ja que és en aquest espai on es fan realitat i es concreten les teories i pràctiques humanes. Tot passa damunt del territori i aquest és el que determina l'essència d'un espai, perquè presenta una realitat que el particularitza, que el fa ser singular i únic. Cada territori va esdevenint diferent i els seus indrets, complementaris, no s'exclouen sinó que es necessiten per a poder definir-se; cal trobar allò que manca a l'altre i que en definitiva és el que dóna valor a un mateix. La diversitat enriqueix i alhora defineix cada identitat territorial.

La identitat territorial.

Una identitat territorial no es crea artificialment ni s'improvisa. Consisteix en unes arrels pròpies que s'han anat forjant amb el pas del temps i amb el contacte amb diverses cultures, generant-se de forma natural i formant part de regions i territoris més amplis. Una identitat territorial és un conjunt de valors, de forma de ser i d'estil de vida modulats i transmesos de generació en generació, impregnats, sens dubte, de trets comuns a escala més àmplia, és a dir, un territori a escala petita és singular en la seva identitat i alhora pertany, en cercles concèntrics, a territoris més grans tanmateix també singulars identitàriament. Dins d'aquestes disquisicions hi hem d'incloure la consideració del terme paisatge; el "paisatge", entès com a paisatge humà, natural i cultural, esdevé o equival a la identitat del territori i el representa arreu. Davant de la dificultat que planteja la consideració del terme paisatge en el seu sentit més ampli, hem optat per incloure en forma de quadre algunes consideracions que en Joan Nogué i Font, geògraf, fa sobre ell.

LA CONCEPCIÓ DEL PAISATGE.

Reproduïm sota aquestes ratlles una part de la ponència presentada per en **Joan Nogué i Font** a les *Jornades Tècniques de Turisme i Medi Ambient* celebrades a Sant Feliu de Guíxols el setembre de 1986. La ponència duia per títol "**EL CARÀCTER DELS PAISATGES MODERNS**"

...."Concebo el paisatge com l'expressió de la interrelació entre la natura i la cultura, entre el medi físic i les societats humanes. Independentment de les variacions climàtiques i de les transformacions geomorfològiques naturals, en les nostres latituds, el paisatge canvia constantment de fesomia en funció de la societat que l'afaiçona. El paisatge és, en aquest sentit, un fet social, un producte social, la conseqüència d'una transformació col·lectiva i humana de la natura. Podríem parlar, fins i tot, del paisatge com a mirall de la societat que hi viu al damunt o, dit d'una altra manera, com a mirall del model sociopolític-econòmic d'una determinada societat... El paisatge és, doncs, dinàmic per se, perquè també ho és la societat. Ara bé, el paisatge té uns ritmes de transformació més lents que els models sociopolítics-econòmics que s'hi reflecteixen, perquè les modificacions territorials -que són, en definitiva, les que canvien la fesomia del paisatge- comporten una mobilització d'energia i una quantitat de temps molt superior a la de les modificacions ideològiques i econòmiques corresponents"...

Els paisatges moderns.

Vet aquí el quid de la qüestió. Les modificacions han estat massa dures, sobtades, ràpides, violentes. El paisatge no les ha pogudes assimilar, integrar. Hi ha hagut un trencament, un desequilibri, una tabula rasa, més que no pas una transformació... El paisatge, mirall del model de societat, ho comença ja a reflectir a través de la seva homogeneïtzació i uniformització. Aquest és el tret bàsic que caracteritza l'actual transformació i la distingeix de les transformacions que es donaren en d'altres èpoques. És, en definitiva, l'essència, el caràcter dels paisatges moderns"...

..."El turisme és compatible amb l'existència d'uns paisatges "sans", autèntics i originals. L'únic que cal és que la societat adquireixi una major consciència de paisatge" i que els equips de planificació i d'ordenació del territori estiguin especialment imbuiïts de la necessària ètica ambiental. No es tracta de sentimentalismes barats, ni de retorns bucòlics al passat, ni de ruralismes, xovinismes o paisatges-museu. Es tracta d'una simple qüestió de sentit comú. Es tracta d'aprendre a transformar sense destruir".

Joan Nogué i Font
Setembre de 1986.

Autor: J.M. Gallissà



FONT: Servei d'Arxius Municipal de Lloret de Mar.

Una identitat territorial no es crea arbitràriament i tampoc es destrueix fàcilment perquè és molt potent, molt arrelada. Però no és tampoc una realitat estàtica, una foto fixa. Es modifica i es pot modificar per bé o per mal. Fins i tot es pot arribar a produir una mutació, la destrucció d'una identitat i la seva substitució per una altra, si l'agressió és molt potent i molt persistent.

Cal retornar a la ja esmentada paradoxa del fet turístic: és el paisatge el que el fa possible i l'atrau i és el mateix turisme el que el pot desvirtuar i degradar. Empíricament es pot afirmar que no és gens fàcil que la dialèctica turisme/territori es produeixi en termes adequats, d'equilibri. Aquest desequilibri probable és l'explicació del fenomen, ja analitzat en el punt 2.1., de les destinacions turístiques madures.

2.2.3 Impactes ambientals del turisme.

Principals impactes negatius que genera o pot generar el turisme en general i, particularment, aquell que es produeix a la franja costanera:

- Litoralització. És la versió local del fenomen de concentració demogràfica en els territoris propers al mar que es produeix a escala mundial. La població turística es concentra també en els espais urbans immediats a la platja.
- Pèrdua d'assentaments històrics. Els cascos antics tendeixen a la substitució d'hàbitats per a usos turístics intensius. Els efectes d'aquest procés, sobretot si es combina amb un cicle estacional, són una sèrie de subimpactes derivats:
 - Perden l'atribut d'espai natural de convivència ciutadana. En la punta estacional alta es podrien comparar a una "city", el centre on la gent va a treballar i després se'n va a casa. En la punta baixa estan semideshabitats.
 - El paisatge urbà perd caràcter. Tot és subsidiari de l'ús turístic, no només arquitectònicament; també el teixit d'usos és monòton, repetitiu, mancat d'equilibris.
 - Les parts amb poc valor comercial/turístic es degraden, una reducció en la intensitat de l'ús comercial (per les raons que sigui, no necessàriament una reducció general d'afluència turística), produeix una degradació comparable a les dels centres històrics d'algunes ciutats, de difícil rehabilitació si no es recupera l'ús com a hàbitat.
 - Substitució molt ràpida de l'arquitectura preexistent, tant de la de poc valor però genuïna (definitòria en termes de identitat) com la més valuosa que, per les raons que sigui, hagués sorgit en algun moment. Les peces substitutòries i les noves (independentment de la seva qualitat, freqüentment baixa) responen a criteris funcionals molt lligats a etapes on es produeixen onades de creixement intensiu fàcilment situables en el temps, fet que suposa estandardització i un envelliment accelerat en termes d'estètica urbana.

EVOLUCIÓ DEL NUCLI URBÀ MUNICIPAL (1773-1992).



■ Sòl edificat. Any 1773.

■ Sòl edificat. Any 1879.

■ Sòl edificat. Any 1956.

□ Sòl edificat. Any 1992.

E: 1/62000 (aproximada).

Aquesta il·lustració reflecteix ben clarament per què diem que la gran transformació del municipi es produeix en pocs anys i a causa del fenomen turístic. Lloret de Mar fou durant segles un petit poble de pescadors i pagesos, amb un nucli urbà petit que seguia un plànol medieval molt ben ordenat (illes gòtiques, allargades i "obertes" al mar; creixement lent, compacte i longitudinal...). Aquesta estructura urbana compacta es va mantenir més o menys inalterada, només amb petites ruptures, fins a mitjans dels anys 50. A partir d'aquell moment, el boom del turisme va provocar un creixement urbà vertiginós i desagregat que "trencava" radicalment el plànol urbà tradicional de Lloret. El resultat ja el coneixem tots els lloretencs.

FONT: Elaboració pròpia, Ajuntament de Lloret de Mar.

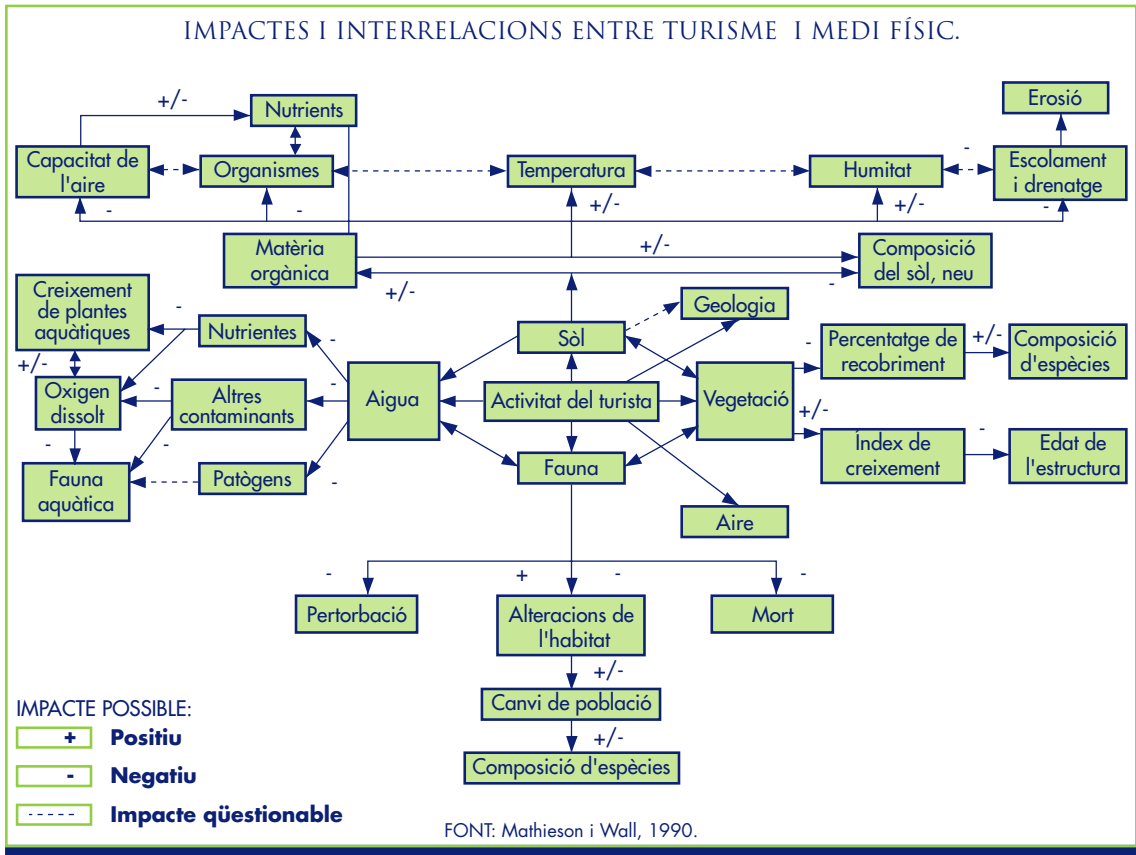
- Concentració de vehicles en les zones més properes al mar, amb els conseqüents problemes estètics, circulatoris i d'aparcament.
- Un ventall molt ampli de factors de contaminació acústica diürna i nocturna.
- Alta densitat humana en les zones, generalment reduïdes, utilitzades pels turistes. Manifestacions de vandalisme i brufícia en aquestes àrees.
- Degradació i fragmentació d'espais naturals. Agressió al paisatge sobretot a la façana litoral.
- Pèrdua d'espais oberts.
- Infraestructures i serveis públics sobredimensionats pel cicle estacional baix però generalment insuficients per l'alt.
- Consum extensiu de recursos no renovables o escassos.

