

Regió Metropolitana de Barcelona
Territori·Estratègies·Planejament

TURISME I METRÒPOLI

Reflexions per a una
agenda integrada



Papers

62

Regió Metropolitana de Barcelona
Territori·Estratègies·Planejament

Papers

62

Regió Metropolitana de Barcelona
Territori·Estratègies·Planejament

TURISME I METRÒPOLI

Reflexions per a una
agenda integrada

Papers. Regió Metropolitana de Barcelona és una publicació de l'Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona sota el patrocini i l'impuls de l'Ajuntament de Barcelona, l'Àrea Metropolitana de Barcelona i la Universitat Autònoma de Barcelona.

Consell de Redacció:

Consell acadèmic de l'IERMB

Les opinions expressades en els treballs publicats són d'exclusiva responsabilitat de les persones que n'assumeixen l'autoria.

Turisme i Metròpoli. Reflexions per a una agenda integrada

L'edició d'aquest número de **Papers** ha estat a cura de:
Albert Arias Sans de la Universitat Rovira i Virgili i Helena Cruz Gallach de l'IERMB

Distribució i subscripcions

Publicacions IERMB
93 586 88 80 – iermb@uab.cat

Per més informació consulteu <https://iermb.uab.cat>

Para la versión en castellano consultar: <https://iermb.uab.cat/es/revista-papers-cas/numeros-publicados>

Bellaterra, octubre 2019

Dipòsit legal: B 24316-2019

ISBN: 978-84-92940-38-7

ISSN: 1888-3621 (Versió impresa)

ISSN: 2013-7958 (Versió en línia)

© Àrea Metropolitana de Barcelona
Universitat Autònoma de Barcelona
Ajuntament de Barcelona

SUMARI

8	PRESENTACIÓ
10 ALBERT ARIAS SANS Universitat Rovira i Virgili – GRATET	TURISME I METRÒPOLI. APUNTS PER A UNA AGENDA INTEGRADA
20 FRANCESC LÓPEZ PALOMEQUE Universitat de Barcelona ANNA TORRES-DELGADO CETT-Universitat de Barcelona	EL TURISME A L'ÀREA METROPOLITANA DE BARCELONA
37 DAVID RODRÍGUEZ ORIOL ESTELA Pla Estratègic Metropolità de Barcelona	DESENVOLUPAMENT LOCAL I TURISME: ELS IMPACTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA EN EL TERRITORI METROPOLITÀ
48 SAIDA PALOU RUBIO Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural i Universitat de Girona	DISCURSOS TURÍSTICS SOBRE EL PAISATGE I EL PATRIMONI CULTURAL DE BARCELONA. IMATGES CONTRA LA CIUTAT
60 RICARD PIÉ JOSEP M. VILANOVA Institut Habitat, Turisme i Territori (UPC-UMA) i Equip BCpNa	ELS REPTES DEL PLANEJAMENT URBANÍSTIC METROPOLITÀ ENFRONT EL TURISME
70 TONET FONT UPC-ETSAB AURORA LÓPEZ Ajuntament de Barcelona ROGER CLOT Arquitecte	EL PLA ESPECIAL URBANÍSTIC D'ALLOTJAMENTS TURÍSTICS (PEUAT). UNA EINA CONTINGENT PER REGULAR EL TURISME
78 ENRICO PORFIDO Institut Habitat, Turisme i Territori (UPC – UMA) i Università degli Studi di Ferrara CYNTHIA C. PEREZ Institut Habitat, Turisme i Territori (UPC – UMA) MELISA PESOA Universitat Politècnica de Catalunya	CUANDO EL PLANEAMIENTO ATRAE EL TURISMO. EL CASO DEL BARRIO DEL RAVAL

92

CLAIRE COLOMB

The Bartlett School of Planning (UCL)

THOMAS AGUILERA

Sciences Po Rennes

FRANCESCA ARTIOLI

Ecole d'Urbanisme de Paris (UPEC)

GOBERNANZA URBANA Y RETOS DE LA
REGULACIÓN DEL ALQUILER VACACIONAL Y DE
LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LAS GRANDES
CIUDADES EUROPEAS

102

MARC MONTLEÓ

GUSTAVO RODRIGUEZ

NUNO TAVARES

Barcelona Regional

ELS REPTES AMBIENTALS DEL TURISME
A LA CIUTAT DE BARCELONA

120

CRISTINA JIMÉNEZ ROIG

JOANA LLINÀS

ADRIÀ ORTIZ

Barcelona Regional

AINA PEDRET

Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme

LA INTEGRACIÓ DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN
LA PLANIFICACIÓ I LA GESTIÓ DE LA MOBILITAT.
APUNTS DES DE LA DESTINACIÓ BARCELONA

PRESENTACIÓ

El número 62 de la revista **Papers** vol contribuir a generar coneixement a l'entorn de les múltiples dimensions que configuren la relació canviant entre el turisme i el territori i, de forma més específica, entre *turisme i metròpoli*. Es tracta d'una mostra més del compromís de l'IERMB amb un model d'anàlisi acadèmicament rigorosa i socialment responsable. Una anàlisi que, en aquest cas, es projecta sobre les dinàmiques turístiques en contextos espacials concrets, i sobre les polítiques públiques amb capacitat de governar aquestes dinàmiques. Emergeix per tant, en termes de diagnosi i d'actuació, la qüestió clau de vincular el turisme amb la construcció quotidiana del dret a la metròpoli.

El volum que teniu a les vostres mans (o a la vostra pantalla) està format per deu articles heterogenis, escrits des de mirades plurals i sobre focus temàtics diversos. Treballs que, en el seu conjunt, responen però a un objectiu vertebrador: conèixer millor la realitat turística metropolitana i avançar en la configuració d'una agenda integrada de polítiques urbanes al voltant del turisme.

Papers 62 s'obre amb un conjunt d'articles que presenten, en exercicis inèdits fins ara, tant els principals vessants de la metròpoli turística, com les reflexions clau que fonamenten la necessitat de governar-la; de construir de manera inajornable una agenda de governança metropolitana del turisme. El bloc central del monogràfic el constitueix un conjunt de reflexions al voltant de la

relació entre l'urbanisme i l'activitat turística. No es tracta només d'analitzar el potencial d'ordenació del turisme per mitjà dels instruments establerts de l'urbanisme, sinó sobretot repensar i innovar l'urbanisme a partir de realitats territorials emergents on el turisme juga ja avui un paper cabdal, amb potents impactes socials. El volum aborda, finalment, tres qüestions bàsiques per a la governança i la gestió dels espais turístics metropolitans: els reptes habitacionals (lloguer vacacional i plataformes digitals), ambientals (impactes en els vectors d'aigua, energia, residus i soroll; i petjada de carboni del turisme) i de mobilitat (repartiment modal, pautes espacials, debat tarifari entre usos quotidians i turístics...).

La qüestió turística és objecte debat social i institucional, i pren avui a Barcelona una volada extraordinària. Amb aquest volum pretenem aportar elements de coneixement que ajudin a abordar-la. És una aposta que ens identifica: treballar en el camp de la recerca a prop del que ens passa en el dia a dia. Generar eines que resultin útils a la ciutadania, a les institucions i a la comunitat científica. Aquest número de **Papers** és, clarament, el resultat d'un treball col·lectiu. Cal doncs expressar un agraïment sincer al conjunt de les autores i els autors, i en especial a Albert Arias i Helena Cruz com a responsables de l'edició d'aquest monogràfic. A totes i tots gràcies per enfortir l'aposta per un coneixement de qualitat i compromès. I fer possible, des d'aquests valors, el lliurament del número 62 de **Papers**, la revista de l'IERMB.

1. Introducció

2. Disposicions inicials per a un canvi de paradigma

2.1. El turisme, una qüestió col·lectiva

2.2. El turisme, vector clau en la construcció de l'espai metropolità

2.3. El turisme, un objecte polític descentrat

3. Dinàmiques turístiques del territori metropolità

4. Presentació del volum

5. Governar el turisme. Una agenda futura

Referències bibliogràfiques

TURISME I METRÒPOLI. APUNTS PER A UNA AGENDA INTEGRADA

Resum

El present article té la voluntat de sintetitzar i recopilar els arguments, les motivacions i l'agenda comuna de les diferents contribucions que componen aquest volum número 62 de la revista PAPERS. Així, aquest text delimita el marc conceptual des del qual abordar la relació entre el turisme i el territori metropolità. Per fer-ho, defineix en primer lloc les disposicions inicials que serveixen com a punt de partida conceptual amb l'objectiu de trencar amb una concepció sectorial del turisme a favor d'una aproximació integrada per les polítiques públiques. En ell també s'apunten sintèticament les principals dinàmiques turístiques del territori metropolità de Barcelona i, finalment, s'exposen els continguts dels nou articles i la relació entre ells, per concloure amb uns breus apunts per definir una agenda futura de les polítiques metropolitanes.

Paraules clau: Turisme, territori metropolità, agenda integrada, polítiques públiques.

1. Introducció

Barcelona ha esdevingut una ciutat turística. Prop de 18 milions de turistes anuals, cent cinquanta mil visitants de mitjana al dia, gairebé cinquanta milions de passatgers a l'aeroport de Barcelona-El Prat, tres milions de creueristes, més de cent quaranta mil places d'allotjament turístic reglades... dades inapel·lables que deixen poc espai al dubte: Barcelona és una destinació turística de nivell mundial i totes les previsions apunten que continuarà essent-ho en els anys propers anys.

L'impacte del turisme avui a Barcelona és innegable, i ha esdevingut una de les qüestions centrals en els debats sobre el futur de la ciutat de Barcelona en els darrers anys. La rellevància del turisme en les agendes polítiques, en els mitjans de comunicació, en l'opinió pública, en els debats acadèmics, en els fòrums empresarials i, fins i tot, en les protestes veïnals ha estat més que notable. Tal i com alertava López Palomeque (2015), el turisme a Barcelona ha "superat la situació inicial d'activitat complementària i s'ha convertit en un component estructural del seu sistema productiu, del seu metabolisme, que marca la seva quotidianitat, que no deixa indiferents els ciutadans i que ha configurat la imatge de la ciutat per la qual se la reconeix internacionalment." (pàg. 486). D'aquesta

manera, les activitats turístiques i els seus efectes han transcendit el caràcter sectorial per incorporar-se a un debat molt més ampli, plural i col·lectiu; multiplicat també el nombre de veus i agents que parlen del turisme. Pensem, per exemple, en els debats al voltant de l'impacte del lloguer vacacional i com aquest debat ha transcendit l'àmbit dels agents econòmics —patronals del sector, associacions de propietaris, intermediaris— per convertir-se en una de les controvèrsies més importants dels darrers anys a Barcelona. La convivència, el descans, la mobilitat, el dret a l'habitatge o la massificació de l'espai urbà s'han incorporat al debat del turisme, en què l'administració pública ha hagut de prendre decisions i posar en marxa instruments de gestió urbana i planificació urbanística. Aquest exemple mostra clarament la necessitat d'apostar per una aproximació integrada i relacional, descentrar l'objecte d'actuació i repensar la manera en què s'aborden les qüestions al voltant del turisme, tot incorporant el seu caràcter territorial.

Quan parlem de turisme cal tenir molt clar que parlem de dinàmiques globals que depassen els límits administratius. La indústria del transport, la construcció de la imatge de la destinació, els canals de comunicació i intermediació, les preferències i les motivacions de la demanda turística són determinants en la configuració del territori metropolità. Tanmateix, cometriem un greu error, al nostre entendre, si penséssim en el territori com el resultat d'uns impulsos i dinàmiques globals. Les metròpolis no hi són alienes, sinó responsables de la globalització. Aquesta es canalitza i vehicula a l'escala local i territorial a través dels processos d'urbanització, a través del moviment de persones, objectes, imatges; i a través de les pràctiques, des de les transaccions financeres a les compres a peu de carrer.

Si bé el turisme té un pes cada vegada més gran en el debat metropolità, el cert és que no hi ha un discurs unitari al voltant dels reptes i els programes d'actuació. Així doncs, no pretenem en aquest article introductor reproduir la llista exhaustiva dels reptes al voltant del turisme a la metròpoli de Barcelona. Entenem que aquesta és una tasca que ja queda palesa en els diferents documents programàtics vigents a l'entorn metropolità, amb lògiques i objectius força diferenciats entre ells. Aquests documents són: el *Pla Estratègic de Turisme 2020 Barcelona* (Ajuntament de Barcelona, 2017a), el *Pla de Turisme Metropolità* (Àrea Metropolitana de Barcelona, 2017), el *Pla de Màrque-*

ting Turístic de les comarques de Barcelona 2017-2020 (Diputació de Barcelona, 2017) i el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2018-2022 (Generalitat de Catalunya, 2018).

El que pretenem en aquest volum de la revista *Papers* és complementar aquests documents programàtics amb una reflexió coral sobre la necessitat d'abordar l'anàlisi, la planificació i la gestió de l'activitat turística de forma integrada amb les polítiques metropolitanes. De nou, López Palomeque (2015) ho sintetitzava molt bé quan argumentava que "Barcelona té el repte d'assumir el pas de la gestió del turisme —el model de gestió de la promoció i el foment del turisme— a la gestió de la ciutat (turística)". Ens trobem, doncs, davant d'un canvi de paradigma que ens obliga a replantejar i redefinir ambdues, les polítiques turístiques i la forma com es conceben la planificació i la gestió de la metròpoli tenint en compte l'agència de les activitats turístiques amb una vocació clarament pública; és a dir, garantint per sobre de tot l'interès general i el bé comú. Aquest és, sens dubte, l'objectiu principal d'aquest volum. Per fer-ho, hem cregut necessari complementar l'anàlisi de la transformació del territori metropolità a través de les activitats turístiques tenint en compte els seus efectes, així com també aprofundir en les eines, instruments i polítiques públiques per a una gestió territorial del turisme. Parlem de reflexions que escapen a la mirada sectorial i que es desplacen cap a disciplines i temàtiques tan diverses com són l'urbanisme, la mobilitat, la gestió ambiental, el patrimoni i el paisatge, el desenvolupament econòmic local o l'agenda digital.

Aquest capítol introductor té la missió de definir els marcs a través dels quals es proposa obrir aquest debat. Per fer-ho, en primer lloc, s'estableixen unes disposicions inicials que pretenen copsar el canvi de paradigma necessari per canviar l'agenda de les polítiques públiques al voltant del turisme. En segon lloc, es defineixen algunes de les dinàmiques turístiques clau en el territori metropolità i que són, ahora, objecte del debat i les propostes que es presenten al llarg d'aquest número. En tercer lloc, es presenta l'estructura i el contingut del número, cercant d'enfilair argumentalment la relació entre ells i en el conjunt del volum. Per últim, s'obre un darrer capítol amb una sèrie de qüestions que creiem que han de ser llargament debatudes tècnicament i, sobretot, políticament, per tal de consolidar una nova agenda turística metropolitana.

2. Disposicions inicials per a un canvi de paradigma

S'exposen a continuació alguns aspectes clau que volen ajudar a concretar el canvi de paradigma defensat al llarg dels articles d'aquest volum. Tres declaracions acompanyades d'una reflexió situada en el context actual de la ciutat central de Barcelona —i que en el següent apartat intentarem extrapolar a la metròpolis— però ahora també compartida amb altres referències i posicionaments acadèmics que defensen també a la necessitat d'un gir en les polítiques turístiques. Destaquem tres elements clau per aquesta nova realitat. En primer lloc, l'assumpció del fet que el turisme ha esdevingut una qüestió pública i una preocupació col·lectiva. Les polítiques turístiques ja no se sostenen

només amb paràmetres econòmics i lògiques empresarials. S'ha ampliat el ventall d'elements en joc i, consegüentment, l'agenda de polítiques per poder respondre als reptes al voltant del turisme. En segon lloc, la constatació que el turisme ha esdevingut un dels vectors clau en la configuració de la ciutat en els darrers anys, un fet que ha provocat greuges i desequilibris socials i territorials més enllà de la pròpia activitat. I en tercer lloc, s'evidencia que els reptes del turisme no es resolen exclusivament des de les polítiques turístiques dutes a terme fins ara, sinó que requereixen un ventall molt ampli d'instruments i polítiques urbanes i metropolitanes.

2.1. El turisme, una qüestió col·lectiva

Tal i com ja hem avançat a la introducció, un dels canvis més substancials a la ciutat de Barcelona en els darrers anys és el fet que el debat al voltant del turisme ha passat a ser una qüestió col·lectiva. L'augment progressiu de visitants i l'evidència dels seus efectes ha fet emergir un debat visible i plural que ha multiplicat les veus, les temàtiques i fins i tot els objectes en disputa dins del marc que anomenem *turisme*. Cal recordar que durant el primer semestre de 2017 el turisme fou reconegut per la ciutadania com el primer problema col·lectiu de Barcelona, amb un 19% de resposta espontània, segons el baròmetre municipal (Ajuntament de Barcelona, 2017b). Si bé aquesta xifra requereix una anàlisi en profunditat dels marcs comunicatius i polítics del context en què s'esdevenia, el cert és que va constatar una preocupació inèdita en el conjunt de la ciutat i en especial en aquells districtes amb una major presència d'activitat turística.

Malgrat el moment excepcional i el fet que aquesta percepció no ha assolit els mateixos nivells d'importància en les següents edicions del baròmetre, hi ha una altra font de dades que confirma la tendència creixent pel que fa a les preocupacions dels residents i, consegüentment, a la naturalesa pública del conflicte. Parlem de l'enquesta específica dels residents "Percepció del Turisme a Barcelona" (Ajuntament de Barcelona, 2018a) que compta amb una sèrie temporal des de 2007. Aquesta enquesta presenta dades rellevants. La primera és que el 83,1% de les persones enquestades asseguren que el turisme és beneficiós per a la ciutat però la tendència des de 2012 —moment culminant amb el 96,1%— és a la baixa de forma constant, sobretot als districtes de Ciutat Vella, Eixample i Gràcia. La segona dada rellevant de l'enquesta té a veure amb els resultats de la pregunta binària sobre les polítiques de foment del turisme. El 2017 el 60% creia que s'estava "arribant al límit en la capacitat per donar servei als turistes", una resposta amb una tendència a l'alça, ja que, per primera vegada el 2016, superava la resposta alternativa "Barcelona havia de continuar atraient més turistes", que havia arribat al 71% de les respostes el 2012.

Així, el turisme ja no pot abordar-se exclusivament de forma sectorial, circumscrit en els marcs de l'expertesa acadèmica, les tècniques del mercat o els interessos dels agents econòmics vinculats al turisme. El turisme ha esdevingut un tema central tant en les àgores polítiques com en els mitjans i en l'opinió pública. D'aquesta manera, una de les claus d'aquest canvi de paradigma, com apunten Farrell i Twinnin-Ward

(2004) rau en la necessitat “d’aventurar-nos fora del *core system* i explorar altres connexions i interaccions, ja que el turisme afecta significativament els modes de vida, el benestar del sistema econòmic i la població involucrada, directament o de forma indirecta”. Això no vol dir de cap manera que no calgui abordar de forma decidida les estratègies de promoció i màrqueting turístic, les polítiques de foment del turisme, la planificació i gestió dels productes i atractius turístics, o l’anàlisi del comportament de la demanda en la destinació. Sinó precisament que cal integrar aquestes qüestions en un debat més ampli, tenint en compte les oportunitats i els reptes per a la ciutat i el territori tal i com apuntaven Donaire i Duro (2014) i López Palomeque (2017).

Amb tot, aquesta ampliació de l’ecosistema de pràctiques i activitats —tenint en compte també els seus efectes—, així com la diversificació i multiplicitat de veus i interessos en joc, obliga a repensar els marcs de governança. Es constata doncs la necessitat de traspasar i ampliar les agendes i els espais de presa de decisions amb vocacions sectorials heretades que reproduïen interessos molt concrets i parcials. Avui és necessari promoure debats i polítiques que tinguin com a objecte una ciutat —i una metròpoli— que ha esdevingut turística i res fa pensar que ho deixarà de ser.

2.2. El turisme, vector clau en la construcció de l’espai metropolità

El turisme s’ha explicat massa sovint de forma desubicada i descontextualitzada a través de paràmetres com són l’impacte econòmic, els llocs de treball generats, el posicionament de la imatge, o les característiques de l’oferta i la demanda en lògiques de mercat. Tanmateix, des de fa dècades, l’estudi del turisme des de la geografia, l’antropologia o l’arquitectura ha tingut en compte la seva territorialització i la relació d’aquestes activitats en espais i moments concrets. En aquest sentit, en el treball seminal de Vera et al. (1997) afirmaven que el turisme és, sobretot, “una pràctica social de naturalesa espacial que és generadora d’activitats econòmiques i que ha deixat de ser marginal per convertir-se en estructural” (pàg. 401). En la mateixa línia, López Palomeque (2007) també apuntava que “més que una activitat econòmica, el turisme ha de catalogar-se com una pràctica social generadora d’un tipus d’activitat que requereix del fonament espacial pel seu desenvolupament” (pàg. 53). En un altre text seminal, Salvador Anton afirmava:

“...en el cas del turisme, el propi espai de destinació turística té un paper fonamental per a tots ells. Com a mecanisme de capitalització —propietaris del sòl—; en tant que mitjà de producció —productors d’espai—; com a suport de l’activitat —agents del sector—; en tant que objecte de consum —consumidors—; en tant que recurs productiu —intermediaris de consum— i, finalment també, en tant que marc d’actuació —Administració—. (Anton, 1998; pàg. 26)

Així, abordar el turisme com una activitat inherent a les dinàmiques socials i econòmiques del territori metropolità passa per tenir en compte no només la cores-

ponsabilitat del turisme en la construcció i configuració de la metròpoli, sinó també —i aquí rau l’aspecte clau— els mecanismes de producció de l’espai metropolità que han ajudat a desplegar les activitats turístiques. Les grans infraestructures de transport —port, aeroport—, la transformació de barris —zona Fòrum, 22@, Plaça Europa— o l’especialització en l’economia del visitant de gran part de Ciutat Vella no s’entendrien sense la presència i l’impacte dels milions de visitants a Barcelona que vénen cada any per motius vacacionals, esportius o professionals. Lluny de ser-hi un fenomen aliè, el turisme produeix la ciutat i, alhora, la realitat urbana i metropolitana determina el desenvolupament del turisme i els seus impactes. El turisme és part inherent i constitutiva del fenomen de urbà actual. Estructura la vida urbana a través de les seves infraestructures, imatges, pràctiques i cossos, alhora que es reproduïen a través de la construcció i la transformació de la ciutat (Sheller i Urry, 2004). Les pràctiques turístiques, paradoxalment, han esdevingut quotidianes per a molts barris, i generen friccions, tensions i càrregues per a la població resident permanent. Precisament per això, cal concebre la seva gestió com un vector intrínsec a la condició urbana. D’aquesta manera, les activitats turístiques no haurien de considerar-se quelcom estrany, no estan ‘allà fora’, sinó que són pròpies i, com a tal, objecte de la política urbana que ha de treballar per garantir el repartiment de càrregues i beneficis per al conjunt de la ciutat i de la seva població.

Per fer més evident aquesta afirmació, podem fer una analogia amb un altre àmbit clau de la gestió urbana i metropolitana: la mobilitat. Avui sabem que la gestió de la mobilitat és un aspecte central per promoure no només l’accés i la facilitat de moviment de la població sinó per promoure un model territorial i una vida urbana més saludable, més sostenible, més justa i més democràtica. El foment de la mobilitat sostenible és clau per combatre la contaminació, per alliberar espai a favor dels vianants, per mitigar problemes de salut, o per fomentar activitats comercials en teixits urbans. Caldria tractar el turisme de la mateixa manera i fer-nos preguntes que tinguin a veure amb els efectes desitjats del foment d’activitats i relacions socioeconòmiques, així com amb els mecanismes per regular externalitats i impactes negatius en tant que provoquen desequilibris.

En suma, el turisme no és un fenomen segregat del sistema metropolità de la mateixa manera que el territori no és una entitat separada del sistema turístic. El turisme ha estat un vector clau per a la producció de la ciutat i l’espai metropolità en els darrers 20 anys, i ha transformat de forma clara molts llocs, espais i equipaments. Alhora, el turisme s’ha desenvolupat a través de la producció de la ciutat. La facilitat de canvi d’usos en sòl residencial del centre de la ciutat per instal·lar-hi hotels o habitatges d’ús turístic n’és l’exemple més evident.

2.3. El turisme, un objecte polític descentrat

El turisme com a objecte polític normatiu té els seus marcs en la legislació específica que, en el cas català, és competència de la Generalitat. La *Llei 13/2002 de turisme de Catalunya* és el marc d’on es deriven o pegen qüestions fonamentals per gestionar el terri-

tori turístic, com són les característiques tipològiques dels diferents allotjaments, el règim sancionador dels incompliments en la comercialització on-line, la definició dels estàndards de qualitat dels productes turístics, o la composició del Fons per al Foment del Turisme, on es debat la finalitat de la recaptació de l'Impost d'Estades Turístiques.

Tanmateix, si assumim la necessitat de transcendir el caràcter sectorial del turisme i, alhora, abordar-lo des d'una perspectiva integrada amb el territori, emergeix un escenari complex que no encaixa amb el caràcter normatiu abans descrit. Una complexitat que es manifesta amb la dificultat de discernir clarament què és objecte de les polítiques turístiques i què no ho és. Si bé el debat sobre la contraposició i la diferenciació entre el significat i les pràctiques del turisme i la vida quotidiana es formulen des de fa anys en els estudis culturals del turisme i l'oci (Lash, 1990; Urry, 1990; Rojek, 2000; Edensor, 2001) hi ha hagut aproximacions que posen en qüestió també l'objecte polític i la territorialitat del turisme, tot assumint aquesta mirada complexa i relacional. Així, Franklin i Crang (2001: 7) afirmen que "el turisme ja no es pot limitar com una activitat discreta, que es troba continguda de forma ordenada en llocs específics i que es produeix durant els períodes de descans. Al nostre entendre, el turisme és ara una dimensió tan important de la vida social global que ja no pot ser concebut com allò que succeeix en llocs turístics d'estil propi i trobades que involucren turistes fora de casa". Aprofundint en al dimensió espacial de l'enfocament, Obrador-Pons et al. (2009) afirmen que "múltiples geografies i temporalitats no relacionades intervenen en la constitució d'aquest fenomen turístic, en un joc continu de circulació i emplaçament, de desterritorialització i reterritorialització" (pàg. 10).

Aquesta aproximació desmunta la idea de l'espai turístic ben encerclat i definit —tal i com s'ha concebut tradicionalment— i fa emergir una realitat múltiple i canviant que és alhora resultat de les interaccions que el configuren i les infraestructures que el sostenen. Aquesta concepció relacional de l'espai (Massey, 2005) permet que la ciutat o la metròpoli pugui esdevenir contemporàniament i simultània moltes coses alhora. És a dir, quan afirmem que Barcelona ha esdevingut una 'ciutat turística' ho fem assumint que no ha d'excloure altres formes de viure i practicar la ciutat. I quan parlem de 'sistema turístic' ho fem assumint que les infraestructures, els equipaments, les imatges, o els serveis que nodreixen les pràctiques turístiques no ho fan de forma exclusiva. Pensem en la plaça Sant Felip Neri, en l'estació de metro de Collblanc, o en el bar de sota d'un edifici ple d'habitatges d'ús turístic. Segur que per a cadascun d'aquests espais podem pensar en accions quotidianes que res tenen a veure amb el fenomen del turisme. En canvi, si l'allau de visitants a la plaça fa impossible que segueixi funcionant com a pati de l'escola adjacent, si el quiosc de l'estació ha canviat la premsa especialitzada per samarretes del Barça, o si el propietari del bar ha decidit apujar el preu del cafè 50 cèntims, aleshores tots aquests espais són susceptibles de formar part dels marcs d'allò que considerem turístic.

Avui, més que mai, es posa en evidència el fet que les activitats turístiques incideixen i tenen efectes en

molts àmbits, espais i instruments de gestió de la ciutat que no es pressuposen turístics: mobilitat, seguretat, inspecció, habitatge, etcètera. I precisament per aquest motiu, podem afirmar que els reptes derivats del turisme no es resoldran només amb una agenda de polítiques turístiques, sinó integrant el turisme com a element transversal en l'agenda de polítiques en tant que activitat inherent a la metròpoli actual. El turisme no esdevé doncs en un lloc circumscrit i ben definit, sinó que està descentrat. Això suposa obrir l'espectre de les polítiques normatives i pensar-lo de forma relacional, entenent les especificitats concretes del fet turístic. Suposa també, com veurem al llarg d'aquest volum, tenir en compte els efectes que genera l'activitat i vetllar també per la mobilitat, l'impacte ambiental, el desenvolupament local, o el patrimoni. Tots ells, temes desenvolupats al llarg dels diferents articles d'aquest volum.

3. Dinàmiques turístiques del territori metropolità

El territori metropolità de Barcelona no ha estat objecte d'anàlisi acadèmic de primer ordre i són comptades les excepcions en què s'han promulgat reflexions i anàlisis al respecte —vegeu López Palomeque (1995); Donaire i Duro (2014)—. Així mateix, l'àrea metropolitana tampoc ha estat una escala central en les polítiques turístiques, amb una clara manca de documents programàtics específics fins a la recent publicació del Pla de Turisme Metropolità (Àrea Metropolitana de Barcelona, 2017). Tanmateix, el territori metropolità ha estat escenari i agent clau en el desenvolupament del turisme de Barcelona i de Catalunya dels darrers anys a través de la planificació i estratègies territorials i urbanístiques de diversos nivells. Lluny de voler presentar aquí una anàlisi exhaustiva de les estratègies sectorials, el territori metropolità ha estat objecte directe o indirecte dels tres plans estratègics de turisme de la ciutat de Barcelona —1993, 2010, 2017—; de les directrius específiques que figuren en el marc de les Reflexió Estratègica Metropolitana (Àrea Metropolitana de Barcelona, 2015), i els documents de treball del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona (Duran, 2004; Donaire i Duró, 2014), així com també de l'estratègia de màrqueting de la Diputació de Barcelona, amb una primera versió de 2010 i actualitzada el 2016, a més dels programes de foment i de gestió. Recentment la Generalitat de Catalunya ha aprovat el Pla Estratègic de Turisme 2018-22 on es preveu el desenvolupament del Pla Sectorial Territorial de Turisme, sense que coneguem a dia d'avui els efectes en el territori metropolità.

Es recopilen a continuació cinc dinàmiques turístiques que es consideren clau per al territori metropolità. Dinàmiques i situacions que pretenen fer emergir els reptes del present i del futur per construir una agenda metropolitana ampliada, integrada i descentrada, en base a les tres premisses que hem apuntat en el apartat anterior. No s'aprofundeix aquí en les dinàmiques i reptes de la ciutat central, que han estat definides en el vigent Pla Estratègic de Turisme 2020 (Ajuntament de Barcelona 2017a). Conscients de la controvèrsia que suposa circumscriure territorialment la realitat metropolitana, assumim aquí el territori dels 36 municipis que configuren l'AMB. Ho fem no sense advertir els riscos de posar límits administratius d'una activitat

que es nodreix de fluxos internacionals, que basa la seva raó de ser en el moviment i el desplaçament, que el territori d'una destinació turística té una geometria variable —des de Salou a Figueres— i que l'activitat es recolza cada cop més en esdeveniments temporals enlloc dels atractius fixats. Tanmateix, assumim el risc amb l'objectiu d'estructurar una proposta que serveixi per obrir un debat tan necessari fins ara pràcticament inexistent.

En primer lloc, el territori metropolità ha exercit com a espai d'oportunitat on desenvolupar les infraestructures —sobretot aeroportuàries— i els equipaments de gran escala que Barcelona ciutat no podia acollir, en especial els recintes per a l'ampliació de la Fira a Gran Via. Uns posicionaments emmarcats en la política de foment de l'activitat econòmica que ja s'explicitaven en el primer Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona presentat el 1990 i que s'han anat reproduint i concretant al llarg del present segle en diferents documents estratègics i programàtics. Així, el territori metropolità, en especial aquell contingu a la ciutat de Barcelona, ha exercit d'emplaçament estratègic on localitzar activitats que, per la seva grandària i requeriments, no tenien espai a la ciutat central però que són resultat de la rellevància de Barcelona en la xarxa global de ciutats i de les polítiques per garantir el seu posicionament. De la mateixa manera, la posada en marxa de la Terminal 1 de l'aeroport el 2009 ha fet doblar el nombre de passatgers en deu anys —vegeu dades a l'article de Montlleó et al. en aquest mateix número—. Així doncs, el territori metropolità acull i desenvolupa infraestructures i equipaments que resulten clau per entendre l'augment de visitants i turistes dels darrers anys i els seus efectes derivats i que no estan exempts de reptes ambientals, de mobilitat i d'encaix amb l'estratègia de desenvolupament local.

La segona dinàmica és un efecte directe de la primera. Aquestes noves centralitats metropolitanes vinculades als recintes empresarials i de convencions — Fira Gran Via, el CCIb o el Delta Business Center—, als grans equipaments de coneixement —Clúster sanitari Biopol'H o Campus Barcelonès Nord—; així com també als espais que acullen grans esdeveniments —Espai Fòrum— han esdevingut també pols hotelers metropolitanos. Les dades presentades per López Palomeque i Torres en aquest número són clares: des de 2003 el territori de l'AMB ha augmentat en gairebé 12.000 places hoteleres, amb l'Hospitalet encapçalant el rànquing amb 3.787 noves places. A aquesta oferta actual, cal sumar-hi els milers de places previstes en els nous desenvolupaments urbanístics del polígon Pedrosa, la Marina del Prat Vermell, la Ciutat Aeroportuària, o el Port Fòrum o les Tres Xemeneies de Sant Adrià del Besòs. Unes noves centralitats que acompanyen la transformació del seu territori i suposen uns ingressos gens menyspreables per a les hisendes locals dels municipis a través dels diferents impostos de règim local (IBI i IAE), però que tanmateix tenen majoritàriament lògiques de zonificació molt especialitzades, sovint substitutives de sòl industrial i amb un vincle amb el teixit urbà existent força feble, i lasten així les possibilitats de generar valor compartit i de generar sinergies amb la vida urbana metropolitana. A

banda, cal mencionar que aquests pols metropolitanos d'allotjament també nodreixen els atractius turístics del centre de la ciutat de Barcelona, amb els reptes derivats de mobilitat, entre altres.

Seguint amb la qüestió de l'allotjament, la tercera dinàmica que cal mencionar és l'efecte centrífug que ha tingut la regulació de l'allotjament a Barcelona ciutat en l'entorn metropolità més proper. Parlem especialment de la moratòria de llicències de 2014 per Habitatges d'Ús Turístic (HUT) i del Pla Especial Urbanístic d'Allotjament Turístic (en endavant PEUAT) aprovat el 2017. La limitació de noves llicències a la ciutat de Barcelona des de 2014 va provocar un augment de la demanda d'aquestes activitats als municipis metropolitanos, fins aleshores exempts d'aquest tipus de pràctiques i presències de visitants. Les dades del registre de Turisme de la Generalitat compilades per López Palomeque i Torres en l'article d'aquest volum sumen un total de 5.784 places amb llicència a l'entorn metropolità sense comptar Barcelona, més aquella activitat il·legal o per regularitzar que existeix a les plataformes comercialitzadores. D'aquestes, l'Hospitalet de Llobregat en concentra el 30% (1.792 places); Castelldefels el 23% (1.322 places); i Gavà, Badalona, Sant Adrià i Sant Cugat sumen el 32% del total. Unes dinàmiques que han comportat un impacte en el teixit residencial amb la substitució de l'ús residencial permanent de l'habitatge i que han tingut respostes en forma de planejament urbanístic derivat a municipis de l'AMB. Sens dubte una de les activitats turístiques més controvertides, que ha provocat regulacions específiques, entre altres, a Badalona, l'Hospitalet de Llobregat, Montgat, Sant Adrià de Besòs i Sant Cugat del Vallès o Santa Coloma de Gramenet, entre altres.

La quarta dinàmica està vinculada al desig i als esforços del territori metropolità per atraure visitants. Deixant de banda els territoris de la franja costanera de Castelldefels que es van constituir originalment sota les lògiques d'urbanització turística litoral, la resta del territori metropolità ha desenvolupat estratègies per posar en valor el patrimoni històric, cultural i natural del territori, el material i l'immaterial, que alhora serveixen també per reforçar la identitat del lloc. La transformació del territori metropolità per a l'acollida i gaudi de visitants es reflecteix en l'ús intensiu de les platges metropolitanos, els espais naturals recuperats, la posada en valor dels espais agrícoles, rutes per fer excursionisme, el patrimoni industrial, cultural i arquitectònic, fires i esdeveniments de caràcter lúdic i cultural, etc. Tanmateix les dades publicades per la Diputació de Barcelona¹ no permeten parlar de pols d'atracció turístics. A banda de la Fira de Barcelona, amb 2,5 milions de visitants entre els dos recintes, l'únic recinte amb un nombre de visitants rellevant és el recent *Viladecans The Style Outlet*, amb 2,6 milions de visites anuals, no necessàriament turistes. Si ampliem l'escala, el territori dels 36 municipis de l'AMB se situa enmig de cinc grans pols de visitants: a) la ciutat de Barcelona b) la costa del Garraf, amb Sitges com a nucli amb dinàmiques pròpies; c) el Monestir de Montserrat, amb 2,7 milions de visites; d) la Roca Village, amb 4,7 milions de visitants; i e) la costa del Maresme, amb dinàmiques pròpies, sobretot la zona nord.

¹ Vegeu infografia a: <http://media.diba.cat/diba/labturisme/entorn/2018/index-cat.html>

Qualsevol estratègia de foment del turisme al territori metropolità passa per tenir en compte la immensa capacitat d'atracció de visitants de Barcelona ciutat, les limitacions d'aquesta capacitat per part de la resta de l'AMB, i la relació amb atractius i dinàmiques més enllà dels seus límits administratius.

La cinquena i darrera dinàmica, íntimament relacionada amb totes les anteriors, és la pulsio centrípeta-centrífuga entre la ciutat de Barcelona i el seu entorn més immediat. Davant d'un espai metropolità absolutament polaritzat per la centralitat de Barcelona i davant de l'especialització turística de molts barris amb greus impactes i externalitats, la resposta ha estat molt sovint la desconcentració dels fluxos de visitants. En aquest sentit, seguint lògiques molt similars a les que s'impulsa a ciutats com Amsterdam, Berlin o Nova York, el Pla Estratègic de Turisme de Barcelona del 2010 va fer una forta aposta per una política de desconcentració, en especial a través d'instruments de promoció i comunicació, a fi de convertir els barris en objectes turístics. El Pla Estratègic 2020, a través de l'Estratègia Territorial de Gestió Turística (Ajuntament de Barcelona, 2018b) esmenava aquest programa advertint dels riscos que suposa derivar fluxos a territoris sense preveure els efectes negatius associats a la irrupció de les pràctiques turístiques. Una situació i un risc transposable als nuclis urbans metropolitans. Per contra, s'hi proposa la descentralització d'esdeveniments, la promoció de rutes específiques amb interès cultural i patrimonial o el foment d'activitats i serveis amb fort arrelament comunitari. Així mateix, s'hi aposta clarament per l'alineament institucional de l'ajuntament amb l'estratègia "Barcelona és molt més" duta a terme per la Diputació de Barcelona que pretén resignificar la "Destinació Barcelona" assimilant la marca a un territori que transcedeixi els límits municipals a fi de posar en valor els atractius i productes del territori provincial. La destinació es consolida així com un objecte virtual de comunicació (Farías, 2012). Un objecte múltiple, de geometria variable que es defineix a través dels marcs comunicatius. Aquesta construcció simbòlica i discursiva és de grandíssima rellevància ja que ajuda a prefigurar la realitat territorial que després és practicada. Tanmateix, fariem bé en assumir els límits d'aquestes prescripcions. Cal tenir en compte que difícilment canviarem a través de la comunicació i el màrqueting la pulsio de la demanda mundial, la construcció històrica de la imatge de la destinació, el poder d'atracció de les principals icones, o la possibilitat real de descentralitzar el turisme sense transformar socialment i material els llocs de forma gairebé irreversible.

