

Universal Pictures, el soci majoritari de Port Aventura, ja té mascota per al parc temàtic: Woody Woodpecker, també conegut com a Pájaro Loco. La Costa Daurada confia en el parc per a superar definitivament l'encasellament com a zona turística de sol i platja.

La nova pàtria de Woody Woodpecker

Universal vol ampliar la superfície de Port Aventura. La idea és fer un segon parc dedicat al món del cinema. (Foto: Universal Port Aventura)

La bipolarització de l'economia a Tarragona és clara. Dades de la Diputació de Tarragona revelen que la participació de la indústria en el creixement del Producte Interior Brut l'any 1997 va ser d'un 43,5%, quan l'altre gegant, el sector serveis, va contribuir-hi amb un 54,4%. Si la construcció només hi aporta el 3,5%, l'agricultura presenta un -1,5% negatiu. La importància del sector serveis és, doncs, ben constatable. I dins

aquest sector, l'altre monstre de Tarragona: el turisme.

El principal atractiu del turisme de les comarques meridionals del Principat té molt a veure encara amb el *boom* de visitants dels anys 60: sol i platja. Però la creació de Port Aventura, l'entrada d'Universal en el seu accionariat i l'anunci d'una inversió de 250.000 milions de pessetes serà clau per al futur del sector turístic i en la història econòmica de Tarragona. Tot i així, un dels grans

temes pendents està, justament, a superar el tòpic de sol i platja i fer conèixer el patrimoni d'unes comarques tradicionalment agrícoles que ara s'obren al turisme.

Actualment, el 87% de l'oferta turística tarragonina es troba en les comarques centrals de la circumscripció: Baix Camp, Baix Penedès i Tarragonès. A més es concentra principalment els mesos d'estiu. L'estacionalitat de les vacances i una localització geogràfica descompensada són dues



aran el futur del sector turístic al Camp de Tarragona

qüestions sobre les quals hi ha tot d'actuacions en procés. Per exemple, el gran eix turístic Salou-Cambrils rebrà 600 milions del Pla d'Excel·lència Turística promogut pel Ministeri d'Indústria i per la Generalitat de Catalunya. Com que aquestes dues poblacions de la Costa Daurada han renovat la seva oferta hotelera, els diners es dedicaran exclusivament a procurar la captació de turistes en temporada baixa.

Tot i que el sector serveis és força voluble i respon a variables subjectives (destinacions turístiques de moda, per exemple) o a imprevisibles (el clima), l'afluència de visitants a les comarques meridionals de Catalunya s'ha consolidat i és constant cada any que passa. Així la temporada anterior es va tancar amb un creixement del 3,8% dels visitants i les places hoteleres es van arribar a omplir fins al 85%; també càmpings i apartaments van créixer. El turisme estranger és el que més pesa aquests darrers anys, amb una demanda que cobreix dues terceres parts de l'oferta. Només

