

Quan la ciutat és un mapa

La Comissió de Govern de l'Ajuntament de Barcelona va aprovar la setmana passada el primer pla d'usos de la Rambla i els seus voltants. El document limita la construcció d'hotels –n'hi ha 41, en l'actualitat– i de negocis de restauració –se n'hi comptabilitzen 101–, i incentiva la implantació d'establiments culturals, com ara llibreries o galeries d'art. Sobre el paper, el pla, que naix amb el consens de CiU i PSC, persegueix allò que de fa temps reclamen els veïns de Barcelona: recuperar un espai, el de la Rambla, que ha estat colonitzat pels turistes. Segons unes dades de l'Associació d'Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla, cada any 78 milions de persones passen per aquesta artèria de la ciutat. Només 2 de cada 10 persones que hi circulen són veïns de la ciutat, mentre que 6 de cada 10 són estrangers. Segons les últimes dades del padró municipal, a la zona on s'aplicarà el pla d'usos de la Rambla només hi resideixen 1.033 persones.

Aquesta avinguda farcida d'edificis promoguts per la burgesia lliberal al segle XIX és, segurament, l'indret urbà que exemplifica millor els problemes que es deriven de la massificació turística que experimenta la ciutat de fa una dècada, aproximadament. El *boom* que van comportar els Jocs Olímpics de l'any 1992 i la tasca posterior de promoció que ha fet Turisme de Barcelona han provocat que la capital catalana siga avui la quarta destinació turística preferida d'Europa darrere de Londres, Roma i París. Les xifres fan por. L'any 2000, 3,1 milions de turistes van pernoctar en un hotel; l'any 2013, en foren 7,5, una xifra rècord. A aquests nombres cal afegir-hi els qui fan nit en apartaments turístics, una modalitat cada volta més estesa, o persones que van anar a passar-hi el dia. Un estudi de la Universitat de Girona determina que l'any 2012 hi van passar 27 milions de turistes. El 18 de maig, Barcelona va batre el rècord de creueristes desem-

El turisme és una font inqüestionable de riquesa. Tanmateix, la invasió de les ciutats pels visitants és motiu de discòrdia. La usurpació als veïns dels espais públics, la tematització dels centres històrics, la substitució del comerç tradicional per establiments pensats per als visitants o l'encariment de la vida constitueixen el preu que paguen la ciutat i els seus veïns pel fet de ser una destinació reconeguda arreu del món. Tot plegat ha obert el debat sobre on són els límits dels fluxos de turistes.

barcats en un sol dia: 31.600, una xifra propera a la població de Terol. I això ocorre en una ciutat que té 1,6 milions d'habitants i una superfície de només 102 quilòmetres quadrats, una xifra ridícula si la comparem amb els 1.285 de Roma o els 1.572 de Londres.

Tourists go home. Qualsevol que passegi per Ciutat Vella notarà de seguida l'animadversió que aquest tsunami de turistes genera entre molts veïns del barri. D'algunes balconades en pengen pancartes amb un explícit "*Tourists go home*". I és que l'allau de visitants que la capital catalana rep cada jornada entrebanca la vida diària dels residents de les zones amb més atractiu turístic. Anar a comprar, seure a gaudir d'una conversa en un banc, consumir en un bar sense haver de pagar preus prohibitius... ha esdevingut una missió impossible. Molts d'aquests veïns senten que la ciutat, la seua ciutat, els ha estat usurpada per convertir-se en una mena de parc temàtic on tot és perfectament empaquetat i disposat per a l'ús i el gaudi dels turistes. Passa a Ciutat Vella, però també a la zona de la Sagrada Família, a la Barceloneta i en totes les zones on hi ha allò que les guies turístiques esmenten com a *highlight* de l'urbs.