4. Presentació del volum

El present volum té deu articles comptant amb aquesta introducció. Deu articles molt heterogenis si els analitzem individualment, però que componen els objectius del volum en el seu conjunt i en diàleg entre ells. Deu articles que ajuden a conèixer millor la realitat turística metropolitana i que, alhora, promulguen la necessitat de diversificar i enriquir l'objecte de les polítiques públiques amb temàtiques, perspectives i instruments diversos que ajudin a configurar una nova agenda integrada de polítiques públiques metropolitanes al voltant del turisme. Una multiplicitat i una heterogeneïtat que queden també paleses en la composició de les disciplines des d'on es produeix el coneixement. Els textos

que componen el volum s'escriuen des de la geografia, l'economia, l'antropologia, l'arquitectura, les ciències polítiques, la biologia, les ciències ambientals o l'enginyeria. Desgranem a continuació els continguts i el valor de cadascun dels articles en la totalitat del present volum.

Tal i com ja hem advertit al llarg d'aquest article introductori, la realitat metropolitana ha estat tradicionalment òrfena d'anàlisi i d'estudi en profunditat. És per això que vam convidar a Francesc López Palomeque i Anna Torres a elaborar un article que presentés de forma ordenada, sintètica i estructurada aquells elements quantificables que configuren la metròpoli turística, objecte d'aquest volum. En ell es recopilen amb suma precisió dades sobre allotjament formal, nombre de visitants, els principals atractius, els instruments i les institucions responsables, o els ingressos obtinguts a través dels mecanismes de fiscalitat turística, entre altres. Un exercici inèdit que ajuda a conèixer una realitat absolutament polaritzada per la ciutat de Barcelona.

A fi de complementar el coneixement des d'un altre àmbit i perspectiva, Oriol Estela i David Rodríguez ens presenten un estat de la qüestió del desenvolupament econòmic del turisme a la realitat metropolitana. Un exercici ponderat que ajuda a conèixer les llums, però també les ombres del turisme pel que fa a la generació i redistribució de la riquesa econòmica i el seu impacte en el territori. A més de fer un repàs de les diferents documents d'estratègies metropolitanes, l'article proposa de forma clara el marc estratègic per a les polítiques de desenvolupament local i territorial en matèria turística del futur. Una proposta que escapa a la simplificació i l'abstracció de relacions ubiqües i que aterra, busca constantment les sinergies amb altres sectors econòmics i agents territorial, i defensa la redistribució de la riquesa generada com a element central de l'acció pública.

En tercer lloc, Saida Palou, ens proposa un text de reflexió al voltant de la relació entre els discursos turístics i dos elements clau com són el patrimoni i el paisatge. A través d'un excel·lent anàlisi de la història de Barcelona (vegeu Palou, 2012), l'antropòloga destil·la tres tesis interrelacionades que resulten fonamentals per al debat. La primera ens adverteix de la incidència dels marcs comunicatius, els relats i els discursos sobre el territori en les pràctiques turístiques actuals. És a dir, la forma en què es presenta un lloc al món té efectes sobre les relacions socials, econòmiques i culturals d'aquest lloc. La segona tesi defensa que es pot separar l'esfera comunicativa turística dels agents de poder de qui promulga els discursos. En altres paraules, la promoció turística ha estat i segueix essent un instrument polític des d'on projectar la imatge d'allò que es vol esdevenir, no de la realitat complexa i conflictiva de cada moment. La tercera tesi ens adverteix de la relació dialèctica entre la projecció de la imatge de la destinació i la construcció de la pròpia identitat local. Les projeccions no només són elements de control sinó que poden ser llocs de disputa.

Els següents tres articles reflexionen al voltant de la relació entre l'urbanisme i el turisme, un binomi que ha estat molt sovint obviat, quan no menystingut, en els debats al voltant del turisme a Catalunya llevat d'algunes excepcions (vegeu Anton i González, 2011; Pié Ninot et al., 2013, entre altres). Aquest exercici aposta

per la necessitat d'obrir un debat profund al voltant de la teoria i pràctica de l'urbanisme amb l'objectiu d'abordar les qüestions turístiques de forma situada en el context català i, més especialment, en el context metropolità de Barcelona. Aquest pas suposa no només analitzar les possibilitats de planificar, ordenar o regular les activitats turístiques a través de l'urbanisme sinó, sobretot, de quina manera el turisme ens obliga a repensar la forma en què practiquem un urbanisme en una realitat mòbil, amb escales i geometries variables, amb intensitats i velocitats molt diferents que generen desequilibris (Arias-Sans, 2018). Per obrir el debat comptem amb un article de Ricard Pié i Josep M^a Vilanova en què analitzen el rol històric del planejament urbanístic català i metropolità en relació al turisme. L'article posa de manifest la manca de consideració del turisme com a vector específic en la planificació urbanística i territorial al llarg dels darrers cinquanta anys, malgrat la rellevància i impacte en la construcció del territori metropolità. Es posa en evidència com el turisme s'ha desenvolupat a través d'una forma determinada de pensar i de planificar el territori i que no ha estat fins als recents anys que s'aborda de forma concreta i decidida, malgrat es dugui a terme de forma reactiva per pal·liar les externalitats. Finalment apunten tres grans reptes a tenir en compte: la necessitat de repensar els instruments urbanístics per ordenar el turisme; la necessitat de protegir el dret a l'habitatge davant de la substitució per usos turístics; i per últim, la necessitat de definir un model territorial turístic metropolità en relació amb Barcelona i la resta de Catalunya.

En un segon article, baixant d'escala, Enrico Porfido, Cynthia Pérez i Melisa Pessoa analitzen la responsabilitat que ha tingut el planejament urbanístic i els projectes urbans i l'activitat turística al barri del Raval, a Barcelona. Un exercici analític de gran precisió que ens permet posar en evidència l'estreta relació entre la construcció de la ciutat i l'emergència del turisme en els centres històrics malgrat que no hi ha hagut mai un pla o projecte que hagi explicitat la voluntat de promoure aquest vincle. L'article de Tonet Font, Aurora López i Roger Clot exposen els detalls i les motivacions d'un dels instruments urbanístics més mediàtics i controvertits dels darrers anys: el Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics (PEUAT). Un instrument innovador que, malgrat la seva fragilitat donat el marc legislatiu urbanístic actual, regula les llicències d'activitats de totes les tipologies d'establiments d'allotjament turístic, habitatges d'ús turístic, albergs de la joventut i residències d'estudiants, en base a la defensa del dret a l'habitatge, la mixtura d'usos o el descans veïnal, a fi d'aturar així el procés l'especialització turística del sòl residencial de la ciutat.

A continuació s'exposen tres qüestions de suma importància per a la gestió del territori turístic metropolità: el fenomen del lloguer vacacional i la gestió de la il·legalitat, els reptes de la mobilitat turística i, per últim, les externalitats ambientals de l'activitat turística. L'article de Claire Colomb, Thomas Aguilera i Francesca Artioli ens ofereix una anàlisi des de les ciències polítiques del fenomen del lloguer turístic i de les diferents solucions o possibilitats emprades en les ciutats i regions europees. Més enllà d'exposar els detalls de les diferents regulacions, l'article és clau per entendre el marc d'opinió pública des d'on s'exerceixen les propostes i, en el cas de Barcelona, la importància que

han tingut els moviments socials en favor al dret a la ciutat, així com la determinació política per prendre partit i cercar solucions de regulació, control i seguiment d'un fenomen que és global. Per altra banda, deixa també palès l'impacte actual de les plataformes globals d'intermediació dels allotjaments turístics en la ciutat, així com la dificultat de governar-les en peu d'igualtat des del món local.

L'article de Marc Montlleó, Gustavo Rodríguez i Nuno Tavares exposa els reptes ambientals del turisme a la ciutat de Barcelona que, donada la concepció metabòlica del fenomen, ressona a tot el territori metropolità. Un exercici de gran valor analític que conté dades inèdites fins avui, com són les estimacions dels consums d'aigua, energia i residus dels allotjaments i equipaments turístics, que suposen entre el 7,5 i el 9 % del total de Barcelona. A més d'estructurar l'impacte de les activitats turístiques pel que fa als vectors ambientals —aigua, energia, residus, soroll— també fa incidència en els impactes que tenen les activitats turístiques a l'espai públic així com el rol, i la responsabilitat, de les infraestructures de transport, en particular el port i l'aeroport. L'article també presenta de forma sintètica els resultats d'un exercici complementari on figura el càlcul de la petjada de carboni del turisme, on s'apunta al transport aeri com a responsable del 85,5% de les emissions de CO₂ de tota la cadena de valor turística (vegeu Rico et al. 2019).

El volum tanca amb un article sobre un dels temes més rellevants i necessaris per assolir la gestió integrada en clau territorial: la mobilitat turística. L'article de Cristina Jiménez Roig, Joana Llinàs, Adrià Ortiz i Aina Pedret sintetitza un dels treballs més interessants i innovadors en el marc de l'estratègia turística de Barcelona (Ajuntament de Barcelona, 2017c) que aporta informació de grandíssima rellevància per entendre i, conseqüentment, gestionar i planificar el fenomen del turisme. L'article s'inicia amb una dada inèdita fins a la seva publicació el 2017: la ciutat de Barcelona acull una mitjana de prop de 150.000 turistes al dia, prop d'un 10% de la població empadronada. També apunta com la mobilitat d'aquesta població flotant de turistes, excursionistes i creueristes té algunes característiques clarament diferenciadores, com són l'ús de mitjans transports específics —bus turístic, autocars discrecionals o ginys diversos— o una distribució espacial clarament concentrada. Tanmateix, les dades revelen una realitat que pot semblar xocant: el repartiment modal dels usuaris turistes en general és molt més sostenible que el dels residents, amb un 77% dels desplaçaments a peu i en metro (45% i 33%, respectivament). Parafraçant l'objectiu central d'aquest volum, hem de passar de la gestió de la mobilitat turística a la gestió de l'ús turístic de la mobilitat de la ciutat i metròpoli. I això suposa uns reptes, la majoria dels quals tenen a veure amb la millora de les condicions generals del transport públic o d'un sistema tarifari més progressiu que afavoreixi l'ús diari i quotidià front de l'esporàdic.

5. Governar el turisme. Una agenda futura

A l'inici del present article, en les disposicions inicials, parlàvem de la necessitat de descentrar l'objecte de les polítiques turístiques i d'incorporar qüestions que poden semblar exògenes si entenem el turisme com

a fenomen discret, però que són fonamentals si canviem el paradigma. En aquest sentit, hem intentat agrupar, de forma més o menys encertada, alguns d'aquestes temàtiques, polítiques i instruments que entenem són claus per gestionar el territori turístic Metropolità. Tanmateix, resulta obvi que no hem abordat totes les temàtiques clau per aconseguir els objectius d'aquest volum. En manquen moltes que, sense ser exclusivament turístiques, són clau per poder establir una agenda política amb vocació clarament pública. Per anomenar només alguns temes, hem de debatre sobre la necessitat de replantejar les fórmules de cooperació públic-privades i les seves agendes que certament generen no només disfuncions en el mercat privat, sinó també moltes vegades xocs d'interessos en qüestions d'interès públic: consorcis com Turisme de Barcelona o la Fira de Barcelona podrien ser exemples. Hem de parlar també del grandíssim repte de la governança de les grans infraestructures receptors de turisme – del port i l'aeroport – que semblen actuar al marge de la petjada en el territori, de com podem incorporar els interessos del territori per traçar estratègies conjuntes. Hem de construir una nova agenda de coneixement turístic que ajudi també en la reformulació de les preguntes, que posin al centre altres qüestions, que ajudin condicionar l'agenda de les polítiques metropolitanes. El coneixement i la seva producció són determinants per emmarcar les polítiques i el planejament turístic. Nous indicadors per deixar de valorar l'èxit segons el número total de visitants i fer-ho pel retorn social de la seva empremta. Hem de poder protegir a través del planejament urbanístic l'ús permanent de l'habitatge per tal d'evitar que els usos turístics, molt més rendibles, substituïssin població i ajudar a minimitzar l'impacte en el mercat immobiliari, especialment el de lloguer. L'actual elaboració del Pla Director Urbanístic i hauria de ser la gran oportunitat per fer-ho. Necessitem abordar també decididament una agenda cultural, social i d'esdeveniments conjunta en el territori Metropolità per tal d'aconseguir que els residents les visquem turísticament, sense saber el terme municipal on es troben, amb ganes de descobrir i mirar-les de la mateixa forma que ho fem quan marxem de vacances i, alhora, esborrar les línies entre els residents i els visitants, ja que formem part d'una mateixa realitat. En definitiva, entendre que la finalitat de la política turística no hauria de ser la d'atraure visitants i omplir allotjaments. El canvi de paradigma passa per considerar el turisme com una palanca de canvi per activar i reforçar altres sectors econòmics estratègics, que generi valor compartit en el territori, que millori la vida dels seus habitants. I per tal que això passi, cal governar-lo i fer-ho amb vocació pública, tot desplegant totes les eines que tenim a les nostres mans.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017a). *Turisme 2020 Barcelona. Una estratègia col·lectiva per un turisme sostenible*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017b). *Baròmetre Semestral de Barcelona Evolució 2011–2017*. Desembre 2017. Barcelona; Ajuntament de Barcelona, Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017c). *Estratègia de Mobilitat Turística*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme i Barcelona Regional.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2018a). *Percepció del Turisme a Barcelona. Any 2017*. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/percepcio_del_turisme_2017_informe.pdf

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2018b). *Estratègia Territorial de Gestió Turística*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme.

ANTÓN CLAVÉ, S. (1998). La urbanización turística: de la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística. *Documentos d'Anàlisi Geogràfica*, 32, 17-43.

ANTÓN CLAVÉ, S., i GONZÁLEZ REVERTÉ, F. (2011). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: Editorial UOC.

ÀREA METROPOLITANA DE BARCELONA (2015). *Reflexió Estratègica Metropolitana. Construïnt la Barcelona Metropolitana. Enfortint el món local*. Barcelona: Àrea Metropolitana de Barcelona.

ÀREA METROPOLITANA DE BARCELONA (2017). *Pla de Turisme Metropolità*. Barcelona: Àrea Metropolitana de Barcelona, Àrea de Desenvolupament Social i Econòmic.

ARIAS SANS, A. (2018). Turisme i gentrificació: apunts des de Barcelona. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona*, 60, 130-139.

DIPUTACIÓ DE BARCELONA (2017). *Pla de Màrqueting Turístic de les comarques de Barcelona 2017-2020*. Barcelona: Diputació de Barcelona.

DONAIRE, J.A., i DURO, J.A. (2014). *Barcelona, del turisme de masses al turisme d'experiències* (Document de Treball del PEMB). Barcelona: Pla Estratègic Metropolità de Barcelona.

DURAN, P. (2004). El turisme, una realitat estratègica. *Barcelona. Metròpolis mediterrània*, 5, 121-125.

EDENSOR, T. (2001). Performing tourism, staging tourism. (Re)producing tourist space and practice. *Tourist Studies*, 1(1), 59-81.

FARÍAS, I. (2012). Destinations as virtual objects of tourist communication. A R. Van der Duim, C. Ren, i G.T. Jóhannesson (Eds.), *Actor-network theory and tourism: Ordering, materiality and multiplicity* (pp. 128-145). Londres: Routledge.

FARRELL, B.H., i TWINING-WARD, L. (2004). Reconceptualizing tourism. *Annals of tourism research*, 31(2), 274-295.

FRANKLIN, A. i CRANG, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist Studies*, 1, 5-22.

GENERALITAT DE CATALUNYA (2018). *Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2018-2022*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Direcció General de Turisme.

- LASH, S. (1990). *Sociology of Postmodernism*. Londres: Routledge.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1995). La estrategia del turismo metropolitano: el caso de Barcelona. *Estudios turísticos*, 126, 119-142.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2007). Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos. *Turismo y Sociedad*, 8, 51-68.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2015). Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 61(3), 483-506.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2017). *L'estratègia territorial i la gestió del turisme en l'àmbit metropolità de Barcelona*. (Document de relatoria del Pla Estratègic de Turisme 2020). Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- MASSEY, D. (2005). *For space*. Londres: Sage.
- OBRADOR-PONS, P., CRANG, M., i TRAVLOU, P. (Eds.) (2009). *Cultures of mass tourism: Doing the Mediterranean in the age of banal mobilities*. Surrey: Ashgate Publishing.
- PALOU RUBIO, S. (2012). *Barcelona, destinació turística. Un segle d'imatges i promoció pública*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la.
- PIÉ NINOT, R., ROSA JIMÉNEZ, C.J., i NOGUEIRA BERNARDEZ, B. (2013). *Turismo líquido*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, Iniciativa Digital Politècnica.
- PIÉ NINOT, R., i VILANOVA, J.M. (2013). Town planning and architecture in the spaces for tourism. A: J. Teixeira (Ed.), *A centenary of Spatial Planning in Europe* (pp. 161-168). Serignac: Editions Outre Terre.
- RICO, A., MARTINEZ-BLANCO, J., MONTLEÓ, M., RODRIGUEZ, G., TAVARES, N., ARIAS, A., i OLIVER-SOLÀ, J. (2019). Carbon Footprint of Tourism in Barcelona. *Tourism Management*, 70, 491-504. doi: 10.1016/j.tourman.2018.09.012
- ROJEK, C. (2000). *Leisure and Culture*. Londres: Macmillan.
- SHELLER, M., i URRY, J. (2004). *Tourism mobilities: Places to play, places in play*. Londres: Routledge.
- URRY, J. (1990). *The Tourist Gaze*. Londres: Sage.
- VERA, J.F. (Coord.) (1997). *Anàlisi Territorial del Turisme*. Barcelona: Ariel.

1. Introducció

2. Trets bàsics del turisme a l'Àrea Metropolitana de Barcelona

2.1. Dades de conjunt i anàlisi comparada

2.2. Oferta d'allotjament turístic

2.3. L'Impost sobre les Estadades en Establiments Turístics

2.4. Visitants i turistes

2.5. Aproximació qualitativa: esquema de diagnosi estratègica

3. Institucionalització de la gestió pública del turisme

3.1. Escala metropolitana

3.2. Escala municipal

4. A tall de resum i conclusions

Referències bibliogràfiques

EL TURISME A L'ÀREA METROPOLITANA DE BARCELONA

Resum

L'article comprèn una caracterització bàsica del turisme a l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB), institució administrativa formada per 36 municipis, amb una extensió de 633 Km² i una població de 3,2 milions d'habitants. L'article, d'acord amb l'enfocament de l'estudi, es fonamenta en l'anàlisi bibliogràfica i documental sobre el tema i sobre l'àmbit geogràfic de referència, i en la informació estadística disponible a escala municipal i pel conjunt de l'AMB. L'AMB és part del territori metropolità, de límits poc precisos, i participa de les característiques del fet turístic del conjunt d'aquest àmbit. L'anàlisi específic es focalitza en la caracterització dels components del sistema turístic, particularment de l'oferta i la demanda (radiografia a través de xifres i mapes), i inclou una comparació de l'AMB amb les dades bàsiques d'altres àmbits territorials (Barcelona, província de Barcelona, Catalunya). L'anàlisi espacial del turisme a escala municipal posa de manifest la seva desigual distribució territorial, amb fortes asimetries.

Paraules clau: Àrea Metropolitana de Barcelona, turisme, destinació, territori, Administració.

1. Introducció

Un dels fets que caracteritzen el nou paradigma turístic és l'eclosió del turisme urbà, i Barcelona és un dels exemples més assenyalats, que ha redimensionat els espais de producció i de consum turístic i recreatiu de les ciutats, amb l'extensió de la funció turística als territoris metropolitans de les respectives ciutats centrals. En el cas de Barcelona, els darrers anys s'han acumulat indicis i evidències d'un creixement del turisme al territori metropolità, de diverses activitats de producció-consum d'oci i turisme (Donaire, 2006; López Palomeque, 2006). Aquest procés, intensificat darrerament, s'explica per diversos factors (interns i externs), però obeeix fonamentalment a l'eclosió i extensió territorial del turisme de la ciutat de Barcelona. D'altra banda, en aquest procés hi intervenen diversos actors (públics i privats). En general, en situacions si-

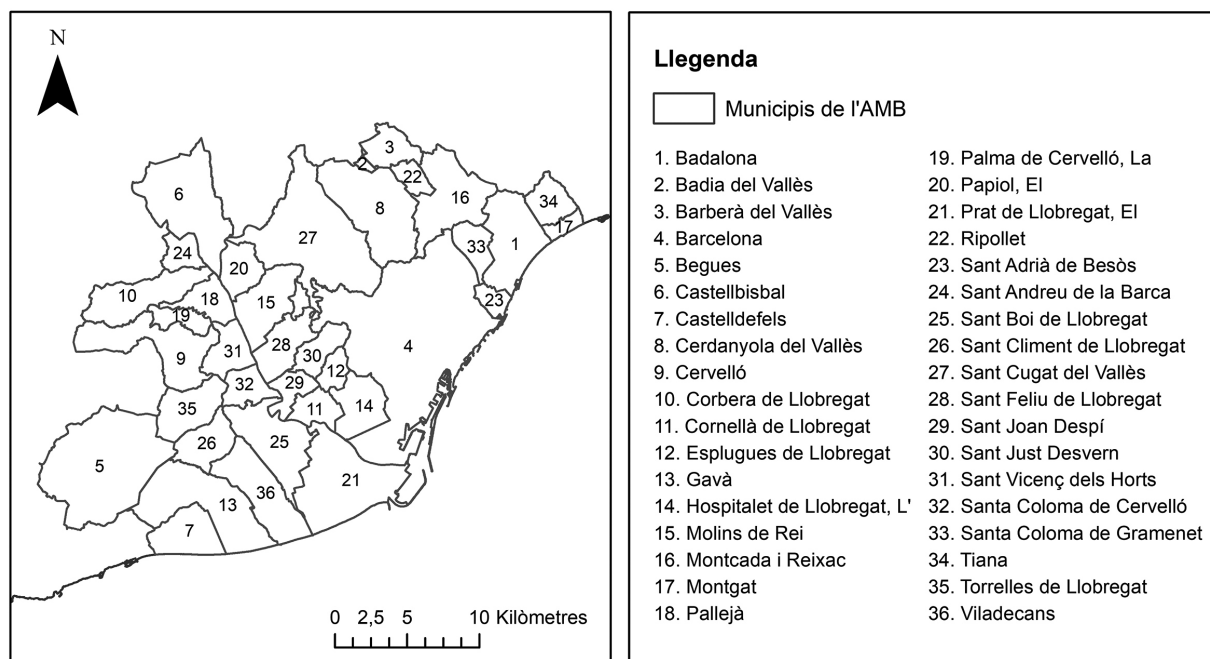
milars, el desenvolupament territorial del turisme porta associat, com a relació causa-efecte, un procés d'institucionalització de la gestió pública del turisme. Com s'ha manifestat el desenvolupament turístic i quina ha estat la seva dimensió espacial?, quins han estat l'abast i la dimensió del procés d'institucionalització de la gestió pública del turisme?. Aquestes són preguntes, deduïdes de les premisses indicades, que s'intenten contestar amb el contingut de l'anàlisi resultant dels objectius que es formulen.

L'objectiu general d'aquest article és l'aportació d'una caracterització bàsica del turisme a l'Àrea Metropolitana de Barcelona, tal com s'explicita en el títol de l'article. Aquest objectiu general es concreta en tres objectius específics que, a més, estructuraven el contingut del text. Els objectius específics són: anàlisi dels components del sistema turístic, anàlisi de la distribució geogràfica del turisme i de la seva evolució i, finalment, anàlisi comparat del turisme a l'AMB en relació amb altres àmbits territorials (Barcelona, província de Barcelona, Catalunya).

L'àmbit geogràfic objecte d'estudi és el territori que conforma l'Àrea Metropolitana de Barcelona (36 municipis, amb una extensió de 633 Km² i una població de 3,2 milions d'habitants), que en aquest sentit constitueix l'àmbit espacial operatiu preestablert com a propòsit de l'article. La identificació i relació dels municipis i el mapa municipal de l'AMB s'aporten a continuació (figura 1), com a suport de les dades estadístiques i de la distribució espacial de la informació.

L'anàlisi de tots els components del sistema turístic és una tasca que desborda les possibilitats d'aquestes pàgines, donat el caràcter transversal del turisme, la seva amplitud i la seva complexitat; i això obliga a seleccionar les qüestions a abordar. En conseqüència, en aquesta ocasió es pren com a opció la valoració de les variables bàsiques que són habituals en els estudis de caracterització de l'activitat turística (oferta i demanda). Cal considerar, a més, com a limitació afegida, el dèficit en les fonts d'informació disponibles per realitzar radiografies del turisme a determinades esca-

Figure 1. Àmbit geogràfic de l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB)



Font: Elaboració pròpia.

les geogràfiques, en concret si es vol estudiar i comparar la realitat de la demanda del turisme a escala local (el municipi com a unitat espacial i estadística operativa d'anàlisi). Aquesta limitació del sistema estadístic del país acota molt la disponibilitat real de dades sobre la realitat i dinàmica turística, i la capacitat d'aprofundiment de l'estudi.

A més de la radiografia sobre l'oferta i la demanda (xifres i mapes), s'ha focalitzat l'atenció en l'anàlisi de la institucionalització de la gestió pública del turisme, procés associat al desenvolupament del turisme, en clara relació causa-efecte. Aquesta aportació es justifica pel rol que desenvolupa l'administració pública en el sistema turístic (actors públics i privats com a components del sistema), i per l'actualitat i rellevància del tema a l'àmbit territorial objecte d'estudi i en el context políticoterritorial (Generalitat Catalunya, Diputació de Barcelona, Ajuntament de Barcelona).

En relació a la metodologia i les fonts d'informació, l'enfocament de l'article fa que el seu contingut sigui deutor de la bibliografia existent sobre el tema i l'àmbit geogràfic analitzat, i de la informació estadística disponible. En aquest sentit, a més de recordar les limitacions de les fonts d'informació estadístiques a escala municipal, cal fer esment a la dificultat de trobar series temporals llargues per a poder estudiar els processos i dinàmiques evolutives. Donat que l'objectiu general és la caracterització bàsica del turisme a l'AMB, la realització d'una radiografia del turisme en aquest territori, s'ha optat per privilegiar en els apartats corresponents l'ús del llenguatge cartogràfic i del llenguatge estadístic (el turisme a l'AMB en "xifres i mapes").

2. Trets bàsics del turisme a l'Àrea Metropolitana de Barcelona

Per a la caracterització del turisme de l'Àrea Metropolitana de Barcelona s'aporten dades seleccionades

dels components significatius habituals en les radiografies del turisme: oferta d'allotjament i flux turístic, considerant les seves dimensions referides al conjunt de l'AMB, amb comparació amb altres àmbits territorials, i els valors a escala municipal, quan la disponibilitat d'informació ho ha permès. A més, s'inclou una valoració sobre la recaptació de la taxa turística (impost sobre les estades en establiments turístics) a escala municipal, que en el context de l'anàlisi permet una aproximació al flux de demanda (taxa per pernoctació). I, finalment, per tancar la caracterització i anar més enllà dels números, s'incorpora un esquema de diagnosi estratègica, de valoració més qualitativa.

2.1. Dades de conjunt i anàlisi comparada

La superfície de l'Àrea Metropolitana de Barcelona representa el 2% del total de Catalunya i concentra més del 40% de la seva població. L'oferta d'allotjament de l'AMB és de 144.251 places el 2019, que suposa el 15,7% de Catalunya, percentatge que s'ha incrementat en els darrers 15 anys, ja que el 2003 suposava el 10,7% (taula 1). Òbviament, aquest pes de l'AMB correspon al protagonisme del municipi de Barcelona: la seva capacitat d'allotjament turístic el 2019 (116.103 places) suposa el 80% de l'oferta de l'AMB (70% el 2003) i el 12,6% del conjunt de Catalunya (7,5% el 2003). L'eclosió turística de la ciutat de Barcelona ha estat extraordinària i es manifesta en aquestes variables, entre d'altres. S'observa, en particular, el major creixement comparat en places hoteleres i en habitatges d'ús turístic.

La macrocefàlia turística de Barcelona justifica que, com a categoria d'anàlisi, es considerin els valors del conjunt de l'AMB (36 municipis), els valors de l'AMB sense Barcelona i els valors del municipi Barcelona, que es poden comparar a partir de les dades de la taula 1, amb dades de 2003 i 2019.

Taula 1. Comparació de dades bàsiques de turisme: escala urbana, metropolitana i regional, 2003-2019

Dades bàsiques	AMB	AMB sense BCN	Barcelona	Província Barcelona	Catalunya
Superfície (Km²)	633,71	533,41	100,30	7.726,36	32.108,00
2003					
Població (Habitants)	3.077.154	1.494.416	1.582.738	4.956.663	6.558.740
Places Hotels	43.557	6.333	37.224	93.434	244.237
Places Càmpings	9.614	9.614	0	40.680	241.453
Places Turisme Rural	0	0	0	2.088	9.066
Places Apartaments Turístics	SD	SD	SD	SD	SD
Places HUTs	SD	SD	SD	SD	SD
Total Places	53.171	15.947	37.224	136.202	494.756
2019					
Població (Habitants)	3.225.822	1.617.076	1.608.746	5.613.955	7.600.267
Places Hotels	96.609	18.027	78.582	147.449	315.228
Places Càmpings	3.042	3.042	0	44.406	272.025
Places Turisme Rural	20	20	0	5.304	19.580
Places Apartaments Turístics	2.176	1.276	900	3.668	14.602
Places HUTs	42.404	5.784	36.621	72.052	296.430
Total Places	144.251	28.149	116.103	272.879	917.865
Variació 2003-2019					
Població (Habitants)	148.668	122.660	26.008	657.292	1.041.527
Places Hotels	53.052	11.694	41.358	54.015	70.991
Places Càmpings	-6.572	-6.572	0	3.726	30.572
Places Turisme Rural	20	20	0	3.216	10.514
Places Apartaments Turístics	-	-	-	-	-
Places HUTs	-	-	-	-	-
Total Places*	91.080	12.202	78.879	136.677	423.109

* No inclou Apartaments turístics i HUTs en 2003

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'AMB, IDESCAT, HERMES-Diputació de Barcelona, Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

2.2. Oferta d'allotjament turístic

Evolució i composició de l'oferta d'allotjament. El pes de Barcelona

L'oferta d'allotjament turístic de l'AMB ha crescut de manera molt notable entre 2003 i 2019: de 53.171 places a 144.251, gairebé s'ha triplicat. Aquest comportament es fonamenta, per una part, en la dinàmica i en el fort creixement hotelier de la ciutat de Barcelona: de 37.224 places ha passat a 78.582, un increment de 41.358 places (el 78% del creixement de tota l'AMB); i, d'altra banda, en l'aparició i ràpida expansió dels habitatges d'ús turístic en els darrers cinc anys.

El creixement de places totals s'observa també en els municipis de major dimensió poblacional i els més propers a la capital. En particular, l'Hospitalet de Llobregat, Castelldefels, el Prat de Llobregat i Sant Cugat del Vallès, entre d'altres. El creixement (en valors absoluts) de la capacitat hotelera mostra tanmateix una destacada concentració espacial, ja que s'ha localitzat en gran mesura a Barcelona i, en segon terme i a distància, a l'Hospitalet de Llobregat. En canvi, en termes relatius, els municipis que més han crescut són Molins de Rei (de zero a 466 places), l'Hospitalet de Llobregat (de 300 a 4.087 places), Viladecans (de 64 a 859), i també el Prat de Llobregat, Sant Cugat del Vallès i Santa Coloma de Gramenet, entre d'altres.

Taula 2. Evolució de les places d'allotjament turístic a l'AMB, 2003-2019

Municipi	Places 2003				Places 2019						Hotels. Variació places 2003-19 (valors absoluts)
	Hotels	Càmpings	Turisme Rural	Total	Hotels	Càmpings	Turisme Rural	Apartaments Turístics	HUTs	Total	
Badalona	289	0	0	289	538	0	0	18	350	906	249
Badia del Vallès	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Barberà del Vallès	424	0	0	424	900	0	0	0	11	911	476
Barcelona	37.224	0	0	37.224	78.582	0	0	900	36.621	116.103	41.358
Begues	20	0	0	20	0	0	10	0	23	33	-20
Castellbisbal	13	0	0	13	98	0	0	0	0	98	85
Castelldefels	1.503	1.313	0	2.816	2.358	1.821	0	876	1.322	6.377	855
Cerdanyola del Vallès	545	0	0	545	972	0	0	0	8	980	427
Cervelló	49	0	0	49	50	0	0	0	23	73	1
Corbera de Llobregat	45	0	0	45	26	0	0	54	87	167	-19
Cornellà de Llobregat	449	0	0	449	1.041	0	0	0	144	1.185	592
Esplugues de Llobregat	228	0	0	228	474	0	0	0	61	535	246
Gavà	119	1.018	0	1.137	254	1.221	0	0	768	2.243	135
Hospitalet de Llobregat, l'	300	0	0	300	4.087	0	0	239	1.782	6.108	3.787
Molins de Rei	0	0	0	0	466	0	0	0	19	485	466
Montcada i Reixac	123	0	0	123	231	0	0	0	27	258	108
Montgat	26	0	0	26	0	0	0	0	118	118	-26
Pallejà	0	0	0	0	0	0	0	0	34	34	0
Palma de Cervelló, la	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Papiol, el	22	0	0	22	20	0	0	0	4	24	-2
Prat de Llobregat, el	492	0	0	492	1.262	0	0	0	76	1.338	770
Ripollet	50	0	0	50	200	0	0	0	11	211	150
Sant Adrià de Besòs	39	0	0	39	65	0	0	0	418	483	26
Sant Andreu de la Barca	98	0	0	98	238	0	0	0	8	246	140
Sant Boi de Llobregat	85	0	0	85	852	0	0	15	30	897	767

Continua a la pàgina següent

Taula 2. Evolució de les places d'allotjament turístic a l'AMB, 2003-2019 (continuació)

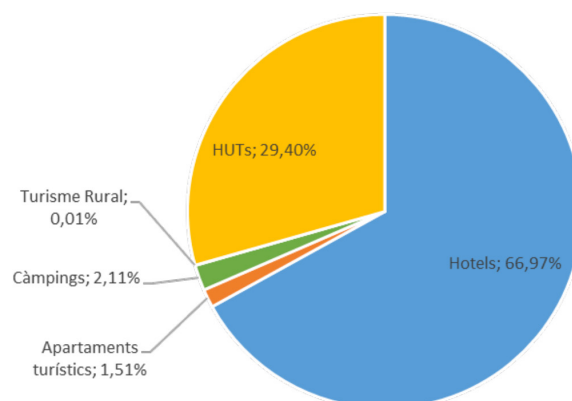
Municipi	Places 2003				Places 2019						Hotels. Variació places 2003-19 (valors absoluts)
	Hotels	Càmpings	Turisme Rural	Total	Hotels	Càmpings	Turisme Rural	Apartaments Turístics	HUTs	Total	
Sant Climent de Llobregat	31	0	0	31	0	0	0	0	0	0	-31
Sant Cugat del Vallès	300	0	0	300	1.096	0	0	5	281	1.382	796
Sant Feliu de Llobregat	49	0	0	49	49	0	0	0	4	53	0
Sant Joan Despí	605	0	0	605	785	0	0	0	0	785	180
Sant Just Desvern	300	0	0	300	712	0	0	0	57	769	412
Sant Vicenç dels Horts	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	0
Santa Coloma de Cervelló	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	0
Santa Coloma de Gramenet	65	0	0	65	374	0	0	30	0	404	309
Tiana	0	0	0	0	0	0	10	0	42	52	0
Torrelles de Llobregat	0	0	0	0	20	0	0	39	15	74	20
Viladecans	64	7.283	0	7.347	859	0	0	0	53	912	795
Total	43.557	9.614	0	53.171	96.609	3.042	20	2.176	42.405	144.252	53.052

Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'HERMES-Diputació de Barcelona, i Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

En la composició de l'oferta d'allotjament el 2019 destaca el pes de l'oferta hotelera, que representa dos terços de total (figura 2) i, en segon lloc, les places dels habitatges d'ús turístics (HUT,s), que s'apropa al 30% i constitueix una oferta d'aparició recent i de forta dinàmica de creixement. A destacar, en un altre sentit, el menor protagonisme de l'oferta de turisme rural, de càmpings i d'apartaments turístics, que en bona part obeeix a les dinàmiques pròpies dels espais urbans i metropolitans en relació a aquestes tipologies d'allotjament turístic. Una consideració particular mereix la valoració de l'oferta de càmpings, que havia estat més gran en termes absoluts i relatius, per la important oferta històrica dels municipis litorals del delta del Llobregat: Viladecans, Gavà i Castelldefels. En conjunt, el 2003 l'oferta era de 9.614 places, mentre que el 2019 han disminuït i se situa en 3.024. Aquesta evolució s'explica per diversos factors interrelacionats en un entorn de forta concentració i competència d'activitats econòmiques i residencials; i, en particular, pel tancament de l'oferta de càmpings de Viladecans.

El cens hotelier mostra una composició per categories (figura 3) amb un clar predomini dels hotels de quatre estrelles, que sumen el 50% de tota l'oferta de places. Sumades les categories 4E, 5E i gran luxe suposen

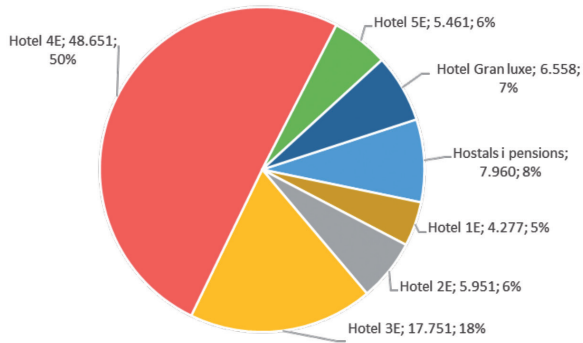
Figura 2. Composició de l'oferta de places per tipus d'allotjament turístic a l'AMB, 2019



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

quasi dues terceres parts del total de places hoteleres, la qual cosa indica una oferta en conjunt de categoria alta, una oferta 'qualificada', en comparació a la situació de fa un parell de dècades quan, precisament, la necessària 'qualificació' de l'oferta era un dels reptes del sector turístic.