WALTER LANTZ

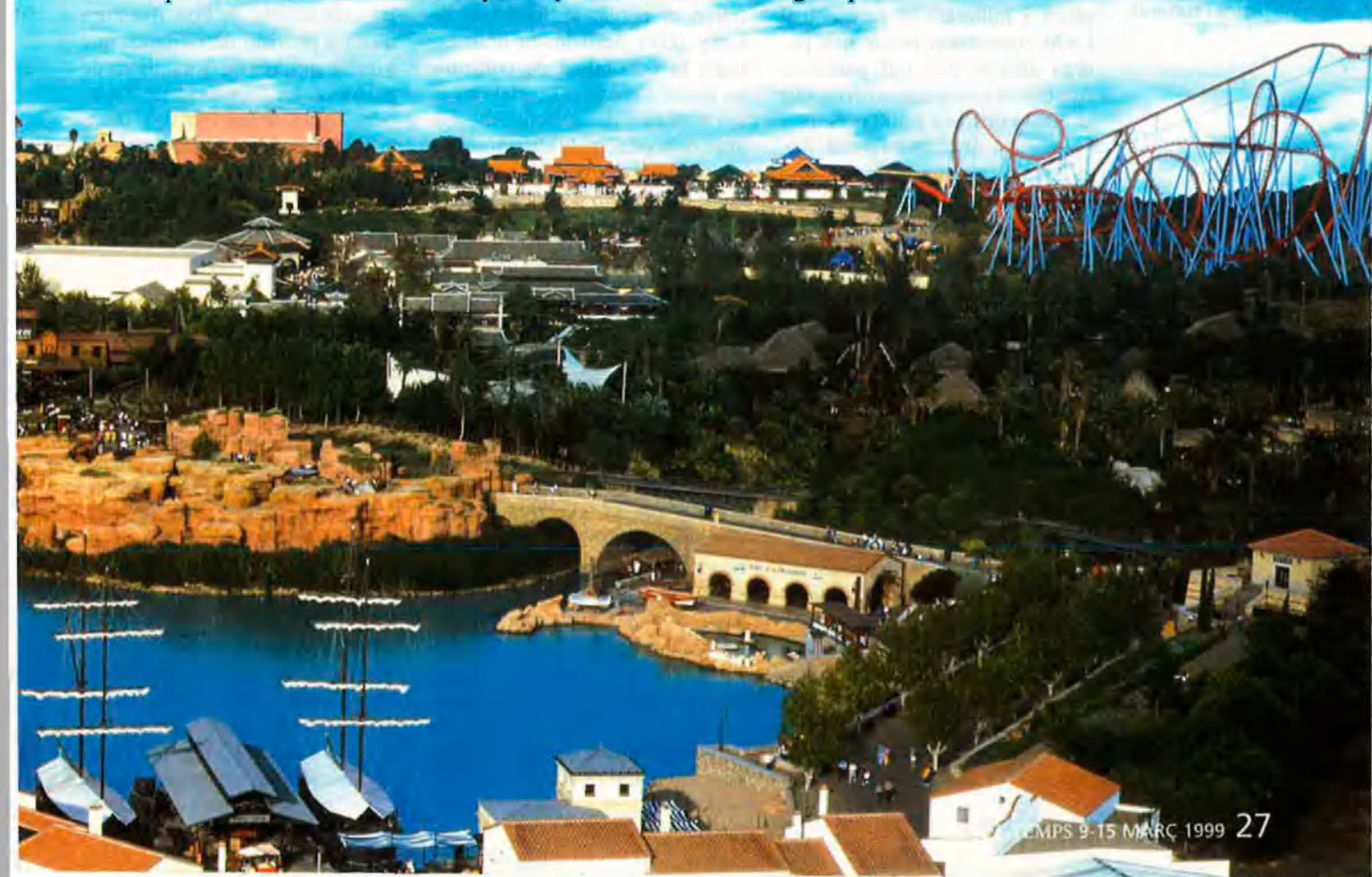


Costa Brava 3.550.000 estrangers, 170.000 menys que el 97, mentre que a la Costa Daurada el nombre de turistes va augmentar en 840.000 fins als 3.220.000. Tot i que la Costa Daurada encara es queda lleugerament per sota, els turistes fan una despesa mitjana superior als que estiuegen a la Costa Brava. La primàcia tradicional de la Costa Brava, doncs, pot canviar —una inquietud que els empresaris gironins ja han manifestat—. I qui en té la culpa és Port Aventura.

Hi haurà un abans i un després de Port Aventura. Això és clar. I més si les inversions anunciades per Universal es compleixen del tot: 250.000 milions en un termini de quinze anys. Una ocupació de 20.000 persones, una xifra que elimina la desocupació de la província. Port Aventura va confirmar el mes de juny de l'any passat l'entrada d'Universal Studios Recreation Group en l'accionariat del parc. La Caixa hi continua present, amb un 37%, el mateix percentatge d'Universal, igual que la concessionària d'au-

Woody Woodpecker, el popular personatge de dibuixos animats creat per Walter Lantz. El Pájaro Loco ha estat triat pels estudis Universal com a mascota de Port Aventura. (Foto: Universal Port Aventura)

els mesos d'abril (Setmana Santa) i agost el nombre de visitants estrangers i espanyols s'equilibren. Si l'economia tarragonina té la indústria i el turisme de grans eixos, el sector català té en la Costa Brava i la Costa Daurada (a més de la ciutat de Barcelona) els seus principals atots. Segons dades del Departament d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya, l'any 1998 van visitar la



JAUME SELLART



Amfiteatre romà de Tarragona. El model turístic de sol i platja que ha imperat fins ara fet que es deixés en segon terme la promoció de Tarragona com a ciutat històrica i cultural.

topistes Acesa, amb el 6%, i la multinacional nord-americana Anheuser Busch, amb el 20% restant. El grup britànic Pearson va abandonar el projecte venent-se les accions a Universal.