- Usos del sòl excessivament subsidiaris del sector turístic.
- Augment de la producció de residus.
- Deteriorament del medi marí immediat a la costa.
- Relació impersonal i fins i tot d'hostilitat entre població autòctona i turistes.
- Pràctica desaparició de les activitats econòmiques preexistents. Impacte territorial i identitari molt rellevant en el cas de les activitats del sector primari.

No és fàcil evitar aquests processos. Sovint no deriven de grans decisions controvertides. Això ho expressa de forma entenedora el que Joan Cals anomena, aplicant-ho al turisme, el que ha estat anomenat per altres autors la "Tirania de les petites decisions" (Cals, 1993), segons la qual "Succeeix sovint que l'encant d'un territori es desmereix per l'acumulació d'un elevat nombre d'actuacions aïllades, cap d'elles té conseqüències desfavorables particularment intenses, però que, en conjunt, produeixen un efecte agregat de grans proporcions". Cals afegeix que "Sovint els errors no es perceben com a tals per la indústria turística o la societat en el moment que es projecten o realitzen. Això planteja un problema polític de primer ordre. Si no hi ha consciència precisa dels costos, i sí en canvi dels beneficis a curt termini, la dificultat dels governants d'impedir que els possibles errors –efectes externs negatius– es produeixin pot ser molt gran, i, en el supòsit que intentin evitar-los, probablement es veuran castigats electoralment".

Tots aquests impactes, i potser d'altres no relacionats, produïts en major o menor mesura, són negatius en ells mateixos però ho són també, en el seu conjunt, per a la sostenibilitat econòmica del sector turístic. Un dels resultats de la seva incidència en el territori és l'estandardització d'aquest. Les destinacions turístiques tendeixen a assemblar-se cada vegada més les unes a les altres, amb independència de l'indret del món on estiguin situades. Desapareixen signes d'identitat territorial, de singularitat, la dialèctica entre turisme i territori. Això és una pèrdua identitària (raó ètica per a intentar evitar-ho) i és també una pèrdua de capital i d'avantatges competitiu (raó econòmica).

Sempre en el benentès que preservar la identitat no vol dir de cap manera no evolucionar, no transformar-se, no créixer, no adaptar-se a un món cada vegada més global. Sempre en el benentès que mantenir els trets genuïns del territori no significa en cap cas que existeixi una genuïnitat integral, pura, homologada, autèntica. Creure això seria una actitud nostàlgica, immobiliària, potser reaccionària al capdavant. Preservar la identitat vol dir precisament evolucionar al ritme que marquen els temps en equilibri amb unes fidelitats bàsiques a la singularitat d'un territori, a una cultura sedimentada al llarg dels segles, a un estil de vida i, en definitiva, a un paisatge. Això exigeix conèixer bé el territori que s'analitza, els seus trets característics, els riscos que l'amenacen, les seves potencialitats i fragilitats...



2.2.4 La identitat territorial de Lloret de Mar.

La identitat de Lloret, el seu paisatge en aquest sentit ampli descrit, és producte de la seva mútua relació amb els seus àmbits de pertinença cultural al llarg dels temps, des d'abans dels íbers fins a la Costa Brava, la Catalunya, l'Espanya i l'Europa modernes, amb una gran incidència de la llatinitat i de la primera gran definició estratègica territorial que van fer, des d'Empúries, els colonitzadors grecs i romans. És producte de la seva mútua relació amb la Mediterrània. Aquesta relació li confereix trets característics però comuns amb d'altres indrets; la seva història local hi afegeix els singulars. Un espai amb una identitat pròpia, però amb unes clares influències producte de la seva localització i del procés històric i cultural de la seva regió geogràfica.

D'existència documentalment mil·lenària Lloret no va adquirir característiques urbanes fins al segle XVIII. Pesca i agricultura van ser les activitats bàsiques i permanents durant segles. Els anys de les drassanes i el comerç amb Amèrica no van significar només riquesa i canvis momentanis, també un fort impacte cultural d'obertura al món i ampliació d'horitzons que expliquen l'evolució posterior. El final d'aquesta etapa suposa un llarg període d'estancament i decadència només interromput pel retorn i l'assentament dels "americanos" i algunes tímides i relativament efímeres experiències industrials. L'impacte dels "americanos" és, però, molt important, especialment pel que fa a l'arquitectura, un patrimoni extraordinari i singular que, malauradament només es conserva en una mínima part.

*Foto pescadors de Lloret de Mar
Autor: E. Martínez.*



FONT: Servei d'Arxiu Municipal de Lloret de Mar.

Després ja ve el turisme i Lloret n'és una de les poblacions pioneres, en part per acumulació d'una demanda espontània però també perquè l'actitud de la població hi és molt favorable. Els primers anys generen ja importants canvis socials però alteren relativament poc el paisatge físic i humà. Entre els anys 1964 i 1972, només 8 anys, passa gairebé tot: és la primera i la més potent de les onades de transformació (s'urbanitzen o preurbanitzen les muntanyes i bona part del sòl agrícola, també en bona mesura la part alta dels penya-segats d'arran de mar, es dispara la capacitat d'allotjament). És impressionant el grau de substitució, amb molta més densitat i alçària, del sòl ja edificat. L'agressió és forta.

La segona gran etapa de pressió urbanística és la dels anys 86 al 92, amb un creixement molt intens però molt menys desordenat i dens (des del 85 hi havia planejament vigent). Durant els períodes 73-85 i del 93 ençà, l'índex de creixement urbanístic ha estat alt però molt per sota dels períodes esmentats. Aquest any 98 s'ha intensificat considerablement. No és però tan sols la transformació urbanística, és un canvi radical: l'explosió demogràfica, l'agricultura reduïda a la mínima expressió...

El 1975 plega la darrera "teranyina" i, amb ella, desapareix la pesca professional (val a remarcar que avui torna a haver-hi uns quants professionals de la pesca), barris sencers nous, una economia pràcticament de monoconreu turístic... Un gir total i sobtat.

Lloret rep, amb major o menor intensitat, la majoria dels impactes negatius abans relacionats i el seu fet identitari es difumina i trontolla. Sortosament no de forma total ni irreversible, car el sediment acumulat és potent i sòlid i persones, entitats i poders públics s'esforcen en conservar, recuperar i divulgar tradicions, història, indrets, cultura i senyals d'identitat. Les tendències estandarditzadores i les arrels pugnen damunt del territori. La batalla està per decidir.

Observant avui els resultats, es podria tenir la temptació de qüestionar si fou encertada o no

aquesta opció transformadora. Seria un error. En primer lloc perquè era imparable. De fet, ningú ho va decidir; senzillament, va passar. Però en segon lloc perquè era l'opció correcta, una oportunitat que no es podia ni s'havia de perdre: el municipi, o es renovava o estava destinat a ser oblidat en la seva economia de subsistència. Es va transformar, amotllant-se al canvi, i va assolir unes característiques òptimes per a ser competitiu en aquell moment, entrant en una dinàmica de desenvolupament i avenç. **Llavors la situació exigia un canvi profund d'orientació. Ara la situació ho torna a exigir.** De fet, l'evolució històrica de Lloret de Mar mostra una realitat complexa, un municipi dinàmic que canvia i s'adequa a les circumstàncies de cada període.

Cal tenir present, a més, que canvi no necessàriament ha de significar pèrdua de valors, d'identitat, deixar enrere tot el que s'ha anat forjant any rere any. Comporta risc, potser sí, però el risc forma part indestruïble de la vida i de la història.

Més risc comporta abandonar-se a l'actual inèrcia. No calen o no haurien de caldre importants discursos, ni tampoc catàstrofes irreparables, ni tampoc esperar que la maduresa es vagi traduint en subcotització i subrendibilitat perquè ens interessem pel que passa al nostre voltant, **sinó que simplement observant la nostra realitat ens adonem que estem davant d'una situació que tendeix a ser insostenible**, una realitat que si no es millora en els propers anys pot esdevenir irreversiblement degradada. La mateixa prosperitat esdevé incerta: **s'està superant amb escreix, en molts aspectes, la capacitat de càrrega**; la pressió sobre el territori és excessiva; i l'afebliment identitari és el que transmet una imatge negativa o poc apropiada.