"L'Ajuntament està venut als *lobbies* hotelers i d'hosteleria", reflexiona Maria Mas, que és presidenta de l'Associació de Veïns de Ciutat Vella. "En aquesta obsessió per convertir-nos en una ciutat turística, la població resident hem esdevingut una molèstia pintoresca per a l'exercici il·limitat de les activitats terciàries." L'Associació que presideix va organitzar al març una trobada de veïns sota el lema "Fem plaça" que era una crida a recuperar els espais públics com a llocs de convivència, ara que bona part de les places i voreres són ocupades per terrasses de bars i restaurants. La pregunta que hi ha en l'aire és òbvia: com es pot conciliar la vida veïnal amb una activitat turística que –no es pot passar per alt– genera llocs de treball i activitat econòmica? Quina és la fórmula per aconseguir que una ciutat siga un escenari agradós als ulls del visitant i alhora un lloc on pague la pena de viure?

El turista global. La disjuntiva no és exclusiva de Barcelona. A València, a una escala més petita, comencen a

Mercat Central de València.
Les zones més turístiques
de la ciutat comencen a patir una
invasió semblant a la de Barcelona.



GRANIS I CAMPS

“Vuit de cada deu persones que circulen per la Rambla són turistes”

donar-se problemes semblants al nucli antic. Els ramats de creueristes guiats per pancartes numerades que envaeixen els corredors del Mercat Central o l'interior de la Llotja han esdevingut, com més va, més habituals a la capital valenciana. Igualment, el comerç tradicional ha estat substituït per restaurants, bars de copes i establiments de menjar ràpid.

El fenomen es relaciona amb el procés, molt més complex, de la globalització i s'ha d'analitzar des de l'òptica de la sociologia urbana. Ciutats europees com Berlín, Viena o Praga –per no parlar de ciutats absolutament tematitzades com Roma o Venècia– també tenen plantejats dilemes d'aquesta mena. Al capdavant, la popularització del turisme –en la seua faceta urbana, que és la que ens interessa aquí– i les formes de consum que hi van aparellades han tingut una influència directa en la manera com es dissenya i s'organitza la ciutat del segle XXI.

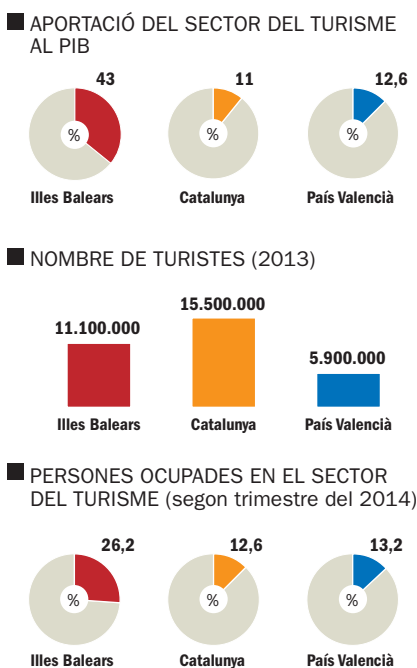
La connectivitat que ha implicat la proliferació de companyies aèries *low cost*, la necessitat de consumir productes culturals de forma ràpida i el paper dels operadors turístics a l'hora d'elaborar els itineraris del “turista global” són, en gran manera, responsables d'aquesta situació. El resultat de la *turistització* de les ciutats és que “els espais neuràlgics han perdut complexitat progressivament, han sigut manipulats per crear espais tematitzats de consum fàcil i instantani per al turista”, explica el geògraf César Cáceres Seguel. Per acontentar els turistes, “la cultura local s'embalsama per ser exhibida en format de *tour* guiat o de *souvenir*”. És, en definitiva, el plantejament del *fast food* aplicat en l'experiència turística.

Com diu Vicente Verdú a *El estilo del mundo* (Anagrama, 2003), “la diversitat de paisatges urbans està en extinció; les forces globalitzadores ac-



JORDI PLAY

El turisme en xifres



Font: INE, Excultura, Conselleria d'Economia (GVA), Agència Catalana de Turisme i Govern de les Illes.