Figura 3. Oferta de places hoteleres per categoria a l'AMB, 2019



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

Distribució espacial: xifres i mapes

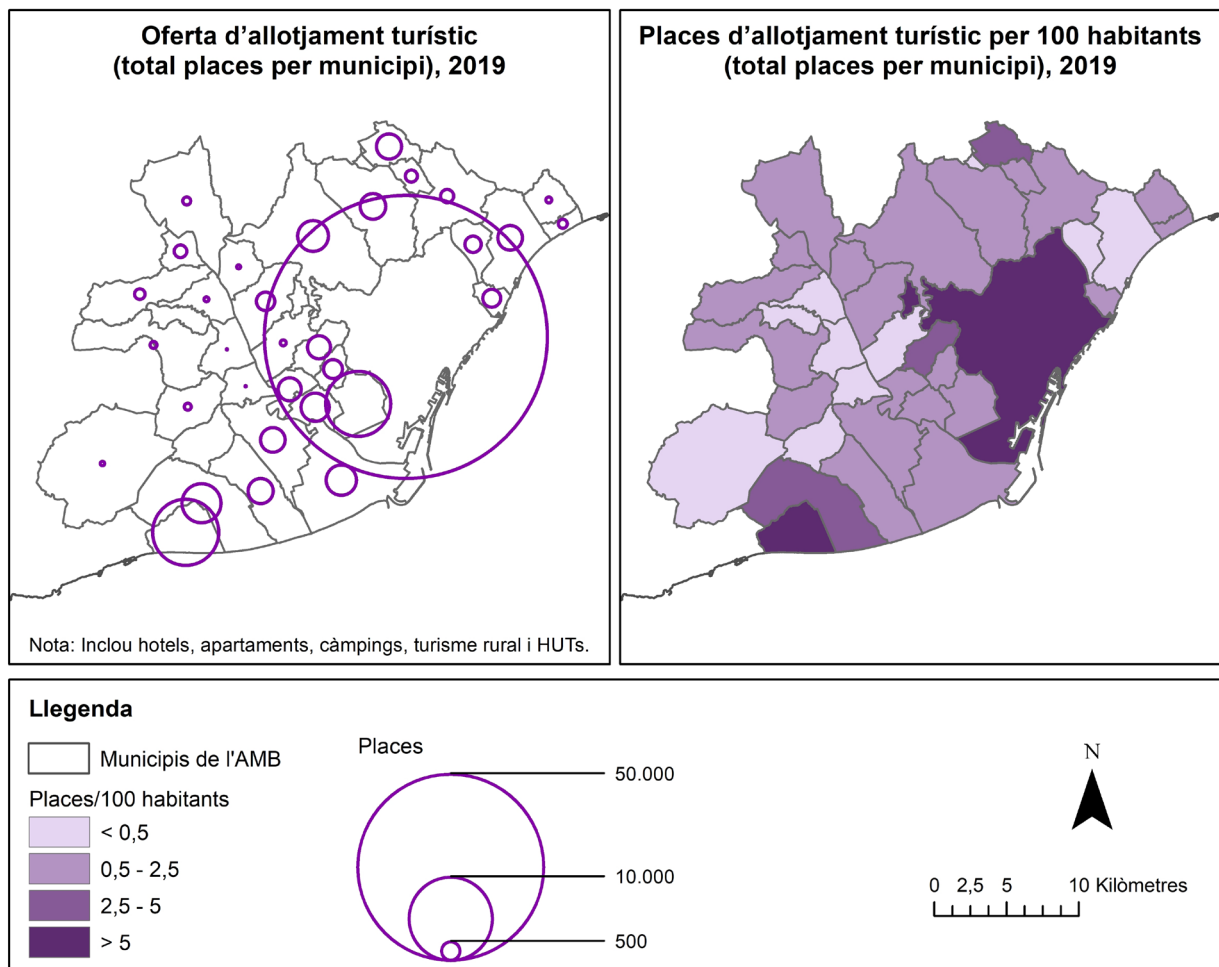
La distribució espacial a escala municipal de les variables bàsiques del turisme dibuixa un mapa, en cada cas, molt asimètric i desigual i on es constata la presència de Barcelona, com a macrocefàlia turística, sigui quina sigui la variable a considerar. I, tal com es recull al *Pla de Turisme Metropolità* de l'AMB (AMB, 2017, pàg. 7), "a grans trets, es podria dir que l'àrea metropolitana (fora de Barcelona) no disposa d'una oferta turística ar-

ticulada sinó que està disseminada localment. Aquesta reacciona a la demanda quan la capacitat de càrrega de Barcelona es veu sobrepassada, *vessant* sobre el territori adjacent i obeint criteris d'accessibilitat, distància, preu i oportunitat". De fet, les pautes de distribució i les lògiques espacials són determinades per aquesta dinàmica i per les iniciatives públiques i privades de posar en valor turístic i recreatiu els seus recursos territorials (culturals i naturals).

Barcelona concentra el 80% de l'oferta d'allotjament, amb 116.103 places. La capacitat dels altres municipis presenta valors molt distants i, en bona part, la seva dimensió varia en relació a la major o menor influència de l'efecte Barcelona. En aquest altre nivell destaca Castelldefels (6.377 places), amb la doble dinàmica de municipi litoral i metropolità, i l'Hospitalet de Llobregat (6.108 places), municipi veí de Barcelona, a prop de l'aeroport i que alberga importants equipaments (a destacar la Fira). En valors absoluts, el segueixen municipis propers a la capital i amb una capacitat d'allotjament que superen lleugerament o quasi arriben a les mil places: Sant Cugat del Vallès, el Prat de Llobregat, Cornellà de Llobregat, Viladecans, Cerdanyola del Vallès, Barberà del Vallès, Sant Boi de Llobregat, Sant Just Desvern i Sant Joan Despí, entre d'altres.

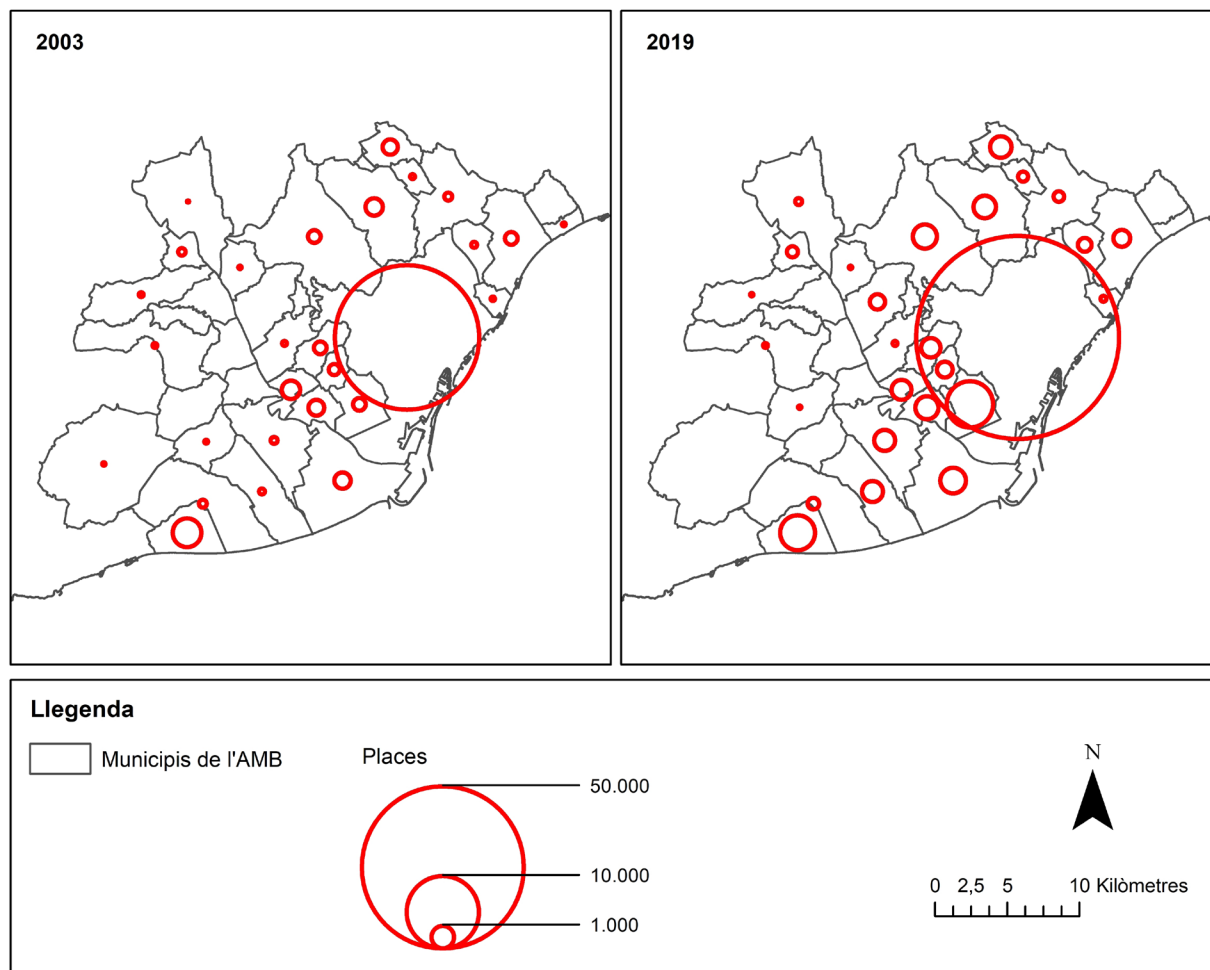
La relació amb la població resident, que és un primer indicador de pressió turística (figura 4), mostra una

Figura 4. Oferta d'allotjament turístic i relació amb la població resident (total per municipis), 2019



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'AMB i Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

Figura 5. Evolució de l'oferta hotelera a l'AMB (total de places per municipi), 2003-2019



Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'HERMES-Diputació de Barcelona, i Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

major homogeneïtat del mapa i, per tant, dels valors i de la repercussió de l'oferta d'allotjament de turisme en les estructures preexistents. La llegenda del mapa (figura 4) contempla quatre categories i a la major part dels municipis (21) la proporció de places per 100 residents se situa entre 0,5 i 2,5; tres municipis se situen en la franja 2,5-5 places/100h i també tres en la franja més alta, de més de 5 places/100 habitants. La resta de municipis (9) tenen una menor ràtio d'allotjament (menys de 0,5 places/100h), i en aquest grup s'inclou els que no tenen cap tipus d'oferta d'allotjament turístic (Badia del Vallés, la Palma de Cervelló i Sant Climent de Llobregat). En conjunt, els valors de la relació entre places i residents no indiquen una ràtio d'allotjament alta, en comparació amb altres entorns turístics o altres espais urbans i metropolitans.

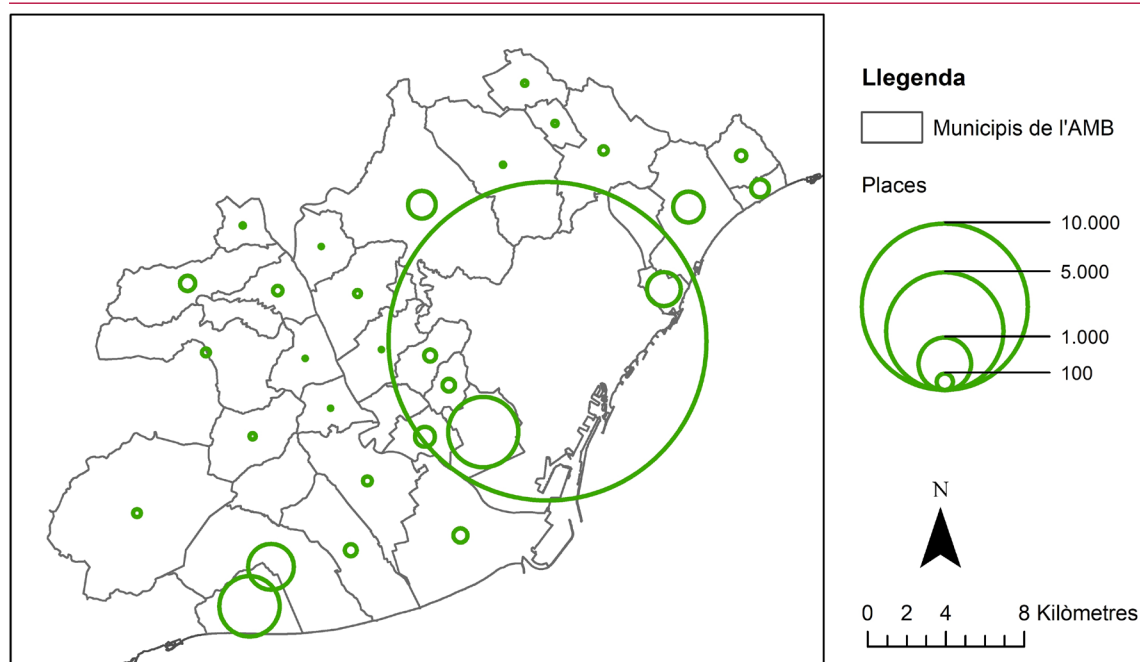
La distribució espacial de l'oferta hotelera mostra unes pautes de localització a escala municipal similars a les exposades pel conjunt de l'oferta d'allotjament amb la forta concentració a la ciutat de Barcelona (figura 5). L'evolució 2003-2019 consolida aquestes pautes, amb dos processos específics: la intensificació de l'oferta de la capital i la difusió de part del 'seu creixement' a municipis veïns i propers. Això fa que en el conjunt dels municipis de l'AMB —sense Barcelona— es passi d'una situació de pocs contrastos a una situació actual d'asimetria i de jerarquia. Fa 15 anys, a part de Barcelona, Castelldefels destacava per sobre de la

resta amb 1.503 places. En l'actualitat hi ha un grup de 6-8 municipis que tenen en torn a un miler de places on destaca predominantment l'Hospitalet de Llobregat amb més de 4.000. Aquest grup de municipis es diferencia de la gran majoria que tenen una oferta molt petita o no disposen d'establiments. El 2019 hi havia 9 municipis sense oferta i el 2003 eren 8.

Entre 2003 i 2019 la major part dels municipis han incrementat l'oferta de places hoteleres, però tot i aquesta tendència, en alguns casos (situacions de oferta molt petita) la casuística local o empresarial singular ha fet que es tanquin establiments, i que alguns municipis perdin capacitat d'allotjament. Cal citar en aquest sentit els municipis de Begues, Montgat i Sant Climent de Llobregat.

La irrupció dels habitatges d'ús turístic ha suposat un canvi molt notable en la composició de l'oferta d'allotjament i en les dinàmiques turístiques en relació al lloc de pernoctació. És un procés nou i encara s'està desplegant, tant a la capital com als municipis metropolitans. La informació de l'oferta legal a escala municipal de 2019 (figura 6) mostra unes pautes semblants a la dels hotels, amb la forta concentració a Barcelona capital i, a un altre nivell, apareixen l'Hospitalet de Llobregat, Castelldefels, Gavà i Sant Adrià de Besòs, entre d'altres. En la lectura d'aquestes dades, però cal tenir en compte que encara hi ha una oferta d'HUTs il·legals

Figura 6. Habitatges d'Ús Turístic –HUTs- a l'AMB (total de places per municipi), 2019



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

considerable i que la moratòria i el major control establert a Barcelona ciutat (PEUAT) pot haver induït a l'increment d'aquest tipus d'oferta submergida en altres municipis veïns. En el mateix sentit, Badalona, Montgat, Sant Adrià de Besòs, Santa Coloma de Gramenet i l'Hospitalet de Llobregat també han aplicat suspensions temporals de llicències de pisos turístics.

2.3. L'Impost sobre les Estades en Establiments Turístics

La informació sobre la recaptació de l'Impost turístic (IEET) constitueix una primera relació entre oferta (capacitat d'allotjament) i demanda (pernoctació, ús de l'establiment, presència del turista) i la seva valoració a escala municipal completa el punt anterior dedicat a la distribució espacial de l'oferta d'allotjament.

L'IEET és una taxa que paga el turista (excepte les persones de 16 anys o menys) per estada a un establi-

ment o equipament turístic (allotjaments turístics, albergs de joventut, creuers i qualsevol altre establiment o equipament que ofereixi allotjament). La quota de la taxa varia segons el tipus d'establiment o equipament turístic i la localització (vegeu taula 3). En aquest cas el pes de Barcelona és molt significatiu, ja que només la ciutat recapta aproximadament la meitat sobre el total de la recaptació a Catalunya. L'impost recollit en cada municipi es reparteix al 50% amb la Generalitat de Catalunya i el seu objectiu és finalista i orientat a la promoció turística i a revertir els impactes negatius de l'activitat.

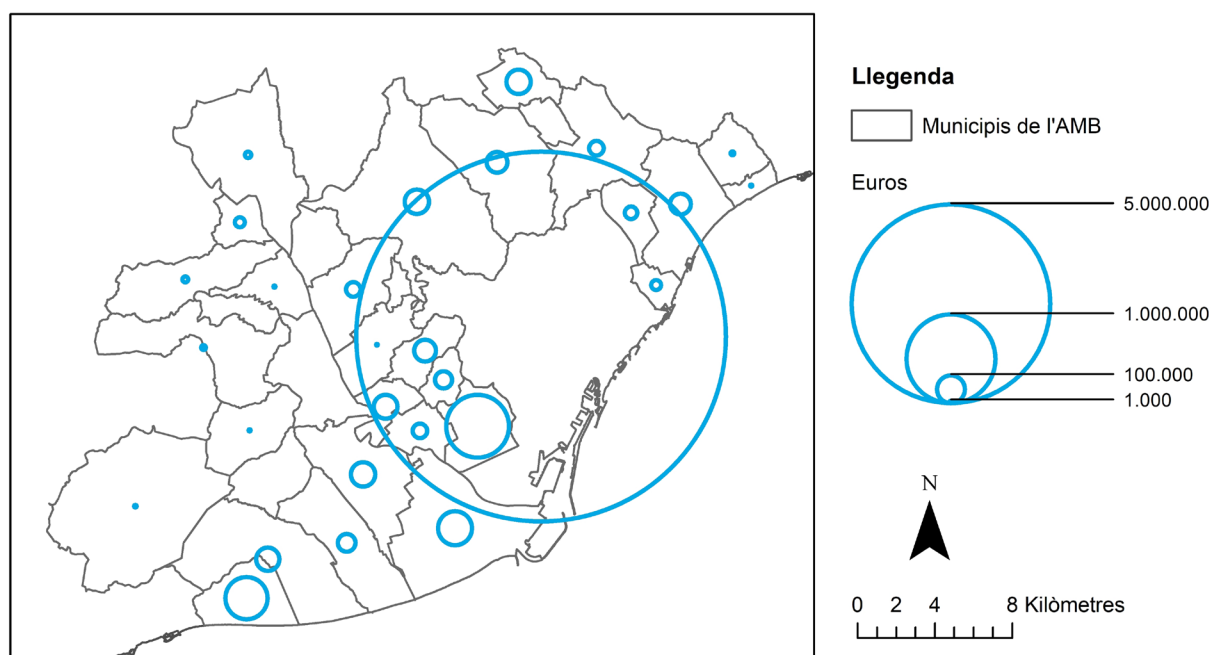
En el cas de l'AMB, la lectura de la figura 7 i de la taula 4 (amb dades sobre el segon i tercer trimestre de 2018) permet constatar la forta concentració dels valors de la recaptació en pocs municipis, i en particular a Barcelona que amb el 94% del total de la taxa recaptada supera notablement el percentatge (80%) de la seva oferta d'allotjament sobre el total de l'AMB. La

Taula 3. Tarifa de l'IEET aplicada per unitat d'estada i persona, segons tipus d'establiment o equipament turístic i localització (a partir del 01-04-2017)

Tipus d'establiment o equipament turístic	Barcelona	Resta de Catalunya
Hotel de 5 estrelles, gran luxe, càmping de luxe i establiment o equipament de categoria equivalent	2,25 €	2,25 €
Hotel de 4 estrelles i 4 estrelles superior, i establiment o equipament de categoria equivalent	1,10 €	0,90 €
Habitatge d'ús turístic	2,25 €	0,90 €
Resta d'establiments i equipaments	0,65 €	0,45 €
Embarcació de creuer		
- Més de 12 hores	2,25 €	2,25 €
- 12 hores o menys	0,65 €	-

Font: Agència Tributària de Catalunya.

Figura 7. Recaptació de la taxa turística a l'AMB (euros per municipi), 2n i 3r trimestre de 2018



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Agència Tributària de Catalunya.

Taula 4. Recaptació taxa turística. Període semestre 1 de 2018 (2º i 3er trimestre de 2018)

Id	Municipi	€
1	Badalona	54.411
2	Badia del Vallès	0
3	Barberà del Vallès	77.261
4	Barcelona	17.299.698
5	Begues	1.047
6	Castellbisbal	5.676
7	Castelldefels	225.947
8	Cerdanyola del Vallès	55.174
9	Cervelló	3.097
10	Corbera de Llobregat	4.589
11	Cornellà de Llobregat	27.350
12	Esplugues de Llobregat	37.713
13	Gavà	68.582
14	Hospitalet de Llobregat, l'	501.955
15	Molins de Rei	27.068
16	Montcada i Reixac	26.756
17	Montgat	612
18	Pallejà	892
	TOTAL	

Id	Municipi	€
19	Palma de Cervelló, la	0
20	Papiol, el	0
21	Prat de Llobregat, el	148.426
22	Ripollet	0
23	Sant Adrià de Besòs	13.029
24	Sant Andreu de la Barca	12.522
25	Sant Boi de Llobregat	74.378
26	Sant Climent de Llobregat	0
27	Sant Cugat del Vallès	77.073
28	Sant Feliu de Llobregat	577
29	Sant Joan Despí	73.393
30	Sant Just Desvern	61.719
31	Sant Vicenç dels Horts	0
32	Santa Coloma de Cervelló	0
33	Santa Coloma de Gramenet	19.634
34	Tiana	1.750
35	Torrelles de Llobregat	844
36	Viladecans	39.341
		18.417.828

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Agència Tributària de Catalunya.

comparació del rànquing de recaptació per municipis amb el rànquing de municipis segons la dimensió de la seva oferta d'allotjament (taula 2) mostra diferències, fins i tot en el protagonisme dels primers municipis de cada variable. A part de Barcelona, els municipis de major recaptació de la taxa turística són l'Hospitalet de Llobregat (2,75%), Castelldefels (1,2%), el Prat de Llobregat (0,8%), Barberà del Vallès i Sant Cugat del Vallès. En canvi, el rànquing de municipis segons la dimensió de l'oferta d'allotjament és: Barcelona (80% del total de l'AMB), Castelldefels (4,4%), l'Hospitalet de Llobregat (4,2%), Gavà (1,5%), Sant Cugat del Vallès (0,96%) i el Prat de Llobregat (0,9%). La interpretació d'aquesta dissociació s'explica per diversos factors, i destaquen: la composició o tipus d'oferta allotjament en cada cas (hotels, càmpings, etc.), que repercuteix de manera diferent en la recaptació de la taxa; la categoria dels establiments i, finalment, el grau d'ocupació.

Per valorar la recaptació de la taxa turística dels municipis de l'AMB en el context català es disposa de l'estudi recent sobre el balanç de l'impost sobre les estades en establiments turístics (IEET) (Direcció General de Turisme, 2019). L'estudi tot i referir-se a l'exercici 2017-2018, inclou una anàlisi retrospectiva des de 2012-13 fins avui, i dona informació sobre les marques turístiques, les comarques i els 30 municipis amb més recaptació. Dins d'aquesta darrera relació apareixen quatre municipis de l'AMB: Barcelona (òbviament encapçala la llista), l'Hospitalet de Llobregat, Castelldefels i el Prat de Llobregat.

2.4. Visitants i turistes

A les limitacions habituals sobre el coneixement de la demanda turística i a la manca de disponibilitat de dades a escala local y municipal, s'afegeix en aquest cas el fet que l'àmbit AMB no té caràcter de 'subjecte estadístic' en el sistema estadístic del país sobre turisme (institucions i organismes de creació i difusió de dades). D'altra banda, el flux de visitants de la major part dels municipis de l'AMB correspon fonamentalment a una freqüentació recreativa (patrimoni, cultura, natura, comerç, esport), de desplaçament diari, davant el viatger turista que pernocta. Aquestes dues circumstàncies fan que el mesurament i la caracterització de la 'demanda' turística de l'AMB presenti fortes dificultats. L'excepció és l'anàlisi específica d'algun municipi; com ara es el cas del municipi de Barcelona, del qual es disposa d'una àmplia i rigorosa informació. En conseqüència, en aquest epígraf s'aporta una valoració qualitativa sobre el perfil de la demanda de l'àmbit identificat com a entorn de Barcelona, del qual en formen part també els municipis de l'AMB.

Al *Pla de Turisme Metropolità* es fa constar que:

"La demanda *mainstream* es vincula, doncs, indissolublement, a la ciutat de Barcelona (perfil de públic estranger que insisteix en les icones barcelonines), mentre l'oferta metropolitana (fora de l'efecte de vessament) és d'ús domèstic i de proximitat, i és força desconeguda en termes percentuals per l'eventual demanda. Evidentment, aquesta interpretació és una simplificació d'un fenò-

men molt més complex. El turisme i els turistes no responen només a l'estereotip del perfil dels visitants estrangers de Barcelona. Per tal d'ampliar el fenomen, l'Organització Mundial del Turisme fins i tot ha modificat, en els darrers anys, les seves definicions: el turisme és un fenomen social, cultural i econòmic relacionat amb el moviment de les persones a llocs que es troben fora del seu lloc de residència habitual per motius personals o de negocis / professionals. Aquestes persones s'anomenen visitants (que poden ser turistes o excursionistes; residents o no residents) i el turisme té a veure amb les seves activitats, de les quals algunes impliquen una despesa turística. Com a tal, el turisme té efectes en l'economia, en l'entorn natural i en les zones edificades, a la població local dels llocs visitats i en els visitants pròpiament dits. A causa d'aquests diversos impactes, l'àmplia gamma i varietat de factors de producció requerits per produir els béns i serveis adquirits pels visitants i l'ampli espectre d'agents involucrats o afectats pel turisme, és necessari adoptar un enfocament global del desenvolupament, la gestió i la supervisió del turisme. Aquest enfocament és molt recomanable de cara a la formulació i posada en pràctica de polítiques de turisme nacionals i locals, així com d'acords internacionals o altres processos en matèria de turisme". (AMB, 2017, pàg. 7-8)

Les dades sobre demanda turística publicades per l'Observatori de Turisme a Barcelona. Ciutat i regió (<https://www.observatoriturisme.barcelona.cat>) corresponen al municipi de Barcelona i a la Destinació Barcelona (àmbit provincial), sense cap altra desagregació espacial. Òbviament, l'àmbit metropolità pertany a la Demarcació Barcelona i participa de les seves característiques turístiques, però la informació global (quantitativa i qualitativa) sobre caracterització de la demanda, referida a un conjunt provincial d'entorns geogràfics i turístics molt contrastats, poden suposar una abstracció allunyada de la realitat turística estrictament metropolitana i, en concret, de l'àmbit AMB. La consulta d'aquesta informació i d'altra de naturalesa similar pot fer-se al web de l'Observatori al web de l'Ajuntament de Barcelona (turisme) (<https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/ca/inici>) i al web del Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona (<https://www.diba.cat/es/web/dturisme/labturisme>). Com a dada il·lustrativa de la dimensió quantitativa es pot fer esment (segons dades del LABTurisme DIBA) al fet que al Barcelonès el 2018 el cens hotelier era de 752 establiments amb un total de 83.063 places i que va rebre un total de 8,5 viatgers en hotels amb 21,2 milions de pernoctacions. Pel que fa al Baix Llobregat, l'oferta hotelera era de 84 establiments amb 19.225 places. Aquests establiments van acollir 1,15 milions de viatgers, que van causar un total de 2,1 milions de pernoctacions.

2.5. Aproximació qualitativa: esquema de diagnòstic estructural

Les aportacions sobre el coneixement del turisme metropolità (àmbit AMB) són escasses i en aquest

Taula 5. Anàlisi DAFO Turisme en l'àmbit metropolità

	Fortaleses	Debilitats
I N T E R N E S	<ul style="list-style-type: none"> • Governança local. • Sistema d'infraestructures i transport. • Identitats locals. • Marca Barcelona paraigua. • Recursos de qualitat i jerarquia: monumentals, gastronòmics i patrimonials. • Nivell de disseny de projectes metropolitans. • Capacitat tècnica de l'AMB. • Concentració urbana i demanda local, metropolitana i internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dispersió de competències i vocacions turístiques. • Poca connectivitat interlocal. • Poca mobilitat metropolitana d'oci. • Manca de comunicació i relats metropolitans. • Desconeixement públic. • Manca de productes metropolitans o supralocals. • Productes locals febles. • Manca de canals de comercialització d'oferta. • Diversitat estratègica. • Manca de tematització. • Plans i estratègies de les administracions reconeixen els problemes territorials però no implementen solucions d'ordenament o infraestructura pública. • Projecte metropolità de consum local.
	Oportunitats	Amenaces
E X T E R N E S	<ul style="list-style-type: none"> • Vectors turístics metropolitans: platges, parcs... • Ordenació turística. • Mobilitat turística. • Alta demanda de consum familiar. • Flux estranger. • Passatges i projectes metropolitans. • Generar producte/experiència de consum metropolità per a la demanda. • Tecnologia i innovació turístiques. • La consideració del turisme com a sector estratègic per a la UE. • Elevar a jerarquia metropolitana l'oferta local i de proximitat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismofòbia. • Desafecció. • Concentracions, saturació i massificació. • Absència de gestió unificada. • Desequilibri turístic i col·lapse. • Meliquisme. • Obsolescència.

Font: AMB (2017). *Pla de Turisme Metropolità. Una proposta per a l'acció turística metropolitana* (pàg. 35).

context cal subratllar el contingut del *Pla de Turisme Metropolità. Una proposta per a l'acció turística metropolitana* (2017), redactat per l'AMB, tal com s'ha assenyalat anteriorment. En el document es fa constar que "aquesta primera construcció col·lectiva de l'oferta i posicionament local, només pretén poder facilitar una primera mirada general sota la perspectiva de territori metropolità, sense haver aprofundit en tots els seus aspectes i senyalant que no deixa ser una primera visió general (s'acompanya un annex documental amb les fitxes resum de cada un dels municipis). També dir que no s'ha considerat l'oferta i potencialitats de la ciutat de Barcelona, per centrar-nos en la resta de municipis metropolitans i posar de rellevància el seu pes específic en aquesta temàtica" (AMB, 2017, pàg. 43).

El *Pla de Turisme Metropolità 2017* aporta una diagnosi estratègica del turisme al seu territori (sense considerar la ciutat de Barcelona), i pel seu significat l'esquema de l'anàlisi DAFO s'inclou en aquestes pàgines, com a aproximació general qualitativa a la realitat del turisme i la seva potencialitat. La matriu de l'anàlisi DAFO (taula 5) no contempla una jerarquia en la relació de les fortaleses, de les debilitats, de les oportunitats i de les amenaces. Per tant, tots els fets i circumstàncies identificades apareixen al mateix nivell, com és habitual en aquesta tècnica. No obstant això, de la lectura de la matriu en el context d'aquest article es pot deduir la rellevància de les fortaleses "marca Barcelona paraigua", "capacitat tècnica de l'AMB" i "concentració urbana i demanda local, metropolitana i internacional" (diversitat de públics). Pel que fa a les debilitats, cal destacar que actuen de fre la "dispersió de competències i vocacions turístiques", la "diversi-

tat estratègica" i la "manca de comunicació i relats metropolitans". També en la diagnosi estratègica s'han identificat nombrosos factors externs, i s'identifiquen com a oportunitats més destacades l'"ordenació turística" (en sentit ampli), la "mobilitat turística" i el "flux estranger". I pel que fa a les amenaces cal assenyalat la "absència de gestió unificada" i la "turismofòbia" (risc d'efecte mirall negatiu del cas Barcelona).

3. Institucionalització de la gestió pública del turisme

En les dinàmiques turisticoterritorials hi intervenen diversos actors (públics i privats). En general, "el desenvolupament territorial del turisme porta associat, com a relació causa-efecte, un procés d'institucionalització de la gestió pública del turisme, que es manifesta en diverses formules i entitats, en diverses tipologies d'organització i funcions de gestió de destinacions turístiques" (Vera et al., 2013, pàg. 367). Aquest procés d'institucionalització de la gestió pública del turisme s'ha donat en el cas del territori AMB?. S'observen trets diferenciats pel fet de ser un entorn urbà?

3.1. Escala metropolitana

Les diferents administracions públiques, els diferents nivells de l'administració, tenen unes determinades competències en matèria de turisme i les seves corresponents polítiques i estratègies turístiques. En el *Pla de Turisme Metropolità* (AMB, 2017) s'afirma que actualment l'AMB no té una estratègia turística pròpia. Les úniques planificacions en matèria de turisme es troben molt breument explicades dins el Pla Estra-

tègic Metropolità de Barcelona, en el qual s'explicita la dependència que té l'àrea metropolitana de la ciutat de Barcelona i menciona la necessitat de desconcentrar el turisme de la ciutat cap a altres llocs de l'AMB. I s'afegeix que a partir de la *Reflexió metropolitana: El sector del turisme* (AMB, 2014) i l'avançament en el disseny de les bases per a una proposta metropolitana en matèria turística per al Pla Director Urbanístic (PDU), hom considera com a valor per a impulsar una economia d'aglomeració, posicionament i identificació metropolitana una sèrie d'accions turístiques. Es tracta d'unes accions turístiques que puguin contribuir, a mitjà termini, a assentar les projeccions globals sobre el pes específic d'aquest sector i la seva contribució en el desenvolupament econòmic i la creació d'ocupació més estable.

Aquest marc permetria establir —segons la *Reflexió metropolitana: El sector del turisme* (2014)— un conjunt de polítiques públiques adoptades a escala intermunicipal per part dels agents locals del territori metropolità i dins d'un espai de col·laboració local per part dels seus agents. En aquest context, més enllà de les recomanacions per al debat i la reflexió (en el marc d'una estratègia metropolitana per al sector turístic) establertes als treballs previs esmentats, hom considera precís elaborar un pla d'acció turístic metropolità concretat en el desenvolupament de mesures i productes que articulin el turisme metropolità coordinadament amb les administracions locals i supralocals. De fet, aquesta reflexió i valoració d'allò que es recull en el PTM 2017 constitueix l'argument justificatiu de la redacció del propi Pla i del contingut dels seus objectius. En aquest sentit, es important destacar la redacció del *Pla de Turisme Metropolità* (2017) i l'elaboració del document *Reflexió metropolitana: El sector del turisme* (2014), com a expressions de la resposta de l'entitat metropolitana a les noves necessitats i com a evidències de la institucionalització de la gestió pública del turisme a escala metropolitana. A Catalunya existeixen diverses marques turístiques que agrupen comarques i municipis. Però avui en dia, la marca turística Barcelona no es percep com una marca que agrupi tota l'Àrea Metropolitana ja que tan sols se centra en la Ciutat.

Finalment, a la *Reflexió metropolitana: El sector del turisme* es fa constar (AMB, 2014, pàg. 39) que "l'AMB com a tal i en cas d'així considerar-se en el marc del desenvolupament de les seves competències, necessitaria establir tot un procés d'elaboració, concertació i projecció com a territori en el tema turístic. Per a fer-ho, una possible solució podria passar per aprofitar i combinar la marca Barcelona amb la resta del territori metropolità, a mode de marca paraigües, per tal de facilitar l'ampliació de l'oferta turística i poder redirigir part del turisme a la resta de municipis que conformen l'AMB, mitjançant l'atracció d'aquest cap a noves experiències turístiques atractives i de qualitat. Aquest efecte de crida territorial, a la vegada i més enllà dels visitants internacional podria reforçar la identitat metropolitana envers als propis ciutadans que en ella conviuen i ampliant l'oferta turística domèstica)".

3.2. Escala municipal

La resposta a escala municipal a les dinàmiques turísticoterritorials i la implicació dels governs locals és di-

versa davant les situacions diferenciades i la lògica de les oportunitats envers el turisme en cada cas. La taula 6 recull informació sobre posicionament de la iniciativa pública local respecte el fenomen del turisme, en concret referida a diverses variables que habitualment són considerades com a manifestacions de l'anomenat procés d'institucionalització de la gestió pública del turisme (regidoria de turisme als ajuntaments, disponibilitat de pla de turisme, disponibilitat d'oficina de turisme, existència de web turística del municipi, entre d'altres). En aquest context cal subratllar, pel que fa als instruments de planificació, la redacció i implementació dels plans de turisme de Barcelona (Ajuntament de Barcelona, 2010; Ajuntament de Barcelona, 2017), que incorporen la reflexió sobre la dimensió metropolitana del turisme.

Fa una dècada Donaire (2009, pàg. 432) afirmava que "l'espai metropolità ha viscut tradicionalment allunyat de les estratègies turístiques. La majoria d'aquests municipis no disposen, per exemple, de responsable municipal de turisme o no han obert encara una oficina d'informació i turisme. Molt recentment, uns pocs nuclis han apostat per la via turística en un doble sentit: la valorització del patrimoni, especialment industrial i modernista, que pugui captar els fluxos de proximitat dels turistes de Barcelona i la potenciació del turisme de negocis, en un sentit ampli, amb la creació de nous recintes firals, l'atracció de congressos i seminaris i la construcció de pols empresarials i tecnològics. L'eix Barcelona – port – aeroport i les ciutats de Sabadell i Terrassa estan liderant l'emergència del turisme metropolità, molt condicionat per la capacitat centrífuga del turisme que atreu la capital". Deu anys després, com a resultat dels processos de desenvolupament del turisme urbà i metropolità, la realitat turística del territori de l'AMB ha canviat i algunes de les seves dimensions i manifestacions ja no són les mateixes, inclouent-hi els canvis en la gestió pública del turisme.

Una bona part dels municipis de l'AMB pertanyen a un consorci del turisme d'àmbit comarcal (la comarca del Barcelonès no té consorci de turisme). Aquesta fórmula de gestió pública del turisme supramunicipal va ser fomentada per la Diputació de Barcelona, amb la qual han tingut un lligams estrets (tècnic, financer, coordinació...). Els municipis de l'AMB formen part o han format part, en cada cas, del Consorci de Turisme del Baix Llobregat, del Consorci de Turisme del Vallès Occidental i del Consorci de Turisme del Maresme. Una novetat en relació a aquesta situació es que a final de desembre de 2018 el Consorci del Vallès Occidental es va dissoldre i els temes de turisme es porten ara a l'Àrea de Turisme del Consell Comarcal.

En els darrers temps el model d'organització del govern local s'estructura en un primer nivell en 'àrees de gestió', i en un segon nivell apareixen les 'regidories', que són les estructures competencials en què s'organitza l'ajuntament. La casuística dels municipis metropolitans en relació a aquets models és molt diversa, i presenta situacions contrastades (taula 6). Sí que es pot dir, en canvi, que l'existència de regidoria de turisme (pròpia o associada a altres competències) es un indicador clar d'activitats turístiques en el municipi i de la voluntat de voler posar en valor els recursos territorials turístics (culturals i naturals). La concreció de la gestió pública del turisme en una regidoria específica

Taula 6. Posicionament de la iniciativa pública local respecte al fenomen del turisme (2019)

Nom	Regidoria de turisme	Instrument de planificació de turisme	Oficina d'Informació turística	WEB turística
Badalona	X	X	X	X
Badia del Vallès				
Barberà del Vallès				
Barcelona	X	X	X	X
Begues	X			X
Castellbisbal				
Castelldefels	X	X	X	X
Cerdanyola del Vallès				
Cervelló		X		
Corbera de Llobregat		X	X	X
Cornellà de Llobregat				
Papiol, el	X	X		
Prat de Llobregat, el			X	X
Esplugues de Llobregat	X			
Gavà		X	X	X
Palma de Cervelló, la				
Hospitalet de Llobregat, l'	X			
Molins de Rei	X		X	X
Montcada i Reixac	X			
Montgat				
Pallejà				
Ripollet				
Sant Adrià de Besòs				
Sant Andreu de la Barca				
Sant Boi de Llobregat	X	X	X	
Sant Climent de Llobregat	X			
Sant Cugat del Vallès		X	X	X
Sant Feliu de Llobregat	X	X		
Sant Joan Despí	X			
Sant Just Desvern				
Sant Vicenç dels Horts		X		
Santa Coloma de Cervelló	X	X		
Santa Coloma de Gramenet	X			X
Tiana				
Torrelles de Llobregat				
Viladecans	X		X	X
Total 36	16	12	10	11
%	44%	33%	28%	30,5%

Font: Elaboració pròpia a partir de AMB (2014): *Reflexió metropolitana: El sector del turisme*. Àrea Metropolitana de Barcelona. Desenvolupament Social i Econòmic. Barcelona; i actualització a data 2019.

o compartida de forma expressa, com a reflex de donar al turisme una identitat com a prioritats política, és desigual en el mapa municipal de l'AMB (taula 6). El 2019 prop de la meitat dels municipis (44%) tenen regidoria de turisme (pròpia o compartida), i això suposa un increment mot notable respecte a la situació de fa deu anys (era el 10%) i destacada respecte a fa cinc anys (era el 25%). A més, aquest percentatge és superior a la mitjana de Catalunya.