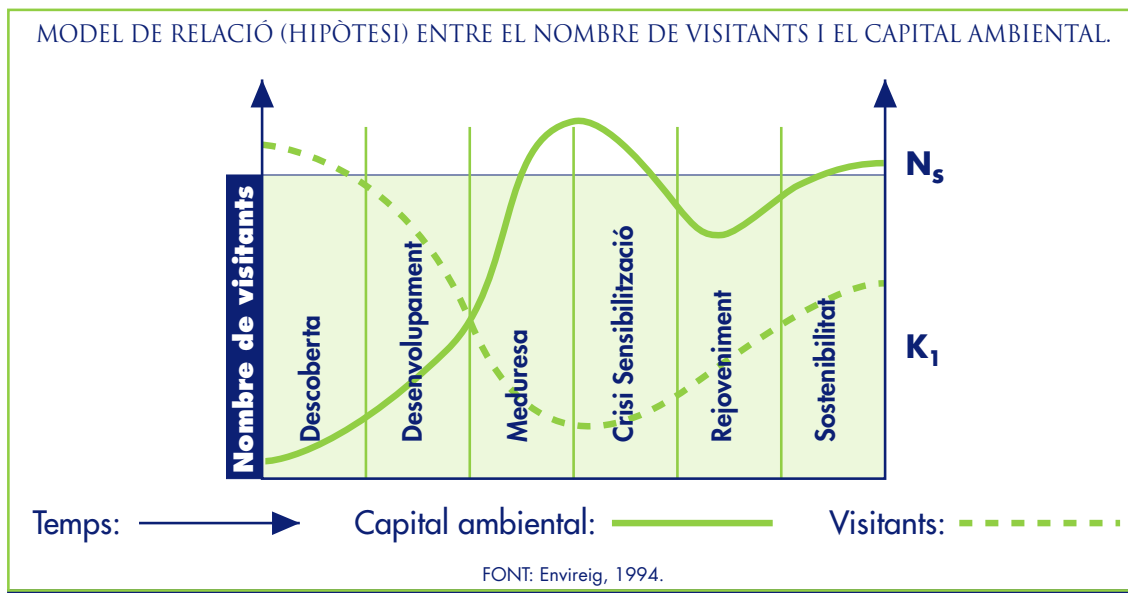
2.2.5 A grans trets, només dues opcions.

Estem en una cruïlla de camins. Hi ha el camí difícil del canvi, pel que hauríem d'optar decididament. En un article publicat pel científic anglès **Rupert Sheldrake** a la revista Nature sobre l'impacte de les noves idees s'hi pot trobar una reflexió de William James sobre aquest tema: **"Al principi diran que és absurd, després diran que és possible, i al final diran que és de sentit comú"**. S'hi associa un canvi de mentalitat.

Hi ha una altra opció, la de gestionar la inèrcia tot negant la realitat o una variant mateixa consistent en petites millores, en atacar els símptomes, en autoenganyar-nos, en definitiva. No és altra cosa que una bona gestió de la inèrcia.

S'ha de treballar sempre amb la realitat de cada moment. Ens trobem amb un territori que, avui, té les característiques que té. No cal cercar culpables ni lamentar els errors, és inútil, però cal saber què ha passat, errors inclosos, i tot sabent que les variables són moltes i la complexitat enorme i creixent, implicar-se en comprendre i gestionar aquesta complexitat, optimitzar l'ús dels recursos sense esgotar-los ni malmenar-los, fer, al capdavall, les coses el millor possible i en coherència amb el concepte de sostenibilitat.

Per tal que sigui així, cal dotar-se d'instruments i mètodes útils i l'Agenda 21 ho pot ser, i probablement ho serà. I cal sempre tenir present que les coses passen damunt d'un territori, a l'interior d'un paisatge que és el nostre capital més important.



2.3 UN NOU MÈTODE PER A UN NOU REPTE.

2.3.1 Una nova mentalitat ambientalista: necessitat d'un nou mètode.

Hi ha qui pren com a punt d'arrencada de l'ambientalisme modern la publicació de "La Primavera Silenciosa", de Rachel Carson a finals de la dècada dels anys 60. En tot cas, aquest llibre és una de les primeres manifestacions sòlides de la nova consciència ambiental –en aquell moment dita únicament ecologista– dels anys 60. Així es posa de manifest per primera vegada l'abast global dels problemes ambientals; és per tant un primer pas. Al llarg dels anys 70 es continua prenent consciència que les externalitats negatives –problemes ambientals– que comporta el model de desenvolupament econòmic vigent no es poden obviar. A la dècada dels 80, els problemes ambientals es van identificant amb precisió, i se'n denota tant la seva globalitat com l'afecció en els àmbits locals. A tall d'exemple d'aquesta problemàtica podem citar temes com el canvi climàtic, l'erosió, la pèrdua de fertilitat del sòl, la manca d'aigua, la pèrdua de biodiversitat, etc. Es parla d'estratègies de conservació i de no superar la capacitat de càrrega de la Terra, i també es denota com aquests problemes afecten principalment els països del mal anomenat "Tercer món".

És a finals dels 80 i principis dels 90 quan es veu com la complexitat dels problemes amb els quals ens enfrontem esdevé més clara i la necessitat d'actuar es fa més imperiosa. Això és en part resultat tant de l'adaptació de les línies de pensament a la globalització de l'economia mundial com a la incorporació de noves eines i tecnologies que ens ajuden a monitoritzar els problemes ambientals.

La comunitat internacional ha anat prenent consciència durant les tres darreres dècades de les greus transformacions ambientals associades al creixement econòmic. Tot un seguit de conferències, convencions, tractats i acords internacionals així ho posen de manifest. El quadre adjunt en reflecteix els més destacats.

1948. *Es funda la UICN (Unió Internacional per a la Conservació de la Natura).*
1959. **Tractat de l'Antàrtida.** *En aquest tractat es posen les bases per a regular els aprofitaments dels recursos del continent antàrtic.*
1961. *Es funda el WWF (Fundació Mundial per a la Vida Salvatge).*
1968. **"Ús racional i conservació dels recursos"** Conferència UNESCO, París (França). *Es crea el "Club de Roma".*
1971. **"Home i biosfera".** Programa UNESCO.
1972. **Patrimoni de la Humanitat.** Conferència UNESCO.
1972. **Conferència Nacions Unides sobre el Medi Humà,** Stockholm (Suècia).
1974. *Comença a funcionar el PNUMA (Pla de les Nacions Unides per al Medi Ambient).*
1980. **"Estratègia mundial per a la conservació"** UICN+PNUMA+WWF. *Aquest informe establia tres objectius bàsics: "S'han de mantenir els processos ecològics essencials i els sistemes que sostenen la vida, s'ha de protegir la diversitat genètica, i qualsevol ús que es faci de les espècies i dels ecosistemes ha de ser sostenible".*
1987. Informe Brundtland **"El nostre futur comú"**. *Primera definició de desenvolupament sostenible: aquell que "aconsegueix satisfer les necessitats actuals i sense comprometre les possibilitats de les generacions futures".*
1990. **"Cuidem la Terra"** UICN+PNUMA+WWF. *"Aquesta estratègia proposa un tipus de desenvolupament que proporcioni un millorament veritable de la qualitat de vida de les persones i que conservi, al mateix temps, la vitalitat i la diversitat de la Terra. L'objectiu és que el desenvolupament satisfaci les necessitats d'una manera sostenible. Cada vegada, per a més i més gent apareix també com la nostra única opció racional."*
1992. **Estratègia global biodiversitat (UICN+PNUMA+WWF).**
Conferència sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament. Rio de Janeiro (Brasil).
- "Declaració sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament".**
- "Agenda 21".**
- "Convenció sobre el canvi climàtic".**
- "Convenció sobre la diversitat biològica".**
Fòrum Global 92.

Cinquè Programa d'Acció de la Unió Europea.

1994. *Cimera del Cairo sobre població.*
I Conferència Europea de Ciutats i Pobles Sostenibles, Aalborg (Dinamarca). "Carta d'Aalborg".
1995. *Cimera de Berlín sobre el Canvi Climàtic.*
1996. *Hàbitat II, Istanbul (Turquia). "Consta de dos temes principals: vivenda adient per a tots i desenvolupament d'assentaments humans sostenibles en un món en procés d'urbanització". "Declaració d'Istanbul" i "Programa Hàbitat".*
1996. *II Conferència de Ciutats i Pobles Sostenibles, Lisboa (Portugal). "De la carta a l'Acció".*
1998. *Cimera de Kyoto (Japó) sobre el Canvi Climàtic.*

Desenvolupament Sostenible.

Un dels elements presents en tot aquest procés de formació de la nova mentalitat ambiental és el concepte de sostenibilitat o de desenvolupament sostenible.

La Comissió Mundial sobre Medi Ambient i Desenvolupament (World Commission on Environment and Development, WCED) defineix **el desenvolupament sostenible com aquell** que satisfà **"les necessitats actuals sense comprometre la capacitat de les futures generacions per satisfer llurs pròpies necessitats"**.

Hi ha d'altres definicions semblants, com per exemple la de l'estratègia "Cuidem la Terra" (UICN+PNUMA+WWF, 1990).

Desenvolupament sostenible és emprat en aquesta Estratègia amb aquest significat: *"millorar la qualitat de vida dels éssers humans tot fent que visquin dins la capacitat de càrrega dels ecosistemes que són el suport de la vida"*.

Una **economia sostenible** és el producte d'un desenvolupament sostenible. Manté la base de recursos naturals.

L'Estratègia **"Cuidem la Terra"** ens defineix una sèrie de principis per a construir una societat sostenible:

- Respectar i tenir cura de la comunitat de vida.

Aquest principi fa seu el deure de tenir cura de les altres persones i de les altres formes de vida ara i en el futur. És un principi ètic. Significa que el desenvolupament no hauria de fer-se a càrrec d'altres comunitats o de generacions posteriors.

- Millorar la qualitat de vida dels éssers humans.

L'autèntic objectiu del desenvolupament és millorar la qualitat de vida dels éssers humans. És un procés que els capacita per realitzar el seu propi potencial i donar solidesa a la seva seguretat personal, i fa que puguin agençar la seva vida amb dignitat i complitud. El creixement econòmic és una part important del desenvolupament, però no pot constituir-se en objectiu en ell mateix, ni tampoc no pot continuar indefinidament.

- Conservar la vitalitat i la diversitat de la Terra.

Un desenvolupament basat en la conservació necessita incloure accions deliberades per protegir l'estructura, les funcions i la diversitat dels sistemes naturals del món, dels quals les nostres espècies depenen totalment. Per fer-ho cal:

- Conservar els sistemes que sostenen la vida.

