



Turisme massiu urbà

Dinah Deckstein i Alexander Kühn
© Der Spiegel

Hi ha diverses possibilitats de causar una mala impressió en un país estranger. Martin, un californià de 24 anys, s'ha decidit per l'opció més segura: a l'estiu aquest membre alegre i optimista de l'Exèrcit dels Estats Units fa una ruta de borratxera per Europa. Està entusiasmada amb el tram que ja ha recorregut.

Festa pels carrers de Barcelona, festa en un apartament a Eivissa, festa en una

Els viatges curts a metròpolis s'han convertit en un esport popular. Però el que als turistes els encanta, als habitants de ciutats com Berlín, Praga i Barcelona els fa anar malament. I van sorgint protestes.

barca. Demà al matí continua el viatge en direcció a Praga, on també sortirà de

festa; fins que arribi l'hora experimentarà la nit berlinesa, participant en una ruta de bars amb guia. Porta unes sabates amb unes llumetes intermitents i ja s'ha posat a to amb quatre cerveses i dos tequiles.

L'excursió, que a internet s'anuncia com una "Ruta pels *pubs* originals de Berlín", consisteix a beure amb responsabilitat en tres bars i una discoteca: se surt cada dia a les 10 d'un alberg a prop d'Alexanderplatz. Per cada còctel o cervesa hi ha alguna beguda d'alta graduació de franc, al segon bar els guies locals tiren licor de menta directament de l'ampolla a

ELS HABITANTS DE DIVERSES CIUTATS D'EUROPA ESTAN EN PEU DE GUERRA. ELS MÉS COMBATIUS SÓN ELS DE BARCELONA I AIXÒ TÉ A VEURE AMB ELS JJOO DEL 1992

la boca dels participants. El responsable, un empresari irlandès establert a Berlín, també organitza *tours* semblants en dotze metròpolis europees més.

Aquest dilluns el grup és relativament petit. Petit vol dir de 80 persones; el cap de setmana s'arriba a 200. Britànics menors d'edat, que passen el camí entre dos bars amb vodka barat. Nord-americans que gaudeixen del fet que a Europa l'alcohol estigui permès al carrer. Tres saxons tatuats juguen a veure qui fa el rot més sorollós; un d'ells crida a una senyora a l'estació de metro d'Alexanderplatz "Putz" i "Quin cul". Ciutadans del món, veniu a beure en aquesta ciutat.

Al metro el grup s'apilona en tota la seva magnitud. Tots s'estrenyen al mateix vagó. Salten. Criden. El vagó es balanceja. "Olé, olé, olé, olé" continua sent el cant preferit. Els seguidors d'equips de futbol són elfs al seu costat. Hi ha esdeveniments com aquests que augmenten el renom de Berlín com a metròpoli de la festa; i alhora perjudiquen la imatge de la ciutat. "Aquest és justament el tipus d'oci que no volem", lamenta el responsable de turisme de Berlín, Burkhard Kieker. "És un malson".

Els turistes són conquistadors camuflats d'amics. Això dificulta el tracte amb ells, i a més deixen molts diners a la ciutat. D'ençà que els viatges curts a metròpolis veïnes o llunyanes s'ha convertit en un esport popular, els residents d'arreu del món es queixen que la seva ciutat se'ls ha tornat cada vegada més hostil. Se senten atropellats. I això els sobrepassa.

El negoci dels viatges a ciutats està en auge, també a l'Àsia i a l'Amèrica del sud. A Europa el nombre de viatges contractats en el període del 2005 al 2014 va augmentar gairebé un 40%. En ciutats alemanyes com Munic el creixement va ser encara més alt. La moda també es veu alimentada per intermediaris d'apartaments privats com Airbnb, que posa al mercat més llits en un mercat sobrecarregat. L'oferta és especialment gran a París, on els pisos turístics ja equivalen gairebé al nombre d'habitacions d'hotel.

La cosa funciona. Per als viatgers, els organitzadors dels viatges i els propietaris dels llits. Però la gent de les ciutats ho passa malament, sobretot en una Europa estreta, on els llocs per visitar se solen concentrar en una superfície de pocs quilòmetres quadrats, com a Barcelona, Praga o Salzburg. Les destinacions viuen les masses de turistes com una invasió. Els residents fugen, i amb ells desapareixen fleques i botigues d'alimentació. El seu lloc l'ocupen botigues de records o oficines de canvi de moneda. Els centres de les ciutats queden despoblats.

