

**Xavier Fina**

Director de ICC Consultors

Ponencia

***El establecimiento de espacios estables de debate y transferencia de ideas entre los sectores culturales y turísticos. Cultura y turismo: gobernanza y conocimiento compartidos***

## **1. Presentación**

### ***El punto de partida***

El foro de debate “Ciudad, turismo y cultura” parte de unas tesis iniciales que en esta ponencia doy por buenas. Para mantener un relato coherente con el conjunto de las perspectivas, pero sobre todo porque las comparto plenamente.

En relación con el turismo —la economía del visitante—, los tres elementos centrales de estas tesis son:

1. La aceptación que la economía del visitante es una realidad global que aporta un enorme potencial a una ciudad.
2. La convicción que la gestión de los visitantes que recibe una ciudad debe obedecer a objetivos consensuados previamente con la ciudadanía y que eso, en el caso de Barcelona, implica apostar por la calidad del turismo y no por la cantidad, adecuar los flujos a los requerimientos de la Agenda 2030 y el respeto a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) que se derivan.
3. La necesidad de administrar con una lógica redistributiva las rentas que genera el turismo, y eso exige un esfuerzo de desconcentración, de diversificación de los contenidos que definen los imaginarios de la ciudad.

En relación con el papel que puede tener la cultura, se apunta una doble concepción:

1. La cultura como dimensión que configura la manera barcelonesa de entender el mundo y de gestionar la propia ciudad.
2. La cultura como ámbito que crea, produce y difunde contenidos que pueden interesar a ciudadanos de todo el mundo.

### ***La COVID-19: una coyuntura que lo cambia todo***

Sin caer en el tópico simplista de considerar que cualquier crisis es una oportunidad, la emergencia derivada de la crisis sanitaria debería permitir afrontar debates pendientes de una manera menos polarizada y más reflexiva que a lo que llamábamos *normalidad*. Un ejemplo paradigmático de este hacer de la necesidad virtud es el debate sobre el papel del turismo en la ciudad y, más concretamente, las relaciones entre turismo y cultura.

Desde la perspectiva del turismo, ya hace tiempo que se reflexiona sobre el modelo. Pero la situación actual obliga, más allá de tener que dar respuestas inmediatas, a

encontrar un consenso entre los más críticos con el turismo —que deben reconocer su importancia para la sostenibilidad económica de la ciudad— y los defensores del inmovilismo —que deben aceptar que la pandemia implica un cambio de paradigma que trascenderá la crisis sanitaria—.

Este, por lo tanto, es un contexto propicio para reflexionar de manera conjunta sobre las intersecciones entre turismo y cultura, entre modelo turístico y modelo cultural. En definitiva, para reflexionar sobre políticas públicas culturales y turísticas.

### ***La necesidad de espacios compartidos***

La relación entre turismo y cultura ha tendido a reducirse a un uso instrumental bidireccional. Una parte muy concreta de la oferta cultural —Gaudí, Picasso, MNAC, Miró, Sónar, etcétera— se ha nutrido de público turístico; estos atractivos culturales han permitido completar una oferta turística que incluye la cultura entre los valores de Barcelona, pero que solo hace efectivo este compromiso con una lista bien previsible.

Desde el punto de vista cuantitativo, el turismo es un caso de éxito. Y, para corregir las externalidades negativas, ha ido definiendo un modelo a través de planos estratégicos y medidas de gobierno. En este sentido, un eje central del cambio de modelo es desincentivar el turismo pasivo e incentivar el turismo aspiracional. En este cambio, la cultura debería tener un papel importante. Pero su presencia —como discurso y como sector— ha sido bastante periférica. Tampoco se ha tenido muy en cuenta el turismo a la hora de reflexionar sobre las políticas culturales. Más allá del uso instrumental ya expuesto, la mirada ha tendido a hacerse desde la sospecha.