D'altra banda, com a part de la prioritats política en turisme, un indicador clar es la disponibilitat o no d'algun instrument de planificació turística. La columna de la taula 6 sobre instruments de planificació turística mostra que 12 municipis disposen de planificació turística, una tercera part del total. Entre 2016 i 2018 vuit municipis han tingut ajut per part de la Diputació de Barcelona per tal de redactar algun instrument de planificació turística. Es tracta de Castelldefels, Cervelló, Corbera de Llobregat, Gavà, el Papiol, Sant Feliu de Llobregat, Sant Vicens dels Horts i Santa Coloma de Cervelló.

Els altres indicadors considerats, com són l'oficina de turisme o una web específica de turisme del municipi, mostren en conjunt valors inferiors, entorn al 30%. Deu municipis tenen oficina de turisme i onze tenen web turística. Cal considerar que en els darrers anys l'ús de les xarxes socials ha suposat la irrupció d'altres mecanismes d'informació, promoció i comunicació, i això pot haver frenat el major creixement de les estructures més convencionals. També s'observa que els consorcis comarcals duen a terme funcions d'informació i promoció dels municipis consorciats i de tota la comarca.

4. A tall de resum i conclusions

El contingut de les pàgines anteriors corrobora el procés recent de desenvolupament turístic i recreatiu de l'àmbit territorial de l'AMB, els seus trets bàsics i la seva distribució territorial. Com a primer fet a destacar cal assenyalar el rol de Barcelona ciutat com a nucli de la "destinació" Barcelona (metròpoli turística, regió turística, destinació turística). La resta del territori metropolità és turístic, fonamentalment, pel veïnatge amb la capital; i la seva dinàmica turística estructural està vinculada amb aquest fet. Com és sabut el concepte Destinació Barcelona és utilitzat per actors del sistema i comença a estar institucionalitzat. No obstant això, els diversos actors li assignen un significat i uns límits espacials diferents, no coincidents; i, a més, les referències espacials han anat canviant des de l'aparició del concepte i en funció dels contextos del seu ús. Significat i extensió territorial són diferents segons el context del seu ús, i concretament en tres àmbits: el màrqueting i la promoció; l'anàlisi i la generació d'estadístiques i la gestió territorial del turisme. És obvi que en el debat sobre la definició (o re-definició) d'aquest concepte, del seu significat com a unitat de referència territorial turística i com a realitat objecte de gestió, el protagonisme del territori metropolità (en totes les seves dimensions) ha de ser important.

També com a fet estructural es pot afirmar que el desplegament de noves activitats de producció i consum turístiques en bona part del territori metropolità té un component més de 'recreació' que de 'turisme'; o de

'turisme de proximitat', expressió utilitzada en aquest cas per tots els actors per referir-se a les pràctiques socials dels residents (consum intern) i a les pràctiques socials dels 'visitants de dia' ('excursionistes' segons la conceptualització de l'OMT), que conforma la mobilitat turisticorecreativa pendular (tant de residents permanents a qualsevol municipi o de turistes allotjats en altres municipis), amb desplaçaments diaris a diferents llocs, però sense pernoctar. La realitat és complexa i la distinció de la naturalesa específica de cadascun dels processos de producció-consum no és fàcil, davant la simultaneïtat en el temps i en l'espai del fenomen identificat com a oci-esbarjo metropolità i del fenomen identificat com a turisme. El resultat d'aquests processos és un mapa del turisme de l'Àrea Metropolitana de Barcelona molt asimètric i així ho corrobora la cartografia aportada sobre les diferents variables significatives. La lectura de les xifres i mapes reforça la imatge de la macrocefàlia turística de Barcelona.

En bona part dels municipis metropolitans s'observa el desplegament d'accions i de processos específics de posada en valor recreatiu i turístic d'una gran diversitat dels seus recursos territorials (naturals i culturals: arranjamet d'espais naturals, patrimoni monumental, creació d'atractius culturals i esportius, equipaments, festes, esdeveniments, etc.), que afavoreixen i milloren l'experiència vital de la població resident. Aquesta dinàmica obeeix al propòsit de resoldre o satisfer necessitats de la població resident local; però, a la vegada, beneficia les necessitats i inquietuds dels visitants (consum cultural, serveis de transports, etc.), que es desplacen al territori metropolità (o dins del territori metropolità) però sense que es produeixi pernoctació. Una part d'aquests visitants són turistes allotjats a Barcelona (principalment) o població local resident a qualsevol ciutat de la mateixa AMB o de fora (oci o turisme de proximitat). El territori metropolità es converteix en una escenari de pràctiques de producció-consum d'aquest flux turístic. Sens dubte, la generalització i intensificació d'aquest procés és induït per l'explosió del desenvolupament del turisme de Barcelona ciutat, que funcionalment ha desbordat els límits municipals (López Palomeque, 2015). Cal destacar que l'AMB i la resta del territori metropolità alberguen infraestructures molt importants per al nucli turístic (BCN): l'aeroport, fira, circuit, centres comercials (La Roca; Viladecans,..) i atractius (Montserrat, etc.), entre d'altres. L'existència en el territori metropolità, i en bona part de la província, d'una important infraestructura turística de naturalesa diversa i de recursos territorials de forta atractivitat fonamenten l'aparició del concepte Destinació Barcelona acompanyat del seu reclam promocional "Barcelona és molt més".

El desenvolupament turisticorecreatiu, en la forma assenyalada en els punts anteriors, ha comportat un avanç en la institucionalització de la gestió pública del turisme, amb formalitzacions específiques en cada cas, i no sempre generalitzada en tot el territori i nivells de l'administració local. El turisme no és una activitat principal en el territori metropolità, exceptuant Barcelona i el seu efecte directe en alguns municipis veïns. En general, per als equips de govern dels municipis metropolitans el turisme no és un tema prioritari en l'agenda política. Es contempla amb caràcter complementari i en determinats casos es percep com a oportunitat.

Actualment, l'entitat AMB no té una estratègia turística pròpia. Les úniques planificacions en matèria de turisme es troben molt breument dins el *Pla Estratègic Metropolità de Barcelona*. En el document d'aquest Pla s'explicita la dependència que té l'Àrea Metropolitana de la ciutat de Barcelona i es menciona la necessitat de desconcentrar el turisme de la ciutat cap a altres llocs de l'AMB, però no va més enllà. L'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB), no és la Gran Barcelona Turística; n'és només una part. Forma part de la Destinació Barcelona entesa com el territori turístic real de Barcelona

Tractar qualsevol aspecte de l'AMB és indissociable de la realitat i debat sobre Barcelona (ciutat) i la realitat i debat sobre el territori metropolità, del que forma part. Barcelona és AMB, en forma part funcionalment i administrativament. Barcelona 'crea' l'AMB i Barcelona no seria la que és sense l'AMB. Només la dimensió de metròpoli permet a Barcelona figurar entre les primeres ciutats d'Europa; i només Barcelona —en termes estructurals— permet entendre el desplegament d'activitat turística al territori metropolità i explicar el seu perfil turístic.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2010). *Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona 2015*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Turisme de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017). *Turisme 2020 Barcelona. Una estratègia col·lectiva per a un turisme sostenible*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/turismo_2020_barcelona.pdf

AMB (2014). *Reflexió metropolitana: El sector del turisme*. Barcelona: Àrea Metropolitana de Barcelona. Desenvolupament Social i Econòmic.

AMB (2017). *Pla de Turisme Metropolità. Una proposta per a l'acció turística metropolitana*. Barcelona: Àrea Metropolitana de Barcelona, Desenvolupament Social i Econòmic.

DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME (2019). *Balanç de l'impost sobre les estades en establiments turístics (ISET). Exercici 2017-2018*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Direcció General de Turisme.

DONAIRE, J.A. (abril de 2006). *El turisme en l'entorn metropolità*. Ponència presentada a les *Jornades Turisme a l'entorn metropolità: paradoxa o realitat?*, Sant Boi de Llobregat.

DONAIRE, J. A. (2009). Turisme urbà. A F. López Palomeque i D. Sánchez Aguilera (Dirs.), *Atlas del turisme a Catalunya. Mapa nacional de l'oferta i els productes turístics* (pp. 432-441). Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament d'Innovació, Universitats i Empresa.

LÓPEZ PALOMEQUE, F. (abril de 2006). *El futur del turisme a l'Àrea Metropolitana*. Ponència presentada a les *Jornades Turisme a l'entorn metropolità: paradoxa o realitat?*, Sant Boi de Llobregat.

LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2015). Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 483-506.

VERA, J.F., LÓPEZ PALOMEQUE, F., MARCHENA, M., i ANTON, S. (2013). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.

**DESENVOLUPAMENT LOCAL I TURISME:
ELS IMPACTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA
EN EL TERRITORI METROPOLITÀ**

SUMARI

1. Introducció: el turisme, de passatemps a activitat econòmica

2. El turisme com a motor del desenvolupament econòmic local

3. El turisme a l'estratègia econòmica de Barcelona

4. Els reptes per a la sostenibilitat econòmica del turisme

5. Cap a un turisme impulsor del desenvolupament econòmic local

Referències bibliogràfiques

DESENVOLUPAMENT LOCAL I TURISME: ELS IMPACTES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA EN EL TERRITORI METROPOLITÀ

Resum

El fort creixement de l'activitat turística a les metròpolis experimentat durant les darreres dècades ha generat canvis en el seu teixit econòmic però també en la geografia de les ciutats, amb els consegüents reptes sobre la sostenibilitat social i ambiental. En aquest article s'analitza l'encaix del turisme en cadascuna de les diferents dimensions del desenvolupament econòmic local: la participació del territori en el desenvolupament econòmic global, com a plataforma al servei de l'activitat econòmica globalitzada; la projecció cap a l'exterior dels actius territorials mitjançant la inversió local; o el desenvolupament local comunitari. Aquestes dimensions se singularitzen per al cas de Barcelona, agafant el turisme de creuers, el turisme de congressos i convencions i el turisme cultural, com a paradigmes de cadascuna d'elles. Finalment, es fa una anàlisi dels principals reptes per la sostenibilitat econòmica del turisme.

Paraules clau: Turisme, desenvolupament econòmic local, economia local, sostenibilitat, ocupació.

1. Introducció: el turisme, de passatemp a activitat econòmica

Explorar, conquerir, comerciar... la motivació de l'ésser humà per viatjar al llarg de la història ha estat sempre fonamentalment relacionada amb la recerca de recursos per enfortir la base econòmica i el poder polític d'una determinada societat. Així ha estat des de que vam esdevenir una espècie sedentària (amb el nomadisme, el viatge era la norma) i continua sent cert avui quan diàriament es mouen arreu del món milions de tones de productes o se celebren fires de negocis i cimeres diplomàtiques de tota índole.

També hi ha hagut altres factors que han motivat, tot i que en menor grau en xifres globals, que les persones es plantejessin abandonar temporalment els seus llocs d'origen, com ara el fervor religiós (peregrinacions) o la curiositat científica (expedicions), que moltes vegades acompanyaven els moviments militars o comercials o s'aprofitaven dels camins que aquests obrien. Un cas a part serien les migracions, voluntàries o forçades, donat que l'opció de tornar o bé no es contemplava o només era una esperança llunyana.

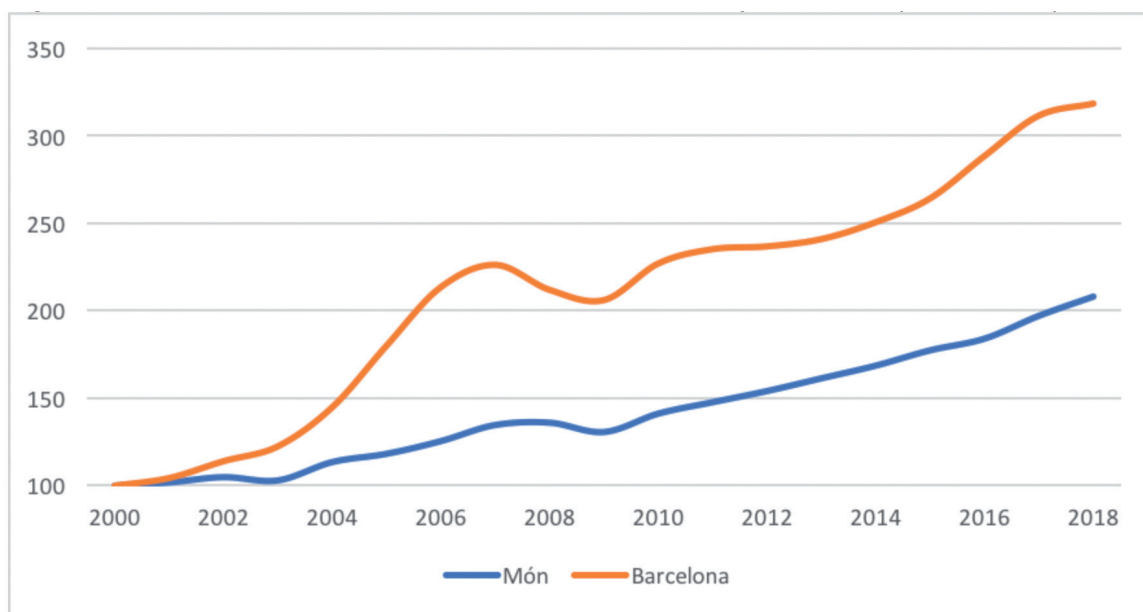
Sigui com sigui, la idea de desplaçament que actualment ens ve primer a la ment no és cap d'aquestes, per molt que hagin estat les primordials al llarg del temps. Avui en dia, viatjar s'associa normalment al lleure, a allò que en diem 'fer turisme', és a dir, a visitar altres ciutats i territoris pel sol gust de conèixer-los, per recreació, com ens recorda el Diccionari de la llengua catalana de l'Institut d'Estudis Catalans.

Malgrat la vigència d'aquesta idea del turisme com l'art del 'viatjar per viatjar', es considera que l'origen d'aquesta pràctica en la modernitat es troba en els Grand Tours, els viatges amb finalitats educatives que empraven joves de les classes més acomodades britàniques i del nord i centre d'Europa, en els segles XVII i XVIII, per conèixer les grans obres de la cultura clàssica i renaixentista del continent.

L'aparició del ferrocarril i el desplegament de la xarxa ferroviària a mitjans del segle XIX, així com de la motorització de la navegació marítima, van suposar una empenta molt important en termes quantitius al nombre de persones que podien exercir aquestes primeres formes de turisme, que encara estaven vinculades a alguna motivació concreta, com la salut (auge dels balnearis i les destinacions costaneres).

No és, però, fins la segona meitat del segle XX que el turisme comença a agafar una nova dimensió. La revolució en els mitjans de transport, la bonança econòmica en els països occidentals, el pacte social que introdueix les vacances pagades, la generalització dels patrons de vida urbana, o la major estabilitat política en termes globals són factors que contribueixen al boom turístic. Marxar del lloc habitual de residència, sigui a una segona residència pròpia o a qualsevol altre indret, esdevé gairebé una necessitat, sigui per desconnectar de la vida estressant de la ciutat, per cercar condicions climàtiques més benignes als llocs de destinació respecte de les ciutats, o com a senyal de progrés econòmic familiar i d'estatus social. I és així com per algunes ciutats i alguns territoris, esdevenir destinació turística comença a ser una font important d'activitat econòmica. Fins el punt que algunes d'elles, notablement les ubicades en zones costaneres, comencen a especialitzar-s'hi i a expandir-se a ritmes frenètics. Aquest procés, que fins a finals del segle passat s'havia circumscrit a un nombre relativament petit de països, es generalitza a escala global, motivat en bona part pel ràpid creixement de les clas-

Figura 1. Evolució del nombre de turistes a Barcelona i al conjunt mundial (en base 100)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Organització Mundial del Turisme i de Turisme de Barcelona. Les dades de la ciutat de Barcelona corresponen a turistes allotjats en establiments oficials (hotels, pensions, i apartaments turístics).

ses mitjanes a les economies emergents, o els canvis tecnològics i regulatoris al sector aeri, amb el consegüent abaratiment dels costos de transport a llargues distàncies. Així, el nombre de turistes internacionals es duplica entre el 2000 i el 2015, segons dades de l'OMT.

Dins de l'explosió de l'activitat turística, el turisme de ciutats ha estat un dels segments de major creixement des del 1990. Molts factors han contribuït a la progressiva popularització d'aquest tipus de viatges: canvis en les estructures de les llars, canvis en els hàbits de treball, generalització de la climatització per poder combatre la calor els mesos estivals o una major oferta de vols propiciada per la liberalització de l'espai aeri de molts països, en són alguns.

Aquest creixement ha tingut però pautes diferents segons la ciutat de destinació. Si a ciutats consolidades turísticament com a París o Roma els creixements han estat relativament modestos, a d'altres, com Praga o Viena, el creixement ha estat més que notable. El cas de Barcelona, es troba a mig camí. Si bé el creixement ha estat superior al de la mitjana mundial, aquest fou més intens durant la dècada anterior (figura 1).

Posicionar-se per atraure turistes ha estat, per tant, una de les preocupacions principals en la gestió de les ciutats en les darreres dècades, de manera que el turisme ha esdevingut una activitat econòmica central en la terciarització de les metròpolis.

Els canvis en les preferències dels turistes hi han ajudat. L'auge del factor experiencial, el desig de viure noves experiències de tot tipus, fa possible generar atractius a partir de pràcticament qualsevol element patrimonial d'un lloc, independentment del seu valor intrínsec, i de vegades sense necessitat de cap d'aquests elements (cas dels parcs temàtics, per exemple). És així com la utilització intel·ligent del màr-

keting posa a l'abast de tots els territoris la capacitat de posicionar-se i de participar de l'enorme i creixent mercat turístic global.

El turisme ha esdevingut en els darrers anys, doncs, una activitat econòmica clau per a moltes, i cada cop més, economies locals i s'ha introduït amb molta força al nucli de les estratègies de desenvolupament econòmic local.

2. El turisme com a motor del desenvolupament econòmic local

El turisme pot incorporar-se de diverses formes en l'estratègia de desenvolupament econòmic local, i la forma com ho faci generarà uns efectes diversos sobre l'economia dels llocs. Per analitzar-ho, convé primer fer una breu introducció al concepte de desenvolupament econòmic local.

El desenvolupament econòmic local va més enllà d'una simple visió particular, aplicada a un territori, d'allò que s'entén a nivell macro per 'desenvolupament econòmic'. Això és així perquè el tret característic del desenvolupament econòmic local no se situa en el mer creixement de la producció de béns i serveis o en la generació de rendes i ocupació, sinó que fa un èmfasi especial en quatre aspectes (Estela, en premsa):

- la capacitat dels actors d'un territori d'influir, almenys en part, en el seu propi esdevenidor econòmic
- la disposició d'aquests actors locals a fer-ho de forma concertada entre ells
- la consideració dels recursos locals (naturals, humans, intangibles) com l'actiu essencial sobre el que construir el progrés

- la persecució d'objectius que van més enllà d'allò purament econòmic i que guarden relació amb la preservació del territori, però també amb la identitat i els valors locals

Aquesta dimensió qualitativa té un protagonisme decisiu en totes les definicions de desenvolupament econòmic local, fins el punt que arriba ser indistingible del concepte més genèric de 'desenvolupament local', en tant que l'element econòmic queda integrat amb el social i el territorial. I, sobre tot, ens indica que el desenvolupament econòmic local no pot ser imbuït sense més des de l'exterior d'un territori, o per acció de les forces globals sobre l'economia local, sinó que exigeix la participació dels actors que en formen part i el respecte a determinats trets autòctons.

Aquesta aproximació al concepte de desenvolupament econòmic local ja ens permet, per tant, intuir alguns dels elements que poden resultar afins i d'altres conflictius, en la introducció del turisme en l'estratègia d'un territori: fins a quin punt els actors del territori mantenen un cert control sobre l'evolució del turisme?; quins són els recursos locals que es poden posar a disposició de l'explotació turística, i fins a quin punt? com afectarà aquesta estratègia a la identitat i els valors del territori? Aquestes preguntes tenen a veure amb l'encaix del turisme en cadascuna de les tres dimensions del desenvolupament econòmic local (Estela, 2015):

- La dimensió que consisteix en la participació del territori en el desenvolupament econòmic global, i que representa entendre el territori i els seus recursos com una plataforma al servei de l'activitat econòmica globalitzada. Té a veure, per exemple, amb el desplegament de grans infraestructures i equipaments per connectar el territori a les xarxes globals, de manera que sigui més factible aconseguir inversions de capitals internacionals i atraure empreses. L'impacte sobre l'economia local sol consistir en la creació directa de llocs de treball, en la generació induïda en major o menor mesura d'activitat i ocupació en les empreses locals (depenent del tipus d'activitat i de la relació que s'estableixi amb el teixit productiu de l'entorn) i en la contribució a les finances públiques mitjançant impostos, tot i que no sempre el balanç net acaba sent positiu, ja que en l'atracció de determinades inversions, en particular les que fan preveure un major impacte induït, hi solen entrar en joc beneficis fiscals i ajuts d'altra índole.

En aquesta dimensió, el principal element positiu més enllà de l'impacte directe és l'oportunitat que s'obre per encendre una espurna d'activitat econòmica pròpia en el territori, en especial si les empreses locals aconseguixen accedir al proveïment de les que han arribat des de l'exterior. La part negativa, però, es produeix quan l'efecte global és extractiu, de manera que els beneficis repatriats superen àmpliament l'aportació econòmica real al territori.

Des de la perspectiva del turisme, aquesta dimensió correspondria amb manifestaci-

ons com la presència en determinats casos de grans cadenes multinacionals d'hotels i *resorts* que obvien la relació amb el territori on es troben més enllà dels seu perímetre (la coneguda fórmula 'tot inclòs') o els parcs temàtics descontextualitzats; com també els esdeveniments d'abast internacional: des de grans esdeveniments esportius o culturals, fins les fires i congressos que no es vinculen amb activitats econòmiques presents al territori.

- La dimensió per la qual el desenvolupament econòmic d'un territori prové de projectar cap a l'exterior (cap als mercats globals en general) els seus actius mitjançant, principalment, la inversió local. Aquesta dimensió, que guarda relació estreta amb el concepte de "desenvolupament endogen" (Vázquez Barquero, 2007), fixa la seva atenció en els recursos del territori i en com es poden mobilitzar o, més específicament, "posar en valor" aprofitant el potencial emprenedor dels que habiten aquest territori. És probablement la dimensió predominant avui en dia en el nostre entorn, i en ella hi pren una gran importància la capacitat d'assimilar i generar innovació i de diferenciar la producció local com a palanca d'accés als mercats globals.

En aquest cas, doncs, el que s'obté de l'exterior del territori són rendes, mentre que la inversió, les capacitats i els recursos són locals. Des d'aquesta perspectiva, el territori i la seva població esdevenen actius potencials del desenvolupament; això suposa un enfocament molt positiu del desenvolupament local, ja que se centra en treure profit de les oportunitats que ofereix el propi territori, però que pot resultar contraproduent si es porta l'extrem, quan tot es considera susceptible de ser explotat econòmicament i no es posen límits, amenaçant la sostenibilitat ambiental, econòmica i social.

És fàcil reconèixer l'encaix del turisme en aquesta dimensió del desenvolupament econòmic local, donat que és amb la que millor s'identifica en les nostres ciutats, viles i comarques. Invertim recursos públics i privats per oferir la millor cara del nostre patrimoni natural i cultural, per organitzar esdeveniments que posin de manifest els nostres orígens i tradicions, per fer més còmoda l'estada de qui ens visita. I a canvi esperem l'afluència de turistes que gaudeixin del que els oferim i, de pas, ens deixin una part de la seva renda, que suposa una injecció irrenunciable per a moltes economies locals, en particular aquelles, com les rurals, que disposen de poques alternatives per fer un mos al pastís de l'economia global.

- Finalment, la dimensió del desenvolupament econòmic local comunitari (Gibson-Graham, 2013). Aquesta és la dimensió més centrada en els actors locals i les seves relacions, en el sentit que busca mobilitzar els recursos

locals per satisfer les necessitats i aspiracions específiques del territori en qüestió sense connectar-se, almenys directament, amb els circuits econòmics globals. La inversió i la renda vinculades a aquesta dimensió es mouen fonamentalment dins d'un circuit local més o menys definit, i el conjunt es potencia gràcies a l'efecte multiplicador (Sacks, 2002).

Front a les estratègies d'atracció i de posada en valor que corresponen, respectivament, a les dues dimensions anteriors, la construcció de capital social i l'articulació de xarxes són aquí les missions atribuïbles a les polítiques de suport de la tercera dimensió, que han de reconèixer, encoratjar, valoritzar i interconnectar les iniciatives econòmiques de tot tipus que sorgeixin de la societat civil local. Per contra, una forma extrema d'aquesta dimensió portaria a una mena d'autarquia que no només no és desitjable, sinó que ni tan sols sembla ja possible en el nostre món, de manera que l'hem d'entendre com a la recerca de mecanismes que permetin millorar l'impacte que proporcioni cada recurs invertit o introduït en l'economia local.

El turisme, tal i com s'ha desenvolupat a les ciutats, quedaria al marge d'aquesta dimensió del desenvolupament econòmic local, donat que no existeix turisme sense relació amb l'exterior del territori, però sí que la pot alimentar injectant recursos que aquesta dimensió pugui fer circular.

El que resulta més important de l'esquema de les tres dimensions és reconèixer que una estratègia de desenvolupament econòmic local sostenible s'ha de basar en un cert equilibri de totes tres. Fiar-ho tot a l'atracció d'inversions exteriors condueix a uns elevats nivells de vulnerabilitat, donat que aquest tipus d'inversions poden tornar a desplaçar-se en qualsevol moment a altres territoris que ofereixin majors incentius. La posada en valor indiscriminada dels actius locals pot derivar, com ja s'ha apuntat anteriorment, en un progressiu esgotament o en la sobrecàrrega i, en definitiva, en la insostenibilitat del conjunt. Per últim, tancar-se en sí mateix accentuaria la marginalització d'un territori a mig i llarg termini.

Integrar les tres dimensions és vital: les inversions que s'atrauen poden fixar-se amb major facilitat en el territori si són complementàries amb el teixit empresarial ja existent (i el que es generi de nou) i si aquest es troba ben articulat tant internament com amb la resta de la societat local perquè els recursos circulin el màxim possible entre ells. Atraure, posar en valor i relacionar són els tres eixos d'una estratègia integral de desenvolupament econòmic local que, en realitat, hauria de seguir la seqüència inversa: relacionar els

actors i els recursos locals per cobrir el màxim de necessitats de la comunitat, identificant quins d'aquests recursos són els més adequats per posar en valor per, finalment, atraure allò que ajudi a complementar el que el propi territori genera.

Per aquest motiu adoptar una estratègia turística com a central en un territori suposa un risc de derivar en una amenaça a mig i llarg termini per a la sostenibilitat de l'economia local¹, ja que, com hem vist, el turisme només participa de dues de les dimensions: atraure i posar en valor. Garantir la sostenibilitat del turisme passa per aconseguir que els ingressos que generi en el territori es canalitzin per potenciar altres activitats i que es faci sobre un substrat en què la tercera de les dimensions del desenvolupament econòmic local¹ sigui prou robusta.

3. El turisme a l'estratègia econòmica de Barcelona

El turisme ha estat present a les estratègies de les metròpolis de manera generalitzada des de mitjans dels anys vuitanta del segle passat, coincidint amb els primers processos de reflexió estratègica urbana que tingueren lloc aquells anys. Aquests processos solien fixar-se com a repte principal el trànsit de les ciutats industrials, enteses com aquelles on les diferents branques de indústria manufacturera constituïen la principal activitat econòmica en termes de valor afegit i de població ocupada, a la ciutat postindustrial, on els serveis havien de prendre el relleu com a activitat econòmica fonamental. En molts casos, els processos de renovació urbana, i en especial els associats als fronts marítims d'algunes d'aquestes ciutats, actuaven de possible catalitzador².

El cas de Barcelona és paradigmàtic d'aquest tipus de polítiques. Malgrat la llarga història d'interès dels sectors econòmics de la ciutat per esdevenir una ciutat amb atractiu turístic, des de la cèlebre "Sociedad de Atracció de Forasteros" de començaments del segle XX a la "Ciudad de Ferias y Congresos" de l'època del porciolisme, la Ciutat Comtal no acabava d'emergir en el panorama internacional de les ciutats preferides per visitar (Palou, 2012).

L'any 1990, any en què s'aprovà el Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona 2000, l'activitat turística de la ciutat era clarament de segon nivell i en bona part estava orientada, d'acord amb el model adoptat, a la provisió de serveis per a les diferents fires que se celebraven a la ciutat. No obstant això, ja en aquells moments s'albirava que el turisme podia ser una activitat emergent amb gran potencial de consolidació en l'economia urbana post-industrial (Duro i Rodríguez, 2015). De fet, als anys vuitanta es dugueren a terme algunes iniciatives per part de l'Ajuntament de Barcelona encaminades en aquesta direcció, com la creació del Barcelona Convention Bureau l'any 1983, o la promoció d'un ambiciós Pla d'Hotels

¹ Com a exemple il·lustratiu, el cas de Lloret de Mar, actualment el municipi amb menor renda disponible per habitant de Catalunya (municipis de més de 5.000 habitants). Vegeu a El País (08/04/2019): "Lloret de Mar desbanca a Castelló d'Empúries como municipio más pobre" (https://elpais.com/ccaa/2019/04/08/catalunya/1554745385_940896.html).

² En el cas de moltes ciutats portuàries, els canvis tecnològics, i en especial la introducció dels contenidors del trànsit marítim que es produí a partir dels anys seixanta, van implicar l'abandonament de les zones portuàries més tradicionals, alliberant així els espais més propers a la trama urbana. Els Docklands de Londres o l'Inner Harbor de Baltimore en són casos paradigmàtics.

per incrementar la planta hotelera, tant en nombre d'habitacions com en categoria dels establiments. Aquests factors van fer que el turisme s'inclogués com a una de les activitats emergents a promoure, dins del Pla Estratègic, al mateix nivell que les activitats financeres, de disseny, o vinculades a la salut (Ajuntament de Barcelona, 1990).

Els anys noranta del segle passat van acabar de posar els fonaments de la consolidació de l'activitat turística a Barcelona. Per una banda, es van anar concretant una sèrie de projectes que tenien com a objectiu comú internacionalitzar la ciutat, dotant-la d'infraestructures que permetessin millorar-ne l'accessibilitat així com l'estada, tals com terminals aeroportuàries o marítimes, recintes firals o palaus de congressos, però també d'infraestructures culturals (museus o centres d'arts escèniques). Per altra banda, es va apostar per un lideratge compartit públicoprivat, que va cristal·litzar l'any 1993 en la creació de Turisme de Barcelona i un Pla Estratègic de Turisme on convergien les aspiracions de l'administració pública (municipal) i el sector privat.

El Pla Estratègic de Turisme de 1993 apuntava a diverses vies per captar aquest incipient turisme, com el turisme de cap de setmana, el turisme de congressos i incentius, el turisme cultural o el turisme de creuers, tot aprofitant l'embranchida que en termes d'imatge havien proporcionat els Jocs Olímpics. En alguns casos, com el turisme de congressos, es comptava amb una tradició i una reputació que proporcionava més de mig segle d'activitat firal. Tot i la forta competència de ciutats com París o Viena, Barcelona ha pogut (i ha sabut) consolidar aquest segment. No cal dir que la climatologia especialment benigna hi ha jugat a favor, però també la disponibilitat d'infraestructures (començant pel recinte firal), que facilita acollir congressos com el Mobile World Congress, amb 108.000 assistents (2017), permet que Barcelona continuï al capdavant de la classificació internacional de ciutats de congressos i convencions si s'agafa el nombre d'assistents com a mètrica³.

En d'altres, com el turisme de creuers, es partia gairebé de zero. Si l'any 1990 amb prou feines 100.000 passatgers hi feien escala, actualment s'ha trencat ja la barrera dels tres milions, dels quals més de la meitat ho són d'embarcament i desembarcament, activitats amb major retorn econòmic que una mera escala⁴. La disponibilitat d'una àmplia infraestructura portuària, amb set terminals marítimes construïdes durant les darreres dues dècades, l'existència d'un aeroport de primer nivell a pocs quilòmetres⁵ i un en-

torn amb un baix nivell d'inestabilitat política i social (comparat, almenys, amb el nord d'Àfrica) han fet que Barcelona s'hagi posicionat com a indubtable port base de la Mediterrània i el principal port de creuers a nivell europeu i un dels cinc primers a nivell mundial⁶ (Observatori de Turisme de Barcelona, 2018). Aquest creixement, però, s'inscriu en la forta embranzida d'aquest segment de turisme, on a escala global els passatgers s'han multiplicat per 7 entre el 1990 i 2018⁷. El creixement de l'activitat a Barcelona fou extraordinari a finals del segle passat (com ho fou el creixement de l'activitat turística al conjunt de la ciutat), però ha estat en la línia del creixement global durant la darrera dècada.

Per contra, el turisme cultural ha estat una de les assignatures pendents de Barcelona. Tot i que la ciutat compta amb alguns elements que permetrien la existència d'un notable turisme cultural, la majoria de mètriques apunten a què existeix un ampli camp a recórrer. Dins de les arts visuals, per exemple, únicament el Museu Picasso supera el milió de visitants, una xifra que es manté pràcticament estable des de l'any 2000. El MNAC se situa per sota dels 900.000 visitants anuals, i museus com la Fundació Miró estan per sota dels 400.000 visitants, xifres inferiors a les que presentava a principis de segle.

Aquestes dades, contrasten, per exemple, amb les de París, una ciutat amb una extensió similar a la barcelonina i una població un 30% superior. Els seus museus estan al capdamunt de la classificació mundial en nombre de visitants i ingressos per visitants. Tres d'ells (el Louvre, el Museu del Quai d'Orsay i el Centre Pompidou) se situen entre la vintena de museus més visitats del món, essent el primer el museu més visitat, amb vuit milions de visites anuals, i els altres dos se situen per sobre dels tres milions de visites. Cal destacar també, els 10,2 milions de visitants a les exposicions temporals (2017), enfront dels 2,5 del conjunt d'espais expositius de Barcelona⁸.

Certament, és molt difícil de comparar dos models museístics que presenten importants diferències en algunes de les seves variables (per exemple, París és la capital d'un estat amb més de 60 milions d'habitants, fet que la diferencia de Barcelona), però resulta interessant analitzar la seva evolució. Mentre que els visitants, i presumiblement l'activitat econòmica generada per aquest tipus de turisme no ha parat de créixer a París, a Barcelona les xifres es mantenen estancades i no sembla que hi hagi un efecte difusor sobre altres activitats econòmiques (per exemple, les activitats relacionades amb el disseny).

³ Dades corresponents al rànquing ICCA (International Congress & Convention Association), que comprèn aquelles convencions amb un mínim de 50 participants i que tenen una rotació mínima. Si la mètrica són el nombre de convencions, Barcelona ocupà la 4^a posició el 2018, darrera de París, Viena i Madrid.

⁴ Segons un recent estudi per mesurar l'impacte econòmic del turisme de creuers a Barcelona i el seu entorn (Port de Barcelona i Turisme de Barcelona, 2015), si bé es destacava l'aportació de 413 milions d'euros al PIB de Catalunya (prop de 7.000 llocs de treball o 152 milions d'euros en recaptació fiscal), les xifres de despesa per excursionista i dia van ser únicament de 53,3 euros per als passatgers en trànsit (escala). Aquesta xifra canviava radicalment si es consideraven els turistes que hi embarcaven: la despesa assolí els 200 euros per persona i nit, clarament superior a la mitjana de turistes de la ciutat.

⁵ La relació entre activitat creuerista i aeroportuària és bidireccional. Bona part de l'explosió de l'oferta de vols de llarg radi de l'aeroport del Prat, que ha tingut incomputables efectes positius per a la competitivitat de la ciutat, es deu a l'existència dels fluxos estables de passatgers que proporcionen els passatgers de creuers.

⁶ Garay i Cànoves (2012) ofereixen una anàlisi comprensiva de l'evolució del turisme de creuers a Barcelona.

⁷ Segons les dades de la *Cruise Lines International Association* (CLIA), el nombre de passatgers a nivell mundial ha passat de 3,7 milions el 1990 a superar els 26 milions el 2018.

⁸ Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Observatori de Turisme a Barcelona i Office de Tourisme et des Congrès de Paris.

No obstant això, el que es pot observar és que aquestes tres modalitats de turisme mostren les diferents maneres com es despleguen les diferents dimensions del desenvolupament econòmic. El turisme de creuers es tradueix fonamentalment en ingressos per a les principals atraccions turístiques, comerç —sobretot de grans marques internacionals— i, en menor mesura, restauració, amb un escàs retorn per a la ciutat, especialment si es tracta d'escapes. El turisme de congressos i convencions té també el component d'impacte sobre comerç i restauració (en aquest cas possiblement capgirant la importància d'un i altre), però també sobre l'hoteleria i, si es treballa adequadament, sobre el teixit empresarial local del sector en qüestió o sobre el món de la recerca, en el cas de congressos científics. El turisme cultural, en canvi, és el que més fàcilment pot connectar amb el circuit de l'economia local, no només perquè les institucions culturals principals solen ser de titularitat pública, sinó perquè també és un públic més procliu a utilitzar el petit comerç i la restauració autòctona (o, si més no, de capital local).

En qualsevol cas, avui l'activitat turística forma part essencial del *mix* d'activitat econòmica de la ciutat de Barcelona. Tot i que no es disposa de dades precises sobre el pes del conjunt de les activitats turístiques a Barcelona, se situarien en una forquilla entre el 10 i el 12% tant en termes de contribució al valor afegit com a l'ocupació⁹. Una dada prou significativa, que el col·loca dins de les activitats econòmiques tractoras de l'economia de la ciutat. Així mateix, es tracta d'un sector d'activitat que durant la darrera crisi va actuar de factor contra cíclic, compensant la forta caiguda de la demanda interna.

Aquesta evolució favorable des del punt de vista econòmic té, però, algunes ombres. Si bé és cert que és una activitat econòmica amb una creixent contribució al valor afegit brut i a l'ocupació de la metròpoli, més discutibles han estat tant la distribució de les rendes entre els diferents actors del territori, com els efectes externs que aquestes activitats han generat. Aquestes contradiccions són clarament visibles a les enquestes ciutadanes, on s'observa com les preocupacions afloren en moments de millora econòmica i només remeten en períodes on la resta de l'activitat econòmica local entra en períodes de recessió o crisi.

4. Els reptes per a la sostenibilitat econòmica del turisme

El turisme, doncs, es considera una activitat tractora de l'economia, tant en termes de generació de valor afegit, com d'activitat. Per contra, també hi ha una àmplia percepció que és una activitat de baix valor afegit i mal remunerada¹⁰. Molt probablement ambdues afirmacions tenen part de raó, però són matisables.

Evidentment les activitats turístiques tenen un pes significatiu a l'economia de les metròpolis modernes, arribant al 10-12% a ciutats com Barcelona, com ja hem indicat. Aquesta dada prové de les darreres estimacions del PIB a la ciutat de Barcelona¹¹, en què el sector de l'allotjament i la restauració (que inclou tant a clients turístics com a residents), que pot oferir una primera aproximació al PIB turístic, generava el 8% del PIB de la ciutat, una xifra prou significativa, però molt allunyada dels valors amb què comptava la indústria manufacturera de fa poques dècades.

