

La relació entre continguts patrimonials i els impactes socials mesurables

Barcelona ho té tot per ser l'enveja d'altres ciutats que s'hi emmirallen. Per això, avui podem estar parlant d'un concepte que m'agrada molt: "l'economia del visitant". A més d'un clima excel·lent, Barcelona disposa d'uns equipaments culturals de primer ordre, un bon sistema hospitalari, uns equipaments de recerca de primer nivell i uns edificis patrimonials –especialment al voltant del modernisme, però no només– que han situat la ciutat en el ventall de llocs del món que les persones desitgen conèixer.

Barcelona té una personalitat indiscutible i molt atractiva per a tota mena d'activitats, com ja recull la tesi que ens heu transmès. Aprofito per dir que el document és una molt bona aproximació a la situació real i serveix de base per construir una estratègia compartida.

Però és una ciutat que, com moltes altres, acumula desigualtats. Però seria injust, des del meu punt de vista, atribuir al turisme aquestes desigualtats. El turisme pot haver fet evidents aquestes desigualtats, però també tenen altres causes. La proliferació d'allotjaments turístics va fer augmentar un problema que ja era latent: l'augment inflacionat del preu del lloguer i la manca d'habitatge social, que han expulsat de Barcelona moltes famílies a la recerca d'habitatges assequibles.

Però hi ha altres factors que també impacten en les desigualtats en l'accés a l'habitatge. Una política d'habitatge amb un continu canvi de regles del joc genera inseguretat als promotors. Un recel infundat envers la cooperació públicoprivada limita a l'extrem la capacitat d'acció, ja que requereix una dotació pressupostaria molt important –i potser no assumible– i agreuja el problema especialment entre els joves, però no només entre aquests.

Hi ha altres problemàtiques afegides:

- Un “mantra” sobre la sostenibilitat que està molt enfocada a la mobilitat, i concretament al transport usat pel turisme (accés a la ciutat, circulació per la ciutat d'autocars) i que, en canvi, no es fixa gens en altres factors que també incideixen en la petjada ecològica, especialment en l'acumulació de CO2 (gestió de residus, demanda i consum d'aigua i consum d'energia). Factors que també hem de considerar si volem un turisme sostenible. El problema de l'habitatge que esmentava abans també acaba incrementant els problemes de mobilitat, saturant les entrades a Barcelona i el transport públic en hores punta.
- Un urbanisme controlador i sancionador però que no ofereix un model alternatiu urbà pensat per millorar la qualitat de vida dels seus ciutadans.
- I a més, un turisme de quantitat que aporta poc valor afegit, mentre el turisme de qualitat, que hi és i és molt rellevant, ja fa massa temps que no se li ha volgut transmetre que se'l valora, se l'estima, se'l cuida i se'l desitja.

Per mi, ha estat molt preocupant no saber discriminar, sota l'etiqueta de “turisme”, aquests dos blocs. És evident que ningú vol pisos turístics il·legals, turisme de borratxera o de festa que ni tan sols dorm en un hotel... Però aquest bloc no pot tapar injustament el turisme cultural que un edifici singular Patrimoni de la Humanitat com la Pedrera atreu.

Justament Barcelona ha estat un model de turisme de qualitat basat en dos eixos: el patrimoni cultural i les fires i congressos d'alta volada internacional. Han generat molts llocs de treball i també molta economia induïda, a banda de projectar un estil de vida mediterrani que fa atractiva la ciutat, per exemple a les empreses tecnològiques i biotecnològiques que s'hi instal·len, cada any amb més pes específic.

El resultat de tot plegat, simplificant molt, l'hem pogut comprovar durament en l'episodi de la COVID. Centenars de milers de persones en ERTO i unes condicions d'habitatge precàries per a molta gent per viure un confinament.

I, a més de veure diferents nivells de treballadors vinculats al turisme –tant de qualitat com de quantitat– patint en aquest nou món ple d'incerteses, hem vist patir com mai creadors, productors, promotors i artistes ... tots vinculats al món de la cultura. Evidentment com a la resta de sectors econòmics, però ara i aquí estem parlant de turisme i cultura.