La existencia de pocos espacios donde poder compartir ideas, debates y decisiones entre las dos miradas es la causa de la poca coincidencia a la hora de definir políticas de un ámbito y del otro. Por lo tanto, una condición necesaria, pero no suficiente, para hacer convergir estrategias es compartir espacios y plataformas de manera estable.

Para ello, en primer lugar, hay que analizar el potencial que tienen herramientas que ya existen. Por un principio de racionalidad y eficiencia, solo lo que ni cubran ni puedan cubrir los entes existentes, se tiene que plantear como propuesta.

## **2. Análisis potencial de órganos existentes**

### ***Consejo de Turismo y Ciudad***

Es el espacio de participación ciudadana creado en el 2016 a raíz de la elaboración y la aprobación del Plan estratégico de turismo 2020. Las funciones que tiene son, precisamente, elaborar ideas y asesorar al Ayuntamiento en materia turística. De acuerdo con su reglamento, debe haber dos entidades —de un total de veinticuatro— del sector cultural y deportivo. Las dos son culturales porque no se presentó ninguna candidatura más: la Fundación Joan Miró y ADETCA. Asimismo, en el Consejo de Turismo y Ciudad están presentes doce personas expertas. Ninguna de estas personas tiene bagaje profesional o académico en el ámbito cultural. Asimismo, hay varios grupos de trabajo: ninguno dedicado a la cultura. En la medida en que se valore este consejo como

un instrumento útil, hay mucho recorrido para ampliar la presencia de la mirada cultural en este órgano.

### ***Consejo de la Cultura de Barcelona***

Constituido en el 2007, es el organismo de participación y diálogo sobre políticas culturales del Ayuntamiento de Barcelona. Con representantes de entidades y personas de reconocida valía en el sector cultural, aparte de alguna función ejecutiva —como el otorgamiento de los Premios Ciutat de Barcelona— el núcleo central de su actividad tiene relación con la reflexión y el diálogo. En este contexto —aunque no ha sido un eje demasiado presente hasta ahora— se podría articular como un espacio de debate e intercambio de ideas entre turismo y cultura. Asimismo, se podría establecer un acuerdo entre el Consejo de Turismo y el de Cultura para crear un grupo de trabajo estable sobre la cuestión.

### ***Observatorio del Turismo***

Es un órgano ejemplar desde el punto de vista de la cooperación interinstitucional. Constituido en el 2017, es la plataforma de trabajo en materia de información estadística del turismo, conocimiento e inteligencia de mercados de Barcelona. Es un trabajo conjunto del Ayuntamiento de Barcelona, la Diputación de Barcelona, el Consorcio Turismo de Barcelona y, desde el 2019, la Cámara de Comercio. Uno de los elementos más destacables es el tratamiento unificado y singularizado de los datos desde tres niveles territoriales: Barcelona ciudad (municipio), Barcelona región (provincia sin la ciudad de Barcelona) y destino Barcelona (toda la provincia).

Las estadísticas que recoge el Observatorio incorporan datos sobre cultura (clasificaciones, valoraciones de satisfacción, motivación del viaje), pero —valorando mucho lo que se hace— ha posibilitado profundizar en términos de análisis de imaginario o de vínculos entre cultura y turismo si se incorporan miradas interpretativas y cualitativas. El trabajo estadístico es necesario y constituye el fundamento de cualquier observatorio. Pero para ser un espacio de generación de conocimiento hay que complementarla. Una de las líneas de trabajo de esta profundización se tendría que hacer con una mirada cultural en que participaran expertos de este ámbito.

### ***Fundación Barcelona Cultura***

Fundación creada en el 2005 para impulsar la colaboración público-privada para la producción, la difusión y la conservación de contenidos culturales y del patrimonio. Aunque hace años que no parece muy activa, su estatuto jurídico le otorga determinados beneficios fiscales que pueden incentivar el patrocinio empresarial. En este contexto, la medida de gobierno de enero del 2020 sobre creación de nuevos imaginarios turísticos recupera la fundación para contribuir a uno de los proyectos centrales de la medida (Distrito Internacional de Barcelona).

