

José Antonio Donaire Benito
Professor de la Universitat de Girona

Ciutat

TURISME

CULTURA

UNA
OPORTUNITAT
CONJUNTA

FÒRUM DE DEBAT
DESEMBRE 2020

Quin és el llegat del turisme a la ciutat?

Les ciutats es creen com un palimpsest, per l'acumulació de processos històrics. Cada etapa incorpora nous elements que s'integren lentament, com si fos un destil·lat. Quan el 2001 la UNESCO va incorporar el catàleg del Patrimoni de la Humanitat les mines de Zolllverein, estava mostrant el reconeixement a una forma de patrimoni que s'escapa dels canons clàssics, però que ha creat paisatges de memòria. També el turisme forma part de la identitat de la ciutat i ha creat elements i pràctiques que s'han incorporat en la lògica cultural de Barcelona.

En oposició a una idea molt extensa, el turisme té una llarga trajectòria a la ciutat. Els primers antecedents es troben en l'Exposició Universal de Barcelona de 1888; aquestes exposicions tenien com a objectiu situar les ciutats en el mapa del pols d'atracció industrial de l'època. L'exposició deixà una sèrie d'elements urbans de caràcter icònic, com l'Arc de Triomf o l'estàtua de Colom, a banda de la remodelació del Parc de la Ciutadella. Anys més tard, l'Exposició de 1929 també va crear una escenografia que perdurà en el temps, amb la urbanització de la muntanya de Montjuïc seguint el projecte de Puig i Cadafalch. L'exposició permeté la conclusió de la Plaça Espanya, d'acord amb la concepció de Cerdà, i la creació d'un espai expositiu que perdurà fins als nostres dies. L'exposició universal també propicià la creació del Poble Es-

panyol, un projecte impulsat per l'arquitecte Puig i Cadafalch i que perllongà la seva existència més enllà de l'Exposició, mercès a l'interès propagandístic de Primo de Rivera. Les dues exposicions universals són un primer indicatiu dels efectes de la lògica turística en la fesomia urbana: La creació de 'sights' o pols d'atracció que identifiquen la ciutat (Colom o la Font Màgica amb el MNAC de fons) i la concepció d'una ciutat atractiva, que intenta captar una part dels fluxos internacionals (de persones, de capitals i d'idees).

Aquest període és també el testimoni d'un dels processos de falsificació històrica més notables de la Península. Durant la segona meitat del segle XIX i principis del XX, es va produir al mateix temps una destrucció sistemàtica d'edificis històrics per l'expansió de la nova ciutat i un moviment que proposa la creació d'un centre històric, al voltant de la Catedral. De fet, els dos grans projectes d'aquesta època convergeixen en un mateix sentit: L'obertura de la Via Laietana i la remodelació de la Catedral i el seu entorn. Sabem per la tesi de Còcola que el Barri Gòtic és en realitat una ficció, una reconstrucció idealitzada que recrea els canons del gòtic del nord d'Europa. Així, la façana de la Catedral, el Pont del Bisbe i diversos edificis que voregen la seu no són més que una reconstrucció, un fals històric. Avui formen part de la identitat de la ciutat, però caldria explicitar el seu origen en el moviment historicista de l'època. Per exemple, quan la UNESCO reconeix el conjunt medieval de Carcassona esmenta també els falsos històrics que incorporà l'arquitecte Viollet Le Duc. En altres paraules, la intervenció en el patrimoni és en ella mateixa una forma de patrimoni. El Pont del Bisbe no és un element patrimonial del període medieval de la ciutat, però sí és un representant de la intervenció històrica en el centre de la ciutat durant les primeres dècades del segle XX.

Per tant, el prototurisme a la ciutat neix des del dinamisme de l'alta burgesia de la ciutat i beu de les fonts del Noucentisme i el Regionalisme, tal i com detalla l'antropòloga Saida Palou. En aquest període, s'havien concretat dos dels elements bàsics de la narrativa turística de l'època: La monumentalitat centrada en una sèrie de sights bàsics (seguint el model de les ciutats monumentals europees) i una reivindicació de la ciutat dinàmica, industrial i cosmopolita que donarà lloc anys més tard a la idea de la ciutat de fires i congressos. L'instrument bàsic de desenvolupament turístic fou la Sociedad de Atracción de Forasteros, creada el 1908 i que es truncà amb l'esclat de la Guerra Civil. La Sociedad va ser una eina fonamental en la creació d'una gestió integrada, la identificació de la imatge turística de la ciutat i en la selecció dels elements que configuraven 'allò que havia de ser visitat'. La professora Dolors Vidal ha estudiat el paper de la revista Barcelona Atracción com a instrument en la

concreció dels elements que configuraran el relat turístic de la ciutat. De fet, és aquesta revista la que impulsarà el valor de l'obra de Gaudí en la imatge turística de Barcelona.

