

No apareixen a les guies turístiques més venudes ni als catàlegs de les agències de viatges. Probablement, ni tan sols els barcelonins no els han visitat mai o fins i tot no n'han sentit parlar. Però existeixen, i són l'essència de la Barcelona més genuïna que ha de garantir un futur sostenible de l'activitat turística a la ciutat. Amb la intenció de valoritzar aquest patrimoni amagat que s'escampa per tots els districtes i barris, l'Ajuntament de Barcelona ha posat en marxa els Plans de Turisme de Districte per descobrir als turistes que ja han visitat la ciutat més oficial i als veïns tots els secrets d'aquesta ciutat fora de catàleg. És, de fet, una eina de desconcentració territorial de l'activitat turística a Barcelona, per tal d'ordenar i obtenir una millor distribució tant de la riquesa produïda com dels efectes negatius derivats la pressió en el conjunt del territori, alhora que dibuixa un nou mapa turístic de la capital catalana.

Un nou mapa que va més enllà de la Barcelona icònica per incloure els districtes en la cadena de valor de l'activitat turística i perquè escriguin el seu propi relat per proposar al visitant una mirada diferent a la ciutat. Es tracta d'oferir nous encants especialment als turistes que tornen per segon cop a la ciutat i ja en coneixen els llocs més emblemàtics i concorreguts. Però no només estan pensats per als turistes, sinó que també aporten als barcelonins i veïns de l'Àrea Metropolitana una nova concepció del seu entorn que dona la possibilitat de descobrir espais i indrets poc coneguts. Cada districte ha dut a terme un procés participatiu en què han participat representants d'entitats, associacions i tècnics dels districtes per tal d'identificar quins són els actius i les potencialitats que pot oferir.

**Tresors per descobrir.** En paral·lel, per tal de cercar la implicació dels veïns, s'ha posat en marxa la campanya "Descobreix les 10 Barcelones", que convida els ciutadans a fotografiar racons especials de la ciutat i que es podran veure exposats a la Sala Ciutat del 10 de juliol al 12 de setembre. En la mateixa línia va el videoclip *Living Barcelona*, en aquest cas dirigit als turistes estrangers que identifiquen la capital de Catalunya amb la Sagrada Família o el mercat de la



## Barcelona fora de catàleg

Hi ha una ciutat que els turistes no han conegut, i potser tampoc els barcelonins, perquè queda fora dels cercles turístics imprescindibles que cal visitar. Però més enllà, cada barri i districte té una identitat pròpia i amaga patrimoni de gran valor. L'Ajuntament de Barcelona ha posat en marxa els Plans de Turisme de Districte per donar-los a conèixer i, alhora, repartir millor els beneficis de l'activitat turística i descentralitzar-ne l'oferta.

Boqueria, però que en cap cas no s'imaginem que fora dels punts més cèntrics que els assenyalava la seva guia de viatge poden viure la ciutat i la quotidianitat dels seus habitants amb tanta o més intensitat.

La tinenta d'alcalde d'Economia, Empresa i Ocupació, Sònia Recasens, ha explicat que "la raó de fons d'aquesta estratègia de ciutat és garantir l'equilibri entre el turisme i el ciutadà, que ens ha de permetre capillaritzar millor



**El Parc Central de Nou Barris i l'avinguda del Tibidabo, on el tramvia blau ofereix un passeig per la via més senyorial de Sarrià-Sant Gervasi.**

l'activitat turística, repartir-ne més bé els efectes i implicar-hi més i nous agents" perquè treballin per fer compatibles els beneficis del sector turístic –Barcelona concentra el 40% dels turistes de Catalunya, 25 milions de persones– amb la convivència veïnal.

Els turistes i els veïns de Barcelona i la rodalia sabrien ubicar correctament en el mapa de la ciutat el monestir romànic de Sant Pau del Camp? I el recinte fabril Fabra i Coats, el castell de Torre Baró, l'avinguda per on discorre el tramvia blau o el Parc Central de Nou Barris? És més, sabrien dir quin districte acumula més patrimoni industrial i en quin barri gaudiran més de la cultura popular o de l'oferta cultural més innovadora? És difícil trobar massa gent que respongui correctament a totes les preguntes. Però és l'objectiu final dels Plans de Turisme de Districte, obtenir una radiografia prou acurada de la Barcelona actual, amb els atractius i els punts de referència turística a tots els nivells, així com els aspectes en què es vol fer més èmfasi com a atractius i recursos turístics per reinven-

tar una oferta turística que va començar a esclatar l'any 1992 quan Barcelona es donava a conèixer al món amb els Jocs Olímpics.

De fet, en diversos atractius amb potencial interès turístic ja es treballa per convertir-los en productes turístics que atraguin nous visitants. És el cas dels itineraris d'Horta-Guinardó per recórrer el districte tot descobrint-ne nous relats, com per exemple "Horta de Cinema". També l'eix Park Güell -Turó de la Rovira - Hospital de Sant Pau, que ofereix una mirada inèdita de Barcelona amb un enorme potencial, i la iniciativa Raval Cultural, un conjunt d'accions impulsades pel districte per valoritzar l'acció conjunta de les entitats i les institucions que treballen pel barri i per la cultura.

Tot plegat, potenciant la mobilitat sostenible. El 70% dels turistes de Barcelona fan servir el metro per moure's per la ciutat, i en aquest sentit també es treballa amb TMB i Ferrocarrils de la Generalitat per optimitzar els seus sistemes d'informació i senyalització

per als turistes, que es complementa amb la comercialització de l'abonament turístic de transport Hola BCN. En els 10 primers mesos de l'any 2013 s'han venut més de mig milió d'abonaments.

També al carrer els turistes i veïns percebran canvis, perquè s'ha desenvolupat un nou sistema de senyalització turística integrat en la senyalització de vianants. Els cartells indiquen amb color marró els punts d'interès turístic, i amb blau la resta de destinacions. La informació dels suports es completa amb plànols de la zona i codis QR o NFC que permeten la descàrrega via telèfon mòbil d'informació específica d'un emplaçament.

Emergeix una nova Barcelona, desconeguda i atractiva, que afronta el repte de fer compatible la vida quotidiana dels seus veïns i veïnes amb el cultiu de l'atractiu turístic d'una ciutat que ja és entre les millors del món per viatjar-hi.

*Gemma Aguilera*