Són els processos ecològics que mantenen el planeta amb capacitat de donar vida. Modelen el clima, netegen l'aire i l'aigua... fan que els ecosistemes puguin renovar-se.

- Conservar la diversitat biològica.

Inclou no solament totes les espècies de plantes, d'animals i d'altres organismes vius, sinó també la gamma de dotacions genètiques de cada espècie i la diversitat d'ecosistemes.

- Assegurar que l'ús dels recursos renovables sigui sostenible.

Entre els recursos renovables hi ha el sòl, els organismes en estat salvatge i els domèstics, els boscos, els prats, les terres de conreu, els ecosistemes marins i els d'aigua dolça que són el

suport de la indústria pesquera. Un ús és sostenible si es manté dins la capacitat de renovació del propi recurs natural.

- Minimitzar l'exhauriment dels recursos no renovables.
- Mantenir-se dins la capacitat de càrrega de la Terra.

És difícil donar una definició precisa, però hi ha uns límits acotats en la "capacitat de càrrega" dels ecosistemes de la Terra. Els límits són diferents d'una regió a una altra, i els impactes depenen de la quantitat de gent que hi viu i de la quantitat d'aliments, d'aigua, d'energia i de primeres matèries que usen i que malbaraten. Poca gent que consumeixi molt pot causar tants danys com una gran quantitat de gent que consumeixi poc.

- Canviar les actituds i el comportament individual.

Adoptar una ètica de vida sostenible requereix que les persones revisin els seus valors i que canviïn el seu comportament. Cal, per tant, informar a través dels sistemes educatius reglats i no reglats de manera que les polítiques i les accions que siguin necessàries per a la supervivència i el benestar de les societats del món puguin ser explicades i compreses.

- Fer que les comunitats puguin tenir cura del seu ambient.

Les comunitats i els grups de ciutadans constitueixen els mitjans més fàcilment accessibles perquè les persones puguin actuar de manera socialment valuosa i expressar les seves inquietuds.

- Proporcionar un marc nacional que integri el desenvolupament i la conservació.

Un programa nacional per assolir la sostenibilitat hauria d'involucrar tots els interessos i mirar d'identificar i prevenir els problemes abans no sorgeixin. Ha de ser flexible i reorientar contínuament el seu desenvolupament basant-se en les experiències i en les noves necessitats.

- Crear una aliança global.

Actualment no hi cap nació autosuficient. Si volem assolir la vida sostenible de manera global, cal establir una aliança ferma entre totes les nacions. Els recursos globals que compartim, especialment l'atmosfera, els oceans i els ecosistemes comuns, només es poden gestionar sobre la base d'uns objectius i d'uns propòsits compartits.

Totes aquestes inquietuds porten a la celebració de la Conferència de les Nacions Unides per al Medi Ambient i el Desenvolupament, a Rio de Janeiro (Brasil), el 1992, coneguda arreu com a Cimera de la Terra o Conferència de Rio, on es concreta un nou mètode –una nova estratègia– per a fer front a la degradació ambiental que pateix la terra: **l'AGENDA 21**.

Aquesta degradació comporta que actualment més de 1100 milions de persones visquin amb una economia de supervivència segons dades del **World Watch Institute** en el seu informe anual de l'**Estat del Món**.

Definició de turisme sostenible segons la FNNPE (Federació de la Natura i els Parcs Nacionals d'Europa):

"Tota forma de desenvolupament, gestió i activitat turística que mantingui a perpetuïtat la integritat ambiental, social i econòmica i el benestar dels recursos naturals i culturals".

Definició de turisme sostenible segons la Conferència mundial sobre turisme sostenible, Lanzarote (Espanya), 1995:

"Aquell turisme suportable ecològicament a llarg termini, viable econòmicament i acceptable socialment".

Definició de turisme sostenible segons la Carta europea de turisme sostenible als espais protegits:

"Tota forma de desenvolupament, ordenament o activitat turística que respecti i preservi a llarg termini els recursos naturals i socials, i contribueixi de manera positiva i equitativa al desenvolupament econòmic i a l'expansió dels individus que viuen, treballen o fan estada en els espais protegits".

CAPACITATS DE CÀRREGA PEL TURISME SOSTENIBLE.

Capacitat de càrrega ambiental:

El grau amb què un ecosistema, hàbitat o paisatge pot allotjar els diversos impactes del turisme i les seves infraestructures associades, sense que causin danys o sense que es perdi la seva identitat del lloc.

Capacitat de càrrega cultural i social:

El nivell més enllà del qual els desenvolupaments turístics i els visitants afecten adversament les comunitats locals i la seva manera de viure.

Capacitat de càrrega psicològica:

El nivell més enllà del qual les qualitats essencials que busca la gent en les àrees protegides (com la pau i tranquil·litat, poca gent, pocs indicis de desenvolupament humà) es veurien danyades pels desenvolupaments turístics.

FONT: Loving them to death? Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks, Federation of Nature and National Parks, Federació de Parcs Naturals i Nacionals Europeus (FNNPE), 1993, p.26.

DESAVANTATGES DEL TURISME NO SOSTENIBLE.

Per a la conservació i les àrees protegides

- . Impacte ambiental.
- . Pressió exercida pels visitants.
- . Contaminació.
- . La gestió del turisme consumeix recursos i distreu l'atenció respecte a altres tasques prioritàries.

Per a la població local

- . Distorsió i impacte sobre la manera de viure i l'estructura social.
- . Costos més alts.

Per a la societat

- . Pressió sobre els recursos

AVANTATGE DEL TURISME SOSTENIBLE.

Per a la conservació i les àrees protegides

- . Major conscienciació pública i local en referència a les àrees protegides i el medi ambient.
- . Suport polític que pot ajudar a la creació i a afavorir la designació de noves àrees protegides.
- . Conservació de les característiques naturals i culturals a través de projectes de restauració i ajuda pràctica directa.
- . Finançament addicional per part del sector turístic i els turistes.

Per al sector turístic

- . Suport als negocis i a l'ocupació.
- . Desenvolupament de productes "ambientals" nous, d'alta qualitat, basats en la natura i la cultura i amb un futur a llarg termini.
- . Reducció dels costos de desenvolupament a través de la col·laboració amb les àrees protegides.
- . Millora de la imatge de la companyia.
- . Atracció de clients que cerquen unes vacances "ambientals".

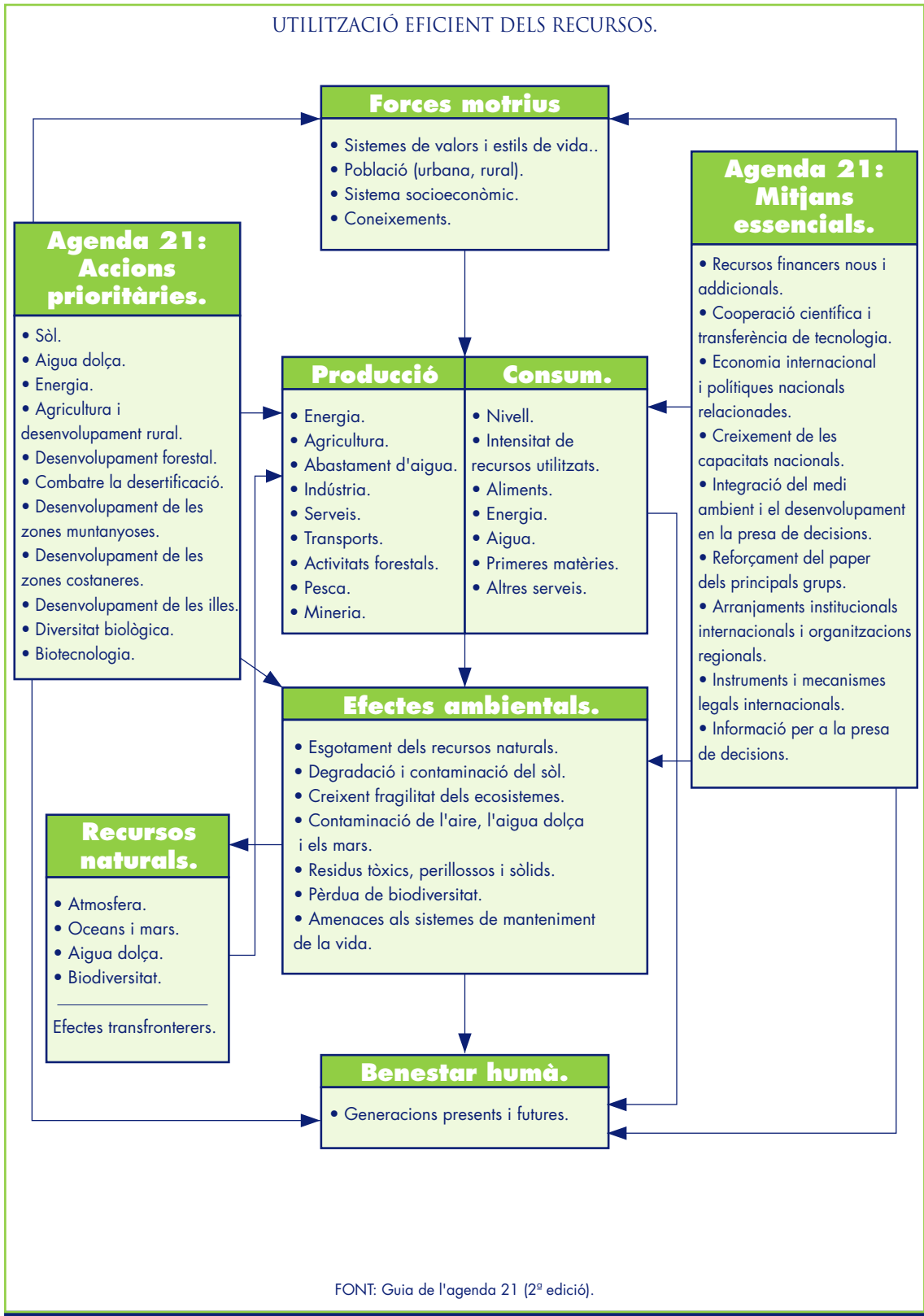
Per a la societat i la població local

- . Millora dels estàndards de vida i dels ingressos.
- . Revitalització de la cultura local i els oficis i costums tradicionals.
- . Recolzar la infraestructura rural.
- . Millora de l'economia.
- . Millora de la salut física i psicològica.
- . Promoció de l'harmonia entre gent de diferents àrees.