Així es fa realitat el fet del qual advertia el pensador Hans Magnus Enzensberger fa més de 60 anys en el seu tractat *Una teoria del turisme*: el viatger posa en perill o destrueix, amb la seva simple presència, allò que, de fet, està buscant: l'originalitat i l'ambient local.

Igual que li passa a l'erició del conte amb la llebre cansada, segons diu Enzensberger: "Al turisme sempre li arriba la seva rèplica". Aquesta dialèctica, afegeix, és fins i tot el "motor del seu desenvolupament". Buscant nous al·licients i atraccions el visitant es dispersa, arriba a la destinació; i a l'instant perd la màgia. Per això ha de buscar contínuament destinacions i sensacions desconegudes.

Que una ciutat pot perdre la seva màgia es veu amb l'exemple de Venècia. La població des del 1980 s'ha reduït de 120.000 a 60.000 habitants. En canvi, cada dia van en góndola 80.000 turistes individuals o de creuers pel mig de la ciutat dels canals. Venècia, resumia fa poc el *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, s'ha "momificat" i s'ha transformat en un "paisatge de postal transitable".

Per protegir la seva ciutat d'un destí semblant, els habitants de diverses metròpolis d'Europa estan en peu de guerra. Els més combatius són els de Barcelona, i això té a veure amb els Jocs Olímpics del 1992. Per a l'esdeveniment mundial, la capital de Catalunya es va reinventar. Urbanistes i arquitectes van projectar edificis futuristes i van establir una platja de sorra d'un quilòmetre de llarg, que

va convertir el barri de pescadors de Barcelona en una àrea de joc.

Al passeig a tocar del mar, a tots els locals hi ha fotos de musclos i de pollastre amb arròs que al vespre brillen amb els llums de neó. Al darrere, però, als carrerons de la Barceloneta, els residents protesten contra la presència massiva de turistes penjant a la finestra la bandera del barri, un vaixell de vela i un far damunt un fons blau i groc, i al costat pancartes amb eslògans com ara: "Prou apartaments turístics!". Hi ha hagut repetidament manifestacions, per primer cop el 2014, després que tres italians despullats es passegessin per un supermercat, suposadament establint pisos turístics.

Però hi ha esperança. L'alimenta Ada Colau. Aquesta dona de 42 anys es va fer coneguda com a activista i mascaró de proa del moviment okupa. Fa un any va ser escollida alcaldessa de Barcelona. El turisme de masses és un gran tema: Colau ha promès als ciutadans que recupearà la ciutat per a ells.

Mitjan juny, un matí a l'ajuntament, despatx de Colau. Els mobles i el *miró* que hi ha a la paret són del seu predecessor. Les fotos en blanc i negre de dones espanyoles importants les ha portat Colau: la primera ministra del país, una escriptora, una supervivent d'un camp de concentració; els seus models. Avui Colau ha arribat més tard al despatx perquè ha estat debatent una hora sobre el futur de Barcelona. Els seus contertulians eren nens de 10 anys de l'escola del seu fill. Els nens li han preguntat sobretot pels refugiats, explica Colau. I pel turisme, amb el qual es veuen confrontants diàriament.

L'escola és a prop de l'església de la Sagrada Família, l'edifici més visitat de la ciutat. Colau viu al mateix barri, els apartaments de la casa del costat són tots per llogar a turistes. Alguns d'ells Colau els coneix personalment, quan li ocupen l'entrada de casa amb maletes o quan toquen al seu timbre perquè s'han equivocat de porta.

"Al barri vell el nombre de llits per a turistes triplica el nombre d'habitants",



→ diu Colau. “I cal afegir-hi la pèrdua de la identitat: quan jo em vull trobar amb algú a prop del meu pis, és complicat trobar un bar agradable en què es percepí l’atmosfera del barri. Gairebé només hi ha grans cadenes sense un caràcter propi”

Els turistes són una tortura a la Rambla. “Abans hi anava a passejar amb la família. Avui la gent de Barcelona evita el lloc perquè s’ha tornat massa turístic. A la Rambla hi viuen mil residents, i cada any hi passen uns quants milions de turistes. La quantitat és enorme”, diu Colau. Ara la ciutat organitza actes per als residents per millorar la cohesió i evitar que marxin.