Ampliant el perímetre del que entenem com activitat potencialment turística, és a dir, si s'inclouen activitats com el transport terrestre, marítim i aeri, el lloguer de vehicles, les activitats d'agències de viatges i de serveis de convencions i fires, i les activitats culturals, esportives i de lleure, s'incrementa significativament. No obstant això, força d'aquestes activitats són híbrides, ja que els seus clients finals són tant els residents com els turistes (que poden ser d'origen interior o estranger). Diferents estimacions realitzades anys enrere situaven aquesta xifra en la forquilla ja esmentada entre el 10 i el 12% del PIB per al conjunt (en realitat per a la comarca del Barcelonès). Per tant, és molt possible que les dades es trobin lleugerament sobreestimades.

La qualitat de l'activitat econòmica i l'ocupació generada per les activitats turístiques ha estat objecte de nombrosos debats, ja que tradicionalment s'ha considerat una activitat de baixa qualitat, especialment pel que fa referència a l'ocupació. Aquesta percepció es pot il·lustrar amb la dada que aporta l'informe de salaris mitjans que anualment publica l'Ajuntament de Barcelona: els treballadors de les activitats d'hostaleria i restauració van cobrar el 2017 (darrer amb dades disponibles) una mitjana de 16.708 euros bruts anuals, enfront dels 30.263 euros de salari mitjà pel conjunt de la ciutat. Es tracta, a més, de l'activitat econòmica amb menor salari a la ciutat de Barcelona (Ajuntament de Barcelona, 2019b)

Aquestes xifres, certament impactants, són el producte de tres factors que operen simultàniament: un salari/hora per sota de la mitjana, una activitat amb una alta temporalitat i una activitat amb una elevada parcialitat. Pel que fa a la primera d'elles, tot i que el salari horari sigui inferior a la mitjana, aquesta diferència és més reduïda del que hom podria pensar a priori. Tot i no disposar de dades en equivalència a temps complet a l'estadística municipal, fent una comparativa amb les dades a nivell estatal¹², s'observa que la remuneració anual per treballador en equivalència a temps complet a les activitats d'hostaleria i restauració és de 23.594 euros (per al 2015), una xifra lleugerament per sota de la del conjunt de l'economia (24.414 euros), però superior a la mitjana del conjunt dels serveis empresarials (22.957 euros).

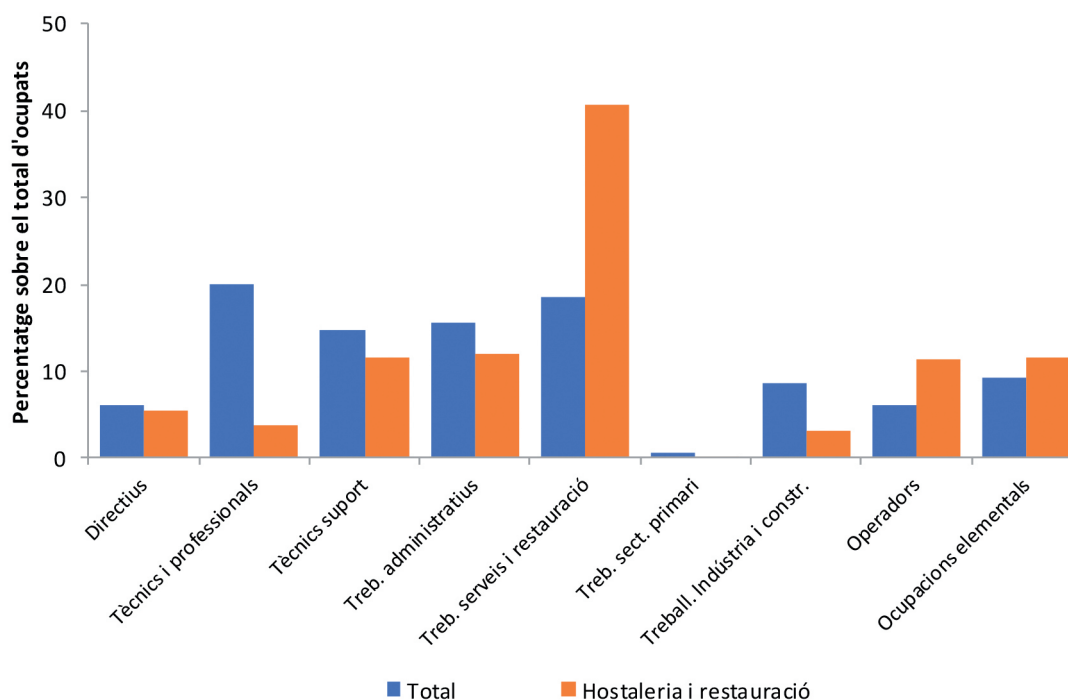
⁹ S'han fet diferents estudis del pes que poden tenir el conjunt d'activitats turístiques sobre el PIB català. Les darreres estimacions (Duro, 2014), que cobreixen el període 2005-2013, estan fetes a nivell comarcal. Pel que fa al Barcelonès, la darrera xifra disponible li atribuïa l'11,1% del total, nou dècimes superior a la mitjana catalana.

¹⁰ Vegeu, per exemple, la referència que en fa Puig (2015).

¹¹ Font: Ajuntament de Barcelona (2019a).

¹² Font: OCDE, STStructural ANalysis Database (STAN). Aquesta base de dades proporciona informació homogènia sobre l'estructura econòmica de les diferents branques de l'activitat econòmica de manera homogeneïtzada per al conjunt de països de l'OCDE. Les darreres dades disponibles completes corresponen a 2015.

Figura 2. Distribució dels ocupats per categoria ocupacional segons CNO-2011, AMB



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Cens 2011, INE.

Aquest salari sensiblement inferior a la mitjana econòmica pot explicar-se com a producte de les diferències entre l'estructura ocupacional de l'activitat i l'estructura ocupacional del conjunt de l'economia. Agafant dades del conjunt de l'Àrea Metropolitana de Barcelona corresponents al cens del 2011, s'observa que les activitats d'hostaleria i restauració són menys intensives en ocupacions altament qualificades (aquelles enquadrades en els grups de professionals i tècnics de la Classificació Nacional d'Ocupacions), i que per contra és més intensiva en treballadors de serveis de mitjana i baixa qualificació (figura 2).

El segon i el tercer factors (temporalitat i parcialitat en l'ocupació) tenen també una especial incidència en aquestes activitats, a causa de l'elevada estacionalitat d'aquestes activitats, així com la seva baixa regularitat. Les activitats d'hostaleria tenen un percentatge molt més elevat de contractes fixes discontinus que el conjunt de l'economia (Sanz, 2012). A més, tampoc són infreqüents les jornades superiors a les 40 hores setmanals. Segons dades de l'Enquesta de Població Activa, el 12,3% dels treballadors ocupats a l'hostaleria declaraven treballar 50 hores o més a la setmana, enfront del 3,1% del conjunt de l'economia, essent l'activitat amb un major percentatge de treballadors en aquesta situació, únicament pel darrera de les activitats agrícoles i ramaderes¹³.

En aquest aspecte cal fer notar la divergència d'interessos entre l'empresa i la persona treballadora. Si en el primer cas les característiques del model de negoci, amb càrregues de treball molt dispa-

rons el dia de la setmana o la temporada, fan que sigui inevitable que una part important dels llocs de treball siguin cobertes per llocs de treball temporals o a temps parcial, en el segon cas ens trobem molt sovint que aquesta opció no és la que la persona treballadora hauria desitjat, i que la tria d'aquesta ocupació obeeixi a la manca d'alternatives més estables¹⁴. Aquest fet s'agreuja per les condicions laborals relativament dolentes que presenten moltes d'aquestes ocupacions (tant pels torns horaris o la dificultat/impossibilitat de conciliar la feina amb la vida familiar i social). Tot i que la pròpia estructura del sector facilita l'accés a col·lectius que altrament ho tindrien difícil en un altre tipus d'ocupació, molt sovint aquestes feines esdevenen una estació de trànsit per assolir altres feines,

Finalment, cal fer notar que les xifres anteriors únicament tenen en compte els treballadors en plantilla de les empreses l'epígraf de la classificació d'activitats sigui algun dels esmentats anteriorment. No es tenen en compte, per tant, totes aquelles persones que hi treballen de manera efectiva, però subcontractades, un fet especialment important en els establiments hotelers, tal i com s'ha vist amb els darrers conflictes laborals. Aquesta pràctica s'ha generalitzat en els darrers anys, facilitada per la reforma laboral de 2012, i ha generat diferencials de prop del 40% entre treballadors de la mateixa categoria professional en funció de si formen part del conveni del sector o bé s'han d'acollir al conveni d'empreses multiserveis pel fet de ser treballadors subcontractats (Cañada et al., 2017)

¹³ Dades corresponents al segon trimestre del 2019 per al conjunt estatal. Font: INE.

¹⁴ Un metaestudi sobre el mercat de treball al sector turístic realitzat per Cañada et al. (2017) ofereix una bona perspectiva d'aquests problemes, a l'incloure una revisió de la literatura acadèmica, així com dades quantitatives i qualitatives centrades pel cas de Barcelona.

Un aspecte sovint esmentat és el fet que les activitats turístiques, si bé generen nombrosos llocs de treball, són activitats de molt baix valor afegit. Si es considera el valor afegit brut per treballador (en equivalència a temps complet), s'observa que les ocupacions més vinculades al turisme se situen per sota de la mitjana de l'economia, però sense els valors tan baixos que hom li podia atribuir. Seguint amb l'estadística de l'OCDE, el VAB per treballador a temps complet a l'estat espanyol se situava l'any 2015 (darrer del qual tenim dades) en 52.432 euros per al global d'activitats d'allotjament i restauració, sensiblement per sota del global (57.942 euros), però superior a la mitjana del sector serveis empresarials (49.161 euros). Així mateix, la participació de les rendes del treball en el valor afegit del sector se situa en línia amb la mitjana de l'economia, el que contrasta amb la creença que es tracta d'un sector on el repartiment de les rendes generades és molt esbiaixat en contra dels treballadors.

Més enllà de la qüestió salarial, cal considerar les externalitats negatives que sovint s'associen a l'activitat turística i que suposen una minva en la seva aportació neta a l'economia local. Algunes d'elles són tangibles, com els efectes derivats del consum elevat de l'espai públic i que generen uns sobre costos de neteja, manteniment o seguretat que han d'assumir els residents, o el sobreconsum de béns subvencionats, com és el cas del transport públic. També els efectes mediambientals, derivats dels mitjans de transport, però també del major consum de recursos hídrics o generació de residus.

Un cas paradigmàtic és el del Park Güell, on la creixent presència de turistes no només va comportar que aquest espai deixés de ser d'esbarjo per al veïnat dels barris adjacents, sinó que també va generar problemes de mobilitat derivats de l'ús del transport públic per a usos turístics. Altres aspectes, com els costos derivats de la contaminació atmosfèrica i acústica han estat també objecte d'anàlisi i crítica, especialment pel que fa al trànsit de creuers, però també per l'explosió del trànsit aeri i les repercussions que ha tingut en l'entorn dels aeroports.

En aquest sentit, sembla que ha anat guanyant consens la tendència a eliminar algunes d'aquestes externalitats mitjançant la internalització de costos; per exemple, generalitzant el pagament de les visites d'espais d'especial interès turístic (com el propi Park Güell), o la decisió de fer pagar per l'admissió als museus, restringint la gratuïtat als residents o a situacions molt puntuals¹⁵. Aquest aspecte genera una tensió entre raons en termes d'eficiència econòmica, que argumenten que el pagament genera recursos per a una millor gestió d'un espai que altrament haurien de pagar tots els ciutadans, en fossin o no usuaris, i objeccions en termes d'equitat social (la imposició generalitzada de pagaments pot acabar constituint una barrera d'accés per a diverses capes socials).

L'altra manera de buscar compensacions econòmiques és establint una figura impositiva més general,

com és el cas de l'impost d'estades en allotjaments turístics (més popularment conegut com a 'taxa turística'). L'impost, que ha recaptat 56,5 milions d'euros a l'exercici 2017/8, (dels quals 30,6 milions d'euros al Barcelonès) segons les darreres dades proporcionades per al Generalitat de Catalunya, inicialment preveia que aquests recursos s'havien de destinar íntegrament a promoció turística. Des de diferents instàncies, en especial l'Ajuntament de Barcelona, s'ha defensat des de fa temps que la destinació d'aquest impost hauria de incloure també la compensació, directa o indirecta, dels efectes externs del turisme, una cosa que finalment es va assolir el 2017, cinc anys després de la creació de l'impost. Actualment, el debat rau en quin hauria de ser el tipus impositiu òptim, ja que els impostos aplicats actualment són modestos en comparació als d'altres ciutats amb una casuística similar a la barcelonina.

I és que un tercer efecte extern, tot i ser intangible, pot ser tant o més important que els dos primers: l'efecte expulsió (*crowding out*) que provoca actualment l'activitat turística sobre la resta de l'estructura econòmica (reducció de les inversions i de la generació d'ocupació en altres sectors econòmics, degut a l'obtenció d'un major rendiment en el sector turístic), com també sobre l'estructura territorial i urbana. Ens referim aquí a la tensió entre l'ús de l'habitatge per a usos residencials enfront dels temporals-turístics en zones cada cop més àmplies de la ciutat, però també als usos dels espais comercials, o a l'orientació de determinades inversions en l'àmbit de la cultura o el transport, per no parlar de les formes de vida en comunitat, tant en baris com en espais rurals (Goldstone, 2003).

L'emergència dels allotjaments turístics alternatius als tradicionals (hotels, albergs o edificis d'apartaments turístics) amb l'aparició de models híbrids com els habitatges d'ús turístic, o el lloguer d'habitacions per a estades turístiques, no només genera un debat entre com aquests nous negocis han de compensar els possibles efectes externs (quelcom que un impost podria realitzar), i el fet que formen part d'una tendència a l'alça en les preferències de la demanda, especialment en el cas del lloguer d'habitacions, ja que ofereix flexibilitat, preus normalment avantatjosos i la possibilitat de gaudir una experiència, almenys pel que fa al relat comercial, més 'autèntica'.

No obstant això, tampoc pot oblidar-se que l'activitat turística pot generar també importants externalitats positives. La consolidació de Barcelona com a punt d'origen i destinació de grans creuers, ha anat acompanyada d'un important creixement de la connectivitat de l'aeroport, especialment pel que fa a les rutes aèries de llarg radi. L'escassetat de connexions directes de llarg radi havia estat sovint citada com a factor limitador de la competitivitat de les empreses locals o un fre per a inversions estrangeres, especialment d'aquelles de sectors d'alt valor afegit.

Així mateix, l'activitat turística permet garantir l'activitat de diferents sectors de l'economia, des de les in-

¹⁵ Existeix una àmplia literatura acadèmica (vegeu per exemple, Frey i Meier, 2006) que ha analitzat els beneficis i costos d'aplicar una entrada als museus. Un dels principals és evitar la sobreocupació dels museus, amb els consegüents costos que suporten (deteriorament de les exhibicions). També s'han citat motius de caire redistributiu, en tant que els usuaris habituals dels museus solen ser persones de les deciles de renda més elevades.

dústries culturals fins a activitats agroalimentàries, que probablement tindrien un futur més difícil de fiar-ho tot a la demanda interna. A tall d'exemple, el 70% dels visitants dels museus municipals de Barcelona l'any 2017 eren residents a l'estranger¹⁶, essent la seva contribució sobre els ingressos per taquillaatge encara superior. Aquestes externalitats però, no han rebut el mateix tractament que les negatives (probablement per la major dificultat en la seva quantificació), i sovint són ignorades de les anàlisis.

Per tots aquests motius, doncs, una pregunta que cal fer-se és el cost d'oportunitat d'abraçar el turisme com a activitat econòmica clau en un territori. És a dir, si les polítiques públiques han de continuar promocionant-lo i de quina manera ho han de fer, o bé si han d'adoptar una actitud menys proactiva o fins i tot treballar en favor del denominat "decreixement turístic", ajustant el flux de visitants a una mesura determinada de la capacitat de càrrega.

5. Cap a un turisme impulsor del desenvolupament econòmic local

La resposta a aquesta pregunta és, com no podria ser d'una altra manera, complexa. Si prenem en consideració aspectes com la sostenibilitat global, caldria certament deixar d'incentivar els desplaçaments contaminants massius i promoure, en tot cas, un turisme molt més de proximitat. Precisament el fet que el turisme es basi cada cop més en el factor experiencial hauria de contribuir a que en un entorn territorial raonable —i encara més quan aquest territori és una metròpoli— s'hi trobin prou elements per descobrir i gaudir com per no haver-ne de buscar de similars deixant pel camí tones de diòxid de carboni. Però, malauradament, ni la consciència sobre l'emergència climàtica ni l'eclosió d'una classe mitjana global, xinesa especialment, als països emergents, que vol començar a descobrir el món, auguren una reducció dels desplaçaments en el mig termini.

Davant d'això, un territori sí que podria jugar la carta de la limitació de la seva capacitat d'acollida: control del nombre de vols o de creuers que hi arriben, o la reducció del nombre de places d'allotjament. Però aquesta resposta tampoc sembla senzilla d'articular i, en tot cas, requeriria una estratègia que en requeriria una altra de complementària: l'estímul a la generació d'altres tipus d'activitat econòmica al territori que compensessin la reducció de l'aportació del turisme.

Que és precisament l'estratègia que possiblement sigui més eficaç per almenys contenir el creixement imparable del turisme en metròpolis com la nostra, ja que es desviaria l'efecte *crowding out* cap a altres sectors. Si l'auge del turisme es va produir gràcies, com hem vist, a l'adopció d'una estratègia específica a finals dels anys vuitanta del segle passat, el mateix hauríem de ser capaços de fer amb altres activitats econòmiques: emetre un senyal inequívoc de la nostra aposta i afavorir la rendibilitat de les inversions. Més fàcil de dir que de fer, clarament, però imprescindible intentar-ho, indubtablement.

I de manera complementària, caldria treballar per minimitzar la component extractiva del negoci turístic, representada entre altres pel desequilibri entre els beneficis que s'expatrien i els seus que romanen, i trobar fórmules tant per incrementar la participació d'inversors locals en el sector, com per generar maneres de capturar els fluxos de recursos: que de cada euro que gasta un turista a Barcelona, se'n recuperi una part cada cop major per a l'economia local.

En particular, el creixement de les iniciatives i projectes turístics que contempen criteris de sostenibilitat i de vinculació amb l'economia social i solidària comença a ser una tendència, malgrat que en la majoria de casos no s'adopten formes de gestió cooperatives, com assenyala un recent estudi de la cooperativa de serveis de restauració i turístics XAREC, posant de manifest el camí que encara queda per recórrer en un àmbit clau per reequilibrar l'estratègia de desenvolupament econòmic local (Pinter, 2019).

Aquestes línies han volgut oferir una panoràmica introductòria del debat de la qüestió, tot i quedar molts temes per a futurs desenvolupaments. Per exemple, caldria, en la línia expressada ja per Cañada et al. (2017), una anàlisi més detallada de l'impacte real que les activitats turístiques tenen sobre el teixit econòmic de les ciutats o sobre els mercats de treball. Caldria també avaluar de manera més global l'impacte de les externalitats (positives i negatives) associades a les activitats turístiques sobre les ciutats, així com el dels instruments compensatoris que s'han anat introduint per tenir-les en compte. I finalment, i no menys important, caldria també avaluar fins a quin punt factors externs com la creixent financiarització del sector immobiliari, propulsada per la manca d'inversions alternatives, estan promovent un creixement turístic que va més enllà dels límits que hom podria esperar.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AJUNTAMENT DE BARCELONA (1990). *Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona 2000*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Diponible a: https://pemb.cat/public/docs/35_wn_9_Is_iplaestrategieconomicisocialbcn2000.pdf

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2019a). *El Producte Interior Brut de Barcelona, 2018*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Gabinet Tècnic de Programació. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/barcelonaeconomia/sites/default/files/PIB_BCN_2012_2018_Maig2019.pdf

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2019b). *Els salaris a Barcelona 2017*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Gabinet Tècnic de Programació. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/barcelonaeconomia/sites/default/files/Salaris_2017.pdf

CAÑADA, E., JULIÀ, M., i BENACH, J. (2017). *Situació, característiques i efectes del treball en el sector turístic a la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de

¹⁶ Font: Museus de Barcelona: Explotació Estadística de les Dades de Visitants 2017, Ajuntament de Barcelona.

Barcelona. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/1901_informe_upf_mercat_laboral.pdf

DURO J.A. (2014). *Aproximació a l'activitat econòmica generada pel turisme a les comarques de Catalunya. Sèrie 2008-2012 (i avenç 2013)*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Disponible a: http://empresa.gencat.cat/web/.content/20_-_turisme/coneixement_i_planificacio/reerca_i_estudis/documents/arxius/Estudi-PIB-turistic-20082013.pdf

DURO J.A. i RODRÍGUEZ, D. (2015). Barcelona como municipio turístico: algunos datos evolutivos y elementos de futuro. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 507-538.

ESTELA, O. (2015). Políticas públicas para unas economías locales resilientes. *TRIA*, 15, 81-94.

ESTELA, O. (en premsa). Políticas de desarrollo económico local: ¿y si repensamos lo básico?. *TERRA*, xxx.

FREY, B., i MEIER, S. (2006). *The Economics of Museums*. A V.A. Ginsburgh, i D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture* (pp. 1017-1047). Amsterdam: North-Holland.

GARAY, L.A., i CÀNOVES, G. (2012). Turismo de Cruceros en Barcelona: de la Marginalidad al Liderazgo Internacional. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 60, 253-271.

GIBSON-GRAHAM, J.K., CAMERON, J., i HEALY, S. (2013). *Take Back the Economy. An Ethical Guide for Transforming Our Communities*. Minneapolis: Regents of the University of Minnesota.

GOLDSTONE, P. (2003). *Turismo. Más allá del ocio y del negocio*. Madrid: Debate.

PALOU RUBIO, S. (2012). *Barcelona, destinació turística. Un segle d'imatges i promoció pública*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la.

PINTER, A. (2019). El cooperativisme busca en el turisme una destinació atractiva. *coop*, 8, 26-29.

OBSERVATORI DE TURISME A BARCELONA, CIUTAT I REGIÓ (2018) *Informe de l'activitat turística a Barcelona 2017*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/informe_act_tu_2017_complet_1_0.pdf

PORT DE BARCELONA I TURISME DE BARCELONA (2015) *Activitat de Creuers a Barcelona. Impacte sobre l'economia catalana i perfil socioeconòmic del creuerista* (2014). Barcelona: Port de Barcelona i Barcelona Turisme. Disponible a: https://professional.barcelonaturisme.com/imgfiles/estad/Informe_ACPBCN_2014_CAT_web.pdf

PUIG, M. (2015). *Un bon país no és un país Low Cost*. Barcelona: Edicions 62.

SACKS, J. (2002). *The Money Trail. Measuring your impact in the local economy using LM3*. Londres: New Economics Foundation and The Countryside Agency.

SANZ, P. (2012). *Employment and Industrial Relations in the Hotels and Restaurants – Spain*. Loughlinstown: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions – Eironline (European Industrial Relations Observatory). Disponible a: <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2012/employment-and-industrial-relations-in-the-hotels-and-restaurants-18>

VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Investigaciones Regionales*, 11, 183-210.

**DISCURSOS TURÍSTICS SOBRE EL
PAISATGE I EL PATRIMONI CULTURAL DE
BARCELONA. IMATGES CONTRA LA CIUTAT**

SUMARI

1. Barcelona, patrimoni turístic?

**2. La mirada turística com a forma de consum,
producció i reproducció del paisatge urbà**

3. L'exposició turística del patrimoni

**4. Discursos turístics sobre el paisatge i el patrimoni
cultural barceloní. Retrospectiva històrica i crítica**

**5. Reptes de la gestió turística del patrimoni: tres
casos, tres conflictes**

6. Recapitulació

Referències bibliogràfiques

DISCURSOS TURÍSTICS SOBRE EL PAISATGE I EL PATRIMONI CULTURAL DE BARCELONA. IMATGES CONTRA LA CIUTAT

Resum

El present article té per objectiu reflexionar sobre els discursos turístics associats al patrimoni cultural i al paisatge urbà de Barcelona, els impactes socioculturals que suporta a causa de la seva sobreexposició al consum turístic i els principals reptes que requereix en matèria de gestió. Amb la voluntat de no limitar-se a ser una mera dilació teòrica, però tampoc de convertir-se en un instrument aplicat i orientat només a la gestió, el present article discuteix al voltant dels conceptes imatge i patrimoni cultural i ofereix una descripció i anàlisi crítica dels fets que s'estudien. S'analitzen les imatges de promoció turística creades al llarg del segle XX i la seva influència en la construcció d'una narrativa hegemònica, fixant-se especialment en els discursos atribuïts al paisatge i al patrimoni cultural com a valors de mercat i referents d'identitat. L'article té un caràcter fonamentalment descriptiu, reflexiu i crític i s'emmarca i utilitza la literatura historiogràfica i especialitzada en el turisme urbà des de les Ciències Socials i Humanitats.

Paraules clau: Barcelona, imatge, patrimoni, paisatge urbà, gestió.

1. Barcelona, patrimoni turístic?

Avui dia, el paisatge urbà i el patrimoni cultural barceloní són elements destacats de l'escenari turístic de la destinació i símbols prominents de la seva imatge de marca. Mentre que el paisatge conforma un marc (*frame*) en l'experiència turística, determinats elements patrimonials s'erigeixen com a veritables nodes i icones de la destinació. Tot plegat té conseqüències en forma de transformació d'usos, símbols i valors; vulneració o tergiversació de la memòria social; saturació a l'espai urbà; especulació econòmica; o tensió veïnal entre d'altres. Els impactes i transformacions que actualment experimenta el paisatge i el patrimoni són conseqüència, en part, de la promoció que se n'ha realitzat al llarg de les dècades i de l'absència d'eines de gestió destinades a prevenir, minimitzar, frenar o corregir les problemàtiques derivades de la seva explotació turística. Tot plegat obre diverses preguntes i qüestions, tant en el pla teòric com funcional: quins usos i discursos turístics s'han atribuït al patrimoni cultural de la ciutat? Quins elements han estat identificats i exposats turísticament, i amb quins objectius? Com s'ha activat el valor turístic del patrimoni cultural

i del paisatge urbà? Quins efectes genera l'exposició turística del patrimoni, en termes socioculturals? Quina relació s'estableix entre la imatge turística induïda i les transformacions urbanístiques practicades a la ciutat? Quins són els principals reptes en matèria de gestió i planificació urbana i turística? Una de les premisses que s'assumeix com a punt de partida té a veure amb la idea que el poder polític és i ha estat un agent de construcció patrimonial important, que ha atribuït, tant al paisatge urbà com al patrimoni cultural de la ciutat, una funció turística destacada. D'acord amb aquesta consideració, s'atorguen usos i significats clarament polítics i econòmics al paisatge i al patrimoni cultural, que es reforcen a través d'una retòrica d'imatges i una semiòtica orientades al consum turístic.

L'article exposa, en primer lloc, una breu reflexió sobre les categories d'imatge i patrimoni i la seva relació amb el turisme urbà, i a continuació presenta una descripció i anàlisi de l'evolució històrica del turisme a Barcelona correlacionant la generació d'imatges de marca creades pels seus promotors i les transformacions urbanístiques practicades al cos urbà. Finalment, l'article també explora alguns casos concrets de patrimonis en conflicte turístic i incideix en la necessitat d'establir polítiques de gestió que prioritzin fonamentalment la seva conservació i l'equilibri social. S'utilitzen referents teòrics del camp de les Ciències Socials i les Humanitats (especialment de l'Antropologia, la Geografia i la Història) i fonts historiogràfiques i literatura especialitzada sobre el turisme a Barcelona. La perspectiva històrica ens permet comprendre com i perquè s'ha acumulat una alta densitat d'usos i de discursos turístics entorn el patrimoni cultural barceloní. Si bé actualment el turista es dilueix a la ciutat i l'utilitza d'una forma que sovint no dista tant de com l'empra el veí, no podem negar una dualitat o contraposició en determinades formes de ser i viure a la ciutat, la dels visitants i la dels locals. Situacions de sobreexposició turística del patrimoni poden donar lloc a la paradoxa d'un patrimoni que produeix allò local per a l'exterior, és a dir, d'un patrimoni que parla per a l'alteritat més que 'de la identitat'. És per això que podem preguntar-nos fins a quin punt Barcelona acaba essent patrimoni del i per al turista —d'un turista que s'apropia d'espais i imatges solapant els llocs i memòries de la població local—.

El paisatge d'una ciutat és un text construït per la seva història social (Antich, 2013), que pot ser intervingut

físicament i simbòlica també pel turisme. La repercussió del turisme en el paisatge urbà i en el patrimoni cultural es pot observar des de dos angles diferents: el simbòlic i el relatiu als usos. Pel que fa al simbòlic, té a veure amb la transformació de significats, relacions i afectes que es deriven de la comercialització turística de determinats llocs (poden aparèixer discursos de desafecció i d'allunyament per part de la població local, pèrdua de referències i significats i de memòria col·lectiva). Els impactes relacionats amb els canvis d'usos de llocs i patrimonis són més complexos, ja que poden afectar les economies de la població local, la mobilitat a l'espai públic i la transformació del teixit comercial i d'habitatge de l'entorn, entre d'altres. Lògicament, la valorització turística del paisatge i del patrimoni cultural també pot possibilitar canvis simbòlics i d'usos positius, com l'obertura, l'accessibilitat i el reconeixement de llocs. En cap cas, però, els efectes derivats de l'activitat turística seran totalment harmònics, ja que sempre generaran controvèrsia i conflicte. El present article obre una discussió al voltant d'algunes paradoxes i problemes relatius als vincles entre turisme i patrimoni.

2. La mirada turística com a forma de consum, producció i reproducció del paisatge urbà

'Imatge' prové del verb *imitari* i significa 'representació' o 'resurrecció' de qualsevol realitat: tota imatge es produeix a partir d'un procés de representació, recreació i reproducció (Berger, 1974). Tota imatge és polisèmica, ja que implica una cadena flotant de significats, és a dir, pot evocar diversos significats depenent del receptor i de l'emissor (Barthes, 1986). Va ser a l'època del Renaixement, apunta Berger (1974), que s'arribà a la idea que la producció d'imatge no podia desvincular-se del seu productor, per la qual cosa s'advertí que aquell que produïa imatge sempre hi deixava una empremta (o dit d'una altra manera: el creador de la imatge formava part de la mateixa imatge creada). Als anys setanta, i des de la disciplina de la Geografia, Miossec (1976) destacava la importància de la imatge turística en la construcció de paisatges: un lloc turístic és, abans que res, una imatge, una representació d'ell mateix que condicionarà les relacions dels seus visitants amb el lloc. Així, és la percepció de l'espai (les imatges sobre el lloc) el que construeix un paisatge turístic. Cap lloc turístic existeix a priori de la seva representació, la definició d'un lloc turístic emergeix sempre d'una dialèctica socioespacial (Chadefaud, 1987). En aquest sentit, un espai pot adoptar la consideració de lloc turístic a partir de les representacions mentals que determinats grups socials projecten sobre el mateix. Assumint aquests plantejaments, podem entendre que la imatge turística d'un lloc és producte de les mirades, de les necessitats i de les expectatives dels seus consumidors i alhora fruit de les ideologies i dels interessos dels agents socials (polítics i econòmics, bàsicament) que la indueixen. És en aquest marc de trobada, entre els dissenys dels visitants i els interessos dels poders locals, que destinacions com Barcelona evoquen unes determinades imatges d'elles mateixes i no unes altres.

Històricament, les ciutats han constituït un veritable pol d'atracció i fascinació per a viatgers de tota mena i condicions; viatgers il·lustrats, romàntics, escriptors, científics i turistes han utilitzat la ciutat com a lloc d'oci, eva-

sió, contemplació, formació i una infinitat més de plaers, i l'han convertit en objecte de consum visual, funcional i simbòlic al mateix temps. La presència de visitants ha canviat la forma, la funció i el concepte de ciutat, així com la seva representació (adaptant-se i construint-se a partir dels valors, les expectatives i les necessitats dels seus visitants). La ciutat, doncs, esdevé un lloc material i simbòlic que, en part, és consumit i produït per les mirades i els usos dels qui l'habiten mentre la visiten.

La mirada i l'expectativa del turista és un element absolutament fonamental en la conformació dels escenaris turístics (MacCannell, 2003). Els interessos i valors de la clientela (per tant, de l'alteritat) obtenen un paper essencial en la creació de productes i atractius turístics; en aquest sentit, sabem que són les característiques del consumidor (de la societat d'origen) que condicionen els valors del producte que s'espera consumir (Morgan i Pritchard, 1998). Així, la percepció del visitant —'carregada' dels seus valors culturals— serà un element que *validarà* recursos, persones i paisatges turístics; o dit d'una altra manera: el valor dels espais turístics vindrà donat, fonamentalment, pels seus consumidors (Anton Clavé, 1998). La imatge turística encarna la tensió entre l'esperar i el recordar, ens ve a dir Augé (2001), ja que l'interès del turista radica en verificar com la realitat s'assembla a la imatge preconcebuda, i no al revés. En la mirada i experiència turística hi prima l'interès de reconèixer més que no pas conèixer en un sentit estricte de la paraula, ja que el viatger desitja comprovar com allò que ha imaginat és, en efecte, una realitat (Mancinelli, 2009). A banda dels valors culturals i les necessitats dels consumidors, també cal tenir en consideració allò que Urry (1990; 2008) reivindica en relació a l'experiència turística: la importància dels sentits i la corporalitat com a elements de percepció i definició dels llocs turístics.

Una altra de les dimensions de la imatge dels llocs turístics, especialment els urbans, és la relacionada amb el seu poder d'intervenció i transformació urbanística. Segons Benach (1993), la imatge promocionada sovint esdevé un instrument fonamental per recolzar els replantejaments urbanístics del territori. En els contextos de creixement i de reconstrucció urbanística la producció d'imatge pot anar íntimament associada als canvis i reestructuracions morfològiques del lloc, en el sentit que la imatge és emprada com a argument per fer efectiva la revitalització urbanística, tot induint la ciutadania a canviar la percepció de la pròpia ciutat, un fet que pot afavorir la realització efectiva de les expectatives de les institucions. Les imatges de la ciutat generades poden acomplir diverses funcions segons el segment de públic a què són adreçades: "legitimen un projecte hegemònic, combaten la percepció de crisi augmentant la confiança en les elits locals en les seves pròpies possibilitats, i projecta una imatge atractiva a l'exterior" (Benach, 1997, pàg. 197). Al final, la relació entre imatge i espai mai no és innocent, i a part d'orientar-se a satisfer les demandes de determinats consumidors, justificar les transformacions morfològiques i inversions de capital, té per objectiu la creació d'un ordre i una estructura social. Les formes d'utilitzar l'espai, de construir les ciutats, expressen l'estat de l'estructura social: "no es pot interpretar l'espai sense interessar-se per l'estructura social" (Rémy i Voyé 1976, pàg. 49).

Segons les consideracions prèviament exposades, podem assumir que en els contextos turístics són les expectatives dels consumidors i les ideologies dels promotors (en constant diàleg) que produeixen un discurs o imatge sobre el mateix paisatge; és a dir, els paisatges mai no parlaran per si sols, ja que mai no podran evocar una imatge que no els hagi estat prèviament *assignada*. Aquests paisatges, per mostrar-se i fer-se aprehensibles, requereixen la visibilitat de nodes, icones i referents simbòlics fàcilment identificables. El turista no veu el paisatge en un sentit empíric, sinó que requereix una sèrie de marcadors simbòlics que li permetin reconèixer el lloc; així, els paisatges turístics necessiten proveir-se de marcadors per tal de singularitzar-se i d'esdevenir aparentment únics i destacats MacCannell (2003). El paisatge és fonamentalment una representació social que en els contextos turístics s'aprehèn a través dels filtres de la imatge induïda.

Al llarg de la història els agents de promoció turística de Barcelona han atribuït valors de caràcter polític i econòmic al paisatge i al patrimoni cultural de la ciutat, obeïnt a un doble objectiu: d'una banda, han estat intencionadament promoguts per la seva oportunitat com a suports d'identitat i mecanismes d'autorepresentació, i de l'altra per la seva rendibilitat en termes de mercat i de dinamització territorial. Aquest fet ha generat una innegable jerarquia de valor entre els diferents patrimonis de la ciutat, així com la consideració d'un caràcter polític i econòmic dels recursos urbans i patrimonials. Comprendre el patrimoni en el marc del turisme implica, necessàriament, reconèixer el seu caràcter polític i econòmic.

3. L'exposició turística del patrimoni

La contemporaneïtat ens ha portat a una considerable socialització del concepte patrimoni, fet que és causa i al mateix temps efecte de la seva polisèmia i funcionalitat. Avui dia s'expandeixen i diversifiquen els usos i significats relacionats amb el patrimoni, així com les possibilitats que diferents aspectes de les nostres societats participin en processos de patrimonialització —que cal entendre, necessàriament, com a producte d'una economia política determinada (del Marmol et al. 2010)—. Seguint aquesta interpretació, s'assumeix que el patrimoni no és quelcom natural, etern, essencial, universal o estàtic, sinó una construcció social que es produeix fruit d'un procés d'incorporació de valor a determinats elements de la cultura i de la naturalesa. Des d'aquest punt de vista, el valor patrimonial no és intrínsec al patrimoni. En aquest sentit, i d'acord amb Franquesa (2010), expressions com 'activació' o 'posada en valor' patrimonial pressuposen l'existència d'un valor sui generis del patrimoni, com si la condició de patrimoni es trobés latent en alguns objectes o aspectes de la cultura i la natura, predisposats a una *emergència patrimonial*. Així, per a Franquesa (2010) el patrimoni com a categoria analítica reifica el seu propi objecte.

El cas és que, avui dia, cap procés de patrimonialització es produeix al marge dels marcs polítics i econòmics en què es troba. La construcció de patrimoni requereix necessàriament un exercici de poder, de manera que no està deslligat dels marcs ideològics i règims de valor dels seus contextos de referència;

d'acord amb Prats (1997), sense poder el patrimoni no existeix. En el cas de Barcelona, tal com es presentarà en l'apartat següent, el poder polític constitueix el principal agent d'activació patrimonial, fet que utilitzarà per introduir Barcelona als mercats turístics internacionals, ja a principis del XX, i contribuir a la construcció d'una narrativa identitària de la ciutat metropolitana. Lògicament, d'aquest fet no se'n deriva l'existència d'un consens unànime sobre els significats culturals del patrimoni, ans al contrari. Justament pel fet que emergeixen del poder i que esdevenen altament turistitzats, els patrimonis i les seves imatges acaben generant incomoditat, conflicte o desafecció a sectors de la societat local. Cal reafirmar que, en definitiva, el patrimoni és un constructe sociopolític que conforma un espai de conflicte i de pluralitat interpretativa (López López, 2016).