Este órgano es un espacio propicio —más allá del proyecto concreto que nos hace volver al presente— generar espacios de encuentro entre turismo y cultura; con una mirada a largo plazo, con una vocación de interés general y donde tengan cabida sectores empresariales de los dos ámbitos.

### ***Film Comission de Barcelona***

La misión de una comisión de cine es facilitar rodajes intermediando para obtener servicios. Ahora bien, el imaginario de una ciudad se constituye, en buena medida, a partir de la imagen que se transmite a través de las producciones audiovisuales. Obviamente, las localizaciones están al servicio de las historias o de los mensajes que los creadores quieren transmitir. Pero también hay espacio para que una oficina como esta sea proactiva, trabaje por la diversificación de la ciudad proyectada en imágenes. Aquí hay otro espacio desde donde se puede reflexionar —y aplicar las reflexiones— sobre la Barcelona que queremos explicar desde la intersección entre cultura y turismo.

## **2. Necesidades y propuestas**

### ***Nuevo imaginario***

El reto más importante que tiene la reflexión conjunta entre turismo y cultura es transformar el imaginario de la ciudad. Hasta la llegada de la COVID-19, había un gran contraste entre la vivencia cultural de los visitantes y la del público local. Una oferta que parecía dirigida solo al turismo y otra en la que no tenía ninguna presencia. Esto tiene varios efectos negativos. En primer lugar, la desconexión entre la ciudadanía barcelonesa y algunos de sus referentes culturales es una pérdida para la ciudadanía en la medida en que hace su vivencia cultural menos rica y diversa. Pero también es un problema para estos equipamientos —especialmente museísticos— que ven cómo disminuye drásticamente el número de visitantes cuando Barcelona deja de recibir turistas. En segundo lugar, la pandemia es —a pesar de todas las dificultades— el momento para hacer que estos equipamientos recuperen al público local. Y, finalmente, la concentración de los visitantes tiene también efectos negativos en la sostenibilidad ambiental y la movilidad, y transmite un relato poco diverso sobre la realidad cultural de la ciudad.

Desde el punto de vista cultural, hay muchas Barcelonas que no llegan al visitante. Y con una vocación comprometida con la diversidad, se tendrían que definir estrategias para llegar a este. Barcelona y las artes en vivo. Barcelona y la lectura. Barcelona y los derechos culturales. Barcelona y la creación. Barcelona y la música. Barcelona y el patrimonio industrial. Barcelona y el espacio público Barcelona y las industrias creativas. Sin salir de los ámbitos reconocidos como culturales ni pretensión de exhaustividad, esta es una posible lista para construir un imaginario complementario al actual. Y, para hacerlo, hay que tener la complicidad de librerías, bibliotecas, salas de teatro, salas de concierto y fábricas de creación; en una estrategia que solo será útil para la redefinición

del modelo turístico en la medida en que sea consistente y sólida desde la perspectiva de la política cultural.

No tengo claro que con los espacios de debate actuales se pueda elaborar y consolidar esta mirada. Quizá haría falta dar continuidad al trabajo iniciado con este foro y comprobar si se convierte en el embrión de un nuevo espacio o bien puede aprovechar algún otro existente.

### ***Las escalas territoriales***

El área metropolitana como escala de gobernanza: la ciudad es irresoluble si no afronta de manera inmediata una lógica metropolitana. Si pensamos en términos culturales y turísticos es evidente. La AMB ya ha empezado a planteárselo. Con una cierta centralidad en el caso del turismo, muy tímidamente en el de la cultura. Hay que establecer espacios con el AMB y con los municipios del entorno. La economía del visitante puede ser una buena puerta de entrada para el ámbito cultural, que siempre provoca incomodidades y suspicacias de centralismo barcelonés. En cualquier caso, una dimensión que sea a través de estructuras existentes como el AMB o la Diputación — parece lo más lógico— o con el crecimiento de otras nuevas —este mismo foro— se tiene que tratar desde esa escala metropolitana.