Per als seus seguidors Colau és la venjadora dels oprimits. Els qui guanyen diners amb el turisme no la poden veure. A penes arribada al càrrec, Colau va aturar 30 projectes d’hotels, de moment per a un any. I de moment tampoc no es concedeixen autoritzacions per a pisos turístics.

A Enrique Alcántara, de 42 anys, això no li agrada gaire. És el president d’Apartur. L’agrupació d’ofertors de pisos turístics té prop de 7.000 dels 10.000 apartaments que es lloguen oficialment a turistes a Barcelona. Comptant els il·legals, n’hi deu haver uns quants milers més, però no tenen res a veure amb ells, afegeix Alcántara.

Alcántara deixa una carpeta blanca

damunt la taula de reunions del seu despatx al centre de Barcelona. Un lluitador que presenta les armes per a la pròxima batalla. La qüestió ja no és si els turistes molesten, sinó fins a quin punt molesten. La carpeta ho ha d’aclarir. En els informes no es té en compte el soroll que es fa a la zona. Però Alcántara té connectat un aparell amb el seu mòbil. Una aplicació mostra una corba que representa el nivell de soroll. Baix. Mitjà. O alt.

Des de l’abril s’han equipat milers de pisos turístics amb aquests aparells. Així els qui els gestionen poden intervenir si els llogaters temporals es passen de la rosca. O també poden demostrar que no fan fressa. “Qualsevol família catalana fa soroll”, diu Alcántara indignat. “La meua també”. Ell, per ser català, és més aviat silenciós. Massa, troben alguns membres d’Apartur. Ells volen que el màxim representant sigui més bel·ligerant. “Nosaltres som víctimes”, diu un altre amb indignació, que fa anys que lloga pisos a turistes. “És que el turisme representa el 13% dels ingressos de Barcelona!”

La situació és complicada

Als anys cinquanta, quan Enzensberger va escriure el seu assaig sobre l’essència del turisme, els viatges d’uns quants dies a grans ciutats europees encara eren el pri-

vilegi de gent acabalada. Es viatjava amb cotxe o tren; un vol només se’l podien permetre uns quants. En primer terme hi havia la visita d’elements d’interès cultural i arquitectònic. Anar de botigues o beure alcohol era més aviat secundari.

Als anys vuitanta el turisme de ciutat es va convertir en un fenomen de masses. Gràcies a uns ingressos cada cop més alts, es va desenvolupar la tendència del segon viatge, que s’havia d’allunyar del viatge principal al mar o a la muntanya. Companyies com Ryanair o Easyjet van començar a revolucionar el trànsit aeri, alhora que patien la burla d’aerolínes tradicionals com Lufthansa o Air France. Es va començar a poder comprar bitllets pel preu d’un trajecte amb taxi. Les empreses de descomptes en vols regalaven als hotels i a les pensions nous grups de clients, sobretot jovent. Aquests per primer cop podien anar més lluny que mai amb els diners de la setmanada.

Avui els rebentapreus de l’aire representen una quota de mercat del 40% a Europa, i la xifra encara podria pujar més. Lufthansa ja fa temps que ha deixat de burlar-se’n, i s’ha ficat a l’agitat negoci amb la companyia de baix cost Eurowings, perquè no es pot permetre perdre el segment de clients principal.

Les aerolínes barates decideixen en



PRAGA, COM BARCELONA? Otakar John, membre del consell d'administració de l'associació hotelera txeca, hauria imposat una moratòria hotelera, de manera semblant a Barcelona: "Hem de fer alguna cosa per corregir el flux de visitants".

quan baixa del castell a la ciutat, passant per davant d'una botiga de lloguer de *segways*, botigues d'objectes barats de la Xina i Taiwan i establiments de canvi que ofereixen moneda a preus exorbitants.

Al capdavant de l'escala del castell destaca un estudi de massatges tailandesos. A l'aparador, tres asiàtiques es deixen mossegar els peus descalços per uns peixets negres. Una nova manera, i poc agradable, de treure's els ulls de poll. "Què hi fa això, aquí?"; pregunta Preveden. "Res de res!".

Ell recomana a ciutats com Praga que s'acomodin de la imatge de ciutats barates, que apugin els preus i atreguin nous grups de clients, com ja fa temps que fan París o Londres. Al final, sosté Preveden, els ingressos es mantenen però la població queda alliberada.