FONT: *Loving them to death? Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks*,
Federació de Parcs Naturals i Nacionals Europeus (FNNPE), 1993.

2.3.2 La nova estratègia: L'AGENDA 21.

L'Agenda 21 és una estratègia de desenvolupament global –adoptada per 182 governs i sorgida de la Cimera de la Terra celebrada l'any 1992 a Rio de Janeiro– per a fer front a la greu degradació ambiental que pateix el planeta que convida a ser implementada de forma local per aconseguir aquest desenvolupament global. És el primer document que intenta obtenir un consens internacional per tal que mitjançant una estratègia de sostenibilitat s'aconsegueixi, per al Planeta, un desenvolupament sostenible al segle XXI. Aquesta estratègia de planejament defineix els problemes ambientals i del desenvolupament insostenible que pateix el món, i que amenaça en provocar no només una catàstrofe ecològica, sinó també econòmica i social; l'Agenda 21 presenta estratègies de transició cap a pràctiques de desenvolupament més sostenibles.



FONT: Guia de l'agenda 21 (2ª edició).

D'ençà de l'aprovació de l'Agenda 21 a Rio de Janeiro, hi ha hagut diversos Fòrums de reunió en els que aquest document ha estat el tema central de la mateixa manera que s'ha anat constatant com les manifestacions –tant dels ciutadans com de les administracions– en favor de l'Agenda 21 i del desenvolupament global sostenible agafaven més força. Això es podia veure a l'**HABITAT II** i a la **Conferència Río+5** de l'any 1997, on es va constatar que més de 1800 governs locals i 64 països estaven involucrats en activitats d'Agenda Local 21.

Pel que fa a Europa, ens agradaria assenyalar la realització de la Primera Conferència de Ciutats Europees Sostenibles, a Aalborg (Dinamarca), el 1994, on 80 pobles i ciutats interessats en implementar Agendes 21 Locals van consensuar la Carta de les **Ciutats Europees cap a la Sostenibilitat** o "**Carta d'Aalborg**". A trets generals, aquest document exposa tota una sèrie de qüestions bàsiques d'assolir per tal de poder arribar a la sostenibilitat, i s'estructura principalment en tres apartats: **1) Declaració de consens de les ciutats europees cap a la sostenibilitat; 2) Campanya de les ciutats europees sostenibles; 3) Implicació en el procés d'agendes 21 locals: Plans d'Acció Local a favor de la Sostenibilitat**. La mateixa Carta demana que els ajuntaments s'hi adhireixin per tal de mostrar el seu compromís envers el desenvolupament sostenible. Una segona Conferència de Ciutats Europees cap a la Sostenibilitat va tenir lloc a Lisboa l'any 1996, d'on en va sorgir una declaració anomenada "**De la Carta a l'Acció**".

Actualment, i segons dades de l'ICLEI (Consell Internacional d'Iniciatives Locals per al Medi Ambient) hi hauria més de 1800 municipis a Europa realitzant processos d'Agenda Local 21, molts d'aquests sota el mateix nom d'Agenda Local 21. I d'aquests 1800, uns 1600 es trobarien dins de països amb campanyes nacionals d'Agenda Local 21. A Catalunya hi ha diverses xarxes, com la *Xarxa de Ciutats i Pobles Sostenibles*, que agrupen els municipis que han començat processos d'Agenda 21. Cal dir que, a Europa, Catalunya és un dels països capdavanters en la posada en marxa d'Agendes 21 Locals.

La difusió dels acords de Rio i l'estratègia d'Agenda 21 ha anat suposant una interpretació globalitzadora de la problemàtica ambiental al voltant del concepte de sostenibilitat. A partir d'aquí ja entrarem en les consideracions que com a mètode i com a estratègia porta implícites l'Agenda 21.

Curt Termini i Llarg Termini.

Les tècniques existents fins al moment –majoritàriament i desafortunadament predominants– són les que podem anomenar com de la "racionalitat burocràtica". Aquestes tècniques tenen el seu punt feble en la seva inflexibilitat, fet que comporta disfuncions de tot tipus. Aquesta inflexibilitat és resultat moltes vegades d'un plantejament a curt termini de les solucions a adoptar. Un model tan rígid provoca grans dificultats d'adaptació davant paràmetres canviants, i el resultat és un model poc útil. Són models on s'hi hauran emprat molts esforços –tant socials com econòmics– i dels que no se n'haurà tret el profit esperat. D'aquesta manera es viu contínuament a curt termini tot acceptant –conscientment o inconscientment– tots els costos econòmics, socials i ambientals que porta associats. Aquest fet l'hem pogut veure en el punt dedicat a les destinacions turístiques madures, que segueixen unes estratègies que no són altra cosa que el resultat de plantejaments a curt termini.

Pensar segons l'òptica del llarg termini ha de ser la nostra constant en tot el plantejament de futur que vulguem fer de Lloret. Els mètodes fins ara existents no ens han aportat un plantejament a llarg termini i, per tant, ens cal cercar un mètode que el contempli, amb totes les implicacions que això comporta. Implicacions que es reflectiran en forma de reducció dels problemes presents en els àmbits econòmics, socials i ambientals de l'actual forma de desenvolupament. Aquest mètode ens l'ofereix l'AGENDA 21.

L'AGENDA 21 té com a premissa el desenvolupament sostenible. Dins del debat respecte al desenvolupament sostenible hi són incorporades les tècniques que podem anomenar de "l'aprenentatge social". Aquestes tècniques ens han de permetre fomentar un procés col·lectiu de diagnòstic empresarial i d'estratègia de transformació del sector econòmic de Lloret, basada en el llarg termini com a garantia d'aposta pel desenvolupament sostenible.

Està comprovat que la implicació activa de la gent en l'elaboració d'un pla d'actuació comporta un més alt nivell de compromís i d'eficàcia en la seva instrumentació.

Els Plans d'Actuació.

Tota estratègia de desenvolupament –l'Agenda 21– s'ha de traduir en mesures que es concretaran en Plans d'Actuació, però a partir d'ara no ens servirà la figura del pla d'actuació tal i com la coneixíem fins avui: cal una nova concepció que superi la rigidesa de l'antiga.

Característiques dels Plans d'Actuació 21: Els Programes Locals d'Acció 21.

Cal que la nova estratègia es concreti, i les característiques bàsiques d'aquests programes que tendeixen al desenvolupament socioeconòmic sostenible serien les següents:

1. Globalitat: enfronta la resolució de multitud de problemes socioeconòmics i ambientals interrelacionats.
2. Dinamisme: és obert tant en la seva dimensió temporal com en el seu àmbit d'aplicació. Això implica assumir la possibilitat de revisió o ampliació quan les circumstàncies així ho exigeixin.
3. Concertació: és fruit de la negociació social entre les diverses parts implicades. L'objectiu és transformar un conjunt d'individus amb situacions i interessos diferents i potencialment conflictius en un grup organitzat que comparteixi objectius finals i experiència de cooperació.
4. Llarg termini: els programes van adreçats a buscar un desenvolupament sostenible i una qualitat de vida des de l'òptica del llarg termini.
5. Participació ciutadana: els programes són elaborats en amples processos de participació amb visions obertes per a donar cabuda a tot tipus de sensibilitats. Els poders locals són els encarregats de donar el suport necessari per a la realització dels programes, a través d'un procés obert on hi és present la població local amb tots els agents presents dins d'ella.

6. Seguiment o evolució temporal: els programes s'estableixen com a cicles oberts dins dels que s'hi poden trobar indicadors que en permeten fer un seguiment. Així, aquest sistema estableix una font d'informació oberta i permanent a la població local respecte a l'evolució dels principals indicadors de sostenibilitat local.

L'Agenda 21 actua com a context facilitant la interacció de totes les parts implicades. Ha de ser l'element motivador per a tota aquella gent que és considerada dins el Pla, respectar la seva experiència pràctica, i cercar que la gent passi a tenir un sentit de propietat sobre el propi procés de canvi.



Passeig Mossèn Cinto Verdaguer
Autor: E. Martínez.



FONT: Servei d'Arxiu Municipal de Lloret de Mar.

3.

L'AGENDA LOCAL XXI DE LLORET DE MAR.

3.

L'AGENDA LOCAL XXI DE LLORET DE MAR.

Aquest conjunt de reflexions ens condueixen a un convenciment i a un munt d'incerteses i preguntes:

El convenciment que la filosofia i el mètode de l'Agenda 21 són els idonis per a treballar amb la complexitat i possibilitar la necessària participació; sense que aquesta es desviï cap a simplificacions, voluntarismes ben intencionats però estèrils i assembleïsmes sense mètode ni rigor.

La incertesa que es troba implícita en les pròpies reflexions i que es podria concretar en un seguit, gairebé infinit, de preguntes:

- Com es pot evitar que les bones intencions –aquest mateix document, aquest mateix intent de posar un projecte de sostenibilitat– no esdevinguin un estudi més que acaba oblidat en un calaix, un episodi més d'una reflexió sense prou audiència ni prou operativitat?
- Les administracions no van per darrere de la realitat? Poden superar la paradoxa que suposa el fet que les polítiques serioses, que fan efecte a mig i llarg termini, siguin poc compatibles, políticament, amb la immediatesa dels cicles electorals? Estant ben distribuïdes les competències en matèries com el turisme i el medi ambient entre els diferents nivells de l'administració? Es compleix el principi de subsidiarietat o proximitat per a poder actuar localment amb eficàcia? Les institucions de l'àmbit de la Costa Brava tenen competències i recursos suficients? Tenen definida una estratègia concreta, real, solvent i tenaç inscrita en el llarg termini? Els Patronats de Turisme no requereixen una reforma en profunditat?
- És possible una visió compartida i una suficient convergència d'interessos entre població i empresaris de les zones receptores de turisme, operadors internacionals i turistes o usuaris?
- En què es basa l'equilibri territorial, en l'autosuficiència de cada municipi o en la mobilitat i la complementarietat? És possible un projecte de sostenibilitat d'un municipi sense processos equivalents en el seu entorn immediat o no tan immediat?
- La banalització i la moda d'emprar –sovint retòricament– paraules com "sostenibilitat", "qualitat", "arrels culturals", "escenaris alternatius"... no comporta el risc de buidar-les de sentit? Fins i tot no poden servir com a excusa per a seguir actuant en termes de creixement indefinit i sense tenir en compte el llarg termini? Quin és el paper, i com el jugaran, els mitjans de comunicació en una societat tan mediàtica?
- És possible la sostenibilitat en un marc de monoconreu turístic?
- Què és la solidaritat en un món global? Si la veiem només en clau interna en un àmbit no global, no es pot convertir en un radical corporativisme insolidari? Estem, en el món occidental, preparats per a ser una "societat oberta", entenent el terme més enllà de la pluralitat ideològica, política i religiosa, incloent-hi dins el seu sentit la multiracialitat, la multiculturalitat, i fins i tot l'existència de codis morals diferents?