La Guerra va tallar la iniciativa de la Sociedad i va aturar els processos de desenvolupament turístic que s'havien plantejat, especialment en els congressos de turisme de Catalunya, amb una concepció integral de la promoció i la gestió del país. Només després del Pla d'Estabilització es reactiva l'activitat turística i es crea el Centro de Iniciativas de Turismo l'any 1964. Els anys 60 la ciutat està patint la seva segona gran metamorfosi amb l'arribada de la immigració que ampliarà la ciutat molt més enllà dels límits previstos per Cerdà i intensificarà la imatge d'una ciutat industrial, activa, però també caòtica i grisa. Per això, els esforços de promoció se centren en el concepte de la ciutat de fires i congressos i intenten vincular l'atracció turística al segment del turisme professional (congressos i fires). La desaparició silenciosa del CIT testimonia les dificultats de posicionament del turisme de la ciutat, mentre que els espais litorals propers esdevenen els veritables centres d'atracció del turisme internacional.

No hi ha dubte que la reactivació de l'activitat turística es gesta els anys 80, amb la restitució del poder local democràtic, especialment a partir del projecte olímpic. Hi ha, durant uns anys, una convergència entre el projecte de ciutat (mediterrània, cosmopolita, oberta) i el repte olímpic que culmina amb la nominació de la Lausana. Cal tenir present que el 1981 es crea el Patronat de Turisme de Barcelona, que inicia un procés de lenta construcció de nous productes turístics que van més enllà del turisme professional. La fita olímpica va tenir un efecte molt similar al de les dues exposicions precedents, la de 1888 i la de 1929, perquè permeté concentrar les energies de transformació de la ciutat en un esdeveniment internacional i també perquè afavorí la intervenció en àrees urbanes degradades, especialment el recinte olímpic i la Vila Olímpica. Aquest procés de regeneració urbana fou acompanyat per una intervenció dura en un espai degradat de la ciutat, el Raval, seguint operacions similars de reconversió urbana que tenien lloc en el conjunt de la Península, seguint el model europeu. La creació del MACBA, el CCCB, la Filmoteca o la Rambla del Raval alteraren les dinàmiques urbanes precedents en aquest espai i incorporen nous elements a la cartografia turística de la ciutat.

L'èxit dels Jocs projectà internacionalment la ciutat, però el veritable impuls turístic va tenir lloc amb el tombant del mil·lenni, quan ja s'havia formalitzat el nou ens de promoció turística, Turisme de Barcelona (1994) i es consolidà

la projecció internacional de les icones de Gaudí, a partir de l'Any Gaudí. Els Jocs van tenir, però, un efecte secundari: La ciutat tenia dificultats per articular un nou model de ciutat si no era amb un nou esdeveniment i, després de la confusió creada per una possible exposició universal, Barcelona organitzà el Fòrum Universal de les Cultures, que desenvolupà urbanísticament la zona del Baix Besòs, però que va fer fracassar definitivament el model de l'esdeveniment - motor urbà, que s'inicià amb l'exposició de 1888. El Fòrum representa la fi d'una etapa. És llavors quan s'inicien les primeres veus que propugnen un canvi de model urbà i un debat obert sobre els límits, els efectes i els perjudicis del turisme. La covid posa de manifest l'excessiu pes de la indústria turística en el model econòmic i urbà de la ciutat.

A la llum d'aquest recorregut històric, ens podem plantejar cinc reflexions genèriques sobre el paper del turisme en la identitat de la ciutat:

1. No és possible entendre la ciutat de finals del segle XX i principis del XXI sense incorporar-hi el turisme. L'activitat turística ha creat "cicatris de memòria", fragments, edificis, rutines, activitats, empreses, estètiques, que només es poden entendre des de la mirada turística. Ja no és possible pensar en la ciutat si no és pensant també en la ciutat turística. De fet, el turisme forma part de la identitat de Barcelona com ho són les velles indústries del Poble nou, les esglésies barroques, o les restes dels palaus medievals. És un dibuix més del palimpsest que és la ciutat.

2. L'activitat turística ha creat elements patrimonials que han de ser preservats. Alguns edificis (hotels, establiments comercials, edificis públics...) formen part del patrimoni material de la ciutat, estan relacionats amb un període històric i amb una concepció determinada de Barcelona. Seran els edificis i els espais que visitaran els turistes del futur, si és que en el futur encara perdura la concepció contemporània del turisme. Són espais de memòria, que hem de començar a inventariar, a catalogar i, en alguns casos, a preservar. Hem de reivindicar el patrimoni turístic de la ciutat.