Els objectius del nou grup són de crear un segon parc temàtic dedicat al món del cinema, tot i que en una primera fase s'ampliarà i millorarà el parc actual i s'hi construiran hotels que podran allotjar tres mil persones. Aquesta primera fase arribarà fins el 2003 i ocuparà 1.500 persones. La segona fase, que durarà fins el 2013, ja preveu la construcció del segon parc, zones esportives i augment d'hotels i espais de lleure. Però la primera condició és que el complex arribi a la xifra de 4,5 milions de visitants per temporada, abans de fer-hi les inversions més grosses. L'esforç del parc haurà de ser considerable, car la temporada passada es va tancar amb 2,7 milions de visitants. Una de les assignatures pendents de Port Aventura és de constituir-se en destinació turística dels estrangers, que ara només sumen el 20% del total de clients del parc. La xifra de 4,5 milions només és possible si Port Aventura obre tot l'any, una qüestió que s'haurà de decidir un mes d'aquests. Actualment el parc obre les portes el març i tanca l'octubre. Igualment caldrà que el turista espanyol s'ampliï i hi faci esta-

des més llargues perquè pugui reiterar les visites al complex de Vila-seca i Salou.

Universal's Port Aventura preveu per a l'any vinent un nou espectacle basat en acrobàcies amb motos aquàtiques i té previst d'instal·lar enguany, a la zona de la Mediterrània, el Preview Center, on, de forma virtual, es mostraran al públic les novetats de l'any 2000. Actualment hom estudia la possibilitat de construir un teatre d'efectes especials a l'àrea temàtica de la Polinèsia. Un altre dels principals atractius d'aquesta temporada serà un show basat en la cultura i en la tradició dels nadius americans, amb el suport de vint-i-dos individus (cheerokees, cheyennes, utes, dakotes, siouxes, crees o comanxes). L'objectiu de l'espectacle, que es desenvoluparà al Far West —on, si no?—, és de desmitificar les tradicions dels indis i acostar-ne la cultura al visitant.

La importància de Port Aventura, la canten els nombres: una facturació de 15.000 milions els anys 1996 i 1997. El volum de negoci mogut pel parc des de la seva obertura, ara fa quatre anys, en l'oferta de serveis externa al parc és de 71.000 milions. L'impacte econòmic del primer any a la Costa Daurada va ser de 20.775 milions, el segon de 25.000 i s'estima que la xifra arribarà als 50.000 milions anuals

amb la implantació d'Universal Studios.

Es en aquest sentit que el sector turístic espera amb deler les noves inversions del parc, per por que no s'hagin estancat després de superar la temporada fatídica del 1996 amb l'accident mortal a l'atracció estrella de la temporada, la Stampida.

Les noves inversions del parc representen un gran trasbals. El sector privat té previst d'invertir-hi entre un bilió i mig i dos bilions els quinze anys vinents (comptant-hi també el sector industrial químic), i això introduirà canvis en el mercat laboral. El conseller de Treball de la Generalitat, Ignasi Farreres, fins i tot va anunciar a Tarragona la realització d'un estudi "per valorar l'impacte ocupacional de les futures inversions". L'estudi es fixarà específicament, a més, en les necessitats de Port Aventura.

L'ampliació del parc també afecta, evidentment, les infraestructures de l'àrea. Així la redacció del pla director de l'aeroport de Reus es retarda a l'espera de les conclusions de Port Aventura quant a previsió de visitants, que a terme mitjà és de deu milions de persones. La Diputació de Tarragona va fer, abans i tot de l'anunci d'Universal, un estudi per tal de valorar l'impacte a Florida, en concret a Orlando, de la implantació i especialització de l'àrea en parcs temàtics.

Turisme de masses com a motor econòmic. Universal's Port Aventura significarà, si no hi ha grans canvis de projecte, la consolidació de Tarragona com a destinació turística de primer ordre en el mercat espanyol i la seva inclusió definitiva en el mercat internacional, i això afectarà, és clar, el tipus de turista que fins ara hi ha arribat. Un turisme familiar principalment (el nombre de visitants que s'allotja als apartaments és molt considerable), però que ara fracciona les seves vacances. Com més va més es nota la reducció de pernотacions, que ara són de 7,3 nits per família. Els viatges per visitar el parc

manitat enguany després del fracàs de l'any passat

hi han contribuït de forma inequívoca.