- Serà capaç la Humanitat de superar els grans problemes ecològics que es plantegen i, fins i tot, assegurar la seva pròpia supervivència?

És, sense perdre de vista aquesta immensa complexitat d'àmbit global, que hem d'actuar localment. Modestament, tenaçment, tancant l'aixeta en rentar-nos les dents, apagant el llum quan no el necessitem, essent un xic més amables amb els turistes, preservant i recuperant tant els nostres indrets naturals com els nostres trets identitaris, canviant a poc a poc de mentalitat i aconseguint canvis d'actitud en la política, en la legislació, en les empreses i en l'administració. Cadascú hi pot fer alguna cosa; plegats moltes més.

Són aquest convenciment i les incerteses plantejades que han impulsat la posada en marxa de l'Agenda Local XXI de Lloret de Mar. Hi ha, però, antecedents i un procés llarg de conscienciació en els darrers anys, tant a Lloret de Mar com en el conjunt de la Costa Brava.

3.1 ANTECEDENTS DE L'AGENDA LOCAL XXI DE LLORET DE MAR.

Durant la Segona República, i fins i tot abans, hi havia qui preveia amb certa precisió quin podia ser el procés i ens advertia dels perills que no hem sabut evitar. Ja el 1963 Josep Pla ens feia notar l'absurda contradicció de destruir o desvirtuar el caràcter original, físic i antropològic del territori en funció del turisme, malgrat ser aquest caràcter la matèria primera necessària que el fa possible.

3.1.1 El mediambientalisme a Lloret i a la Costa Brava.

El 1966 una geògrafa francesa, **Yvette Barbaza**, publicava a París la seva tesi doctoral sobre la Costa Brava, una obra cabdal, "**El paisatge humà a la Costa Brava**", que no fou publicada a Catalunya fins el 1988, amb un apèndix d'en Joan Cals titulat "Vint anys després" i que és una magnífica reflexió sobre què havia passat i sobre com reconduir-ho. Produeix una certa angoixa comprovar que aquest llibre conté tots o gairebé tots els elements que haurien permès orientar el procés de forma diferent i encertada.

També des dels primers anys setanta, quan els efectes negatius ja començaren a ser evidents, s'han sentit constantment veus de denúncia i propostes solvents de redreçament, essent probablement el punt àlgid el Debat Costa Brava del 1976.

A l'any 79 es va convocar, enllaçant amb els dos celebrats durant el període de la República, el III Congrés de Turisme de Catalunya.

Al llarg dels anys 80 i 90, a Lloret i a la Costa Brava s'han produït importants debats, conferències, simposis... on s'ha exposat aquesta problemàtica i en els quals s'han intentat determinar conclusions òptimes per a poder aportar una solució adequada.

Alguns exemples:

- Les jornades organitzades el novembre del 1988 per la demarcació de Girona del Col·legi d'Arquitectes, avui ja conegudes com les "Jornades de Begur" i les jornades realitzades el 1995, promogudes pel Departament de Geografia de la Universitat de Girona (UdG), duien per títol Jornades sobre el Turisme en els Espais Litorals.

- L'any 1988 neix a Lloret el grup ecologista DEMALL, d'una manera espontània i per a defensar de l'especulació l'entorn de la Boadella.

- L'any 1991 el DEMALL -Club UNESCO- organitza, amb la col·laboració de l'Ajuntament de Lloret i la UNESCO, el I Simposi internacional de la Costa Brava, que estudia el "Passat, present i futur del paisatge de la Costa Brava".

- El II Simposi internacional de la Costa Brava, organitzat per l'Associació Amics de Tossa-Club UNESCO, se celebra a Tossa de Mar l'any 1996 i la presentació de les conclusions es fa a la Sala d'actes de l'Ajuntament de Lloret de Mar. Aquest segon simposi tracta sobre "Economia, ecologia, cultura. Estratègia de futur per a un turisme sostenible". A part de l'Ajuntament de Lloret hi col·labora el Club d'Economia de Lloret, fet significatiu pel que representa dins el lideratge del món empresarial lloretenc.

La inquietud i la sensibilització ja hi eren, un inici de canvis importants en la forma d'analitzar els problemes s'havia anat produint per part de força gent:

– ELS GRUPS ECOLOGISTES I ALTRES ONG.

Evolucionant de l'enfrontament amb l'Administració i els agents econòmics a l'estudi dels problemes ambientals en la seva globalitat, tot entenent que la interdependència entre ecologia economia i cultura forma part avui dia de l'anàlisi de tots els treballs en relació amb el turisme.

– L'ADMINISTRACIÓ.

A Lloret de Mar es pot constatar un cert canvi amb consens de tots els partits en relació al tractament del medi ambient, tant en termes de paisatge físic com urbà. Ja el 1992 Lloret va participar, conjuntament amb d'altres municipis de diversos països, en el programa experimental RESTORE de la Unió Europea per a la regeneració de destinacions turístiques madures.

Així ho avala la col·laboració de tots els grups municipals des de l'inici de l'Agenda XXI i l'aportació econòmica del Consistori per a fer-ho possible.

– ELS EMPRESARIS.

Els agents econòmics són cada dia més conscients que el medi natural i el paisatge són un capital que s'ha de protegir i conservar per tal de garantir el nostre futur, en termes de rendibilitat econòmica. L'ajut dels empresaris ha estat i és important en el procés de l'Agenda.

Les inversions i actuacions concretes del sector empresarial en el Pla de qualitat o l'obtenció dels primers certificats ISO demostren la seva voluntat d'adaptar-se a la demanda i en alguns casos avançar-se a ella.

3.1.2 **La concreció de les inquietuds: La fase preparatòria.**

Mancava saber com canalitzar aquestes inquietuds, l'instrument. Sortosament van confluïr en el temps les visions sobre quin havia de ser aquest. A l'hivern 96/97, mentre els ecologistes ja ho tenien clar –basant-se en el principi 10 de la Declaració de Rio: ...**“Que les propostes i solucions que defineix el Programa 21 solament es poden afrontar amb la col·laboració de les autoritats locals i que aquestes no ho aconseguiran sense la col·laboració i diàleg amb els ciutadans, empresaris, sindicats, ONG...”**– a l'Ajuntament, sota la influència de l'experiència de Calvià i arran de contactes i la posterior associació amb l'**ICLEI (Consell Internacional d'Iniciatives Locals per al Medi Ambient)**, va ser possible un acord de tots els grups per tal d'intentar endegar un procés d'Agenda 21, i sobre el fet que aquest acord no s'hauria de veure perjudicat per les vicissituds i eventuais discrepàncies del dia a dia, atès que no era un projecte de cap grup sinó de la població en el seu conjunt, i perquè el seu marc i els seus resultats eren estratègics, a llarg termini.

Calia i cal, doncs, actuar localment i de forma coherent amb una visió global, però cal sobretot la implicació de tots els agents, una forma d'actuar basada en la participació i en la concertació social.

A la primavera del 1997 una representació de tots els partits polítics de Lloret, Patronat de Turisme, gremi d'hotelers, empresaris i societat civil va participar a la conferència "Turisme i Creixement Sostenible a la Mediterrània", celebrada a Calvià (Illes Balears).

Tots els assistents van acabar de veure clar quin era el camí i, immediatament després de la conferència, es va constituir una comissió impulsora de l'Agenda Local XXI de Lloret de Mar. Es van repartir els primers documents explicant el Perquè, la Filosofia i el Mètode. Durant l'estiu del 97 es va demanar assessorament a la UNESCO, l'ICLEI i a la UdG i es van fer reunions amb lloretencs per tal de donar a conèixer el projecte, tot demanant la seva col·laboració.

A principis de 1998, es van organitzar dues conferències que van pronunciar Fernando Prats, coordinador general de l'Agenda 21 de Calvià, i Laura Buguñà, consultora de l'ICLEI.

El dia 17 de març de 1998 es van constituir el Fòrum i les primeres àrees temàtiques (AT), i es va acordar formalment demanar a l'Ajuntament que s'adherís a la Carta d'Aalborg, cosa que el Ple va acordar per unanimitat el dia 22/10/1998. De la mateixa manera s'iniciaren les gestions per tal d'establir un conveni de col·laboració amb la Universitat de Girona (UdG). Era el resultat de més d'un any de treball, sense presses però sense pauses, perquè érem i som conscients de tenir davant nostre un llarg camí; que la conscienciació ciutadana i la creació d'opinió no és fàcil, que inclou en la nostra anàlisi la noció de llarg termini,

d'interdependència i globalitat dels problemes i les possibles solucions tampoc és senzill.

Però no ha estat un treball estèril. El sol fet que els diferents agents s'hagin reunit plegats per a reflexionar en profunditat sobre els nostres problemes i aspiracions, del nostre futur i de l'estratègia turística en la perspectiva del mig i llarg termini, no solament un dia, sinó amb constància durant més d'un any, vol dir que ja s'han produït canvis importants en la forma de fer front a l'esdevenidor.