La definició de patrimoni remet, originàriament, a allò que una generació hereta de la generació precedent, a allò que una persona o grup considera que posseeix i a allò considerat idiosincràtic que li atorga singularitat (Delgado, 2004). El patrimoni com a constructe social apareix als inicis de la modernitat com una espècie de religió laica al servei de la sacralització de discursos sobre identitat, principalment de caràcter nacional o regional, i també local (Prats, 2006). Els inicis del patrimoni estan marcats pel seu caràcter polític, pel seu paper en la construcció de les identitats i estats-nació, fet que s'encavalcarà en el naixement de les societats turístiques. L'impuls dels nacionalismes va lligat a un gran auge identitàri, i per aquesta raó s'acudeix a tot tipus de doctrines, sistemes simbòlics i representacions, entre les quals el patrimoni, per representar les identitats nacionals. S'utilitzarà el patrimoni cultural per reforçar, construir, legitimar o representar identitats, i el turisme serà un instrument efectiu per a la consecució d'aquests plantejaments polítics i econòmics. Podem assumir que un patrimoni per si mateix no *conté identitat*, sinó que *permet la creació* d'una idea d'identitat. Aquest mecanisme entrarà en joc a la Barcelona de principis de segle en el marc del despertar turístic de la ciutat. El patrimoni que s'ubicarà al centre de les imatges turístiques a principis del XX possibilitarà la representació i la legitimitat d'una determinada noció d'identitat urbana i nacional, de manera que economia, política i turisme formaran part del mateix projecte urbà (Palou Rubio, 2012). A mitjans del segle XX, en canvi, i en plena eclosió del turisme fordista i en el marc de l'Espanya franquista, el patrimoni serà concebut com un factor de desenvolupament econòmic i social, alhora que mantindrà un caràcter eminentment polític i deliberadament ideològic. A la dècada dels 90 augmentarà el valor d'ús i de mercat i se'l passarà a considerar un element rendible en termes econòmics i comercials. Aquest canvi d'ús coincideix amb el postfordisme i la gran eclosió del turisme de finals del segle XX i principis del XXI.

Actualment, el patrimoni adquireix o pot adquirir valor innegablement de mercat: passa a ser tractat i valorat com a recurs segons les seves oportunitats de dinamització econòmica i de creació de relacions de consum. Avui dia assistim a una *hipermercantilització* del concepte cultura i patrimoni, fet que produeix relacions sempre ambivalents: d'una banda, l'exposició del patrimoni a les dinàmiques de mercat pot generar oportunitats de reconeixement, visibilitat, valorització

social, conservació, difusió, oci; d'altra banda, pot generar riscos de banalització de continguts, massificació, escenificació, espectacularització... De fet, un dels principals reptes a l'hora de prevenir o minimitzar els riscos associats al consum turístic passa pel disseny i la implementació d'eines de gestió adequades, com són l'anàlisi i la delimitació de la capacitat de càrrega de públics; la cura en la divulgació i la interpretació de continguts; la creació de mecanismes d'accessibilitat inclusius; o la compensació dels efectes i perjudicis que es causin als veïns.

Una de les paradoxes que genera l'exposició turística del patrimoni en l'actualitat és que, mentre s'erigeix com a símbol o metonímia de la identitat de la destinació (a ulls dels promotors i dels turistes), també pot provocar símptomes de distanciament i desafecció de la població local a causa de les eventuals o continuades situacions de saturació turística i a causa de la producció d'imatges al·lògenes de la identitat local (Prats, 2006). La sobreexposició turística del patrimoni cultural i d'alguns elements de la ciutat aboca a la simplificació de la seva idea i imatge de conjunt; les icones poden anul·lar altres llocs i patrimonis, poden fer-los invisibles i jerarquitzar-les en els règims de valor dels mercats internacionals. La complexitat de situacions és innegable.

Segons Santana (2005), l'explotació turística del recurs cultural-patrimonial pot possibilitar la incorporació del turisme a les estratègies econòmiques d'unitats domèstiques, grups locals, empresaris i institucions, mentre utilitza arguments protectors relacionats amb la conservació dels mateixos recursos promocionats, cercant la complicitat de la societat local. Tot i així, no sempre es produeix d'aquesta manera i sovint aquest procés es realitza d'esquena als habitants, fet que provoca que passin a convertir-se en "ciudadans de bombolles mediambientals i actors involuntaris dels diferents escenaris per al turisme nacional-urbà i internacional" (Santana, 2005, pàg. 33). En els escenaris turístics sovint s'acaba cosificant als propis subjectes (Lacarrieu, 2005), fent que el nadiu tradicionalment menyspreat acabi esdevenint valoritzat en tant que figurant de l'escena turística. A més, en moltes ocasions el visitant acaba mirant la societat d'acollida sense conèixer els significats culturals del lloc, o creant idees de vegades distorsionades sobre aspectes de la realitat (la interpretació turística del patrimoni, per exemple, pot diferir de la interpretació que en fa la pròpia comunitat local). Més enllà de les qüestions relatives als símbols, significats i usos, cal estar atents a les afectacions que genera el turisme en el pla més material de les societats d'acollida: l'habitatge, l'economia i els recursos públics. A parer de Prats (2009), el turisme només posa en perill les formes de vida de les poblacions quan, per al seu desenvolupament, s'emprenen operacions immobiliàries que transformen el paisatge, es malmeten els recursos naturals i es deixa de respectar les persones, com per exemple a causa de comportaments incívics que molesten la vida veïnal, pel desplaçament forçat de capes de població dels centres històrics a d'altres indrets de la ciutat, o per la conversió de la intimitat en espectacle. La identitat, puntualitza Prats (2009), podria considerar-se una víctima col·lateral d'aquestes situacions. La *desposseïció* de la ciutat per part del veí —com a conseqüència d'una intensa activitat turística— és un

dels efectes més nocius que pot generar el turisme, raó per la qual, i d'acord amb Prats (2009), en els contextos turístics cal prestar especial atenció als processos que afecten els hàbits i la vida de la població local, especialment en un sentit econòmic i pràctic.

4. Discursos turístics sobre el paisatge i el patrimoni cultural barceloní. Retrospectiva històrica i crítica

El patrimoni ha estat una peça fonamental en les estratègies de promoció turística de Barcelona al llarg del segle XX, fet habitual també en altres centres urbans. A les ciutats, determinats aspectes de l'espai públic s'erigeixen i s'acostumen a protegir pel seu valor com a testimonis d'un passat o d'un present patrimonialitzable. Fins i tot barris sencers poden ser considerats llocs patrimonials, llocs que suposadament reuneixen una idiosincràsia i uns trets culturals únics. Tot i així, no és exactament l'espai públic el que es reclama com a patrimoni que parla de i per a una determinada societat, sinó que ho són més aviat els elements destacats del paisatge urbà que poden resumir una evocació, concretar una adscripció sentimental o convertir-se en simples reclams per a crear una oferta de ciutat (Delgado, 2004). La història contemporània de Barcelona va estretament lligada al valor atorgat a l'espai públic com a referent d'identitat urbana i d'actiu de mercat. Les intervencions físiques practicades al cos de la ciutat han realçat valors i legitimat i sustentat una narrativa oficial positiva generadora d'imatges de marca i ham d'atracció turística. I com en un cercle virtuós, el turista ha acabat intervenint en l'ordre social i contribuint a legitimar les transformacions físiques practicades al cos urbà. Així, la *civitas* (que remet a la noció de ciutadania) i l'*urbs* (l'espai físic, que si és públic, és comú) s'*alteren* mútuament: les intervencions físiques practicades al cos físic de la ciutat també són intervencions en l'ordre social, en la urbanitat. Ordenar l'espai, al cap i a la fi, esdevé una estratègia per dirigir el progrés (Antich, 2013). A continuació es presenta una anàlisi de la relació creada entre les remodelacions i transformacions urbanístiques, la valorització turística del patrimoni i del paisatge urbà i la promoció del turisme mitjançant una narrativa i imatge de ciutat.

A mitjans del segle XIX es produeix l'enderrocament de les muralles de Barcelona, el projecte d'Ildelfons Cerdà és aprovat per via governativa i la ciutat experimenta la primera gran expansió urbana dels temps moderns. El Pla Cerdà pretén crear una ciutat policèntrica i reforçar la seva capitalitat amb la integració de diversos elements del món rural i alhora solucionar certs problemes lligats a la insalubritat; de fet, les teories higienistes i els problemes de comunicació vial són algunes de les principals preocupacions de l'urbanisme científic de Cerdà, que pretén racionalitzar i fer compatibles les necessitats derivades del binomi oci i treball. Malgrat aquests propòsits, però, el Pla Cerdà obeeix especialment als interessos de la propietat privada (Guàrdia i Garcia Espuche, 1994). La regeneració morfològica i simbòlica de la ciutat, plasmada en les intervencions urbanístiques i també en l'embelliment de l'espai mitjançant la creació monumental, suposa un ferm argument per a la projecció exterior de la ciutat. En aquests moments, els valors simbòlics relacionats amb un passat medieval gloriós es converteixen

xen en *avals* adients per a la construcció de la nova ciutat moderna, ja que segons Hughes (1993) la Barcelona de tombant de segle té a veure amb un fort i fins i tot obsessiu sentit del passat català. Barcelona, però, també es vol presentar com a ciutat moderna i industrial, i tal com descriuen Fabre i Huertas (1988), la recent desaparició de les muralles i la formació de l'Eixample esdevenen la realitat més tangible per demostrar el canvi d'imatge i l'engrandiment de la ciutat.

L'Exposició Universal de Barcelona de 1888 representa un punt d'inflexió sense precedents en la reorganització del paisatge urbà i la projecció internacional de la ciutat. El plantejament de fons de l'Exposició requereix la coordinació dels poders polítics i dels interessos privats, corporatius o no, que s'uneixen amb la voluntat de regenerar la ciutat; la reforma es planteja amb l'objectiu de projectar la ciutat a l'exterior i regenerar-la en el seu interior (Casassas, 1989). De fet, Guàrdia i Garcia Espuche (1994) sostenen que l'Exposició no consisteix en un esdeveniment pensat i gestionat amb programes i objectius estrictament definits, sinó que més aviat es deu a una iniciativa inscrita en estratègies urbanes planejades ja prèviament. L'Exposició de 1888 té un pretext molt peculiar: el desenvolupament econòmic, l'ostentació industrial i econòmica, l'especulació urbanística i la presentació universal d'una ciutat equipada de renovats valors associats a la modernització. Els canvis urbanístics es produeixen principalment a la façana marítima de la ciutat; entre les obres de més abast cal esmentar la nova façana de la Catedral, el Palau de Justícia, l'Hospital Clínic i la Presó Model. També són empedrats alguns carrers, s'introdueix l'enllumenat públic en espais cèntrics com la Rambla, la Gran Via, el Passeig de Colom i el Passeig de Pujades; també s'inicia la urbanització del Paral·lel. L'Exposició també contribueix a la revalorització del patrimoni monumental; s'erigeixen alguns monuments emblemàtics com el Monument a Colom, l'Arc de Triomf, i establiments com l'Hotel Internacional de Domènech i Montaner i el Cafè Restaurant, anomenat Castell dels Tres Dragons i durant molts anys seu del Museu de Zoologia (i actualment buit), també obra de Domènech i Montaner. En tot això, l'estàtua a Colom es converteix en el referent icònic més destacat del 1888. El Parc de la Ciutadella, en construcció des de 1871, s'acaba de realitzar amb la intenció de rompre la monotonia i la regularitat pròpia de Cerdà. Aquest parc esdevindrà un dels elements que millor assumeix la identificació iconogràfica de Barcelona al llarg del XIX (Navas, 1995).

A finals de segle es produeix un gran creixement metropolità, i l'any 1900 ja s'arriba al mig milió d'habitants. S'esvaeixen els límits entre el cos urbà i el rural i comença a definir-se la ciutat difusa. Barcelona vol convertir-se en una gran capital, en l'anomenada París del Sud, nucli i centre d'expansió de les idees i de l'economia d'una regió per definició més àmplia. El desenvolupament del programa regionalista de principi del XX proposa una expansió metropolitana de la ciutat (Solà-Morales, 1994); tant és així, que en el programa electoral de 1901 la Lliga Regionalista inclou la proposta de realitzar una exposició enllaçada amb la idea de Barcelona com a capital metropolitana (Solà-Morales, 1976). Anys més tard, la Lliga trobarà el suport de la Mancomunitat de Catalunya que a través de

les diputacions reforçarà el municipalisme regionalista i procurarà així l'expansió del seu poder arreu del territori català. Des del punt de vista de les elits, Barcelona vol ser la Catalunya-Ciutat, la Catalunya-Ideal, i tot plegat passa per una indiscutible mitificació del concepte de metròpoli. La burgesia nacional adopta el mite de la ciutat com a paradigma de construcció d'una nació moderna. El substrat i els ingredients per aquesta nova creació no són ni els trets històrics ni el llegat mitificat d'un passat, ni tan sols les tradicions compartides, sinó una determinada idea de civilitat de la que Barcelona ha d'esdevenir capdavantera. Així, la Lliga projectarà una definició de Barcelona que consistirà en la recerca d'una unitat cultural clàssica (Casassas, 1994). El programa noucentista destaca la importància de la bellesa a l'espai públic i utilitzarà l'arquitectura i la monumentalització per a la projecció internacional de la metròpoli. A l'arquitectura, una de les manifestacions més importants del moviment modernista de finals del segle XIX i principis del XX, se la vincularà clarament a la reconstrucció formal i simbòlica de la ciutat (Díaz, 2006). Així mateix, en el marc del Noucentisme, els petits monuments, més modestos, esdevindran símbols d'embelliment urbà, alhora que s'efectuarà una dura crítica als monuments grandiloqüents i commemoratius (Michonneau, 2002). Tot i que la reforma interior de la ciutat arriba molt més tard, el valor simbòlic que ha d'adquirir la capital catalana per mitjà de la construcció de la nova imatge urbana capaç d'identificar-la amb un determinat passat històric es comença a forjar i a reinventar amb la finalització de la catedral gòtica l'any 1887. L'obertura de la Via Laietana el 1907 també serveix per impulsar la idea de creació d'un barri d'estil gòtic, amb l'interès de sintetitzar la suposada identitat històrica en base a la qual es pretén construir la ciutat (Còcola-Gant, 2010). Per a Puig i Cadafalch, per exemple, l'art gòtic ha d'actuar com a plataforma política del catalanisme conservador. Així, la recuperació del medievalisme s'utilitzarà per forjar un sentit d'identitat nacional, creant un paisatge amb una clara estratificació temporal. La part vella de Barcelona, doncs, s'identifica com el lloc típic i històric de la ciutat: el nucli antic ja no es veu com un nucli d'insalubritat que s'ha d'eliminar, sinó com la marca d'un caràcter urbà original i únic (Michonneau, 2002). En aquells moments, la creació de nous espais monumentals i la invenció d'una història vénen a ser mesures per a la potenciació de l'orgull cívica i la modernització general del territori (Còcola-Gant, 2010). La creació del Gòtic d'ara fa un segle és, en paraules d'Antich (2013), el moment fundacional de la haussmanització de Barcelona, un procés d'amnèsia col·lectiva planificada —i en paral·lel a— la creació de memòries temàtiques o imposades.

Finalment, les obres de construcció del Gòtic s'iniciaran a finals dels anys vint coincidint amb la preparació de la ciutat per l'Exposició Internacional de 1929. En aquesta ocasió es vincula l'esdeveniment a un projecte urbanístic, polític i econòmic de gran transcendència i a una nova imatge de ciutat vinculada a la llum, que es projectarà dins i fora d'ella mateixa (Caralt, 2016). Per damunt de tot, la idea d'una 'Gran Barcelona', d'una ciutat adequada al fort creixement industrial i econòmic del Principat, intenta situar Barcelona en un paper d'indiscutible capitalitat en una regió d'influència més àmplia; l'Exposició esdevé una peça principalíssima en la política urbana desplegada a Barcelona

per part de les classes dominants, tant del sector públic com del privat (Solà-Morales, 1976). La ciutat s'expandeix cap al seu oest: el port franc com a nova zona industrial, l'aeroport del Prat, la zona industrial d'expansió del Baix Llobregat, les zones residència-jardí a les Corts i a Pedralbes i la residència intensiva a l'esquerra de l'Eixample amplien els confins de la nova Barcelona. Aquestes actuacions giren a l'entorn del nou centre urbà, que es defineix pel punt geomètric de la Plaça d'Espanya. Així, Montjuïc i Plaça d'Espanya passen a convertir-se en l'epicentre real de la Gran Barcelona (Solà-Morales, 1976). L'operació simbòlica de situar el gran esdeveniment als terrenys de Montjuïc, i per tant de traslladar el centre de la ciutat a prop de la muntanya, va acompanyada d'una producció no menys simbòlica que consisteix en la creació del Poble Espanyol, un producte que expressa tota una contradicció, una veritable paradoxa: "un rebuig paradoxal de modernitat enmig d'una Exposició que proclamava en veu alta la seva vinculació visceral amb la novetat" (Michonneau, 2002, pàg. 288). En el context de l'Exposició l'arribada de turistes i veïns de Catalunya és tan massiva que cal prendre mesures extraordinàries per organitzar la seva acollida.

En un procés paral·lel i legítim per les transformacions urbanístiques i simbòliques que es practiquen al paisatge urbà, al llarg de les tres primeres dècades del XX es posen les bases d'un incipient i prometedor desenvolupament turístic de la ciutat. En els seus inicis, la indústria de forasters posseeix una forta càrrega nacionalista en la qual política i economia es troben en constant relació (González Morales, 2003). El turisme, en efecte, és comprès com a instrument de regeneració orgànica de la ciutat, com un canal per a la captació de capital econòmic i cultural i un factor de prestigi i competitivitat (Palou Rubio, 2012). L'aparició del foment turístic a Barcelona i a Catalunya coincideix en un moment de renovació dels plantejaments històrics del territori i d'una conseqüent presa de consciència nacional; la burgesia catalana estrena una nova arquitectura, i junt amb el reconeixement lingüístic del català, el turisme sembla destinat a convertir-se en un moviment format per múltiples elements que han de beneficiar la construcció de la ciutat i del país (González Morales, 2005). Durant les tres primeres dècades del XX es creen dues entitats de promoció turística a Barcelona: la primera apareix l'any 1906 i preveu fins el 1909; es tracta de la Comisión de Atracción de Forasteros y Turistas, impulsada per l'alcalde Domènec Sanllehy, que en un breu lapse de temps desenvoluparà una tasca pionera en matèria de promoció (promourà la creació del primer cartell turístic de la ciutat amb el lema "Barcelona ciutat d'hivern", convocarà la primera plaça de cicerone municipal i obrirà la primera oficina d'atenció als visitants). Al 1908 es constituirà una nova entitat de foment turístic que aglutinarà les anomenades forces vives de la ciutat: es tracta de la Sociedad de Atracción de Forasteros (SAF), un sindicat d'iniciativa (seguint la fórmula del model francès) finançat pel sector públic i privat barceloní i català que actuarà fins l'estiu del 36. Si bé es presentarà sempre com un ens deslligat dels afers polítics de la ciutat, el cert és que en el seu substrat no deixa de ser un organisme polític, ja que incorpora tota una ideologia de ciutat; de fet, la SAF està directament interessada en el progrés econòmic dels agents que la subvencionen i inspirada pels valors del catalanisme conservador, de

manera que actuarà, clarament, com a estructura de poder al servei de la Lliga (Blasco, 2016).

Una de les principals estratègies de promoció turística impulsada per la SAF consisteix en divulgar una narrativa positiva sobre la ciutat que posarà en valor els seus referents culturals, naturals, industrials i comercials; la SAF desenvoluparà una tasca ingent en la divulgació de la imatge de ciutat amb la intenció d'atreure visitants provinents de països desenvolupats econòmicament. En aquesta imatge urbana, l'arquitectura, l'urbanisme i el patrimoni cultural prenen un paper nuclear. L'obra modernista es comença a erigir com a símbol del nou mapa turístic de Barcelona i, de fet, es deu a la SAF la consolidació de temple de la Sagrada Família com a primera icona turística de Barcelona (García Espuche, 1995). Es posa en valor l'entorn natural de la ciutat, així com el seu desenvolupament industrial; de fet, alguns dels itineraris turístics proposats per la SAF invitaven el foraster a conèixer les poblacions veïnes, combinant mirades urbanes i metropolitanes. La nova imatge de ciutat pretén incidir tant en els imaginaris dels potencials visitants com en la pròpia ciutadania; es tracta d'una imatge que evoca els cànons estètics i els règims de valor en voga a l'Europa contemporània, i reproduïx els ideals de les seves elits. La destinació Barcelona és, d'alguna manera, un mite d'ella mateixa, una projecció dels ideals d'una part de la seva societat (Chadefaud, 1987). A principis de segle, doncs, l'activació patrimonial i la promoció turística de Barcelona es conjuguen i sostenen tant en un pla discursiu com pragmàtic: la imatge creada *indueix* noves realitats.

El turisme és sempre una qüestió política, fet que cobra major contundència a l'Espanya franquista (Pack, 2009). A partir de 1939 la reconstrucció de les zones afectades per la guerra propicia que el govern de l'estat reinventi monuments orientats a exaltar una determinada idea de la història del país: s'identifiquen els Ibers, la Reconquesta i els Reis Catòlics com els períodes autèntics en els quals s'hauria forjat la nació espanyola (Còcola-Gant, 2010). Paradoxalment, es fomenta una imatge de país que mira el passat davant d'un conjunt de pràctiques culturals relacionades amb la modernitat (Afinoguénova, 2010). Durant l'autarquia espanyola es vincula estretament la repatrimonialització cultural, la propaganda política i el desenvolupament turístic. La intervenció patrimonial prioritza la invenció enfront la conservació (Afinoguénova, 2010), i prova d'això és el fet que a Barcelona es dona continuïtat a la construcció del barri Gòtic iniciat als anys vint, recreant una narrativa hegemònica de la historiografia urbana. En aquesta ocasió, òbviament, s'exalta la història medieval sense vincular-hi plantejaments vindicats ni associats al catalanisme polític (Fabre, 2016).

Durant el període franquista el desenvolupament turístic de Barcelona anirà supeditat als interessos del govern central i a les dinàmiques dels mercats exteriors, de manera que totes les accions en matèria de promoció seran una resposta o reacció al nou context polític i econòmic. El 1952 se celebra XXXV Congrés Eucarístic Internacional, que també va lligat a una sèrie de canvis urbanístics de notable transcendència. L'estiu de 1955 se celebren els Jocs Mediterranis, i a partir de 1957, amb l'entrada de Josep M. de Porcioles a l'Ajuntament, s'estrena una nova etapa d'impuls

d'esdeveniments vinculats al creixement territorial, econòmic i turístic de la ciutat. Es porta a terme una política urbana que s'assembla als projectes iniciats a principis del XX (cal recordar que Porcioles és antic militant de la Lliga Regionalista). A partir dels seixanta s'afavoreix l'expansió metropolitana de la ciutat, alhora que es descuida el patrimoni modernista del seu interior. La imatge turística de Barcelona se sustenta en un discurs lligat als estereotips i cànons estètics i simbòlics del franquisme; es tracta, lògicament, d'una imatge artificiosa i imposada que no representa ni el cos urbà ni la realitat sociocultural de la ciutat, l'herència de la qual encara pesa en els imaginaris del turisme contemporani. Durant el fordisme, els visitants estrangers que arriben a Barcelona es concentren en llocs, imatges i moments concrets de la ciutat, consumint-la només a través dels filtres imposats pel règim franquista i fordista.

Als vuitanta Barcelona es reequipa i reorganitza. El context polític ha canviat i obre noves expectatives per a la vida de la ciutat i del turisme. Es promou un pla d'usos, el primer objecte del qual és Ciutat Vella. Es practica un urbanisme *regeneratiu*, que consisteix en *sargir* la ciutat. Durant els primers anys democràtics també s'activa una fase de recuperació monumental i estètica considerablement important, a la vegada que es desenvolupen noves actuacions a través d'encàrrecs municipals a diversos artistes; la idea passa per introduir noves referències simbòliques i estètiques per dignificar l'espai urbà. A tot això s'hi suma una tendència massiva de plantació d'arbres i de creació de jardins. Segons Roca (2009), Barcelona es torna una ciutat més historicista, però menys històrica, ja que la rememoració que han de propiciar els elements patrimonials incorporats a la nova arquitectura no remetent tant a la seva trajectòria concreta, sinó a una identitat històrica genèrica. Així, la generalització d'aquesta pràctica patrimonial és objecte d'un debat social encara minoritari, ja que l'objectiu és, sobretot, la plaça, l'equipament i la democratització de l'espai públic. Tant l'Ajuntament postfranquista com la Generalitat restablerta, i en la línia de la constant redefinició del significat de la història, tornaran a fer ús del passat medieval com a continuació del missatge polític creat durant la Renaixença (Còcola-Gant, 2010). Es realitzarà de formes diferents en cada cas: a Barcelona, per exemple, la tendència general segueix la línia de la modernització, que en termes urbanístics s'expressarà en les actuacions als espais públics, si bé no s'abandonarà la potenciació del Barri Gòtic com a referent d'una determinada idea de passat i com a valor i recurs comercial del propi paisatge. La preparació olímpica iniciada a finals dels vuitanta potenciarà i justificarà un nou model urbà i urbanístic, al mateix temps que serà el punt de partida per a un nou impuls turístic de la mà del sectors públic i privat. Tot plegat ve acompanyat d'una profunda transformació urbana i d'una retòrica institucional que legitima els canvis morfològics que es practiquen a la ciutat (Benach, 1997). Les obres i remodelacions a l'espai urbà són considerades com a factors positius en un discurs de ciutat que versa sobre el progrés, la modernitat, l'avantguarda i el cosmopolitisme —idees que ressonen als principis inspiradors de la Lliga Regionalista, el Noucentisme i els valors hegemònics de la Barcelona de principis del XX—. El sector privat també participa d'aquesta eufòria. Uns temps abans de les Olimpíades, els hotelers

de la ciutat ja comencen a encarir els preus de les habitacions i dels serveis; de fet, el 1990 la planta hotelera ha crescut significativament (es comptabilitza un total de 118 hotels). Després de l'èxit dels Jocs, els hotelers i el sector públic s'alien i creen un nou organisme de promoció turística, el Consorci Turisme de Barcelona, amb l'objectiu de potenciar el turisme a la ciutat. A la dècada dels noranta es produeix un canvi de paradigma turístic en el pla internacional, que ressituarà les destinacions urbanes com a centres d'interès. Un cop superada una certa crisi econòmica i *ressaca anímica*, a finals dels noranta la ciutat de Barcelona començarà a escalar posicions en els rànquings turístics internacionals. Inaugurarà el nou segle amb xifres de visitants fins aleshores inèdites; al 2000 es comptabilitzaran més de 3 milions de turistes allotjats en hotels i més de 19 milions de passatgers a l'Aeroport del Prat. L'increment de les dades quantitatives alimenta *eufòria institucional*. Entra de nou en joc el patrimoni urbà i cultural com a node preeminent d'interès turístic. Gaudí és potenciat i exalçat com a icona central de la destinació al compàs d'una promoció intensa de l'anomenat turisme cultural i urbà (l'any 2002 se celebra l'Any Internacional Gaudí, que impulsarà i consolidarà l'obra i la figura de Gaudí en els imaginaris internacionals). Es produeix una renovada valoració social i política de l'activitat turística i dels seus continguts culturals (López Palomeque, 2006), fet que explica i *justifica* l'*obsessió* per determinades icones del paisatge urbà barceloní. Es posen en valor i construeixen noves icones i nous patrimonis per a la imatge i projecció de la ciutat, la majoria dels quals lligats a l'urbanisme i a la monumentalitat arquitectònica (Smith, 2007). Tot plegat, però, no està exempt de crítica, ja que l'aposta pel valor modernista de la ciutat no només carrega excessivament la seva imatge, sinó que en *destitueix* i *destrueix* altres formes i possibilitats; en tot això s'hi dona una gran contradicció, afirma Delgado (2005): mentre que per una banda s'organitza un autèntic culte als mestres del Modernisme, de l'altra s'oblida el nom i l'obra d'igualment magnífics exponents del moviment modernista. D'altra banda, i segons ha manifestat Capel (2005), sembla com si la *voràgine* de l'onada postindustrial hagués oblidat que els edificis fabrils també formen també part d'aquesta memòria col·lectiva i de la identitat de Barcelona.

És important assenyalar que a més dels dispositius utilitzats per a la promoció turística oficial i la creació del relat hegemònic, al llarg de les dècades també han aparegut altres i múltiples referents i patrimonis que han alimentat diverses versions de la imatge de la ciutat, conflictives, crítiques o incòmodes (Reventós Gil de Biedma, 2007) en tensió amb l'imaginari oficial. A més, també cal fer referència a tot el cos del denominat patrimoni subjacent o silenciós (Rubio-Ardanz, 2014), integrat per expressions que apareixen, es mostren i romanen amb cert grau d'espontaneïtat, sense el recolzament institucional. Es tracta de referents que, sense formar part del *branding* oficial, tenen un paper important en els imaginaris i experiències del turista. Llocs i imatges com el Barri Xino, a principis i finals del XX, i els barrets mexicans o els arquetips i tòpics relacionats amb el folklore espanyol, avui dia, evoquen representacions dissonants i alhora presents en els imaginaris internacionals de la imatge de la ciutat. Es tracta d'imatges de la ciutat *contra* la imatge oficial de la ciutat.

5. Reptes de la gestió turística del patrimoni: tres casos, tres conflictes

Actualment Barcelona rep una mitjana anual de més de 28 milions de visitants. Segons dades oficials, i considerant el nombre de visitants, el Temple Expiatori de la Sagrada Família ha esdevingut la principal atracció turística de la ciutat (amb 4,5 milions anuals d'entrades venudes; s'estima que la visita exterior és d'entre 10 i 12 milions anuals), seguida del Park Güell (amb 3,12 milions d'entrades a la zona monumental de pagament; s'estima un total de 9 milions de visites a l'interior del recinte definit per la UNESCO). Tanmateix, l'espai públic (el carrer, la plaça...) podria considerar-se la principal icona de la ciutat, a causa de l'ús intensiu i continuat que en fan tots els visitants. Monuments i carrers turistitzats que requereixen solucions particulars en el marc d'un plantejament i una gestió urbana integral.

Històricament, la promoció i el consum turístic del patrimoni no ha anat acompanyada de mesures de gestió, per la mateixa raó que el desenvolupament turístic de Barcelona s'ha produït per la inèrcia dels mercats i les estratègies de foment turístic; tot i així, en els darrers anys s'ha impulsat una política pública de gestió turística que, entre altres aspectes, és amatent al tema patrimonial. Aquest escenari implica que ciutadania, agents privats, públics i visitants han de compartir responsabilitats i compromisos i assumir límits. La gestió turística del patrimoni ha de fer compatibles els objectius de la preservació, la interpretació i la recreació, tenint sempre en compte la relació amb el seu entorn. A continuació es presenten tres casos concrets de patrimonis culturals que reben una gran densitat de visites turístiques, observant les estratègies de gestió que s'hi apliquen —o la seva absència i necessitat—.

El cas de la Sagrada Família és rellevant en molts sentits. Les tensions veïnals són contundents i clares des de fa anys: crítica per les dificultats de mobilitat a l'espai públic, congestió de trànsit, canvi del teixit comercial i especulació econòmica. La reacció pública per fer front a aquestes problemàtiques posa en evidència que, en part, la gestió del patrimoni té a veure amb la gestió del seu entorn immediat. El model de gestió impulsat per l'administració municipal —que ha de portar a terme de forma conjunta o almenys consensuada amb la Fundació Junta Constructora del Temple Expiatori de la Sagrada Família— recull un seguit de mesures adaptatives destinades a corregir situacions problemàtiques, com per exemple, la modificació de les zones d'estacionament del transport turístic. També es preveu obrir un accés al Temple des del metro, fet que podria minimitzar els problemes de cues de visitants al carrer. El Patronat i l'Ajuntament han acordat destinar recursos econòmics a millorar els accessos al metro i la urbanització de diversos trams de l'entorn del Temple i el manteniment de l'espai públic. Si bé aquestes i altres accions s'apliquen amb la finalitat de corregir situacions de saturació turística i millorar la qualitat de vida del veí, no es planteja cap actuació que tingui com a fi el decreixement turístic.

El cas del Park Güell no és menys controvertit. En aquest ocasió, en canvi, les mesures de gestió que s'han executat en els darrers anys sí que han tingut en

compte el decreixement de visites i usos al parc. L'any 2013 es delimita l'accés al parc i aquest es converteix en una mena de 'museu obert' (Arias, 2016); malgrat l'oposició veïnal, aquesta mesura municipal està destinada a minimitzar l'afluència de visitants i evitar problemes de degradació i accidents. En els darrers anys s'han succeït un conjunt de debats veïnals, tecnicopolítics i mediàtics a propòsit de les mesures de gestió del parc, en una tensió constant entre la restricció d'usos i la seva obertura. La situació és complexa a causa, precisament, del valor veïnal d'aquest parc urbà, declarat Patrimoni Universal de la UNESCO l'any 1984. En aquest cas, un dels principals reptes consisteix en fer compatibles els usos veïnals i turístics en un parc urbà fràgil des d'un punt de vista patrimonial.

Finalment es destaca el cas del Turó de la Rovira al barri del Carmel, actualment immers en una situació tant o més crítica i controvertida que els dos casos anteriors. Els vestigis de les bateries antiaèries construïdes durant la Guerra Civil que van servir per prevenir la ciutat dels bombardejos de l'aviació franquista i, posteriorment, i fins ben bé la dècada dels noranta, com a espai d'habitatge autoconstruït, avui dia s'han convertit en peces *decoratives* d'un mirador panoràmic excepcional. El Turó de la Rovira és, per damunt de tot, un patrimoni lligat a la memòria històrica de la ciutat; la museïtzació i senyalització a càrrec del MUHBA ajuda a comprendre i valorar els fets que hi van succeir, si bé la majoria dels visitants que hi acudeixen prescindeixen d'aquest interès i reconeixement. A tot això cal afegir-hi la queixa veïnal a causa del canvi d'usos d'un lloc *propri* i les conseqüències que té en el carrers de l'entorn. A diferència dels dos casos tractats anteriorment, el Turó de la Rovira mai no ha ocupat un lloc cèntric en les estratègies de promoció institucional i les imatges de marca de la ciutat; ara com ara, el seu magnetisme turístic és causat per les inèrcies i dinàmiques dels mercats actuals, assedegats de conquerir nous centres al marge de les icones centrals d'una destinació. El Turó és, doncs, un *nou centre no cèntric* en emergència i tensió veïnal. El conflicte inherent als vestigis patrimonials i a la memòria associada al seu passat és obviat per la majoria dels seus visitants, que alhora participen en un nou conflicte socioespacial. La transformació de la memòria patrimonial a causa del canvi d'usos del lloc posa en evidència la vulnerabilitat del patrimoni quan no és *adecuadament* exposat al turisme.

6. Recapitulació

El present article s'ha estructurat a partir de tres eixos o plans de diàleg: una reflexió succinta i teòrica a propòsit dels conceptes d'imatge i patrimoni lligats al turisme urbà; una descripció analítica i crítica sobre l'evolució del turisme a Barcelona i el paper que el patrimoni cultural, el paisatge urbà i les imatges han tingut en aquesta història; i finalment una anàlisi, si bé més breu, sobre tres casos que requereixen mesures de gestió específiques. En conjunt, l'article ha pretès posar en evidència l'emergència d'actuar i de no abandonar la vida dels patrimonis, i de la ciutat, a les lògiques i inèrcies del mercat, massa sovint permeses i enteses com una mena de benefici col·lectiu. En el seu conjunt, el text pretén alertar sobre les conseqüències d'un desenvolupament econòmic urbà que utilitza el patrimoni com a recurs de mercat, sense

l'establiment de mesures de gestió i planificació adequades i variables segons les exigències de cada lloc i moment. Així mateix, l'article també ha plantejat una crítica a la globalització dels referents culturals com a conseqüència de les estratègies de màrqueting urbà de la ciutat desenvolupades al llarg dels darrers cent anys. La promoció i globalització del patrimoni local a través d'unes imatges de marca que sovint no han representat el ciutadà, destinades sobretot a satisfer el visitant, han tingut per efecte sentiments de desafecció del barceloní respecte Barcelona, i és per això que, paradoxalment, les imatges turístiques de la ciutat també poden acabar essent imatges *contra la ciutat*.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AFINOGUÉNOVA, E. (2010). "Unity, stability, continuity": heritage and the renovation of Franco's dictatorship in Spain, 1957-1969. *International Journal of Heritage Studies*, 16(6), 417-433.

ANTICH, X. (2013). *La ciutat del dissens*. Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona.

Anton Clavé, S. (1998). La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística. *Documentos d'Anàlisi Geogràfica*, 32, 17-43.

ARIAS, A. (2016). La regulación del acceso al Park Güell. Un análisis de la controversia desde el giro relacional híbrido. *Pasos. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 631-644.

AUGÉ, M. (2001). Rapports entre tourisme, culture et territoire. A *Turisme i cultura: debats del Congrés de Turisme Cultural SITC* (pp. 21-31). Barcelona: Fundació Interarts.

BARTHES, R. (1986). *Lo Obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós.

BENACH, N. (1993). Producción de la imagen en Barcelona del 92. *Estudios Geográficos*, 212, 483-505.

BENACH, N. (1997). *Ciutat i producció d'imatge: Barcelona 1979-1993*. Tesis doctoral, Universitat de Barcelona, Barcelona.

BERGER, J. (1974). *Modos de ver*. Barcelona: Gili.

BLASCO, A. (2016). La Societat d'Atracció de Forasters (1908-1936). A S. Palou Rubio (Coord.), *Destinació BCN. Història del turisme a la ciutat de Barcelona* (pp. 108-121). Barcelona: Edicions Efadós i Ajuntament de Barcelona.

CAPEL, H. (2005). *Modelo Barcelona: un examen crítico*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

CARALT, D. (2016). Llum, turisme i projecció internacional de l'Exposició del 1929. A S. Palou Rubio (Coord.), *Destinació BCN. Història del turisme a la ciutat de Barcelona* (pp. 204-227). Barcelona: Edicions Efadós i Ajuntament de Barcelona.

CASASSAS, J. (1989). La regeneració interior de la societat catalana. *Barcelona. Metròpolis Mediterrània*, 10, 87-91.

CASASSAS, J. (1994) Batallas y ambigüedades del catalanismo. A A. SÁNCHEZ (Dir.) *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una Ciudad* (pp. 127-140). Madrid: Alianza editorial.

CHADEFAUD, M. (1987). *Aux origines du tourisme dans les Pays de l'Adour: du mythe à l'espace: un essai de géographie historique*. Pau: Département de géographie et d'aménagement de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour, Centre de recherche sur l'impact socio-spatial de l'aménagement.

CÓCOLA-GANT, A. (2010). *El Barrio Gótico de Barcelona. Planificación del pasado e imagen de marca*. Tesis doctoral, Universitat de Barcelona, Barcelona.

DELGADO, M. (2004). La cultura dels carrers. L'espai públic com a patrimoni sociocultural. A T. Soldino et al., *Patrimoni i societat: conservació i gestió del patrimoni cultural* (pp. 61-77). València: Publicacions de la Universitat de València.

DELGADO, M. (2005). *Elogi del vianant: del "model Barcelona" a la Barcelona real*. Barcelona: Edicions de 1984.

DÍAZ, J. (2006). Els jardins modernistes de Barcelona i alguns dels motius pels quals no els podem gaudir a la ciutat. *Scripta Nova*, XI(661).

FABRE, J. (2016). Quan es feia barcelonisme. A S. Palou Rubio (Coord.), *Destinació BCN. Història del turisme a la ciutat de Barcelona* (pp. 228-239). Barcelona: Edicions Efadós i Ajuntament de Barcelona.

FABRE, J., i HUERTAS, J.M. (1988). *Barcelona 1888-1988: la construcció d'una ciutat*. Barcelona: Publicacions de Barcelona.

FRANQUESA, J. (2010). Una aproximación al patrimonio desde la antropología económica: la patrimonialización como guardar. A C. del Marmol, J. Frigolé, i S. Narotzky (Coords.), *Los lindes del patrimonio: consumo y valores del pasado* (pp. 39-58). Barcelona: Icaria Editorial.