El gran envit, doncs, consisteix ara a aconseguir una especialització i una formació professionals més elevades (el sector es queixa que depèn de la mà d'obra forana), bo i fent que la resta de comarques tarragonines potenciïn els seus atractius per beneficiar-se del turisme. El Patronat de Turisme de Tarragona remarca que, si s'han engegat campanyes per fer conèixer no solament el Delta de l'Ebre (que, tot sol, ja té un gran atractiu), sinó el patrimoni de comarques com la Ribera d'Ebre, el Montsià o la Conca de Barberà, és perquè el visitant necessita alguna cosa més que sol i platja. Tot i així, encara hi ha molt a fer. La recuperació de la via navegable del riu Ebre (amb una inversió de 2.613 milions de pessetes realitzada per la Generalitat i la Diputació de Tarragona) en podria ser un bon exemple, tot i que ara topa amb greus dubtes sobre la iniciativa privada: és possible que els creuers previstos no puguin passar per Tortosa per manca de cabal del riu el mes d'agost, que és el de més impacte turístic: si el problema persisteix, el projecte podria quedar en no res. Les poblacions que fa més temps que treballen per fer conèixer el seu

patrimoni (com Horta de Sant Joan i Picasso, Benifallet i les coves o Miravet i el castell) han obtingut aquest darrer any una gran afluència de públic. Les comarques que hi ha al sud de Tarragona es queixen sovint que no se senten prou representades per la marca Costa Daurada. Així, sense abandonar la marca, es publiciten, dins d'aquesta, amb el nom Terres de l'Ebre. La ciutat de Tarragona, a més, confia a obtenir la qualificació de Patrimoni de la Humanitat enguany, després de la desfeta de l'any passat, quan la candidatura de la ciutat fou retirada per no passar la vergonya de perdre. La comissió encarregada d'avaluar la cura del patrimoni tenia seriosos dubtes sobre la meticulositat amb què el municipi tracta les seves restes. Tarragona va veure, doncs, la seva importància com a capital romana minusvalorada, just quan les restes pictòriques prehistòriques, abundants a l'àrea, rebien la classificació de Patrimoni de la Humanitat per part de la Unesco.

Per la portaveu del grup municipal d'Iniciativa per Catalunya a l'Ajuntament de Tarragona, Dolors Comas, és desconcertant aquesta convivència entre dos sectors que, a primera vista, haurien de ser incompatibles. Dolors

Comas opina que, potser, és la massificació turística la que permet aquesta cohabitació: "hi ha gent que organitza les vacances de forma cultural o paisatgística, i n'hi ha que s'estima més d'anar on va tothom: a platges plenes i discoteques, i aquest seria el nostre cas".

Per Dolors Comas l'existència de la monoespecialització química és perillosa, tant més que les decisions sobre la continuïtat d'aquestes empreses no es prenen, ni de bon tros, a Tarragona, sinó a les centrals de les multinacionals. "És un factor que depèn molt de variables externes i que és molt especialitzat". La regidora considera que aquesta especialització és perjudicial a la llarga i que convindria de promoure l'establiment d'un altre tipus d'indústria, per exemple, la fabricació de productes ambientals, com a contrapès a la química.

Comas va més enllà i considera que, d'alguna manera, la química ha hipotecat la percepció que la gent té de la ciutat de Tarragona; que coneix més la ciutat com a capital de les químiques que no pas pel seu patrimoni històric. Arriba a afirmar, fins i tot, que aquesta percepció ha pogut pesar, en certa manera, en la negativa a concedir la qualificació de Patrimoni de la Humanitat a la ciutat. "La percepció de ciutat química, evidentment, també va en detriment del turisme cultural, de qualitat o paisatgístic, que ara sembla que volen potenciar. Per això ha estat una irresponsabilitat d'haver promogut l'emplaçament d'infraestructures turístiques de gran magnitud, com Port Aventura, tot just al costat del polígon, sobretot si tenim en compte la gran massificació del parc".

El futur dels dos grans monstres econòmics de Tarragona es preveu agreuador. Amb tot, el seu impacte és territorialment descompensat. El gran desafiament consisteix ara a desenvolupar les comarques del sud de la província, que són les més deprimides econòmicament.

JAUME SELLART



Cultiu d'arròs al Delta de l'Ebre. Les comarques del sud de Tarragona són les grans oblidades en aquest procés de ràpid creixement econòmic.

Lali Cambra