Jo, en aquest grup de treball, represento una part de la cultura patrimonial. Però també voldria subratllar que el fet de ser una fundació sense finalitat de lucre que gestiona la Pedrera ens ha permès:

- Protegir, cuidar i difondre un edifici icònic i emblemàtic de Gaudí declarat Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO.
- Rebre cada any un milió de visitants mantenint escrupolosament els aforaments permesos d'acord amb el Pla d'Usos vigent de l'edifici.
- Programar cada dia activitats culturals (La Pedrera Art Lab, Festival de Poesia, Residències Musicals, Nits de Jazz, serveis pedagògics per a tots els nivells educatius, exposicions, concerts, teatre experimental, etc.).

Alhora, la visita a la Pedrera ha estat una font d'ingressos que, a banda de donar oportunitats a tots els àmbits culturals, ens ha permès generar ocupació per a gent jove i, a més, incidir en la qualitat de vida de molts grups de ciutadans d'aquesta ciutat que pateixen desigualtats socials, econòmiques i educatives, a través de diferents programes que impulsa la Fundació Catalunya La Pedrera:

- Promovent la igualtat d'oportunitats (PAE, Programa d'Acompanyament Educatiu).
- Atenent envelliments complicats per a les persones grans i les famílies (Programa REMS –tallers de memòria i socialització per afectats d'Alzheimer i Parkinson– i Dinars en companyia –dinars de qualitat carregats d'afecte i companyia per a gent gran que viu sola.

- Vinculant escoles desfavorides i estigmatitzades amb equipaments de primer nivell d'aquesta ciutat (MNAC, Picasso, TNC, ESMUC, Taller de Músics, Mercat de les Flors,...) per augmentar l'atractivitat de les escoles i actuar de revulsiu d'equips docents i de la seva autoestima professional. És el nostre Programa Tàndem i és un programa d'èxit avaluat curs rere curs, que s'inspira en les Magnet Schools de la ciutat de Nova York.

- I col·laborant amb els centres de recerca ubicats a la ciutat de Barcelona, (IRB, CRG, CREI, IBEC,...). Però no només això, sinó també promovent les vocacions científiques. Tenim un grup de més de 1.000 "fellows" repartits pel món que van rebre el tret de sortida de les seves carreres científiques a través dels nostres programes Joves i Ciència i Bojos per la Ciència.

He volgut destacar aquests quatre projectes però us recomano que entreu a la Memòria d'activitats 2019 publicada a la nostra web.

Però no sóc aquí per a fer comunicació de la nostra Fundació sinó una petició: L'administració hauria de confiar en els agents socials de la ciutat. Els hi hauria de fer costat. Els hauria de protegir i hauria de generar punts de trobada i de diàleg que permetin somniar en gran, que no prejutgi, que valori l'esforç i que sumi identitats, compromisos, talents i desitjos per fer de Barcelona una ciutat millor per a tothom. Ha d'admetre propostes, analitzar-les, avaluar-les i, si es considera oportú, permetre posar-les en funcionament.

I, finalment, dues propostes.

PRIMERA PROPOSTA

Si Turisme de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme, dues de les institucions promocionals de referència, han fet durant anys una esplèndida promoció de la ciutat de Barcelona tant per congressos, convencions i fires.

Si amb una feina constant i rigorosa han posat la gastronomia i els seus creadors de primer nivell en l'imaginari de tota la comunicació i màrqueting que acompanya la promoció de Barcelona com a destinació perquè no fer-ho de forma ordenada però intensa també tant amb la producció cultural com amb la cultura patrimonial. I fer-ho, com proposa la tesi, fent de far d'atracció a la ciutat de Barcelona per després il·luminar tot el que l'envolta. Barcelona com a far que il·lumina tots els equipaments culturals de Catalunya.

I fer-ho en el sentit més ampli possible i amb una veritable càrrega de generositat. També aquí parlo d'equipaments com Món Sant Benet, però també podria parlar-ne d'altres.

És interessant la nostra bicefàlia: tenim un equipament cultural urbà –la Pedrera– i tenim un equipament cultural no urbà –Món Sant Benet– i sabem com vivim en dues dimensions paral·leles en les estratègies de màrqueting i comunicació institucional. Fins ara no ha estat possible. Podem estar presents en la relació d'equipaments gaudinians o modernistes de la ciutat de Barcelona i també podem constar a les promocions de la Diputació de Barcelona, però mai ha estat possible, per exemple i repeteixo és només un exemple, explicar que l'antic local de Vinçon era la residència habitual del pintor Ramon Casas i que Sant Benet era la seva casa d'estiueig i que l'arquitecte que el va ajudar en la remodelació del monestir com a casa d'estiu va ser Puig i Cadafalch. Parlo, en definitiva, de trencar esquemes mentals que sempre resulten reduccionistes.