GARCÍA ESPUCHE, A. (1995). Imatges i imatge de Barcelona: una síntesi i tres epílegs. A. García Espuche, i T. Navas (Coords.), *Retrat de Barcelona, Vol I* (pp. 41-62). Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona i Institut Municipal d'Història.

GONZÁLEZ MORALES, J.C. (2003). *Turismo en España (1905-1931)*. Tesis doctoral, Universidad Juan Carlos I, Madrid.

González Morales, J.C. (2005). La comisión nacional de turismo y las primeras iniciativas para el fomento del turismo: la industria de los forasteros (1905-1911). *Estudios Turísticos*, 163-164, 17-30.

GUÀRDIA, M., i GARCÍA ESPUCHE, A. (1994). 1888 y 1929. Dos exposiciones, una sola ambición. A A. Sánchez (Dir.), *Barcelona, 1888-1929: modernidad, ambición y conflictos de una ciudad sonada* (pp. 25-43). Madrid: Alianza Editorial.

HERNÁNDEZ-RAMÍREZ, J. (2018). La voracidad del turismo y el derecho a la ciudad. *Revista Andaluza de Antropología*, 15, 22-46.

- HUGHES, R. (1993). *Barcelona*. Barcelona: Anagrama.
- LACARRIEU, M. (2005). Els fluxos turístics i el patrimoni immaterial. *Nexus "Noves polítiques per al turisme cultural: reptes, ruptures, respostes"*, 35, 160-177.
- LÓPEZ LÓPEZ, J. (2016). El patrimonio como constructo político y su potencial reflexivo. *Perspectivas, Revista del PH Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 90, 218-219.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2006). *Dictamen sobre la capacitat de càrrega turística de la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona
- MACCANNELL, D. (2003) [1976]. *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.
- MANCINELLI, F. (2009). More pins on the map. Las prácticas y los discursos de los turistas americanos de viaje por la Europa Mediterránea. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(1), 13-27.
- MARMOL DEL, C., FRIGOLÉ, i NAROTZKY, S. (Coords.) (2010). *Los lindes del patrimonio: consumo y valores del pasado*. Barcelona: Icària Editorial.
- MICHONNEAU, S. (2002). *Barcelona: memòria i identitat: monuments, commemoracions i mites*. Vic: Eumo editorial.
- MIOSSEC, J.M. (1976). *Elements pour une théorie de l'espace touristique*. Aix-en-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques.
- MORGAN, N., i PRITCHARD, A. (1998). *Tourism promotion and power. Creating images, Creating Identities*. New York: Chichester.
- NAVAS, T. (1995). Ciutat nova, noves visions (1859-1897). A A. Garcia Espuche, i T. Navas (Coords.), *Retrat de Barcelona, Vol II* (pp. 7-24). Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona i Institut Municipal d'Història.
- PACK, S.D. (2009). *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*, Madrid: Turner Noema.
- PALOU RUBIO, S. (2012). *Barcelona, destinació turística. Un segle d'imatges i promoció pública*, Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel-la.
- PRATS, L. (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- PRATS, L. (2006). La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias. *Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 58, 72-80.
- PRATS, L. (2009). Turismo e identidad: un intercambio narrativo. A M.X. Fernández Cerviño (Ed.), *Turismo e identidade* (pp. 42-50). Santiago de Compostela: Museo do Pobo Galego.
- RÉMY, J., i VOYÉ, L. (1976). *La Ciudad y la urbanización*. Madrid: Instituto de Estudios de Administración Local.
- REVENTÓS GIL DE BIEDMA, A. (2007). Patrimonios incómodos para la imagen que Barcelona ofrece al mundo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5(3), 287-305.
- ROCA, J. (2009). El Museu d'Història de Barcelona, portal de la ciutat. *Hermes*, 2, 96-103.
- RUBIO-ARDANZ, J.A. (2014). *Antropología y Maritimidad. Enramados y constructos patrimoniales en el Abra y Ría de Bilbao*. Bilbao: Museo Marítimo Ría de Bilbao.
- SANTANA, A. (2005). Patrimonis per al post-turista. Canvis en l'heterogeneïtat cultural. *Cidob. Turisme i sostenibilitat cultural*, 93, 32-35.
- SMITH, A. (2005). Conceptualizing City Image Change: The Re-Imagining of Barcelona. *Tourism Geographies*, 7(4), 398-423.
- SMITH, A. (2007). Monumentality in Capital Cities and its Implications for Tourism Marketing: the Case of Barcelona. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 22(3-4), 79-93.
- SOLÀ-MORALES, I. de (1976). L'exposició internacional de Barcelona (1914-1929) com a instrument de política urbana. *Recerques*, 6, 137-145.
- SOLÀ-MORALES, I. de (1994). Los locos arquitectos de una ciudad soñada. A A. Sánchez (Dir.), *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad* (pp. 141-154). Madrid: Alianza editorial.
- URRY, J. (1990). *The Tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.
- URRY, J. (2008). La globalització de la mirada del turista. *Barcelona. Metròpolis Mediterrània*, 72, 48-57.

ELS REPTES DEL PLANEJAMENT URBANÍSTIC METROPOLITÀ ENFRONT EL TURISME

SUMARI

1. Introducció

2. Els debats previs sobre l'oci i el lleure en el sistema urbà i l'ordenació del litoral. De la Ciutat Obrera del Repòs i Vacances al Pla General Metropolità de Barcelona

3. La transformació de la costa de Barcelona. Ordenació, sanejament i usos amb dos grans esdeveniments: Jocs Olímpics i Fòrum

4. La regulació dels usos i activitats en el PGM-76, els Plans d'usos, i el Pla especial per a l'ordenació dels establiments d'allotjament turístics de Barcelona

5. Tres reptes a considerar

5.1 L'Urbanisme com instrument per ordenar el turisme

5.2 El Dret a l'Habitatge (LDH) i els habitatges d'ús turístics (HUT)

5.3 Un model turístic metropolità per construir

Referències bibliogràfiques

ELS REPTES DEL PLANEJAMENT URBANÍSTIC METROPOLITÀ ENFRONT EL TURISME

Resum

L'objectiu d'aquest article és avaluar quins són els reptes urbanístics que té plantejats el turisme barceloní en un moment en què estan canviant alguns dels paradigmes que han impulsat el desenvolupament extraordinari del turisme vacacional. La ciutat industrial, l'espai social destinat al treball, el lloc d'on es fugia durant les vacances, s'ha convertit en un destí turístic de primer ordre, en un dels llocs preferents per l'oci i el turisme contemporani. En aquest article ens preguntarem sobre aquest canvi fent un repàs de la història urbanística barcelonina des de la perspectiva del turisme, i una reflexió final sobre alguns aspectes que no tenen fàcil solució si no es replantegen el marc legislatiu i la relació entre l'urbanisme i l'activitat turística actual. En definitiva, ens preguntarem sobre quines han estat les transformacions urbanístiques de la ciutat postindustrial en relació al turisme, en l'àrea metropolitana de Barcelona, interrogant-nos sobre com s'hi ha reconstruït l'espai turístic de la ciutat postindustrial perquè hagi acabat atraient els seus detractors.

Paraules clau: Barcelona, turisme, urbanisme, ciutat post-industrial, àrea metropolitana.

1. Introducció

Tal com dèiem en un article publicat recentment, hem d'admetre que l'ordenació del turisme català ha anat de 'prestat' (Pié i Vilanova, 2017). A Catalunya no hi hagut cap operació com l'endegada pel govern francès per al front costaner del Languedoc-Rousillon, ni cap iniciativa privada per organitzar un concurs d'arquitectura internacional com el de Maspalomas, o que promogués una operació com la de La Manga del Mar Menor. Potser l'única intervenció que es pot comparar a totes aquestes sigui la marina d'Ampuriabrava del marquès de Sant Mori i Miquel Arpa o, si retrocedim en el temps, la urbanització de s'Agaró promoguda per la família Ensesa. L'ordenació de Port Aventura als anys noranta i l'actual amb l'opció dels casinos són estratègies molt discutibles d'operacions extraordinàries a manera de salvavides del sector.

Per preguntar-se sobre el que està passant i com hem d'encarar els reptes de futur ens proposem revisar alguns dels episodis urbanístics de la Barcelona metropolitana amb la pretensió d'entendre perquè el turisme no ha tingut veu pròpia i suficient per imposar un

relat alternatiu o, com a mínim, ser tingut en compte en els moments de la planificació de la ciutat i el territori metropolità. Que el turisme hagi 'anat de prestat' en relació a aquests processos, potser és un dels seus pecats originals i, per tant, un dels problemes que s'haurien d'afrontar.

Aquesta revisió de l'urbanisme metropolità des de l'òptica del que avui anomenem 'turisme' la plantejarem en tres apartats: els antecedents fins el Pla General Metropolità de 1976 (PGM-76), les modificacions que han comportat la reordenació i la transformació de la costa metropolitana, i finalment les experiències inicials i actuals en relació a la regulació urbanística dels usos, i específicament a l'actual debat i regulació de les diverses formes de l' allotjament turístic.

Finalment, es plantejarem quins són, segons el nostre parer, els reptes a què s'enfronta la planificació urbanística i territorial davant la intensa expansió del turisme en el centre del sistema urbà metropolità i les expectatives de consolidació, extensió i millora d'aquestes activitats en un àmbit urbà i metropolità post-industrial.

2. Els debats previs sobre l'oci i el lleure en el sistema urbà i l'ordenació del litoral. De la Ciutat Obrera del Repòs i Vacances al Pla General Metropolità de Barcelona

En el primer terç del segle XX per primera vegada es va plantejar la necessitat de fer una reserva urbanística de sòl per a l'oci i l'esport a escala metropolitana. La conquesta de les vacances pagades i la reivindicació del descans setmanal van ser els arguments que marcaren els primers passos del turisme social. Per un cantó, l'aparició dels parcs d'atraccions en les grans concentracions urbanoindustrials i, per l'altre, els grans parcs urbans reivindicats tant pels defensors del moviment racionalista com pels antiurbanistes de principis del XX. El debat internacional d'aquells moments passava per projectes com el del "Parc de la Cultura i el Repòs" de M. Kirov a Moscou o l'article-manifest de M. Ginzburg i Bars de 1930 (Donato, 2007).

Les primeres propostes urbanístiques es van interessar en la vocació 'turística' de les platges de ponent en el delta del Llobregat. A finals del segle XIX Pere Garcia Faria va aprofitar l'encàrrec del projecte de clavegueram de Barcelona per estendre l'aixecament topo-

gràfic fins el Garraf i dibuixar un possible endegament de la llera del Llobregat que posés les bases per futurs usos diferents dels agrícoles.

Posteriorment, el 1930 el Grup d'Arquitectes i Tècnics Catalans per al Progrés de l'Arquitectura Contemporània (GATCPAC) va proposar l'ordenació detallada de la zona del delta més propera a la costa per cobrir les necessitats de lleure i vacances de les classes populars (la Ciutat Obrera de Repòs i Vacances - CORV), un projecte cooperatiu que ultrapassava la pura qualificació urbanística per presentar-se com un projecte amb un fort contingut social. El projecte de la CORV era un desenvolupament urbanístic per al gaudi del temps lliure de les classes populars, d'accés a la cultura, a l'educació i a l'esport que, a més, servia per recuperar forces per tornar al treball. No era un projecte turístic *stricto sensu*, sinó una alternativa a la forma com s'estaven desenvolupant els balnearis exclusius de la costa.

Emili Donato en el Seminari celebrat a l'Institut d'Estudis Catalans sobre les "Aportacions catalanes en el camp de la urbanística i de l'ordenació del territori, des de Cerdà als nostres dies" va defensar el projecte amb aquestes paraules:

"...l'únic (projecte) que va influir de manera concreta i decisiva en les conclusions dels IV i V Congressos Internacionals d'Arquitectura Moderna (CIAM) i, per tant, en la redacció de la Carta d'Atenes, dins del tema de les "zones de Salut Pública" de la Ciutat Funcional, així com en el desenvolupament posterior de l'urbanisme racionalista de l'oci" (Donato, 2007, pàg. 166).

Un any abans que els arquitectes del GATCPAC presentessin el projecte de la CORV, els serveis municipals de Barcelona van mostrar en el pavelló de l'Ajuntament a l'Exposició Universal de 1929 la maqueta a escala 1/25.000 de la *Gross Barcelona*, el model territorial de la Barcelona del futur i els seus entorns. En aquest document, Nicolau M. Rubió i Tudurí proposava centrar un gran parc metropolità en la Serra de Collserola, passant del model lineal paral·lel a la costa formulat successivament pel Pla Cerdà, el *Projecte de sanejament del subsòl de Barcelona* de Garcia Faria o l'esquema del Pla Macià, a una estructura en anell, tal com s'incorporarà posteriorment en el *Pla de distribució en zones del territori català* de 1932 (conegut com a *Regional Planning*) redactat també pels dos germans Rubió i on la CORV passarà a ser una "zona de barris d'habitació i jardí", sense més.

Aquell àmbit de la maqueta de la *Gross Barcelona*, vint anys més tard, i malgrat l'esforç d'esborrar qualsevol rastre del passat republicà, va ser la base del *Plan de ordenación de Barcelona y su zona de influencia* de 1953 (PC-53), un pla de zonificació dibuixat a 1/10.000, molt diferent d'aquells plans arquitectònics que l'havien precedit, on no es deia res sobre l'oci i el lleure. L'àmbit de la proposta de la CORV va canviar de contingut, no solament perquè va perdre el caràcter social del projecte, sinó també per l'ordenació interna del recinte. El front de platja va quedar en mans dels privats, mentre el centre esportiu s'arraconava al costat de l'aeroport, entre les llacunes de la Ricarda i el Remolà.

El PC-53 era un document amb menys pes específic que els episodis anteriors, tot i que va comportar la promulgació de la primera legislació urbanística del país i la creació d'un òrgan de gestió supramunicipal que, amb més o menys entrebancs, arribarà fins als nostres dies: la Comisión de Urbanismo y Servicios Comunes de la Comarca de Barcelona, dissolta el 1986 i recuperada actualment en l'Àrea Metropolitana de Barcelona. Segons Juli Esteban (1997), el PC-53 és un document amb una definició viària molt insuficient i una zonificació molt simple, incapaç de regular el desenvolupament urbanístic que es produirà posteriorment.

A partir dels anys seixanta es pren consciència dels canvis econòmics que viu el país i de la necessitat de revisar les eines urbanístiques aplicades, vist el seu resultat. El primer pla a revisar, vista la situació, és el PC-53. Dos equips inicien els estudis des de dues perspectives diferents. Un, aixoplugat en la Diputació de Barcelona, tenia l'encàrrec de reformular la planificació en un àmbit territorial més extens, la Regió Metropolitana de Barcelona, i l'altre, des de dins de la Comisión de Urbanismo y Servicios Comunes, l'òrgan responsable de gestionar el PC-53, de revisar-lo per mandat legal.

El projecte del primer grup era esquemàtic, preocupat per definir un model inclusiu que resolgués els problemes de Barcelona per 'elevació'. El Pla Director de l'Àrea Metropolitana de Barcelona de 1966 (PD-66) va resultar ser l'escenari d'un debat molt més enllà del PC-53, un debat sobre l'abast i el model territorial metropolità de Barcelona (sobre la forma —taca d'oli, estrella, lineal, etc.—; o sobre l'estructura —ciutat-regió, ciutat i territori, megalòpolis, etc.—), seguint les petjades del que s'estava fent en els països europeus més avançats.

El projecte del segon grup volia aturar l'hemorràgia que es produïa a través dels plans parcials. Per a ells, la revisió havia de ser un gran pla parcial que evités les fuites del dia a dia que es produïen en la *Comisión*. El resultat d'aquesta controvèrsia es va resoldre a favor dels segons, donant lloc a un pla *collage*, minucios, d'equipament de les ciutats i de redistribució i reducció de densitats (Pié, 1997; Esteban, 1997).

En aquest context es produeix un episodi de gran rellevància pel que fa a la costa de Barcelona. El 1966 es presenta el Pla de la Ribera, un projecte promogut per un conjunt d'empreses situades en la façana marítima del Poble Nou i La Barceloneta, redactat per l'arquitecte Antoni Bonet Castellana, per transformar aquell tram de costa en una 'Copacabana' local, traslladant la futura autovia de circumval·lació al carrer Llacuna, construint una barrera entre el barri residencial-industrial interior i el litoral convertit en una gran urbanització. La part marítima es projectava com un sistema tridimensional en què se sobreposaven vies i edificació en un model inspirat en solucions promogudes per Archigram o els arquitectes del TEAM X.

La resposta popular, a què es van sumar certs col·lectius professionals, va ser un NO rotund a un projecte especulatiu i desvergonyit que privatitzava la zona maritimoterrestre i no s'amagava de la segregació que perseguia dividint els barris en dos. El Concurs pel

Contra-Pla de la Ribera va ser una iniciativa del Col·legi d'Arquitectes per contrarestar el projecte presentat, i el guanyador va ser el Laboratori d'Urbanisme de l'Escola d'Arquitectura de Barcelona, liderat per Manuel de Solà-Morales amb un document-manifest en la línia dels moviments anti-*renewal* nord-americans, que no feia una proposta concreta sinó una reivindicació del lloc, de la construcció de l'espai (de les formes de creixement urbà) senyalant algunes possibles línies de treball. El resultat del concurs, celebrat durant els anys de revisió del PC-53, va plantejar molts dubtes als seus redactors, entre altres raons per les repercussions socials i polítiques que es podien produir. Per això, finalment es va decidir mantenir l'ordenació prevista en el PC-53.

La revisió de 1976, dibuixada a 1/5.000, ordena el mateix àmbit que el del PC-53 —obviant l'abast que ja havia adquirit l'àrea metropolitana real— i intenta reduir la pressió especulativa; a les zones urbanitzades d'alta densitat proposant un acabat menys intens i una millora en el seu equipament; a les suburbanes, la seva conservació; i a les zones amb canvis d'ús, per obsolescència o trasllat de l'activitat, aprofitar les oportunitats que es plantegen per reordenar el sistema des de noves centralitats. A escala territorial, es recollien les propostes del 1929, oficialitzades en el PC-53, la xarxa arterial metropolitana de 1963, i s'intenta contenir la taca urbana en els territoris més fràgils: les vores de les serralades, els entorns fluvials i el Delta del Llobregat.

La costa és ignorada, tal com va passar el 1953, amb una diferència: el turisme havia explotat i les platges s'havien urbanitzat i edificat arreu. El turisme als setanta era un fenomen bàsicament localitzat a la costa, lluny dels centres industrials, i que en l'àmbit del sistema metropolità s'havia desenvolupat intensament en les platges del Delta del Llobregat. El canvi més important respecte al que havia passat anteriorment era la transformació de les viles i cases d'estiueig de les capes més benestants en el fenomen de la segona residència, dirigit a les classes populars que hi podien accedir aprofitant la creixent capacitat d'estalvi i que buscaven resoldre en aquesta segona residència les importants mancances de la residència permanent.

El PGM-76 no va recollir el Pla de la Ribera per la contestació popular i cívica que va generar i va mantenir les infraestructures ferroviàries i els assentaments industrials i portuaris i aeroportuaris en el litoral metropolità. No hi havia projecte per al front de mar, malgrat la crisi industrial i urbanística que vivia el Poble Nou. El PGM-76 va ser un pla contra el dèficit i l'especulació, no hi va haver un projecte territorial propi al seu darrere, únicament la incorporació acrítica de la xarxa arterial metropolitana d'autopistes formulada des del Ministeri amb criteris de xarxa d'alta capacitat.

El valor del PGM-76 ha estat tant en les seves aportacions disciplinàries, com en el debat ciutadà a què es va donar peu. L'aprovació inicial de 1974 va ser una decisió personal de l'alcalde Enric Masó com un gest per acabar amb els disset anys de 'porciolisme' (els mandats dels notaris Josep M. Porciolles de 1957 a 1973, i Joaquim Viola el 1973-74) que el precedien. L'aprovació definitiva de 1976 tancarà un període especialment mogut, que es completarà amb la gestió

del darrer Ajuntament predemocràtic de l'alcalde Josep Maria Socias Humbert i del delegat d'Urbanisme Joan Antoni Solans (de 1976 a 1979), en què es comprarà un patrimoni de sòl que serà estratègic per al primer ajuntament democràtic dels alcaldes Narcís Serra i Pascual Maragall.

L'encert d'aquell tàndem va ser aprofitar la crisi econòmica i política del moment per comprar i emparaular la compra de terrenys estratègics que van permetre posteriorment les actuacions del primer Ajuntament democràtic en temes d'espai públic i equipaments. Socias va utilitzar l'estructura gerencial de la legislació municipal franquista per agilitzar els tràmits i Solans, els coneixements que tenia del mercat del sòl com a exdirector tècnic de la redacció del PGM-76, per constituir aquell patrimoni públic de sòls.

L'herència rebuda pel primer ajuntament democràtic barceloní va ser decisiva: la revisió del PC-53 i un patrimoni de sòl per executar-lo. Madrid va començar un pas enrere. L'alcalde Tierno Galván va haver d'afrontar la revisió del seu pla general consumint gran part de l'energia que emanava del 'canvi polític' per racionalitzar el futur de la ciutat. A Barcelona la revisió es va fer abans, durant la transició.

El PGM-76 era un document difícil d'entendre, però combinat amb els terrenys per executar-lo, una oportunitat que Oriol Bohigas va saber aprofitar. L'Ajuntament de Socias va aconseguir formar un patrimoni de sòl estratègic que Bohigas va saber convertir en petites joies monumentals per recuperar l'autoestima dels barris i començar la seva reconstrucció. A Oriol Bohigas li agradava polemitzar entre el Pla i el Projecte. Per a ell el Pla era una entelèquia, el Projecte, una realitat. Quan defensava la victòria del Projecte, però, havia de reconèixer la importància del Pla, la importància de la gestió del Pla, en la mesura que feia possible el Projecte.

La decisió de 'monumentalitzar' la perifèria va portar Bohigas a centrar-se en l'espai públic com a peça clau del debat. Aquest serà l'espai pel que es començarà la reconstrucció de la ciutat democràtica i el lloc on es recuperarà l'espai de convivència cívica, primer, dels seus habitants i, més tard, quan els visitants descobrin els valors de l'urbà, dels turistes. Barcelona comença a ser turista a partir d'aquell moment, quan la ciutat es atractiva com a ciutat. Més tard es redescobriran altres atractius, però errariem si no reconeguéssim que el canvi comença amb el projecte democràtic, quan la població recupera la seva ciutat.

3. La transformació de la costa de Barcelona. Ordenació, sanejament i usos amb dos grans esdeveniments: Jocs Olímpics i Fòrum

Pràcticament, l'endemà de l'aprovació del PGM-76 es planteja la urgència d'ordenar la costa des de una visió general. Albert Vilalta (2007) recorda en la conferència que imparteix a l'Institut d'Estudis Catalans la preocupació de l'administració predemocràtica pel tema i es presenta com l'hereu de Garcia Faria i a qui li toca redactar el Pla de Sanejament del 1978 (*Pla d'Ordenació de la Costa de Llevant de Barcelona*) i dirigir la seva execució. La novetat d'aquest projecte serà, segons les seves paraules: "a) la construcció de grans obres de col·lectors

d'aigües pluvials; b) la descontaminació de les aigües del mar a la costa de la ciutat; i c) aturar l'erosió del front marítim del Poble Nou" (Vilalta, 2007, pàg. 81).

Aquest és el primer document que es planteja la costa com un espai malalt a sanar per culpa de l'estrangulament de les aportacions sedimentaries, la mala gestió de la dinàmica litoral i la mala qualitat de les aigües. En base a aquest pla (1978), el 1983 s'elabora el *Projecte de Pla Especial d'Infraestructura de les Platges de Llevant de Barcelona* que dirigirà Carles Grau, amb participació de Vilalta com a màxim responsable des de la Generalitat.

Parellament, l'òrgan gestor del nou PGM-76, la Corporació Metropolitana de Barcelona, el 1983 encarrega a l'arquitecte Lluís Cantalops una proposta global d'ordenació de la costa metropolitana. La *Modificació de PGM de la Zona Costanera Metropolitana*, coneguda com el "Pla de Costes" (publicació de la CMB, juny 1987) va ser aprovada provisionalment el juny de 1986, el mateix dia que es va aprovar el *Pla especial d'ordenació urbana de la façana al mar de Barcelona al sector de Carles I-avinguda Icària* (àmbit d'implantació del futur Port i Vila Olímpica), redactat per l'equip d'arquitectes dirigit per Oriol Bohigas i que va ser el que finalment va tenir l'aprovació definitiva el desembre d'aquell any.

El nonat *Pla de Costes Metropolitanas* proposava un canvi radical respecte el PGM-76 que es pot resumir en tres objectius:

1. L'obertura al mar dels assentaments urbans de la comunitat metropolitana.
2. La restauració i la redefinició dels teixits urbans costaners per tal de fer possible aquesta obertura.
3. Aconseguir que les operacions a emprendre permetessin la realització dels equipaments necessaris per als Jocs Olímpics de 1992, programats a l'àmbit costaner.

El desenvolupament del document s'organitzava en 111 actuacions, formulades com a Programes d'Actuació Urbanística i Plans Parcial, Plans especials d'infraestructures, equipaments i serveis, Plans especials de reforma interior, Unitats d'actuació, Projectes d'urbanització i Projectes d'infraestructures, a realitzar al llarg de més de 40 Km de costa en els vuit municipis metropolitanas costaners, més el tram de les Botigues de Sitges. El canvi que es proposava era de grans dimensions i necessitava d'un arsenal urbanístic molt important.

Tal com es manifesta en els objectius d'aquest document, la recuperació de la costa serà un dels objectius principals per als Jocs Olímpics de 1992 (JJOO-92). El 1982 hi havia un 22% d'atur a la ciutat de Barcelona i els pressupostos municipals estaven en números vermells.

A finals del s.XIX, Barcelona era una ciutat grisa, la fàbrica d'Espanya, que havia entès fins aleshores que s'anava més de pressa a empentes i rodolons que fent camí. Les exposicions de 1888 i la de 1929 foren la prova d'aquesta tàctica. L'Eixample, tal com deia en

Manuel de Solà-Morales, era El Dorado català, el territori on s'invertien els excedents agrícoles i industrials de tota Catalunya però que, malgrat l'esforç, no era suficient per donar alguns salts qualitatius que requerien comptar amb les aportacions extraordinàries del govern central. Les exposicions universals tenien més de fórmules d'inversions urbanes extraordinàries, per posar la ciutat a l'aparador internacional, que de projecte de futur. En les dues exposicions de 1888 i 1929, els hotels oberts dins dels recintes firals van tancar poc després de les celebracions. Les exposicions de Barcelona van ser uns episodis extraordinaris però 'menors' en una ciutat que s'estava estenent en forma de taca d'oli sense ordre ni concert.

La proposta d'organització d'un gran esdeveniment per aconseguir l'execució de les grans infraestructures que Barcelona necessitava per remuntar la crisi econòmica s'emmarcava en la mateixa fórmula que va servir per promoure les dues exposicions universals. El canvi d'una hipotètica tercera exposició universal per uns jocs olímpics venia donat per l'arribada a la presidència del Comitè Olímpic Internacional d'un barceloní, Juan Antonio Samaranch, que havia heretat una estructura en fallida i un esdeveniment amb tres boicots polítics consecutius, Montreal (1976), Moscou (1980) i Los Angeles (1984). Com que no hi havia gaires expectatives esportives —malgrat els bons resultats que hi va haver al final— els esforços es van centrar en reformar la ciutat, en pensar en l'endemà dels jocs, evitant repetir els errors econòmics de les celebracions anteriors.

La transformació urbanística de Barcelona per a la celebració dels jocs es va basar en una sèrie d'episodis com el sanejament de la costa, l'obertura de nou quilòmetres de platges urbanes, la configuració d'una anella interna especialitzada d'accessibilitat viària urbana i regional —les rondes— i l'inici de la transformació dels espais industrials obsolets del Poble Nou amb la implantació de la Vila Olímpica. Les rondes són el millor exemple d'integració urbana de grans infraestructures de comunicació, que en el PGM-76 es preveien com operacions de cirurgia urbana intrusiva, tal com encara es pot veure en el tram que passa per la Vall d'Hebron, i que tan bé es van resoldre en altres trams. Moltes d'aquestes transformacions no estaven contemplades en el llavors recent pla urbanístic i, malgrat la seva rellevància, no van ser considerades de pes suficient per plantejar-se un canvi de model metropolità, que hagués requerit d'una revisió del planejament. L'estratègia, finalment, va ser fer-ho en base de modificacions 'puntuals'.

La nominació olímpica va posar de relleu un altra problema endèmic, les mancances hoteleres de la ciutat. Barcelona era una centre de fires i congressos que no incloïa les activitats relacionades amb el lleure. De fet, alguns hotels tancaven els caps de setmana. La situació era insostenible des de la perspectiva dels JJOO. L'oferta d'allotjament era fonamental, deixant de banda la Vila Olímpica de la costa i la de la Vall d'Hebron.

Malgrat que en el PGM-76 s'admetien aquests usos arreu, tret de les zones industrials, l'interès en la promoció de nous establiments era molt escassa. Les cadenes hoteleres no veien cap raó que justifiqués mantenir oberts aquests establiments quan els JJOO haguessin acabat. Davant d'aquesta situació, l'Ajunta-

ment de Barcelona va haver de buscar un incentiu urbanístic per atraure inversors i cadenes internacionals. El Pla d'Hotels fou una modificació del PGM-76 per requalificar una sèrie de d'equipaments comunitaris en "zona de dotació hotelera" (clau 10) amb la següent definició:

Es qualifica com a zona de dotació hotelera el sòl urbà del municipi de Barcelona destinat a instal·lacions hoteleres amb una capacitat mínima de 150 habitacions que tinguin la categoria de tres estrelles segons les condicions específiques de la normativa hotelera vigent, estratègicament situat en relació amb els eixos principals de la ciutat i que comptin amb instal·lacions complementàries per a usos col·lectius com ara congressos, convencions, exposicions, espectacles, activitats culturals, recreatives i similars.

En les "Àrees de Nova Centralitat", una altra de les peces fonamentals del projecte de ciutat preolímpica, es va preveure la construcció d'edificis hotelers com elements clau per estendre els valors de centralitat urbana més enllà de l'Eixample i d'algunes parts de Ciutat Vella. Els resultats de la modificació del PGM-76 van ser limitats, per culpa del clúster hotelier barceloní que va fer tots els possibles per mantenir el control del sector.

L'explosió hotelera de Barcelona és posterior als JJOO, a partir de l'èxit turístic en què intervenen altres factors com l'èxit de Any Gaudí del 2002. Una iniciativa promoguda per l'historiador de l'art, Daniel Giralte-Miracle, que suposa finalitzar el pastís turístic amb una cirereta espectacular. L'Any Gaudí és l'atractiu monumental que necessitava la ciutat per ser una visita obligada dels turistes.

Els Jocs Olímpics del 92 van situar Barcelona en el mapa mundial. La ciutat es va convertir en un referent internacional, en un magnífic plató televisiu gràcies a l'encert en l'emplaçament de les instal·lacions, la implicació de la ciutadania a través dels voluntaris olímpics i l'èxit de les cerimònies d'apertura i clausura dels jocs. Però el millor dels JJOO-92 de Barcelona va ser allò que no estava previst en el programa, l'esperit olímpic que va capturar a la població.

El Fòrum, celebrat el 2004, va ser un esdeveniment nou —que es va iniciar a Barcelona i que posteriorment es repetirà a Monterrey el 2007, a Valparaíso el 2010 i a Nàpols el 2014— que no va saber com donar continuïtat a l'èxit dels JJOO del 92. De fet, el Fòrum sorgeix, tal com expliquen alguns membres, de la comitiva barcelonina convidada pel comitè olímpic americà als JJOO d'Atlanta de 1996. A Atlanta la televisió va prendre el comandament de la celebració esportiva. Tot fou un esdeveniment publicitari i una competició sense treva, en què no hi va haver lloc per allò que a Barcelona se'n va dir l'esperit olímpic. Els JJOO de Barcelona havien tingut un plus que no formava part de la celebració americana.

Aquest descobriment animarà l'alcalde Pasqual Maragall a llançar una iniciativa que completava la seva aposta per les eurociutats, pel paper que podien jugar les ciutats 'no capital', per un esdeveniment internacional on fer un debat transversal sobre les cultures del

món. En aquell moment, Espanya i Barcelona podien jugar un paper internacionalment important gràcies al prestigi acumulat des de la transició política als JJOO. El Fòrum de les Cultures podia ser un espai de diàleg entre els pobles, un espai d'intercanvi d'idees, per avançar en temes com la sostenibilitat, la pau o la convivència, dins del marc de la globalització. El 1991 s'havia celebrat a Madrid la Conferència de Pau per endegar un procés de pau a l'Orient Mitjà entre Israel i l'Organització per a l'Alliberament de Palestina, Síria, Líban i Jordània, promoguda pel govern espanyol amb el suport dels EUA i l'URSS. El mapa del món estava canviant, Bill Clinton guanyava les eleccions presidencials el 1993 i, malgrat la crisi de desintegració que vivia l'URSS, semblava que es caminava cap a noves democràcies liberals. Estàvem davant un canvi d'època que podia culminar a Barcelona.

Malauradament, les circumstàncies van canviar abruptament amb els esdeveniments de setembre de 2001 i posteriors, i el que havia de ser una gran celebració de la Cultura, amb diferents actes arreu, per discutir d'immigració a la Mina, de ciència a les universitats, de tècnica a la Zona Franca o de drogues a Can Tunis, va quedar en una gran operació urbanística que finalitzava les obres que havien quedar inacabades en els JJOO-92. Des del punt de vista urbà, el més important va ser acabar les obres d'obertura de la ciutat al mar i transformar les infraestructures 'brutes' (depuradores, incineradores i similars) en un gran espai públic per a la celebració de grans esdeveniments. En altres paraules, construir una gran sala d'estar sobre la comuna on arriben i es depuren les aigües negres de tota ciutat.

Les grans actuacions territorials sobre l'ampliació del port de Barcelona i el desviament del riu Llobregat, el front marítim del Poble Nou —primer amb la Vil·la i Port Olímpics i posteriorment amb la zona del port de Sant Adrià construït en el període del Fòrum 2004— i, finalment, la marina de Badalona —que transforma un espai industrial històric—, van configurar, entre altres actuacions, un litoral metropolità completament diferent del previst en el PGM-76. L'obertura de la Barcelona metropolitana al mar va donar lloc a un projecte excepcional per la seva grandària i complexitat, que va posar en valor un espai històricament marginal, convertint-lo en un dels grans atractius ciutadans i, sens dubte, en un gran atractiu turístic.

4. La regulació dels usos i activitats en el PGM-76, els Plans d'usos, i el Pla especial per a l'ordenació dels establiments d'allotjament turístics de Barcelona

En el PGM-76, per reordenar el desgavell urbanístic heretat del període franquista, es va refer tota la normativa urbanística sobre el sòl, les edificabilitats i els usos. La nova normativa s'articulava en tres grans blocs: els processos de transformació que vivien els diferents teixits urbanístics —de conservació, densificació o remodelació—; els paràmetres reguladors dels quatre tipus d'ordenació de l'edificació; i el tercer, el règim dels usos, generals i per zones.

Els usos relacionats amb el turisme —els allotjaments hotelers com a ús residencial, els usos comercials, incloent la restauració, o els usos culturals, recreatius i esportius— estaven admesos a totes les zones, amb

restriccions dimensionals a les zones amb ordenació en edificació aïllada, i prohibits a les zones industrials. Els usos que tenien un desplegament normatiu més ampli eren els industrials, els extractius i els d'estacionament i aparcament.

A mitjans dels anys vuitanta, es va plantejar una qüestió poc tractada en la *Llei de Sòl*: l'ordenació urbanística dels usos. La figura escollida va ser la d'un pla especial per subratllar la importància i novetat del tema enfront del planejament tradicional, més preocupat per la *forma urbis* que per l'ús que es fa de la ciutat. L'ordenació i regulació urbanística de determinats usos, més enllà de les regulacions sectorials, havia de ser ajustada a les característiques morfològiques de cada lloc. La regulació dels usos apareix com l'eina per afrontar processos urbans complexos derivats dels increments de les activitats urbanes i de conflictives inexistents fins aleshores.

La primera experiència en l'ordenació dels usos es va produir al districte de Ciutat Vella a finals dels vuitanta. Aprovada la declaració d'Àrea de Rehabilitació Integrada el 1986, i un cop creada l'empresa Promoció Ciutat Vella SA, que havia de portar a terme el programa de rehabilitació, es va fer necessari afrontar el conflicte entre i amb els usos marginals (droga i prostitució). La perspectiva dels JJOO-92 va desencadenar l'actuació municipal en temes disciplinaris i l'aprovació del primer 'pla d'usos' (formalment *Pla especial urbanístic d'establiments de concurrència pública i hostaleria*) destinat a l'ordenació de bars i pensions —els llocs on es retroalimentaven les activitats marginals amb greus incidències en l'ús i la seguretat de carrers i places—.

La tècnica emprada en l'ordenació d'aquest nou planejament va ser la de posar en relació els usos amb les qüestions morfològiques de cada teixit. Per això es van articular quatre tipus d'instruments reguladors:

- 1) les 'seccions' de l'espai públic com un primer llindar, és a dir, la regulació dels usos en planta baixa (més soterranis i altells) en funció de les amplades dels carrers (llindars a 7, 10,5 i 20 m)
- 2) les 'situacions' en relació a l'espai privat, és a dir, d'acord amb la forma de la parcel·la, l'edifici i posició a l'illa de cases (característiques del pati d'illa i/o parcel·la i parcel·les en cantonada)
- 3) les 'situacions' en relació a altres usos (distància a recintes o edificis institucionals, religiosos, sanitaris o docents), i també en relació a la contigüitat amb l'habitatge
- 4) la delimitació d'àrees de restricció d'usos, a partir de la mapificació detallada de conceptes com la densitat d'establiments de restauració per longitud de front de carrer, o la densitat d'hoteleria per illa (en superfície i en nombre d'establiments)

Els últims plans d'usos aprovats per l'Ajuntament de Barcelona per a altres àrees urbanes han establert 'zones receptors' i 'zones interiors', classificant els usos en admesos, no admesos, o condicionats en funció de

qüestions com la densitat (en radis de 50 o 100 m, zonal, de les places hoteleres o de superfície d'ús públic), l'amplada del carrer (restricció única per sota dels 7 m), la complementarietat dels usos, o altres condicions funcionals (aforament màxim) o administratius (baixes de llicència).

Pel que fa a la regulació urbanística dels usos relacionats amb el turisme s'ha viscut recentment un nou episodi amb l'aprovació del Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics (PEUAT), un pla que cobreix tot el terme municipal de Barcelona. En ell, s'estableixen les condicions de regulació comunes a tota la ciutat i per tota mena d'allotjaments turístics (vegeu article de Font et al. en aquest volum).

En aquest pla es delimiten zones de decreixement, manteniment i de creixement contingut en funció d'indicadors com el grau de concentració d'establiments turístics (segons diverses tipologies), la població flotant versus resident, la pressió sobre els espais públics, la continuïtat amb barris d'alta saturació, o la sensibilitat a la pressió turística. Finalment, es defineixen certes àrees que necessiten un tractament especial.

El que s'intenta resoldre a través d'aquesta eina urbanística és d'enorme importància social i econòmica. Sota la màscara d'una economia col·laborativa es promou una oferta d'allotjaments que no compleixen els requisits establerts, tot i oferir-se com "allotjaments d'amfitrions locals en més de 191 països i gaudir de la ciutat com un habitant més" tal com s'autodefineix la plataforma Airbnb en la seva pàgina web. L'opció per fer front a aquestes males pràctiques depèn de regular aquests tipus d'habitatge i reforçar la disciplina, actuant sobre els Habitatges d'Ús Turístic (HUT) que funcionen fora de la legalitat (Arias i Quagliari, 2016).