Al principi de l'estiu d'enguany, una petita comissió, que ha comptat també amb la participació de joves estudiants lloretencs que aporten la seva particular visió i que garanteixen la continuïtat d'aquest procés, es va fer càrrec de redactar el document que teniu a les vostres mans i que és en part el resultat de tots aquests treballs, reunions, converses, canvis, etc. Vol ser un medi que ajudi a crear il·lusió i fe en el futur del nostre poble. Es basa en aprendre del passat, què hem fet bé i malament i la necessària evolució que ens imposen la situació i els mercats. Hi trobareu moltes raons que avalen la necessitat d'un canvi objectiu o de direcció i la necessitat del pensament i reflexió en el llarg termini que permetin avançar en el desenvolupament sostenible. Trobareu raons ambientals, econòmiques i culturals que per si soles haurien de ser suficients per a crear il·lusió en el conjunt del nostre poble. Però pensem que aquestes raons, per molt fonamentades i sòlides que siguin, no seran suficients si una bona part de la societat lloretenca no hi aporta la seva col·laboració personal, tant en el FÒRUM com en les diferents ÀREES TEMÀTIQUES i GRUPS DE TREBALL que ja s'han creat o que es crearan.

Parlar és fàcil, argumentar també és relativament senzill, però passar a l'acció requereix un compromís.



La platja des de sa Caleta
 Autor: E. Martínez.

FONT: Servei d'Arxiu Municipal de Lloret de Mar.

3.2

ESTRUCTURA DE L'AGENDA LOCAL XXI DE LLORET DE MAR.



EL FÒRUM DE L'AGENDA XXI DE LLORET DE MAR.

Òrgan de participació ciutadana, és el centre al voltant del qual ha de girar el procés d'Agenda XXI de Lloret de Mar. Formen part del Fòrum tota aquella gent de Lloret que així ho desitgi, quedant també obert a persones de fora de la població. El Fòrum parteix de la premissa de buscar el consens en la presa de decisions, i deixant a part aquest fet, no té normes preestablertes que en prefigurin l'organització i funcionament. En les seves sessions es van definint les seves normes de funcionament, a petició de qualsevol membre del Fòrum, de manera vinculant i a través del consens.

Les funcions principals del Fòrum són dues:

- Impulsar el procés d'Agenda XXI a Lloret de Mar, comptant amb el suport i participació de les autoritats locals.
- Debatre, modificar i aprovar si s'escau totes aquelles propostes que des dels grups de treball es plantegin. Qualsevol proposta dins del marc de l'Agenda XXI de Lloret de Mar no es considerarà viable si no ha estat aprovada en el marc d'una sessió del Fòrum.

LA COORDINACIÓ I DIRECCIÓ DEL FÒRUM.

La seva composició específica és determinada pel Fòrum i té com a principal funció impulsar els grups de treball, dins de la metodologia definida per l'Agenda XXI. També és funció de la Direcció i Coordinació, conjuntament amb l'Ajuntament, impulsar i mantenir la relació i participació en xarxes catalanes, estatals i europees de projectes de sostenibilitat, a fi i efecte d'intercanviar experiències i cercar cooperació per al desenvolupament i finançament de projectes.

EL CONSELL CIENTÍFIC ASSESSOR.

Format per aquelles persones i/o entitats respecte de les quals el Fòrum demana, esporàdicament o de forma estable, la seva col·laboració en el procés d'Agenda 21. Les seves actuacions s'inclouen dins la metodologia de treball determinada per l'Agenda XXI de Lloret de Mar. La seva funció és d'assessorament i les seves resolucions no són vinculants.

ELS GRUPS DE TREBALL.

Formats per aquelles persones interessades per un tema en concret. L'organització del grup de treball s'establirà entre el mateix grup i la coordinació del Fòrum. El seu procés de funcionament s'insereix dins de la metodologia de treball que defineix la mateixa Agenda XXI de Lloret de Mar.

3.3 METODOLOGIA I ESQUEMA DE TREBALL.

L'Agenda XXI de Lloret de Mar pren com a referència per tal d'establir la seva metodologia i esquema de treball la pròpia **Agenda 21** a través de la seva Guia –vista en un gràfic amb anterioritat–, i la **Guia Europea per a la Planificació de les Agendes 21 Locals**, proveïda pel Consell Internacional d'Iniciatives Locals per al Medi Ambient (ICLEI), dins de la Campanya Europea de Ciutats i Poblacions Sostenibles. L'esquema d'aquesta darrera guia el podem trobar en el gràfic adjunt. Hi ha un tema que lliga tot el procés que ens proposa la guia, el dels indicadors de sostenibilitat.

Els indicadors de sostenibilitat.

Ens han de servir per fer un seguiment del procés d'Agenda Local 21. Un indicador es defineix com un marcadore de referència que ens serveix per avaluar quines són les tendències d'un sistema quan s'hi apliquen una sèrie de mesures concretes. L'indicador s'estableix en base a uns criteris de sostenibilitat i se n'intenten establir – de vegades més qualitatives que quantitatives– unes unitats de mesura.

Els indicadors ens permetran dur a terme un monitoratge ambiental sistemàtic, dins de la lògica científica i lluny de subjectivismes que puguin esbiaixar els resultats. És per això que els indicadors ja es defineixen en establir els objectius a assolir en una determinada política ambiental, és a dir, són la mesura que ens permetrà veure si l'objectiu s'ha assolit o no.

Un indicador pot ser de molts tipus, existeixen llistes d'indicadors de sostenibilitat per a diverses problemàtiques, i la seva complexitat varia segons els casos. Tot i això, davant de la diversitat de problemes i situacions, els indicadors han de ser molt específics i no queda altre remei que utilitzar una combinació d'indicadors. A tall d'exemple podríem citar els tres següents casos de definició d'indicadors per a mesurar una determinada situació:

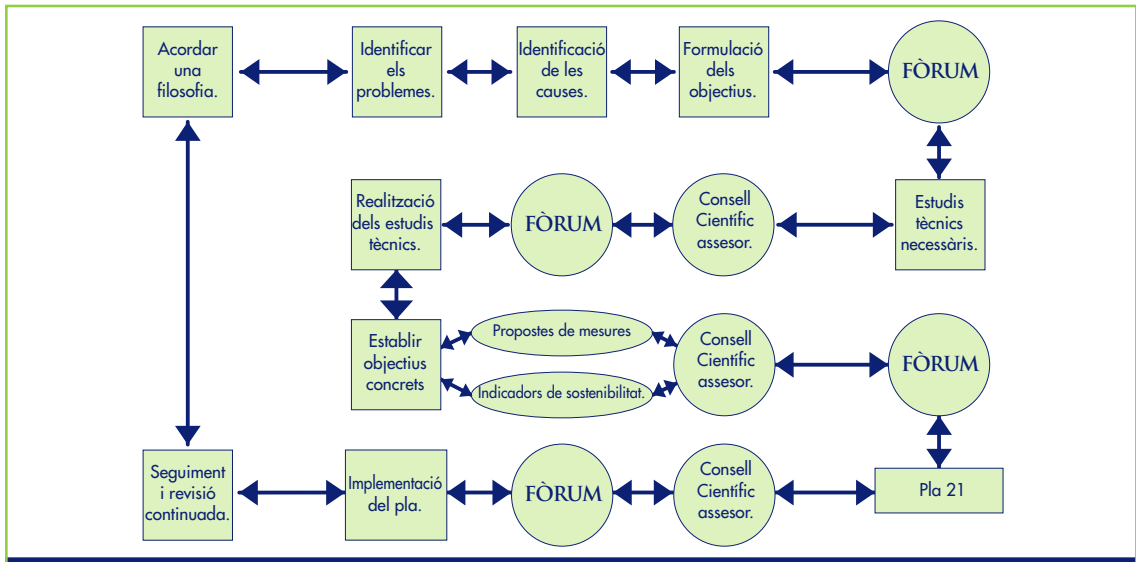
- Volem mesurar els desplaçaments en transport col·lectiu, per tant un indicador possible seria aquell que enregistraria el nombre de desplaçaments que es fan en transport col·lectiu (autobusos, autocars de línia, trens, etc.), sobre el nombre total de desplaçaments.

- Els residus municipals reciclats. L'indicador pot enregistrar la fracció del total de residus sòlids municipals produïts que és reciclada o reutilitzada.
- Qualitat ecològica dels rius. L'indicador enregistraria la qualitat ecològica dels diferents trams d'un riu en una conca fluvial determinada. Seria un índex que combinaria factors com la qualitat de l'aigua, la qualitat del paisatge i de les comunitats de ribera, la qualitat de la fauna aquàtica i de ribera, el grau d'artificialització de la llera, els impactes d'infraestructures properes...

Per tant, els indicadors de sostenibilitat ens donen una visió de sortida de la problemàtica ambiental i ens permeten fixar quins són els valors que voldríem obtenir en la gestió d'una determinada problemàtica ambiental. D'altra banda, la selecció dels indicadors contribueix, en el moment d'identificar les opcions per a l'acció en concret, a la discriminació del conjunt d'opcions més favorables per assolir l'objectiu prefixat. Aquest fet ens ajuda al plantejament d'escenaris alternatius.

Però és precisament en les etapes d'aplicació i monitorització i d'avaluació i retroalimentació que ens defineix la Guia on els indicadors prenen el seu màxim protagonisme. L'indicador –el conjunt d'indicadors– com a element que les permet dur a terme, ens avalua les mesures que s'estan duent a terme dins el Pla d'Acció Local, i ens ajuda a rebutjar-ne o introduir-ne de noves per assolir l'objectiu fixat. En aquestes dues etapes l'indicador ens pot permetre –a través d'una retroalimentació– de canviar els objectius fixats o fins i tot de revisar la nostra filosofia d'actuació. És l'element clau que ens permet superar la rigidesa dels models anteriors a l'Agenda 21 i aconseguir la flexibilitat i dinamisme que aquesta preconitza.





