

Patrimoni, turisme i ciutat

Relatora: Saida Palou Rubio

El patrimoni com a lloc viu i creatiu

Els patrimonis de la ciutat, siguin tangibles o intangibles, són llocs que construïm de forma col·lectiva i transmetem de generació en generació. Són llocs transferibles, vius i canviants que no ens pertanyen *stricto sensu*, sinó que més aviat som nosaltres els que pertanyem a ells. *Som dels patrimonis*, i aquest fet ens dóna drets i deures, compromisos i responsabilitats: podem utilitzar-los i reutilitzar-los, interpretar-los i reinterpretar-los, conservar-los i compartir-los.

A grans trets, l'ús i gestió dels patrimonis pot desenvolupar-se en el marc de dues perspectives antagòniques: la primera (més conservadora) atribueix al patrimoni la representació d'una determinada identitat i el concep com a llegat que cal preservar i contemplar, com a lloc estàtic i fins i tot intocable. La segona perspectiva assumeix una idea més dinàmica i creativa del patrimoni, ja que l'entén com a lloc viu, actiu i polisèmic, és a dir, com a lloc disponible i adaptable segons els usos i les circumstàncies. Actualment s'ha passat de concebre, gestionar i intervenir el patrimoni com un lloc reservat exclusivament a l'exhibició i a la contemplació a tractar-lo com un lloc destinat a la creació i a la participació; de fet el patrimoni s'ha convertit en un bé de consum que pot ser comercialitzat i capitalitzat en termes de mercat.

Els patrimonis poden ser llocs de referència i representació de la comunitat local, elements de cohesió (i de conflicte) i espais turístics. O tot alhora. De fet el patrimoni té una funció protagonista en les ciutats turístiques contemporànies, la majoria de les quals troben en l'element patrimonial un pretext imprescindible per a la seva promoció (cosa que no vol dir que tots els patrimonis obtinguin la mateixa quota de participació en les dinàmiques turístiques, ni tampoc els mateixos rèdits o costos). Plantejar-se els límits i excessos comercials dels patrimonis és tan oportú i necessari com plantejar-se les possibilitats de posta en valor de llocs patrimonials poc visibles o reconeguts –sigui per la seva localització, caràcter o oportunitat turística.

Els patrimonis esdevenen nodes físics i simbòlics, atreuen visites, generen dinàmiques socioeconòmiques al seu entorn, es converteixen en un factor de competitivitat de les destinacions i tenen un paper actiu en les estratègies d'imatge, marca i *branding*, al mateix temps que representen un element central en els imaginaris turístics. El turista, a més de ser un consumidor de patrimoni, també participa activament de la seva creació, significació i internacionalització. De fet, el turisme esdevé un agent actiu en els processos de patrimonialització de la ciutat, en el sentit que pot contribuir a la recuperació i valorització de recursos. Ara bé, que no se'ns escapi la paradoxa que això pot comportar: el turista, al mateix temps que *sacralitza* llocs, també els pot *banalitzar*.

El patrimoni en clau turística. Dilemes i solucions?

Barcelona compta amb una notable disseminació de patrimonis al conjunt del seu cos urbà que formen part de la quotidianitat de la ciutat i de l'experiència turística: patrimonis que són *llocs de la identitat, la creativitat i el consum*. En aquest sentit proposem un debat crític i constructiu al voltant de l'ús i la gestió del patrimoni públic en clau turística. Algunes qüestions de partida per al debat poden ser les següents:

» **La democratització, accés, accessibilitat i interpretació dels patrimonis**

Totes les persones tenen dret a l'accés, coneixement i ús del patrimoni, per això cal garantir la democratització d'aquest dret. També cal tenir en compte que un mateix element patrimonial pot ser llegit, sentit i interpretat de formes molt diverses en funció dels codis culturals de cada persona, per això cal afavorir l'adaptació dels llenguatges i narratives. *Quin grau d'adaptació tenen els llocs patrimonials de Barcelona? Es garanteix sempre el coneixement, accés i ús dels patrimonis a tots els col·lectius? Quines estratègies d'inclusió mínimes es compleixen? Existeix una plena adaptació de les narratives i continguts dels patrimonis a la diversitat de públics que hi accedeixen? La senyalística facilita l'accés als patrimonis?*