3. Una part significativa de l'activitat turística és intangible. No és tant la forma de l'edifici hotel·ler o la fisonomia del bus turístic com l'ús social que se'n fa d'uns elements urbans. De fet, el principal símbol turístic són els mateixos turistes. Parlem d'un espai turístic quan en aquest escenari s'hi concentren els turistes. És la concentració temporal i espacial de visitants el que atorga a un espai la condició d'espai turístic. Els moviments socials i veïnals contra els excessos del turisme també formen part de la nova identitat 'invisible' de la

ciutat. Hi ha, diguem-ho així, un patrimoni immaterial, que està format no tant pels elements físics que configuren l'espai sinó per l'ús social que en fem i per les tensions i dialèctiques pròpies d'aquest ús.

4. La presència de visitants altera les densitats. No és tant, com proposava McCannell, que els espais turístics són els fronts urbans o només hi ha turistes per tal de preservar el back urbà on només hi ha residents. No hi ha alguna cosa com bombolles turístiques. El que fa el turisme és alterar els accessos a determinades àrees urbanes, de manera que esdevé més atractiva per un perfil de residents i inaccessible per a una altra. El turisme contribueix als processos de gentrificació econòmica, però també del que podríem anomenar gentrificació cultural i social. El turisme altera, per tant, la forma com s'usen les ciutats i s'ocupen els espais públics.

5. Les ciutats contemporànies no són turístiques o no turístiques. Són atractives o invisibles. El turisme és un vector més d'un procés de les ciutats globals, que atrauen residents, estudiants, immigrants il·legals, artistes, professions liberals congressistes, pacients i, naturalment, turistes. El turisme és una derivada més dels processos de globalització (persones, capitals i idees) de les grans ciutats internacionals, que la covid ha interromput de forma sobtada.

ANNEX

CONCLUSIONS DE SÍNTESE DEL FOCUS GROUP

- L'anàlisi del llegat -entès com a heritage- del turisme ofereix un marc de reflexió a partir del qual es pot pensar la ciutat per projectar-se en el futur des d'una perspectiva històrica més ample.
- El turisme no és un fenomen dels darrers vint anys, sinó el resultat d'un procés secular que s'ha d'emmarcar en un context de dinàmiques de ciutats globals.
- Cal parlar de mestissatge com un motor destacat de la identitat de les ciutats que utilitza, reutilitza o destrueix els actius urbans.
- Barcelona no és només una ciutat turística, sinó que és una ciutat visible i atractiva, capaç d'atreure "de tot" en un context d'hipermobilitat -capitals, científics, estudiants, immigrants il·legals...-. Això planteja el problema de quina relació mantenen les persones visitants amb les persones residents i l'ús que fan de la ciutat.
- El turisme manté una relació complexa altres activitats que s'han promogut per canviar de model productiu com, per exemple, la innovació. Genera sinergies que poden afavorir sectors innovadors (per exemple, amb l'efecte tractor de grans esdeveniments congressuals: MWC, ISE...), però alhora transforma l'ús de l'espai públic d'una manera que pot condicionar la seva localització. En aquest sentit, el 22@ és un exemple clar de barri de vocació innovadora que s'ha vist afectat pel turisme.
- Veure el turisme com una part de la identitat de la ciutat és una visió "romàntica", perquè s'obliden els problemes que planteja a nivell de coexistència amb les persones residents, i això es veu clar a Ciutat Vella.
- Davant del patrimoni intangible que suposa el turisme, es reivindica un patrimoni quotidià que és fonamental per plantejar com serà la ciutat del futur.

- El turisme és positiu perquè genera una massa crítica a nivell cultural, situa Barcelona al capdavant en temes científics i tecnològics gràcies als congressos i fires, i el seu impacte econòmic s'estén a altres sectors com el cultural. Per contrapartida, s'han assenyalat una sèrie d'efectes negatius en l'habitatge, la mobilitat, la contaminació i la pèrdua d'espai públic.
- El nombre d'estudiants universitaris i de formació executiva és cada vegada més elevat. Molts d'aquests estudiants es queden per desenvolupar les seves start-ups o aplicacions. Ni Barcelona Activa ni 22@ s'entendrien sense aquesta aportació.
- La literatura, la cultura, juguen un paper fonamental a l'hora de fer visible i atractiva la ciutat. Les novel·les creen un imaginari que de vegades supera la realitat i pot aconseguir un impacte més perenne. Barcelona compta amb un ric patrimoni en aquest sentit tant contemporani com clàssic. Per aquest motiu, s'haurien de potenciar iniciatives com les Beques d'escriptura Montserrat Roig, convocades per l'ICUB, que fomenten la creació literària sobre la ciutat.