La turistització ha provocat que es creïn “espais tematitzats de consum fàcil”, segons Cé-



tuen amb una força centrípeta que porta l'experiència urbana cap a un centre únic i empobrit, cada cop més aliè al seu habitant, però més proper a una versió simplificada de la ciutat, resumible en un *souvenir*, consumible en un cap de setmana llarg". El resultat de tot plegat és el que el geògraf i professor de la Universitat Autònoma de Barcelona Francesc Muñoz anomena *urbanalització de la ciutat*, això és, la tematització d'àrees centrals de la ciutat i la museïficació de la cultura local. "Molts 'productes culturals' que es consumeixen són irrelevants o formen part del passat per al nadiu", explica Cáceres Seguel, que posa com a exemples els cascos vikings comercialitzats a la ciutat antiga d'Estocolm o els barrets de l'URSS que es vénen a Check Point Charlie, a Berlín. En les situacions pitjors, l'article en qüestió és producte d'una convenció sense cap fonament real, com passa amb els barrets mexicans a Barcelona.

Aparador o escenari. Arribats a aquest punt, la ciutat es converteix en un lloc per ser visitat i no per ser viscut, un lloc on el nouvingut se sent còmode amb l'aparador que li han preparat, però el nadiu hi és aliè. Aleshores sorgeixen les friccions entre la dimensió global i la dimensió local de la ciutat, entre els usos turístics i els usos funcionals i socials que té. "La ciutat ha deixat de ser el lloc on vivim per esdevenir espai de negoci i oportunitat", es lamenta Maria Mas, de l'Associació de Veïns de Ciutat Vella. L'encariment del preu de l'habitatge i dels productes de primera necessitat, l'ocupació de l'espai públic, la competència per uns mateixos serveis públics (transport, seguretat o sanitat) o l'aparició de models turístics no prou regulats i controlats, com els apartaments turístics, generen situacions de conflicte entre els uns i els altres.

Els problemes d'aquesta mena encenen l'ànim dels residents dels barris on el col·lapse turístic és més evident. Al capdavant, topar una riuada d'estrangers de tant en tant pot suposar contemplar una estampa acolorida i fins i tot divertida, però ensopegar-hi cada volta que traveses el llindar de la porta de casa és tota una altra cosa. Ha-

ver de suportar una nit la música dels veïns pot resultar tolerable; viure a sota d'un apartament turístic on sempre hi ha guirigall és insofrible. Pau Rausell, que és professor d'economia de la cultura de la Universitat de València i ha estudiat al llarg de la seua carrera els fenòmens turístics, és de l'opinió que "Barcelona ha mort d'èxit". "El que s'ha fet ha sigut agafar un tros de la ciutat i convertir-lo en un producte turístic per a una quantitat determinada d'usuaris. Quan aquests usuaris superen els fluxos de la ciutadania, és a dir, quan els usos turístics superen els usos funcionals, es generen els problemes. Pel que fa a Barcelona, em sembla que aquests són irreversibles."

La descongestió urgent. Joan Torrella, director de Turisme i Esdeveniments de l'Ajuntament de Barcelona, no està d'acord amb l'opinió de Rausell i considera que Barcelona encara té marge per créixer mentre soluciona els problemes que, diu, han anat sorgint. "El model turístic de Barcelona és un model en evolució", replica. "L'èxit que ens ha proporcionat la creació de Turisme de Barcelona ens ha generat també problemes nous. A hores d'ara, es treballa per fer evolucionar el model."

Torrella no amaga que la massificació de turistes és una qüestió que els preocupa. A la pregunta si considera sostenible que una ciutat d'1,6 milions d'habitants reba 27 milions de visitants l'any, el director de Turisme i Esdeveniments respon que "no es tracta només del volum, sinó de la gestió que en fem". Amb l'objectiu de disseminar els fluxos turístics, l'Ajuntament ha concebut dues estratègies. D'una banda, s'han elaborat els plans de districte de turisme, uns documents que tenen per objectiu trobar i valorar els atractius turístics de cadascun dels districtes, de manera que es descongestionen les zones que ara ja estan saturades. De l'altra, hi ha la campanya "Barcelona

Pau Rausell (UV):
"Barcelona ha mort d'èxit"

sar Cáceres. A dalt, el barri gòtic de Barcelona. A baix, un bar al barri de la Sagrada Família.



El 18 de maig Barcelona va batre el rècord de creueristes amb 31.000. A la imatge, tres dels quinze creuers que van arribar al port de Barcelona entre el 9 i l'11 d'agost del 2013.