Alguns polítics i grups de pressió de Praga tenen una visió similar. Però de moment no ho han pogut portar a terme. Per això dia rere dia passen pel pont de Carles milers de turistes de curta estada amuntegats, amunt fins al meravellós castell o fins a aconseguir cervesa barata. "De persones de la ciutat amb prou feines se n'hi troben durant el dia", explica Hana Balasch, que regenta un bar elegant al centre històric.

"Hi ha estones que al pont a penes hi cabria una persona més", diu Otakar John, membre del consell d'administració de l'associació hotelera txeca i que forma part del consell consultiu de turisme de la ciutat de Praga. Per a ell, Preveden diu obvietats amb els seus consells.

Si fos per John, Praga, de manera similar que Barcelona, ja hauria imposat fa temps una moratòria a la construcció de nous hotels, perquè hi ha sobreoferta de llits. "Hem de fer alguna cosa per corregir el flux de visitants, pel que fa al temps i als llocs", diu. Les primeres mesures per a la recuperació de Praga ja s'han pres. A partir del setembre, els *segways* al centre històric només seran permesos en casos excepcionals, primer de tot per motius estètics. La marató anual, un espectacle amb làsers al Vltava i diversos festivals culturals han d'aju-

gran mesura cap on envien el flux de turistes quan incorporen al seu catàleg noves destinacions que abans comparativament eren cares. Actualment hi ha Ginebra i Tolosa, ciutats a les quals ja es pot accedir amb bitllets de 50 euros, lluny dels preus astronòmics que costaven abans.

Que el turisme a les ciutats s'ha de gestionar més bé també ho han reconegut els empresaris del sector dels viatges. El líder del mercat europeu, TUI, actualment ofereix noves destinacions perquè no tothom vagi al mateix lloc.

Com a alternativa a Dubrovnik, a Croàcia, TUI ofereix viatges a Kotor, situat a la veïna Montenegro. Que també té port. En comptes d'Amsterdam, que viu al límit de la seva capacitat, l'empresa dedica més esforços a anunciar Rotterdam. I el que els Beatles no van aconseguir per a la seva ciutat natal, Liverpool, ho fa Jürgen Klopp: des del fitxatge de l'entrenador del Dortmund al Liverpool, TUI ven viatges a aquesta ciutat obrera anglesa i ja no té com a destinació preferent Londres.

Però al final amb les ciutats passa com amb les persones: n'hi ha que són més estimades que d'altres. Però si l'amor és massa aclaparador, arriba l'hora d'un alliberament. Algunes ciutats n'estan planificant un. D'altres truquen a Vladimír Preveden. L'expert en turisme treballa des

de Viena per a la consultoria empresarial Roland Berger. Elaborava propostes per a ajuntaments i regions sobre com canalitzar els fluxos de visitants. Darrerament ell i els seus col·legues han ideat un pla per a Kuala Lumpur. I Preveden i el seu equip també ha desenvolupat idees per a Praga.

L'exemple de Praga

Praga Un dia gris de juny, la plaça de davant del castell de Praga. Centenars de turistes esperen al migdia el relleu de la guàrdia. Amb americana i corbata Preveden sembla un cos estrany enmig de la gent en samarreta o en teixits sintètics. Poc abans de les dotze la massa es posa en marxa. "Enrere, enrere!", criden els guàrdies als espectadors alemanys, francesos, xinesos, coreans.

Empenyent amb el cos fan enretirar els turistes per deixar pas en un carrer. Hi ha famílies que queden separades, nens que busquen la mare, mares que busquen els fills. Sonen xarangues, la tropa de reserva s'acosta fent el pas de l'oca en uniforme blau. La bogeria totalment normal d'un cap de setmana totalment normal a Praga.

Preveden observa l'esdeveniment com un metge es mira un malalt greu. Diagnòstic: l'estat de Praga és greu, però hi ha esperança. Preveden ja ha vist què és el que no rutlla, també ho veu ara



PRAGA SATURADA. A Praga la situació és greu, però hi ha esperança. Uns aconsellen que la ciutat s'allunyi de la imatge de ciutat barata i apugi preus; d'altres, modificar els fluxos de turistes en temps i espais.

recomanar certs llocs per celebrar festes a l'aire lliure, perquè els residents no poden conciliar el son.