SEGONA PROPOSTA

Hem d'aconseguir augmentar el temps que els Telenotícies dediquen a les propostes culturals. Jo m'atreuria a demanar que es programin dos minuts menys d'actualitat esportiva i que aquests dos minuts s'afegeixin en l'actualitat cultural. Parlo de sumar quantitat, però també d'afegir-hi qualitat: informació sobre la cultura en el prime time. Amb el temps que s'hi dedica actualment és impossible conèixer l'oferta cultural real de concerts, obres de teatre, exposicions ...

Em preocupa i molt recuperar els visitants de Barcelona. No serà fàcil i sí, tenim una oportunitat per evitar errors, però crec que el que hem de fer primer és un discurs positiu, propositiu i aglutinador.

Em preocupa, i molt, recuperar els visitants de la Pedrera perquè això ens permetria recuperar totes les programacions culturals i així tornar a programar i contractar “els nostres *bolos*”.

Vull recuperar als nostres visitants habituals per tornar a trucar als equipaments culturals i programar “nous *tàndems*”.

Vull continuar fent créixer tots els nostres projectes emblemàtics que pretenen estar al costat de joves i grans.

I vull que Barcelona recuperi l'ambició amb majúscules de ser destinació de qualitat amb una profunda vocació social. Ningú no hauria de quedar enrere.

ANNEX

CONCLUSIONS DE SÍNTESE DEL FOCUS GROUP

- Cal un nou model de ciutat seguint el concepte **New Lab** que projecta la ciutat cap al futur a través de la creativitat i la cultura.
- La concepció de la cultura, de caire institucional, també s'ha esgotat. La ciutat, vista com un museu, no es redueix al seu contingut, sinó que cal posar el focus en la gestió d'aquest contingut.
- Cal buscar en paral·lel un **nou model turístic**, perquè la ciutat del futur serà inevitablement turística.
- Cal millorar la comunicació i forjar un **nou relat per legitimar el turisme**, tot i que no és fàcil atès el seu impacte negatiu a diversos nivells.
- La **redistribució de la riquesa** que genera el turisme és un dels punts més conflictius en l'actualitat.
- Tot i ser essencial per a la riquesa del país, **el turisme gaudeix d'una mala imatge** també per la precarietat laboral del sector, les irregularitats i l'abús que pateix la mà d'obra, quan és el sector que més hi inverteix: un 29% de la seva inversió és en capital humà.
- És important que l'Ajuntament segueixi treballant amb el sector en iniciatives com el Compromís Biosphere (de **sostenibilitat del turisme i turisme responsable**) i el Fair Hotels (condicions laborals justes) i que tinguin continuïtat.
- S'ha reclamat un Pla Nacional del Turisme a Catalunya. Actualment, existeixen dos documents realitzats de manera participativa i interactiva amb els diferents sectors que operen en l'àmbit turístic, tant públic com privat: el **Pla Estratègic de Turisme a Catalunya** i el Pla de Màrqueting Turístic de Catalunya. Aquests documents es troben en fase d'implantació i abasten un període que va del 2018 al 2022.
- **El canvi constant de regles pertorba el sector** dificultant que es desenvolupi cap a un model més sostenible.

- El sector turístic té una **manca d'ambició** i no explota prou el seu potencial a nivell de patrimoni, un problema que afecta el sector a nivell estatal.
- Es constata la presència d'unes “elits extractives ” que no es preocupen de redistribuir la riquesa i que han condicionat des fa anys la conversa amb les administracions públiques. En aquest diàleg amb el consistori, entaulat a partir del 2015 amb el Consell Turisme i Ciutat, **la cultura no ha ocupat el lloc central** que li correspon.
- Cal **comunicar millor a la ciutadania** l'impacte positiu que té el turisme a nivell social, que es fa palès en centres com ara la Fundació La Pedrera i el Recinte Modernista de Sant Pau, on gràcies als ingressos procedents del turisme es pot preservar el conjunt monumental i fer-ne divulgació.
- S'ha demanat **més complicitat entre administracions** per sumar esforços a l'hora de gestionar els equipaments culturals, així com entre el sector públic i privat.