és molt més”, feta en col·laboració amb la Diputació i que té per objectiu convertir Barcelona en una porta d'entrada a les comarques.

Això a banda, fa uns quants anys que l'Ajuntament treballa per tractar

de donar solucions a les queixes que van sorgint. El març del 2012 va traslladar la zona d'aparcament d'autobusos que van a la Sagrada Família a la Diagonal. La mesura va descongestionar l'àrea de la Sagrada Família, però

El Pla de la discòrdia

La tardor de l'any 2013 l'Ajuntament de Barcelona va presentar el Pla d'usos de Ciutat Vella, un document que, almenys sobre el paper, havia de limitar i regular l'activitat turística en aquest indret de la ciutat. “El Pla posa límits en el nombre de places hoteleres i allotjaments. En aquest moment només es poden obrir hotels si això comporta recuperar edificis amb valor arquitectònic i actualment no tenen ús o estan en una situació de degradació”, explica Joan Torrella, responsable de Turisme i Esdeveniments de l'Ajuntament.

Els veïns, en canvi, veuen en aquest document més perills que no beneficis. “El Pla”, es lamenta Maria Mas, presidenta de l'Associació de Veïns de Ciutat Vella, “està dedicat principalment a explotar econòmicament Ciutat Vella, quan la finalitat d'un pla d'usos ha de ser equilibrar la vida local i l'activitat econòmica.” Els veïns critiquen que sota l'argument que som en un context de crisi econòmica, es faciliten els criteris per obrir establiments nous, s'augmenta la densitat d'usos incentivant la mobilitat interior de llicències entre zones i amortitzant-ne, i s'obre la possibilitat que els hotels incorporin activitats complementàries sense la necessitat de rescatar llicències. Els residents al barri també veuen de molt mal ull el fet que el Pla possibilita destinar a usos hotelers edificis protegits compresos fins al nivell B.

genera problemes d'ocupació de les voreres entre l'àrea d'estacionament i el temple que va dissenyar Gaudí. L'octubre del 2013, amb no poques crítiques, va implantar un sistema d'accés regulat al parc Güell que obliga els visitants que vénen de fora de Barcelona a desembutxacar entre 4,80 i 9 euros per accedir-hi. “Cal que la gestió pública posi límits a l'activitat turística”, argumenta Torroella. El professor universitari Pau Rausell és molt més taxatiu. Segons ell, a Barcelona li cal “una parada biològica”. “L'atractiu de les ciutats depèn molt de com és l'espai viscut. Els turistes no fan espai viscut, sinó que en són espectadors. Si l'espai visitable creix i creix, deixes de tindre espai viscut i la ciutat deixa de ser atractiva”, explica Rausell.

Joan Torroella considera que les crítiques al turisme s'exageren i recorda els beneficis econòmics que genera. “Tres vegades l'any fem enquestes sobre la visió dels barcelonins sobre el turisme i, deixant a part llocs on hi ha problemes esporàdics, el barceloní no està fart del turisme”, explica. La valoració del turisme és força alta, com també la gestió que en fa l'àmbit públic”. Siga com vulga, Torroella està convençut que el turisme és un fenomen que ha vingut per quedar-se, i els ciutadans han d'acostumar-s'hi. “Les institucions hem de solucionar les preocupacions rigoroses i certes que es provoquen en alguns punt”, afirma. “Ara bé, el barceloní ha d'entendre que Barcelona mai no tornarà a ser la que fou. La transformació que van provocar els Jocs Olímpics, amb aspectes positius i negatius, forma part de l'evolució mateixa de la ciutat. Em fa la impressió que l'imaginari del barceloní no ha evolucionat a la mateixa velocitat que la ciutat mateixa. Vivim una mica en el romanticisme que el que hi havia abans era millor.” Maria Mas, de l'Associació de Veïns de Ciutat Vella, considera que aquesta “no és una qüestió de romanticisme. És una qüestió de tenir una vida diària pràctica. En aquesta ciutat cada cop és més difícil viure-hi. El que fan és destruir la ciutat”.

Violeta Tena