ÀREES TEMÀTIQUES.	GRUPS DE TREBALL.
• ENTORN NATURAL	<ul style="list-style-type: none"> • Boscos i rieres. • Fauna. • Camins de ronda i senders. • Platges i penya-segats. • Fons litoral i pesca. • Medi físic.
• RECURSOS	<ul style="list-style-type: none"> • Aigua. • Residus. • Energia. • Sòl.
• PROBLEMÀTICA AMBIENTAL URBANA	<ul style="list-style-type: none"> • Soroll. • Qualitat integral. • Mobilitat.
• EDUCACIÓ I FORMACIÓ AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Educació ambiental a la població escolar. • Sensibilització ambiental de la població adulta. • Sensibilització ambiental als sectors productius.
• IDENTITAT I TERRITORI	<ul style="list-style-type: none"> • Gestió del patrimoni arquitectònic. • Folklore. • Salut, medi ambient i esports. • Agricultura

La definició de les àrees és completament oberta i pretén ser un inici de sistematització per tal de fer un seguiment més acurat dels temes que dins l'Agenda XXI de Lloret de Mar es vagin plantejant. Pel que fa referència als grups de treball, l'esquema en proposa alguns però queda completament obert, ja sigui a la introducció de nous grups o a la modificació d'algun dels existents. Pels grups de treball s'ha fet la següent distinció:

- En **negreta** els que ja s'han creat o estan en procés de creació.
- En cursiva la resta de grups que es consideren bàsics, de bon principi.

4

PUNT I SEGUIT.

4.

PUNT I SEGUIT.

Punt i seguit perquè aquest document és tan sols un inici. En l'escrit enviat per Yvette Barbaza com a reflexió i estímul per a l'Agenda XXI de Lloret ens diu, entre altres coses:

... "A vosaltres, lloretencs, us correspon tirar-la endavant i preparar un esdevenidor dinàmic.

Amb un entorn atractiu podreu atraure, a part d'un turisme de qualitat, inversions privades també en d'altres activitats i, al final, haureu preparat per als vostres fills un país actiu, atractiu i d'horitzons amplis, on farà de bon viure.

Això us estalviarà de tornar a pensar en fer un replantejament -una vegada més- d'aquí a vint anys "...

La geògrafa francesa amiga de la Costa Brava ja ens ho havia dit fa vint anys. Aquesta vegada li hauríem de fer cas. Preneu les seves paraules i aquest document com una crida o una invitació a tots els lloretencs i lloretenques a la participació en aquest projecte de sostenibilitat, d'una banda necessari i de l'altra engrescador, que vol ser l'Agenda Local XXI de Lloret de Mar.

Jardins de Santa Clotilde.

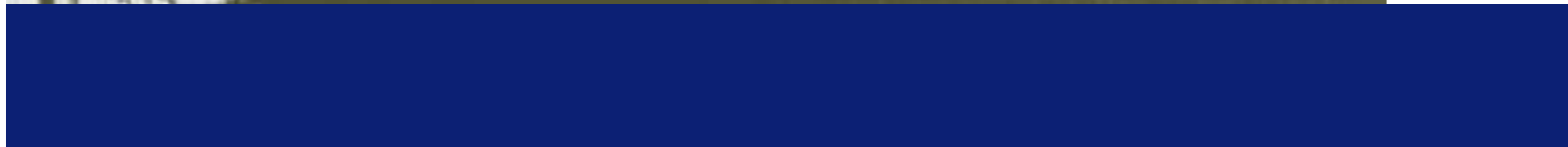


5.

BIBLIOGRAFIA

- I.C.L.E.I (Consell Internacional d'Iniciatives Locals per al Medi Ambient). *Campanya Europea de Ciutats i Poblacions Sostenibles; Guia Europea per a la Planificació de les Agendes 21 Locals*. Ajuntament de Barcelona 1996.
- Ajuntament de Calvià (Mallorca); Calvià, *Agenda Local XXI*, Calvià, 1995.
- AECIT; *¿España un país turísticamente avanzado?*. Instituto de Estudios Turísticos, Madrid, 1995.
- Blowers, A. (editor) (1993); *Planning for a sustainable environment. A report by the Town and Country Planning Association*, Londres, TCPA, 239 pp.
- Botet i Pont, R.; *Projecte en Ciències Ambientals, direcció Martí Boada i Juncà, Diagnosi Ambiental del municipi de Lloret de Mar*, 1997, sense editar.
- Barba, Rosa; Pies, Ricard; *Arquitectura y Turismo: Planes y Proyectos*, Centre de Recerca i Projectes de Paisatge, CRRP, 1996.
- Cals, J.; "Turismo y territorio: los términos de una dialéctica" en *Ecología, Economía y turismo en el Mediterráneo*, Ayuntamiento de Benidorm/Universidad de Alicante, Alicante, 1986.
- Cals, J.; Matas, A.; *Evaluación de proyectos. Análisis de la rentabilidad social desde la perspectiva del turismo y del ocio*, MICYT, Madrid, 1993.
- Capellà i Hereu, J.; *Entrevistes a TTOO de: Alemanya, Holanda i Bèlgica*, desembre de 1990.
- Club Marina Casinet de Lloret de Mar; *Miscel·lània lloretenca*. Publicació número 10 del Club Marina, 1995, 256 pp.
- Comissió Europea, Fraguell, Rosa M., Mundet, Ll., Universitat de Girona et alt.; *Resort Generation, Pilot project (La Costa Brava: L'Escala, Torroella- L'Estartit, Sant Feliu de Guíxols, Lloret de Mar)*, 1996.
- Congrés català de medi ambient i municipis; *Recull de ponències*, Girona, 1978.
- Deutscher Reisebüro Verband e.V. (DRV); *Recomendaciones de la DRV sobre el medio ambiente para los destinos turísticos*, Frankfurt, 1998.
- Domènech i Moner, J.; *Estampes retrospectives lloretenques*. Publicació núm. 2 del Museu Municipal de Lloret de Mar, 1986.
- Domènech i Moner, J.; *Lloret de Mar*, Diputació de Girona, 1992.
- Fàbregas i Barri, E.; *Lloret de Mar*, Editorial Selecta, Barcelona, 1966 (segona edició).
- Fortià i Rius, R. (coord.); *El medi natural a les comarques gironines. L'estat de la qüestió*, Diputació de Girona, 1993.
- FPNNE, *Carta europea de turisme sostenible als espais protegits*, 1998.
- Fundació Ecomediterrània; *Teorós. Por un turismo sostenible en el Mediterraneo. Campaña de información y sensibilización para los turistas de las playas mediterráneas*, Barcelona, juliol de 1997.
- Furió Blasco, E.; *Economía, turismo y medio ambiente*, València, Tirant lo Blanch i Universitat de València, 1986.
- *Jornades Tècniques sobre Turisme i Medi Ambient*, 17, 18, 19 de setembre de 1986 Sant Feliu de Guíxols; *Recull de les ponències presentades*.

- Lanzarote; Conferència mundial de turisme sostenible, Canàries, 1995.
 - Mayol, J.; Machado, A.; Medi Ambient, ecologia i turisme a les illes Balears. Manuals d'introducció a la naturalesa, Editorial Moll, Palma de Mallorca, 1992.
 - Machado, A.; Ecología, medio ambiente y desarrollo turístico en Canarias, Consejería de la Presidencia, Santa Cruz de Tenerife, 1990.
 - Nogué i Font, Joan; Una lectura Geogràfico-Humanista del Paisatge de la Garrotxa, Col.legi Universitari de Girona, Diputació de Girona, 1985.
 - Primeres jornades turístiques de Lloret de Mar; Recull de ponències, 1986.
 - Primer simposi Internacional de la Costa Brava: Passat, present i futur del paisatge de la Costa Brava, Recull de ponències, 1979.
 - Rullán, O.: ¿Son sostenibles los destinos turísticos maduros?, revista Entorn, núm. 8, juny 1996, pp. 23-25.
 - Segon Simposi Internacional Costa Brava, Economia, ecologia, cultura. Estratègia per de futur per un turisme sostenible, Recull de ponències, Tossa de Mar, 1996.
- Terçer Congrés de Turisme de Catalunya; Recull de ponències, 1979.
- UICN/PNUMA/WWF (1991): Caring for the Earth. A strategy for Sustainable Living, Gland, Suïssa.
- Universitat de Girona, Turisme, territori i estratègies de desenvolupament. Actes de les jornades sobre el turisme en els espais litorals, Girona, setembre de 1996, 177 pp.
- Vera Rebollo, J.F. (coord.): Análisis territorial del turismo, Barcelona, Ariel 1997, 435 pp.
- Vera Rebollo, J.F.: Turismo y urbanización en el litoral alicantino, tesi doctoral, Alacant, Instituto de Estudios Juan Gil-Albert i Diputació Provincial d'Alacant 1987, 441 pp.
- V.V.A.A.: Ecología, economía y turismo en el Mediterráneo, Benidorm, Ajuntament de Benidorm i Universitat d'Alacant, 1986, 218 pp.
- V.V.A.A.: Guia de l'Agenda 21 (2ª ed.), Barcelona, Generalitat de Catalunya/Direcció General de Promoció i Educació Ambiental, 1995, 91 pp.
- V.V.A.A.: Manual Ecotrans para la mejora de la calidad ambiental en los alojamientos turísticos, Ecotrans, 1995.
- V.V.A.A.: Seminari internacional. Desarrollo sostenible en el Mediterráneo: entre la realidad y la utopía, març, Can Tàpera (Palma de Mallorca), Universitat de les Illes Balears (UIB), Grup Balear d'Ornitologia i Defensa de la Naturalesa, Govern Balear (Conselleria de Medi Ambient, Ordenació Territorial i Litoral), Ministerio de Medio Ambiente, Calvià, 1997.
- V.V.A.A.: Conferència internacional. Turismo y desarrollo sostenible en el Mediterráneo, abril, Calvià (Mallorca), DGI/DGXII/DGXIII, Ministeri de Medi Ambient, Govern Balear, Ajuntament de Calvià i Consell Insular de Mallorca, 1997.
- Yvette Barbaza; El paisatge humà de la Costa Brava, Edicions 62, Barcelona, 1988. Edició francesa publicada el 1966.
- Xarxa de Ciutats i Pobles çap a la Sostenibilitat. Grups de Treball; Proposta de 50 Indicadors de sostenibilitat. Diputació de Barcelona, Àrea de medi Ambient, juliol de 1998.





AGENDA 21 LLORET DE MAR
Apartat de Correus 1048
17310 - **Lloret de Mar** GIRONA

Telèfon: **972.366.965**
Fax: **972.372.396**
Correu electrònic: **agenda21@grn.es**