» **L'ús intensiu dels patrimonis**

Un dels elements més ben valorats per part del turista que visita Barcelona és la cultura, i en concret el patrimoni urbanístic acostuma a estar a l'inici de la cadena de valor en l'experiència turística. El cert és que hi ha un determinat patrimoni cultural (urbanístic, gastronòmic, artístic...) que s'ha promocionat molt bé en termes turístics, ja que ha calat en els imaginaris i l'experiència turística de forma indiscutible. Alguns recursos patrimonials acumulen una presència intensa de turistes al llarg de l'any, com per exemple el Temple de la Sagrada Família, la Rambla i el Park Güell. Aquest fet genera diversos efectes: pressió territorial, canvi d'ús d'aquests patrimonis i el seu entorn, incomoditats quotidianes com el lliure accés i circulació, canvis de símbols i espais, desplaçament de la població local... En les discussions dutes a terme en el marc del PAM, ha tingut un consentiment ampli la proposta d'aplicar una taxa específica als autocars que entren a Barcelona a turistes que no pernocten, una mesura que pot compensar l'impacte que generen en la mobilitat urbana, entre d'altres. *Quins mecanismes de dissuasió destinats a reduir la congestió són més efectius i encertats? En quina línia cal treballar per a minimitzar el desgast dels patrimonis? S'han creat patrimonis hegemònics, patrimonis subalterns i patrimonis incòmodes? El patrimoni industrial ha sucumbit al llegat modernista? S'ha creat una hegemonia en el valor dels diferents patrimonis de la ciutat?*

» **Els patrimonis no centrals**

Les oportunitats de generar visibilitat i valor dels patrimonis depenen bàsicament de dos aspectes crítics: de la localització i la idiosincràsia de cada bé. En general, podem assumir que existeix una lògica segons la qual l'ús intensiu del patrimoni té a veure la localització, idiosincràsia i estratègies de promoció, i per efecte la invisibilitat turística de determinats patrimonis es pot explicar per aquestes mateixes raons. La promoció intensa i persistent d'alguns patrimonis ha anat en detriment de la posta en valor d'altres patrimonis i de la seva capacitat de generar interès; en aquest sentit la recuperació i l'activació patrimonial en llocs no centrals (dins i fora la ciutat) pot servir per compensar o reduir la pressió dels llocs més carregats. Tot i així, *de què depèn que la recuperació i l'activació patrimonial a llocs no centrals sigui viable? Quins criteris cal establir per dinamitzar nous patrimonis?*

» **La catalogació i la protecció dels patrimonis**

Actualment Barcelona compta amb 9 recursos declarats Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO i amb un notable catàleg de Béns Culturals d'Interès Local i Nacional. Les ordenances de protecció dels patrimonis han de compaginar els objectius de protegir i alhora facilitar l'ús a la població dels béns. Però: *com s'aconsegueix l'equilibri entre les exigències de protecció i consum dels llocs patrimonials? L'aposta per a noves patrimonialitzacions, a què ens aboca?*

» **La importància dels intangibles**

Diferents patrimonis intangibles, com la memòria històrica, les festes, les tradicions, els símbols, la gastronomia o l'art, entre d'altres, també formen part de les experiències turístiques contemporànies, en la mesura que constitueixen elements lligats a la identitat de la població local. Ara bé: *quin interès i visibilitat turística tenen aquests patrimonis a Barcelona? Ens interessa posar-los a l'abast del turista? Quins discursos transmeten? Com alguns d'aquests referents poden contribuir a diversificar els imaginaris sobre Barcelona?*

» **El patrimoni com a bé comú**

El patrimoni és un bé comú de la comunitat en el que, en principi, la població s'hi sent reflectida i representada. Malgrat això, el barceloní no sempre se situa com a prescriptor del patrimoni de la ciutat; sovint no se sent implicat en les estratègies d'activació ni beneficiat dels rèdits de la seva posta en valor. Des de fan anys diversos equipaments museístics, culturals i patrimonials planifiquen estratègies i accions que afavoreixen l'accés dels locals als equipaments que tenen un major consum turístic, com la Nit dels museus i la gratuïtat dels museus els diumenges. Segons les discussions generades en el marc del PAM, cal continuar impulsant estratègies que afavoreixin la visita dels barcelonins en els llocs turístics més congestionats. *Quines mesures es posen en marxa per apropar el públic local als equipaments culturals de Barcelona? Com aconseguim la implicació del ciutadà en la valorització patrimonial? Disposem de mecanismes que assegurin la transmissió dels patrimonis a les generacions futures?*

» **La creació i gestió de dades**

Actualment hi ha museus que tenen una afluència que supera el milió de visitants anuals, i molts d'altres que no arriben als 100.000. Conèixer els públics (perfils segons procedència i motivació), així com el seu tipus d'experiència i grau de satisfacció pot ajudar significativament a la millora, adequació i promoció dels patrimonis. *Quines dades es recullen i sistematitzen en relació als usuaris dels patrimonis? Quin ús se'n fa i quin ús se'n pot fer d'aquestes informacions?*

» **La col·laboració entre els agents**

El mosaic d'agents que intervenen en la gestió del patrimoni públic és heterogeni: institucions, sectors públics, sectors privats, iniciatives veïnals i de caràcter local, etc. L'articulació dels interessos i funcions d'aquest conjunt d'agents és complexa i necessària. *Existeixen marcs de col·laboració eficients? Quines demandes resten desatenses? Quines responsabilitats s'assumeixen?*

Aquestes qüestions són el punt de partida per un debat sobre patrimoni, turisme i ciutat que s'espera que sigui contrastat i productiu.