

“Vivim el principi d’una gran allau turística procedent de la Xina”

DAVID CARDONA

Quina és la situació del turisme mundial?

—Continua sent una indústria amb bona salut, a pesar d’elements com el terrorisme o els desastres naturals, ja siguen per la pròpia natura o per causes biològiques. El turisme és i continuarà sent fort perquè s’ha implantat en la societat. Viatjar ja no és un luxe, sinó una necessitat, i ningú no concep la seua vida sense dues vacances per any. Per tant, si no poden anar a un lloc, se’n van a un altre, perquè aquesta és una facultat del turisme: ens ofereix milions d’opcions a l’hora de viatjar.

—Quins són els reptes que afronta el turisme per als pròxims anys?

—El repte principal és la seguretat. Cada destinació hauria de tenir altres plans en cas que es produïra algun fet inesperat. I estic segur que coses inesperades poden ocórrer, ja siga a les Illes Balears o en altres destinacions. Cada destinació que visca del turisme ha de tenir un pla a, b i c.

—I en tenim?

—Això, no ho sé. Algunes destinacions ja els tenen. La primera volta que

Professor de turisme de la Universitat de Wisconsin, Jafar Jafari ha estat un dels principals impulsors de la investigació en l’àmbit del turisme a tot el món. Aquest professor d’origen iranià, que va ser investit doctor ‘honoris causa’ per la Universitat de les Illes Balears el 1999, es mostra optimista sobre el futur del sector i anima la indústria turística de les Illes a prendre com a exemple un arbre tan mediterrani com les oliveres, que “ha arrelat en aquesta terra des de fa milers d’anys i aguanta encara que un any hi haja sequera”.

ens adonarem d’aquest problema fou en l’11-S, que va colpir tot el món. De sobte, els viatges en avió es van estancar i l’impacte en el turisme va ser enorme, fins al punt que encara no ens n’hem recuperat del tot.

—Són les administracions o és la mateixa indústria turística qui ha de traçar aquests plans?

—És una combinació de tots dos. Els governs tots sols podrien fer-ho, però això seria ineficaç, perquè el turism

requereix cooperació i treball conjunt de l'administració i la indústria. En realitat, hauria de ser el sector turístic qui fera un pas endavant i diguera al Govern: "Què podem fer?" per donar seguretat a un sector que s'espanta molt fàcilment.

—Com afectarà la irrupció de la Xina en el mercat turístic mundial?

—En primer lloc, cal dir que la Xina és ja, avui, una de les destinacions turístiques principals i un important mercat. Però la Xina es convertirà també en un enorme mercat de generació de turisme. Calculem que un 10 per cent de la població estarà altament mobilitzat i viatjarà pertot arreu, la qual cosa representa una injecció de 130 milions de turistes d'alt poder adquisitiu.

—Quan començarà a notar-se la irrupció d'aquest mercat xinès?

—Això ja es nota. Hi ha vols constants des de Shangai, fins i tot a Barcelona. Vaig estar fa uns mesos en un vol de Pequín a Madrid i gairebé el 50 per cent dels viatgers eren xinesos. Vivim el principi d'una gran allau procedent de la Xina, d'un tipus de turistes diferents als que havíem tingut fins ara, amb altres demandes i necessitats.

—Quina hauria de ser l'estratègia de qualsevol àrea que volguera convertir-se en destinació dels turistes xinesos?

—Cap persona no anirà a una zona que no estiga ja en el mapa turístic internacional. Si els turistes xinesos han d'anar a algun lloc, necessitaran una imatge mental d'aquesta destinació. És molt important per a una destinació que vol atraure l'interès de turistes de qualsevol país que aquest es cree una imatge apropiada. I per imatge apropiada entenem els elements amb què les persones d'una determinada àrea se senten identificats, de manera que la puguin projectar cap a l'exterior i es faça reconeixedora davant la resta del món.

—Vostè ha parlat de la importància que les persones que viuen del turisme no ho consideren com una feina, sinó com una contribució a la comunitat. Ho pot explicar?

—Jo ho explico amb una metàfora: el turisme és el cos i l'hospitalitat és l'ànima. La indústria pensa que l'hospitalitat és el negoci. Jo no ho crec.

“Si el turisme només és sostenible per si mateix, no té sentit. Hauria d'emmarcar-se en el pla de desenvolupament del país, contribuint al desenvolupament sostenible, no al turisme sostenible”

L'hospitalitat és una actitud, és quelcom que ja estava en les nostres cultures molt abans. L'intercanvi de servei ha existit sempre i ha estat la indústria turística la que hi ha afegit els diners. La indústria diu: jo et done la meua hospitalitat, però paga'm. Hem comercialitzat el concepte d'hospitalitat. Seria bo que tornàrem a l'origen del concepte.

—Vostè també va dir que no creu en el turisme sostenible. Pot explicar-ho?

—El turisme ha de contribuir a un pla general de desenvolupament. Qualsevol regió té la seua política econòmica, mediambiental, cultural, les seues tradicions, la seua història... Quan el turisme comença a fixar-se en un lloc, cal que estiga connectat amb totes aquestes dimensions. I si ho aconsegueix, aleshores, és sostenible. Però si només és sostenible per si mateix, no té cap sentit. Hauria d'estar emmarcat en el pla de desenvolupament del conjunt del país, contribuint al desenvolupament sostenible, no al turisme sostenible.

—Com afecta el turisme massiu la identitat dels llocs de destinació?

—El turisme pot fer les dues coses: pot reforçar la identitat o pot fer-la més difusa. En molts casos, el turisme ha ajudat els nadius a redescobrir la història del propi país. En l'altre costat, hi ha els turistes que van a les destinacions demanant el mateix estil de vida que tenen al seu país, sense que els importe al més mínim les maneres de viure dels llocs on arriben.

—Quina és la manera de reforçar la primera possibilitat?

—Aquesta és una pregunta difícil perquè, en el cas de les Balears, per exemple, el que s'ha potenciat a través de la publicitat és precisament que ací poden mantindre el seu estil de vida.



Això ha donat molts beneficis econòmics i resulta molt complicat canviar aquesta imatge. Aquesta és una qüestió com la de l'ou i la gallina, on no sabem què fou primer, si el mateix sector turístic de les Illes oferint un model de vida alemany o la força dels operadors turístics. El que cal preguntar, però no a mi sinó a la gent de les Illes Balears, és quin tipus de turisme vol a les seues Illes.

Violeta Tena