### ***Gestión de públicos y audiencias***

De acuerdo con lo que se apunta en la medida de gobierno, hay que promover una oficina de públicos y audiencias culturales para conocer y gestionar a favor de los proyectos culturales de Barcelona y su área la demanda y el consumo de contenidos, tanto con respecto a los públicos locales como a las personas de fuera que nos visitan. Aunque esta agencia tenga un papel instrumental y vinculado al aumento de los consumos, es obvio que su función constituye realidad, construye relato. Y eso no se puede hacer desde la inercia ni, únicamente, desde la lógica del marketing. La prescripción no es nunca neutral. Es necesaria la mirada crítica y el diálogo. Por lo tanto, aquí hay una nueva necesidad de espacio estable, en consonancia con los anteriores y siempre desde el principio de eficiencia.

### ***Generación de ideas***

Barcelona tiene una vocación de liderazgo en los grandes debates sobre ciudades. Históricamente lo ha hecho con la educación —Ciudades Educadoras— y con la cultura —Agenda 21 de la Cultura—. También lo está haciendo con la Bienal de pensamiento o con los modelos de movilidad y sostenibilidad. En este contexto, y con vocación de enriquecer un debate que no es nuevo, pero sobre el que ahora se está trabajando de manera insistente, está la oportunidad de liderar el discurso de la relación entre turismo y cultura a escala global.

Un espacio estable y regular que promueva el debate y la innovación en la relación de turismo y cultura; en el nuevo paradigma tecnológico e incorporando las reflexiones

obligadas derivadas de la pandemia; en un formato para definir y seguir trabajando. Un espacio donde Barcelona pueda realizar aportaciones. Un espacio donde Barcelona, sobre todo, pueda aprender.

## Anexo

### Conclusiones de síntesis del *focus group*

- **No se ha otorgado suficiente peso a la cultura ni al ámbito turístico**, en el que se ve como un efecto colateral, ni en el marco de la misma ciudad, ya que a menudo está ausente cuando la ciudad se piensa a ella misma.
- Hay que **velar por los derechos culturales de las personas residentes** que consumen poca cultura según las estadísticas. Eso también pone en evidencia una falta de comunicación dirigida a la ciudadanía.
- La ciudad, conocida en el ámbito internacional por su riqueza cultural, se tiene que proyectar como una **potencia cultural**, tomando como motores el conocimiento, la ciencia y la cultura.
- Hay que **superar la polarización** entre beneficios y perjuicios del turismo a la hora de construir un **nuevo imaginario**.
- Se ha criticado **la falta de coordinación** entre las entidades que reflexionan sobre el turismo y la cultura de la ciudad: El Consejo de Turismo y Ciudad, el Consejo de Cultura, el Observatorio del Turismo en Barcelona: ciudad y región, la Fundación Barcelona Cultura y la BCN Film Comission. En este sentido, se ha planteado la necesidad de crear una agencia de gestión que los englobe, pero al mismo tiempo se ha cuestionado si sería eficaz.
- La apertura al mundo representa un **peligro para el idioma catalán**, ya que rápidamente se pasa al castellano en las situaciones de comunicación con los foráneos. **La pérdida de la lengua significa al mismo tiempo una pérdida de identidad.**



UNA OPORTUNIDAD  
CONJUNTA  
FÓRUM DE DEBATE  
ENERO\_2021

- En relación con el punto anterior, la propia tradición se ha señalado como fundamental para reforzar la **singularidad de Barcelona** y esta singularidad es lo que atrae el turismo. Ahora bien, la instrumentalización es estéril: las acciones culturales deben tener sentido por ellas mismas.
- Ante el malestar que genera el turismo de masas, y aprovechando la parada provocada por la crisis de la COVID-19, haría falta **fijar unos objetivos cuantificables de decrecimiento** de este tipo de turismo.

**El turismo se tiene que pensar en clave metropolitana:** eso implica una reflexión sobre dónde se deben instalar los nuevos equipamientos culturales de la ciudad.