Un cop l'any Kieker convida els alcaldes dels dotze districtes berlinesos. Normalment la cosa va així: deu districtes volen més turistes; Friedrichshain-Kreuzberg i Mitte en volen menys. Des de fa un any i mig, una aplicació ajuda a canalitzar els fluxos, enviant gent a perles menys conegudes com el cementiri jueu de Weißensee. Però primer inconvenient: l'aplicació només ha tingut 60.000 descàrregues. I segon: qui visita Berlín per primer cop vol, òbviament, veure la Porta de Brandenburg i el complex de Hackesche Höfe, digui el que digui l'aplicació.

Kieker no vol menys turistes, sinó uns de diferents, i per això anuncia Berlín com a ciutat cultural. Ha viatjat amb la Filharmònica de Berlín a Sydney i amb dissenyadors a París i Milà. I ha estat amb metges de l'hospital de la Charité als països del Golf per fomentar el turisme mèdic. Quan un xeic ric es fa operar a Berlín, viatgen fills i nebots amb ell i lloguen tota una planta de l'hotel Adlon. Això ja ha passat.

Però al final la tasca és massa gran perquè Kieker la pugui abordar tot sol. A proposta seva, ara unes quantes ciutats amb problemes de turisme considerables s'han unit: Barcelona, Praga, París, Amsterdam, Viena, Hamburg i Berlín. Els respectius responsables de turisme ja s'han reunit dues vegades per aprendre els uns dels altres.

L'anomenat Sneakair podria no ser la salvació dels seus problemes, això és el que pot dir Kieker. La companyia Easyjet, no pas sense culpa de la situació crítica internacional, ha desenvolupat aquest element i el presenta com un miracle. Són unes esportives amb un aparell especial de navegació que està connectat per Bluetooth amb el mòbil. Aquest dispositiu pot teledirigir vianants a través de vibracions; i, dins d'una ciutat, redirigir-los cap a zones menys saturades. ●



→ dar a fer plena ocupació en temporada baixa.

També hi ha altres ciutats amb bones idees, i en part amb molt de rigor. A Berlín des de fa poc només es poden posar en lloguer pisos turístics amb autorització oficial. En alguns llocs, com Barcelona, es recapta una taxa turística i l'entrada al Parc Güell ja fa un temps que no és gratuïta.

Qui vulgui admirar el recinte de l'Alhambra a Granada s'ha d'apuntar per internet amb mesos d'antelació.

La costa italiana de Cinque Terre, coneguda pels seus cinc pintorescos pobles damunt de penya-segats, vol reduir radicalment fins a un milió i mig el nombre de visitants aquest any posant tiquets d'entrada.

Una de les idees més intel·ligents per gestionar el turisme la va idear Munic. Amb la construcció d'un barri de museus i de l'espai BMW va aconseguir atreure nous visitants i descarregar santuaris de l'oci com la cerveseria Hofbräuhaus o el Jardí Anglès. A més a més, els llacs i les muntanyes del voltant s'anuncien com a alternativa a les compres i a la visita de llocs famosos de la ciutat.

I Burkhard Kieker, el responsable de turisme de Berlín, en els últims anys ha redefinit la seva feina. Si bé abans se centrava a portar tants turistes com pogués, ara el preocupa la qüestió següent: què cal fer-ne, dels turistes?

Mig milió de turistes passen diàriament per la capital alemanya; a l'estiu poden arribar a un milió. I mentre

corren les apostes sobre si mai entrarà en funcionament el nou aeroport, que s'ha convertit en blanc d'acudits, en els primers sis mesos d'aquest any a l'aeroport de Schönefeld hi ha hagut gairebé un 40% més de vols que a la primera meitat del 2015, gràcies a ofertes addicionals de Ryanair.

"L'hospitalitat pertany a l'ADN d'una gran ciutat", diu Kieker. "Però cal preocupar-se pels turistes. I pels ciutadans". Des del Senat Kieker vol que a Berlín hi hagi més lavabos públics, si pot ser un quants centenars, i una millor senyalització. Considera una benedicció que les *bierbikes*, una barreja entre una bicicleta i una barra de bar, estiguin prohibides als llocs més concorreguts. En favor d'una coexistència pacífica entre berlinesos i visitants el seu equip ha parlat amb autors de guies de viatges demanant-los que deixin de