Darrere aquestes plataformes s'hi amaga l'especulació amb l'habitatge per aconseguir rendiments econòmics tres o quatre vegades superiors als del lloguer residencial. Aquests portals ofereixen un allotjament majoritàriament gestionat per empreses que no tenen res a veure amb l'economia col·laborativa. L'amfitrió individual, que ofereix una habitació o un habitatge de forma temporal, és minoritari.

Els efectes de la irrupció de falsos allotjaments d'economia col·laborativa són demolidors. No només en termes de competència econòmica amb l'habitatge residencial, sinó també en termes de convivència, per la forma com penetra en el teixit residencial i l'habitatge col·lectiu.

5. Tres reptes a considerar

5.1 L'Urbanisme com instrument per ordenar el turisme

L'ordenació del turisme a través del planejament urbanístic i territorial és possible segons la legislació europea gràcies al tracte excepcional que la Directiva de Serveis dona a l'urbanisme i a l'ordenació del territori. Ara bé, seria un error pensar que es pot utilitzar aquesta possibilitat sense reconèixer la crisi que es viu, no solament en la regulació turística sinó també en la urbanística. L'ordenació del turisme segons aquesta directiva no pot incorporar regulacions que limitin el lliure funcionament del mercat. L'ús del planejament

urbanístic no deixa de ser un subterfugi per actuar sobre aquell amb regulacions indirectes difícils d'avaluar. Al marge de les limitacions que pugui tindre aquesta aplicació, es evident que hi ha dubtes sobre l'eficàcia de la mateixa.

El planejament urbanístic espanyol està basat en un règim del sòl en què es reconeix el caràcter col·lectiu de les plusvàlues generades pel planejament, però en què se n'accepta l'apropiació privada a canvi d'unes determinades compensacions. Una part s'utilitzen per transformar el sòl rústic en urbà —la cessió de carrers, parcs, places i equipaments—, una altra, per executar la urbanització, i una petita part final, per compartir els beneficis del promotor amb la comunitat que els ha fet possible. Aquest sistema és relativament fàcil de controlar en àrees de creixement de nova planta, però és difícil de controlar en els de renovació interna de les ciutats.

En l'article 47 de la Constitució Espanyola, s'estableix el dret a gaudir d'un habitatge digne i adequat i l'obligació d'impedir l'especulació del sòl, i en el 33.2, la funció social de la propietat. A tals efectes, els poders públics han de promoure les condicions i normes necessàries per fer-lo efectiu. Impedir l'especulació del sòl requereix modificar el marc jurídic urbanístic espanyol: els drets urbanístics (urbanització, edificació i usos) haurien de ser públics; i els privats, s'haurien de regular en funció de l'aportació real de cadascun. Mentre això no sigui així, caldria desenvolupar les previsions de la llei en relació a la funció social de la propietat privada i l'obligació d'aquesta en la conservació i el bon ús (i no desús) dels seus béns immobles.

L'aplicació d'aquestes regles de joc a les activitats turístiques no és fàcil. Estem operant amb dos sectors econòmics molt diferents: un fa referència a béns i l'altre a serveis. Els béns són de caràcter físic i per tant són més fàcils de controlar. Els serveis són intangibles i es defineixen com l'activitat proporcionada per un prestador de serveis. El temps no es decisiu per a l'ús i perpetuació d'un bé, mentre que els serveis caduquen quan s'ha superat el temps de vida del mateix.

Aquesta diferència planteja un dels problemes més difícils de resoldre en el camp del turisme. L'Urbanisme defineix els paràmetres d'un bé urbanístic com pot ser un edifici, i estableix les fórmules per recuperar una part de les plusvàlues generades per aquesta operació. La recuperació de les plusvàlues generades per un canvi d'ús és més complicada. El permís per desenvolupar alguna activitat no es pot aplicar d'igual manera, sobretot si tenim restriccions que provenen del desenvolupament d'una actuació semblant, que per aplicació d'una densitat limita el nostre desenvolupament. La llibertat per fer una activitat no estaria limitada per unes restriccions genèriques, sinó per la competència d'un tercer que hauria arribat abans i hauria consumit una part d'aquelles activitats.

En la primera *Llei del Sòl* (LS-56) els drets urbanístics caducaven en les successives revisions del planejament; els aprofitaments del sol urbanitzable o sòl urbà no executat també, i els executats quedaven fora d'ordenació si hi havia un canvi d'ordenació que fos incompatible amb l'obra executada en aquell moment

(obrir un carrer o simplement tenir un pis més dels permesos pel nou pla). Actualment això ha canviat. La caducitat de l'obra executada solament queda fora d'ordenació si passa de zona a sistema. Les diferències entre l'edificat i el planejat es resol com a volum disconforme quan està afectat pel canvi d'algun paràmetre arquitectònic.

Segurament, davant dels problemes generats pels HUT, una bona solució podria ser considerar que el permís és una concessió administrativa temporal, evitant que les llicències acabin sent una fórmula per patrimonialitzar el dret a exercir alguns usos que estiguin limitats pel planejament.

5.2 El Dret a l'Habitatge (LDH) i els habitatges d'ús turístics (HUT)

La consideració de l'impacte del turisme en la qüestió de l'habitatge es fonamental. La crisi social que viu l'habitatge és prou greu com per ser especialment curiosos en relació als efectes que tingui el turisme en aquesta problemàtica. No es pot deslligar la pressió dels HUT en el mercat immobiliari i la crisi dels desnonaments. Quan això es produeix en un mateix espai urbà, el problema que hi ha plantejat és d'emergència habitacional.

La primera qüestió és posar l'allotjament turístic —tant el que pren les formes reglades tradicionals com els habitatges d'ús turístic (HUT)— en relació a la funció residencial de les ciutats. A Catalunya, per regular correctament els HUT, aquests haurien de tornar a la *Llei del Dret a l'Habitatge* (LDH), on van aparèixer per primer cop el 2007 i de la que en van marxar el 2010.

En la LDH es determina com es conforma aquest dret i es fixen les condicions per a la creació d'un parc d'habitatges assequibles que permetés atendre la població que necessita allotjament. El seu objectiu principal és que en un termini de vint anys (2027) el 15% dels habitatges principals siguin destinats a polítiques socials.

El conflicte entre els HUT i el dret a l'habitatge és un problema de caràcter general, que s'ha agreujat amb la desregulació introduïda en la normativa dels allotjaments turístics de 2011. A l'excloure els HUT de la LDH s'ha diluït el caràcter habitacional dels teixits urbans residencials, introduint-hi uns elements aliens —els habitatges amb activitats econòmiques— sense una regulació que fixi les normes de convivència i compatibilitat, tant dels habitatges dedicats a l'allotjament turístic com de qualsevol altre activitat econòmica.

Davant la pressió del turisme en el mercat immobiliari i la manca d'un estoc residencial suficient que moderi els preus del lloguer, es fa necessari actuar amb totes les eines disponibles, entre elles el dret de tanteig i retracte en les transmissions d'habitatges, especialment quan el comprador i/o el venedor és una entitat mercantil o financera. El parc d'habitatges públics per intervenir en el funcionament del mercat ha de ser suficient per afrontar les situacions d'emergència social, però també les necessitats d'altres col·lectius com les classes mitjanes i els joves, que en aquest moment no poden accedir a l'habitatge per culpa de d'uns lloguers excessius.

L'habitatge és la peça central del sistema d'allotjament de la població, i els hotels, els apartaments i els càmpings (i més recentment, els allotjaments rurals) ho són en relació a l'oferta clàssica d'allotjament turístic). Actualment estem en un escenari de canvi i d'evolució accelerada de l'habitatge, resultat d'una major fragmentació de les formes tradicionals de tinença i ús, i de la penetració de l'allotjament turístic en l'àmbit de l'habitatge d'ús permanent (primera residència) o temporal (segona residència) des de una 'economia col·laborativa' (real o fictícia), en part vinculat a ofertes agregades d'allotjament turístic a través de portals de contractació que cal tenir sota regulació i control. No és possible considerar cada demanda per separat. L'habitatge més o menys permanent i els allotjaments més o menys temporals formen part de l'oferta residencial de les ciutats, essent unes realitats que s'interaccionen i condicionen entre si (Trilla i Vilanova, 2019).

5.3 Un model turístic metropolità per construir

El relat que ha precedit a aquestes conclusions ha intentat recordar els reptes turístics que s'han plantejat i com han estat contestats des de la pràctica urbanística. La pregunta de com ha canviat la ciutat per convertir-se en un destí turístic de primer ordre, ha estat sempre present. En definitiva, ens hem preguntat quines han estat les transformacions urbanístiques de la ciutat postindustrial en relació al turisme, en l'àrea metropolitana de Barcelona, interrogant-nos sobre com s'ha reconstruït l'espai turístic de la ciutat postindustrial perquè hagi acabat atraient als seus detractors.

Per una altra banda, hem analitzat la poca importància donada al turisme al llarg dels successius planejaments. Sembla que s'ha imposat una divisió funcional de Catalunya en què la residència i l'activitat es troben en el sistema metropolità de Barcelona amb alguns afegits externs i el turisme vacacional, en la costa. Abans de l'explosió del turisme barceloní, l'activitat turística metropolitana es limitava a les platges de ponent. No hi ha projecte turístic per a la metròpoli. Segons Amat (2016), solament hi ha set municipis dels 36 de l'ÀMB (el 19%) que disposin d'Oficina d'Informació Turística. Cada organisme classifica els Atractius en diferents categories i noms. La Diputació de Barcelona parla d'"Idees de Viatge", el Consorci de Turisme del Baix Llobregat, "No t'ho perdís", el Consorci de Turisme del Vallès Occidental, els llista per categories dins l'apartat "Destaquem", i el Consorci del Maresme els agrupa directament sense posar-l'hi cap nom. La categoria que recull un nombre d'atractius majors són els "Monuments". L'espai urbà, en cap cas, es considera un atractiu. Per formar-ne part s'ha de gaudir d'un estatus especial, ser un lloc excepcional.

L'ÀMB no té un projecte turístic malgrat l'existència de diferents organismes dedicats al tema. El problema no és comptar amb un inventari de recursos actuals i possibles que cobreixi tot el territori metropolità, sinó construir un relat comprensible que doni sentit al conjunt.

Tanmateix, la situació actual és molt diferent. Barcelona s'ha transformat en un gran atractiu turístic, que amenaça en esgotar la capacitat d'acolliment i gaudi de la pròpia ciutat. Cal que aquestes circumstàncies no es produeixin desordenadament. De fet, el turisme

no podrà incorporar-se en la planificació futura si no es donen algunes condicions: es reconegui com un vector fonamental en les dinàmiques econòmiques i socials, i per tant territorials, s'aprofitin els aprenentatges de les àmplies experiències tant a Catalunya i Espanya com a la resta de la mediterrània i Europa per formular models adaptats a les diverses realitats metropolitanas, i es configuri un relat coherent en relació al desplegament de les activitats al voltant del turisme a escala metropolitana, on cada particularitat reconegui la seva funció en el conjunt.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AMAT CASULLERAS, E. (2016). Recopilació de la Informació, Estratègies i Iniciatives sobre el Turisme als ens locals de l'àmbit de l'Àrea Metropolitana de Barcelona. Dins de Pié, R. i J.M. Vilanova (Eds.), *Estudi Usos Urbanístic i el Turisme en el PDU-AMB*. Barcelona: Àrea Metropolitana de Barcelona.

ARIAS, A., i QUAGLIERI, A. (2016). Unravelling Airbnb: urban perspectives from Barcelona. A P. Russo, i G. Richards (Eds.), *Reinventing the local in tourism: Producing, consuming and negotiating place* (pp. 209-228). Bristol: Channel View.

DONATO, E. (2007). La Ciutat Obrera de Repòs i Vacances del GATCPAC. Una aportació catalana al model urbanístic de la Ciutat Funcional. A R. Pié (Ed.), *Aportacions catalanes en el camp de la urbanística i de l'ordenació del territori, des de Cerdà als nostres dies* (pp. 155-189). Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, Societat Catalana d'Ordenació del Territori i Agrupació d'Arquitectes Urbanistes de Catalunya.

ESTEBAN, J. (1997). Els 20 anys del Pla General Metropolità: les distintes escales i formes de desplegament del Pla. *Papers, Regió Metropolitana de Barcelona*, 28, 69-84.

LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1995). La estratègia del turisme metropolità: el caso de Barcelona. *Estudios Turísticos*, 126, 119-141.

PIÉ, R. (1997). El projecte disciplinar: la versió de 1974 del Pla General Metropolità. *Papers, Regió Metropolitana de Barcelona*, 28, 15-42.

PIÉ, R., i VILANOVA, J.M. (2017). Turisme i ordenació del territori. El turisme ha anat de prestat. *Revista Econòmica de Catalunya*, 76, 34-40.

TRILLA, C., i VILANOVA, J.M. (2019). Dret a l'habitatge, bombolla i crisi. Perspectives de futur. A R. Gomà, i J. Subirats (Eds.), *Canvi d'època i de polítiques públiques a Catalunya* (pp. 238-256). Barcelona: Galaxia Gutenberg.

VILALTA, A. (2007). Pere Garcia i Fària. Sanejament i construcció de la ciutat. A R. Pié (Ed.), *Aportacions catalanes en el camp de la urbanística i de l'ordenació del territori, des de Cerdà als nostres dies* (pp. 53-92). Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, Societat Catalana d'Ordenació del Territori i Agrupació d'Arquitectes Urbanistes de Catalunya.

**EL PLA ESPECIAL URBANÍSTIC
D'ALLOTJAMENTS TURÍSTICS (PEUAT).
UNA EINA CONTINGENT PER REGULAR
EL TURISME**

SUMARI

1. Introducció: Barcelona, ciutat turística sense un encaix urbanístic actualitzat

2. (Re)conèixer el turisme des de l'urbanisme

3. Equilibri, controvèrsia i contingència: els plans especials d'usos

4. Objectius i proposta de regulació del PEUAT

5. Superar el PEUAT: apunts i aprenentatges per al nou PDU Metropolità

Referències bibliogràfiques

EL PLA ESPECIAL URBANÍSTIC D'ALLOTJAMENTS TURÍSTICS (PEUAT). UNA EINA CONTINGENT PER REGULAR EL TURISME

Resum

Aquest article exposa els detalls del Pla Especial Urbanístic d'Alotjaments Turístics (PEUAT) així com els límits de la seva aplicació en el marc urbanístic metropolità. El PEUAT, iniciat el 2015 i aprovat el 2017 ha estat un dels instruments més innovadors i controvertits que s'han dut a terme a Barcelona per regular l'activitat turística, en concret els allotjaments turístics. Tanmateix, les limitacions que imposa el marc d'un Pla General Metropolità ja desfasat en les demandes de la ciutat actual, així com un marc jurídic controvertit, fan del PEUAT una eina contingent que aborda insuficientment una dinàmica transformadora clau per a la ciutat. El Pla Director Urbanístic actualment en redacció esdevé el marc necessari per a superar-ne les limitacions i donar un millor encaix a les activitats i pràctiques turístiques a Barcelona i el seu entorn metropolità.

Paraules clau: PEUAT, turisme, allotjaments turístics, urbanisme.

1. Introducció: Barcelona, ciutat turística sense un encaix urbanístic actualitzat

La conversió de Barcelona en ciutat turística és un dels trets més definitoris de l'evolució de la ciutat en els tres darrers decennis: Barcelona passa de ser la destinació d'un milió set-cents mil turistes el 1990 fins als disset milions i escaig actuals (Ajuntament de Barcelona, 2017a). Els allotjaments turístics, encara molt escassos a la ciutat quan el 1986 presentava la seva candidatura olímpica, representaven, el 2018, 154.300 places regulades d'allotjament (Ajuntament de Barcelona, 2019).

No es pot dir que l'enorme creixement de l'activitat turística a la ciutat i dels seus impactes hagin estat aliens a la voluntat pública. El projecte urbà pre i post olímpic que configurarà la transformació d'una ciutat industrial, actuant davant els símptomes clars de crisi i obsolescència de l'estructura productiva des de mitjans de la dècada dels 70, converteix el sector serveis i en concret l'activitat turística com a pedra angular del nou model urbà (López Palomeque, 1995, 2015; i Palou, 2012). L'aposta política de convertir Barcelona en una destinació urbana es concreta tant en les transformacions urbanístiques, com en la promoció exterior de la ciutat, en la renovació i l'augment de capacitat de viatgers de l'aeroport i el port, o l'especialització i

atenció a l'"economia del visitant" en les àrees centrals de la ciutat, i en la renovació i augment dels espais destinats a fires i congressos.

La Barcelona actual no es podria entendre sense les polítiques de promoció econòmica i les enormes inversions, majoritàriament públiques, que les han acompanyat i encara les acompanyen —ampliació aeroportuària i portuària, ampliació d'espais firals...—, reforçades a nivell global pel creixement actual i previst del nombre de turistes. Tanmateix, durant dècades, aquestes polítiques de promoció econòmica i d'atracció de visitants i d'inversions no han estat acompanyades d'una reflexió urbanística integral (i integradora) al voltant del turisme, i en especial dels allotjaments (vegeu article de Pié i Vilanova en aquest mateix número). Una reflexió que apareix en els darrers anys sorgida en bona part a causa del debat públic al voltant de les externalitats del turisme, així com de la mobilització social de rebuig als efectes de la *gentrificació turística* (Arias Sans, 2018; Còcola-Gant, 2018), la massificació de l'espai públic, o la substitució del teixit comercial.

La resposta des de les eines urbanístiques, en particular pel que fa a la regulació de les activitats turístiques i al seu pes en l'equilibri urbà, vénen limitades per un marc regulador controvertit i per l'especificitat barcelonina d'un planejament general —el Pla General Metropolità— amb 43 anys ja de vigència el 2019 que és poc adequat per donar resposta a aquestes qüestions de forma integral. La metròpoli de Barcelona, que redactava el 1974 el que havia de ser el seu planejament general, poc podia sospitar el pes que adquiriria el turisme a partir dels anys 90 com a fet distintiu del futur que pretenia esbossar. Avui, la planificació urbana i metropolitana no pot deixar de considerar les activitats turístiques com a fets centrals per garantir la cohesió, sostenibilitat, redistribució i governança democràtica del nou model urbà.

Adaptar-se als reptes que imposa la nova realitat urbana reclama poder disposar d'instruments urbanístics amb capacitat de donar encaix a les activitats turístiques, superar la present fase de contingència i alinear-se amb els reptes estratègics del futur metropolità. El present article pretén repassar les limitacions que tant l'actual marc jurídic com el planejament vigent imposen a qui ha de planificar la ciutat i regular els usos, així com abordar aquells canvis imprescindibles que

haurien de ser tinguts en compte en l'actual redacció del Pla Director d'Urbanisme Metropolità (PDUM) —i el POUM que el desplegui— per abordar l'ordenació física de la ciutat i garantir els equilibris d'usos i activitats.

2. (Re)conèixer el turisme des de l'urbanisme

Els instruments urbanístics —ja siguin plans generals, plans parcials o especials, ordenances...— han d'abordar l'ordenació física de la ciutat i promoure el desenvolupament sostenible, garantint així els equilibris d'usos i activitats que cada cop són més variables, temporals i híbrides, i que no requereixen tipologies d'edificis concretes ni de condicions específiques per poder ser desplegades. L'amplitud de les activitats turístiques que, a diferència d'altres activitats, tenen la capacitat de definir i transformar per si soles ciutats senceres, suposen un enorme repte en la seva definició i regulació per garantir els objectius propis de les eines urbanístiques.

La regulació dels allotjaments turístics és un aspecte clau en el desplegament del nou Pla Estratègic de Turisme 2020 de la ciutat, que es concreta en 10 programes, 30 línies d'actuació i prop de 100 mesures, una de les quals és el propi PEUAT¹. L'enfocament integral del Pla Estratègic de Turisme (Ajuntament de Barcelona, 2017c) modula i complementa les limitacions pròpies de les eines urbanístiques en abordar la complexitat i la riquesa, però també la difícil definició en clau urbanística, de les activitats turístiques.

El PEUAT té com a objecte elaborar un model d'ordenació i de gestió integral dels allotjaments turístics. Per primera vegada el conjunt dels allotjaments turístics de la ciutat han estat censats i analitzats en el seu conjunt, atès el seu pes específic i els seus impactes en la ciutat —amb l'excepció de les habitacions de lloguer turístic, encara pendents el 2019 de la seva regulació per part de la Generalitat de Catalunya—. El PEUAT suposa doncs la superació d'altres eines parcials de regulació dels allotjaments turístics formulades anteriorment, bé referides a tipus concrets d'allotjament —com el cas del PEUHUT (Pla Especial Urbanístic per a l'ordenació dels Habitatges d'Ús Turístic a la ciutat de Barcelona) aprovat inicialment l'octubre de 2014— bé referides només a alguns àmbits centrals de la ciutat com en el cas de Ciutat Vella, que n'incorporaria la regulació en els seus successius Plans d'Usos.

En bona mesura, la represa del creixement econòmic posterior a la crisi del 2008 es va recolzar en l'enfortiment de l'"economia del visitant" i en els avantatges per part d'inversors de tot un seguit de canvis legislatius dissenyats per afavorir les noves activitats i inversions com les anomenades lleis Omnibus (9, 10 i 11/2011 i 2, 3 /2012) - que van facilitar l'obtenció de llicències d'activitats sense control previ per part de l'Administració a través de comunicats —o els canvis en la fiscalitat de les eines d'inversió immobiliària (SOCIMs, SICAVs, Golden Visa...)—. Així, la multitud d'iniciatives privades —concentrades sobretot en els

barris de major aflluència turística de la ciutat— es veurien beneficiades per la desregulació urbanística en pro de la simplificació i l'agilització administrativa dels tràmits.

Malgrat que el malestar era creixent en nombrosos barris, l'administració Trias (2011-2015) es va resistir a introduir canvis per tal de modular l'inèdit creixement dels allotjaments turístics, essent la regulació parcial el 2014 a través del PEUHUT l'única resposta (Ajuntament de Barcelona, 2014).

El PEUHUT procurava donar una resposta, per bé que parcial i tardana, davant de l'increment inèdit en l'atorgament de noves llicències d'activitats d'habitatges d'usos turístics entre 2011 i 2014, i al canvi de percepció per part de l'opinió pública majoritària dels impactes del turisme sobre la vida quotidiana als barris. Més enllà de les evidents molèsties que generaven els habitatges d'ús turístic sobre el veïnat, el debat es va situar, ja a partir de 2012, en els impactes del turisme sobre el mercat de lloguer de l'habitatge, la massificació de l'espai públic i els intensos canvis que s'observaven als barris més centrals de la ciutat.

Per primera vegada el 2015 el turisme va aparèixer entre les primeres preocupacions de la ciutadania en el conjunt de la ciutat. Ja aleshores, el 50% de les places d'allotjament es concentraven en tan sols el 17% del territori, on la població flotant ja superava la resident; les llicències en tràmit pretenien augmentar en un 20% el nombre d'allotjaments existents ubicant-se majoritàriament als barris i entorns més saturats; en bona mesura els nous allotjaments turístics estaven suposant la substitució d'habitatges majoritàriament de lloguer, en barris que estaven experimentant alhora un declivi poblacional i un augment sostingut i sense precedents dels preus de lloguer, que s'havia enfilat el 15% anual en els tres anys anteriors (2012 - 2015). Malgrat que el PEUHUT aprovat inicialment el 2014 havia congelat el número de llicències d'habitatges d'ús turístic, la ciutat no disposava encara d'un sistema efectiu de detecció, inspecció i sanció dels habitatges d'ús turístic il·legals que es comptaven per milers.

Durant la campanya de les eleccions municipals de 2015 el qüestionament del 'model turístic' en general i de la limitació i noves condicions que s'haurien d'imposar als allotjaments turístics va guanyar protagonisme; a resultes del canvi de govern municipal les demandes veïnals i de moviments associatius es van posar al centre del debat polític. Calia superar una visió *business friendly* amb un nou enfocament centrat en la vida quotidiana de les veïnes i dels barris. Amb tot, el juliol del 2015 el govern municipal entrant va aprovar una suspensió de llicències per iniciar la redacció del PEUAT i va presentar la Mesura de Govern sobre l'impuls del Procés Participatiu sobre el model turístic de Barcelona, que proposava abordar el problema del turisme d'una forma global, iniciant la reflexió que desembocaria en el Pla Estratègic de turisme i desplegaria tant el Pla de Xoc d'inspecció d'allotjaments turístics, com el propi PEUAT.

¹ PEUAT és l'acrònim de *Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics* però el document en la seva versió oficial porta per nom *Pla especial urbanístic per a l'ordenació dels establiments d'allotjament turístic, albergs de joventut, residències col·lectives d'allotjament temporal i habitatges d'ús turístic a la ciutat de Barcelona*.

La suspensió de llicències va ser rebuda amb fortes crítiques per part de sectors econòmics i alguns grups polítics de l'oposició, que van veure la mesura excessiva pel que fa a l'impacte atribuït a l'economia de la ciutat. Durant el procés de formulació previ a l'aprovació inicial el rebuig frontal inicial va evolucionar i es va concretar en els detalls sobre com havia de ser aquesta regulació, fruit en bona part de l'impuls del debat ciutadà i de la innegable pressió ciutadana en nombrosos barris, i de l'opinió pública a favor de governar el turisme.

3. Equilibri, controvèrsia i contingència: els plans especials d'usos

La elecció de la figura del Pla Especial com a eina per a la generació d'un model d'ordenació i de gestió integral dels allotjaments turístics suposa una major agilitat en la formulació, aprovació i posada en marxa del Pla respecte d'una modificació i/o revisió de Pla General Metropolità, però també evidents limitacions tant en relació al seu abast com en la possibilitat de definir regles de retorn social i de compensació urbanística dels nous usos. En tant que eina de planejament derivat, d'acord amb la definició que en fa la legislació urbanística vigent, els plans especials d'usos només poden 'acotar' i 'precisar' la implantació d'activitats (usos) per raons d'interès general amb més detall que el planejament general que despleguen.

La ciutat disposa d'una àmplia experiència en la redacció de plans d'usos —com és el PEUAT—, que han estat redactats des dels principis dels anys 2000 com a desplegament i concreció del Pla General Metropolità de 1976, sota el paraigua de la Carta de Barcelona que reconeix aquesta figura específica de Pla Especial. Això respon en bona part a la naturalesa del propi Pla General Metropolità, que si bé defineix amb molt detall les característiques volumètriques de l'edificació i de delimitació dels espais i sistemes públics, és força imprecís en la definició dels usos privats no industrials, i permet de fet en la majoria de les claus urbanístiques destinades principalment a habitatge, els usos comercials, d'oficines i d'allotjament turístic com a usos complementaris. Aquesta volguda flexibilitat diferencia el planejament general barceloní de la majoria dels plans generals de la resta de ciutats de l'estat i europees, tots ells posteriors i per tant concebuts ja sota una percepció diferent de la ciutat postindustrial i, per tant, del rol i impacte de les oficines, el comerç i l'allotjament turístic dins els teixits principalment residencials (terciarització dels teixits residencials).

Amb l'objectiu de regular i ordenar la ubicació dels establiments de concurrència pública i hoteleria, diferents districtes, de forma independent, han anat redactant i aprovant successius plans especials els quals, atenent a les característiques de les activitats econòmiques objecte de regulació, així com a la problemàtica pròpia de cada teixit urbà, estableixen les condicions d'implantació de les activitats, tot sospesant les condicions d'equilibri entre cercar la dinamització i la renovació del sector econòmic implicat, i redistribuir i equilibrar els usos en el territori i respectar, quan no reforçar, la vida diària de veïns i veïnes dels teixits que han de mantenir el seu caràcter residencial de forma preferent.

Ja a nivell del conjunt de la ciutat, la concessió accelerada de llicències va comunicar per a l'establiment de nous habitatges d'ús turístic, que en només 3 anys van passar de 824 (2011) a les actuals 9606 (vigents des de 2014), va imposar una primera reflexió sobre els impactes que l'acumulació d'aquesta tipologia d'allotjament generava, tant sobre els habitatges, com en els teixits on més havien proliferat i que va concloure en la congelació total en la concessió de noves llicències amb l'aprovació del PEUHUT. Aquesta primera aproximació sectorial al conjunt de la ciutat, per bé que centrada només en un tipus d'allotjament, va resultar clarament insuficient davant una expansió també sense precedents de les altres fórmules d'allotjament i va donar peu al PEUAT com a primera aproximació a un model integral d'anàlisi, d'ordenació i, en menor mesura, de gestió del conjunt dels allotjaments turístics.

La història i l'evolució dels Plans d'Usos a la ciutat ha estat atzarosa: si bé d'una banda han estat cada cop més comuns i estesos a més territoris, com a resposta recurrent a la incapacitat del PGM de concretar un equilibri entre usos i drets per la seva indefinició de partida, també han estat font de nombrosos litigis entre privats i administració pública, ja que procuren definir un equilibri entre drets —el de lliure empresa, el de descans dels veïns, el dret a l'habitatge...— sempre obert a interpretacions i a redefinicions via sentència judicial. Són nombroses les sentències en ambdós sentits —favorables i contràries a les disposicions dels Plans d'Usos— que han anat establint jurisprudència en relació a les eines i mesures que aquests plans poden aplicar. De forma general es podria afirmar que en la majoria dels casos la jurisprudència admet la capacitat de regular la ubicació i la 'densitat' de les activitats regulades en el conjunt, però ha anat invalidant altres eines incorporades als plans d'usos, com el trasllat condicionat de llicències des de zones saturades a zones menys saturades, o condicions afegides a certes llicències d'obres i activitats. Així, la promesa de redistribuir i equilibrar en el territori i poder, per tant, corregir les saturacions excessives preexistents, va quedant fora de l'abast dels plans d'usos, el paper dels quals és doncs preventiu, però molt difícilment correctiu o redistributiu.

Segurament l'aprovació de la Directiva de Serveis Bolkenstein (Directiva 2006/123/CE) i les seves corresponents transposicions estatals i autonòmiques hagin representat el moment més significatiu en el canvi de concepció de les competències, capacitats i eines que es poden desplegar des d'un pla d'usos, les quals no són definides i regulades com altres eines urbanístiques en la legislació i reglamentació sectorial (Llei d'Urbanisme i Reglament d'Urbanisme). Aquesta volguda flexibilitat quant als objectius i elements que pot precisar un Pla Especial esdevé debilitada quan concorren altres legislacions sectorials, com és el cas.

La Directiva de Serveis en una visió àmplia admet que la protecció del medi ambient i de l'entorn urbà poden ser raons imperioses que prevalen per sobre de la llibertat econòmica, però en les seves transposicions i interpretacions aquest principi no sempre ha estat recollit. Serveixi com a exemple el posicionament de l'Autoritat Catalana de la Competència (ACCO) en la seva *Nota sobre l'aprovació definitiva del PEUAT de*

Barcelona, de 13 de juliol de 2017, en la qual parteix de la consideració que el PEUAT “encara que sigui formalment un instrument urbanístic, és materialment una regulació de caràcter econòmic del sector de l’allotjament turístic”. La seva conclusió és doncs previsible: la nova regulació de la implantació d’establiments d’allotjament turístic suposa aixecar barreres a l’entrada per a potencials nous agents en el mercat barceloní, i, tot limitant l’oferta, comportarà un augment dels preus de l’allotjament turístic. Pel que fa a la incidència dels allotjaments turístics en el preu de l’habitatge, l’ACCO no nega de forma taxativa que puguin incidir en la conformació dels preus de l’habitatge i particularment de lloguer, però considera que no està suficientment acreditat que l’augment dels allotjaments turístics sigui causa directa i ‘única’ de l’increment de les rendes del lloguer de Barcelona.

Si bé no és objecte de l’Autoritat Catalana de la Competència raonar sobre l’equilibri dels diferents drets concurrents als quals ha de donar resposta tot document urbanístic, sí que representa bé el desafiament que se li presenta a l’autoritat municipal i al planificador de justificar limitacions de caire tècnic a activitats econòmiques que són sovint enteses com a barreres i límits a la lliure competència, i no com a condicions ‘imprescindibles’ per a la seva correcta inserció urbana. De fet, per bé que el considerant novè de la pròpia Directiva de Serveis eximeix parcialment les eines urbanístiques de l’aplicació de la pròpia directiva, el Manual sobre la transposició de la Directiva elaborat per la Comissió Europea argumenta que “el mer fet de que es doni a tals normes la denominació específica, per exemple, com a normes urbanístiques, o que els requisits es formulin d’un mode general, és a dir, que no es dirigeixin de forma específica als prestadors de serveis, no és suficient per a excloure-les de l’àmbit d’aplicació de la Directiva de Serveis [...] Així, al transposar la Directiva, els Estats Membres hauran de tenir en compte que les *normes urbanístiques* o les *ordenances de construcció* poden contenir requisits que regulin de manera específica activitats de serveis i que, per tant, estiguin afectats per la Directiva de Serveis” (apartat 2.3.2). Així doncs existeix una difícil delimitació ‘material’ entre norma urbanística i regulació de l’activitat econòmica, font de creixent litigiositat, ja que és objecte de la regulació d’unitat de mercat “fiscalitzar tota actuació administrativa —inclosa la urbanística— que estableixi límits a l’accés o a l’exercici d’activitats econòmiques”. (art. 27 *Llei 20/2013, de 9 de desembre, de Garantia de la Unitat de Mercat*).

Val a dir que si bé la legislació sectorial econòmica i de la competència no és font ni única ni suficient per interpretar i regular els plans urbanístics —ja que els plans urbanístics contenen, per habilitació legal, determinacions urbanístiques que especifiquen les obligacions o, al contrari, prohibicions que han de respectar els particulars— difícilment els plans d’usos poden anar més enllà de la mera decisió de permetre (o no) la implantació d’una activitat econòmica concreta en un punt determinat, sense poder establir altres condicions o regles de joc —que permetin el trasllat d’una llicència per reduir la saturació en un entorn, per exemple, o acotar de forma específica tipologies o modalitats d’activitats turístiques que afavoreixin pràctiques més sostenibles—. D’altra banda caldrà

acreditar de forma fefaent, i sense cap tipus de dubte, la relació entre l’activitat econòmica i l’efecte advers que es pretén evitar, la qual cosa requereix una anàlisi exhaustiva i l’establiment de relacions, causes i conseqüències precises en un entorn complex i multifactorial com és necessàriament la ciutat.

4. Objectius i proposta de regulació del PEUAT

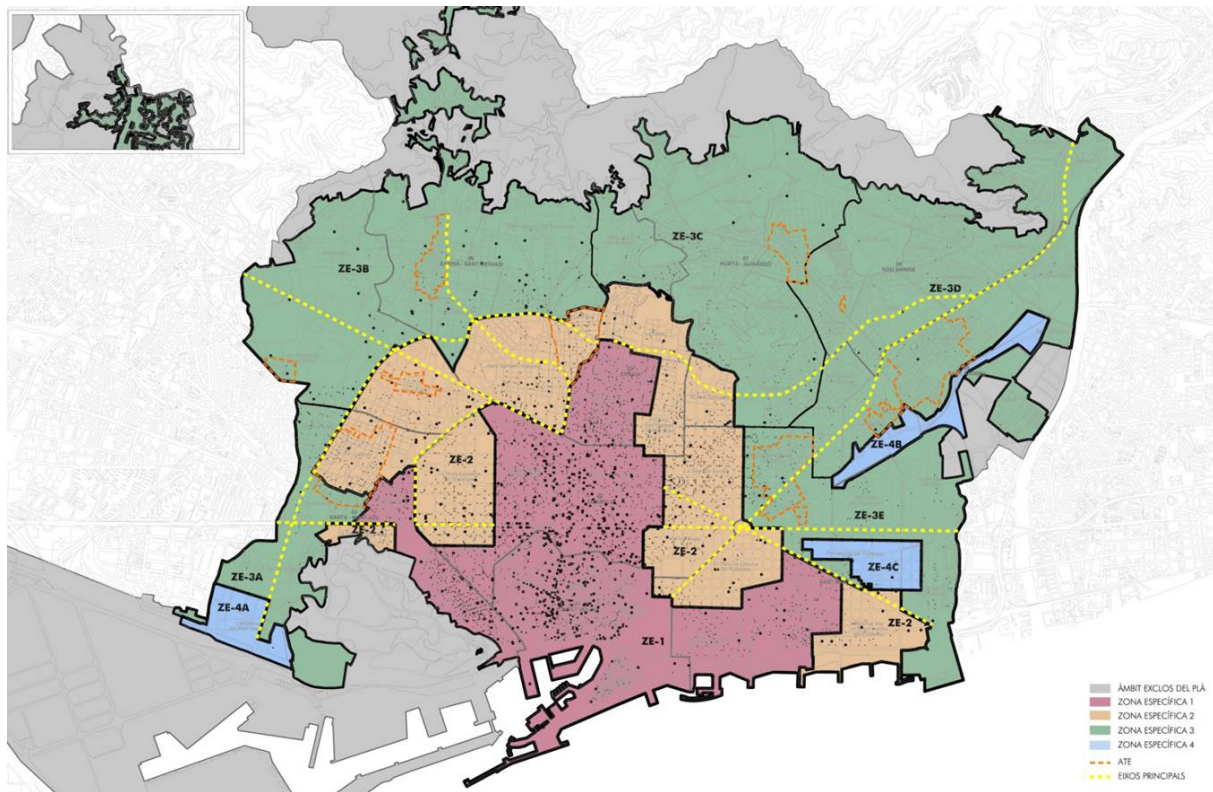
Els objectius del document final del PEUAT es concreten en el manteniment de la mixtura d’usos equilibrada en tots els teixits de la ciutat mitjançant la intervenció dels poders públics que assegurin el necessari equilibri entre usos residencials i turístics; afavorir el dret a l’habitatge, evitant que els usos d’allotjament turístic (i altres) puguin substituir l’ús de l’habitatge, garantint d’aquesta manera que el parc d’habitatges existent es destini de forma exclusiva a la població permanent; sumar en la millora de la qualitat de l’espai públic i minimitzar la pressió del turisme sobre aquest espai; evitar distorsions en la convivència ciutadana i en el descans dels residents; afavorir els objectius de mobilitat sostenible; atendre a les característiques físiques i morfològiques dels teixits urbans i les seves capacitats, modulant la implantació dels establiments d’allotjament urbanístic d’acord amb les característiques de cada trama urbana; i, finalment, fomentar el desenvolupament econòmic sostenible de les activitats, preservant els drets de llibertat d’establiment promoguts per les directives europees i les lleis estatals i autonòmiques que les despleguen tot fent-les compatibles amb condicions urbanístiques d’implantació que garanteixin l’interès general.

L’amplitud dels objectius del pla així com la necessitat de definir de forma precisa els impactes de l’allotjament turístic i acotar de forma rigorosa les condicions d’implantació urbanística fou una condició necessària per tal de no contradir els mandats comunitaris de llibertat d’establiment d’empresa de les directives europees i les seves transposicions ja desgranades anteriorment. A més, el document imposa un marc d’anàlisi molt exhaustiu en relació a la incidència de la població ‘flotant’, la incidència del turisme sobre l’espai públic i, finalment, la comprensió dels efectes dels allotjaments turístics en relació a les característiques morfològiques dels teixits urbans. Amb tot, cal tenir present que la regulació de la implementació de nous allotjaments no era l’objectiu en sí mateix, sinó que es convertia en una condició necessària per garantir altres objectius generals de la ciutat.

Des d’aquestes premisses ‘restringides’ sobre la potestat i capacitats d’un pla d’usos, el PEUAT determina l’existència de quatre zones específiques a la ciutat delimitades d’acord amb els factors especificats a l’anàlisi i que, en definitiva, valoren la capacitat dels teixits urbans d’acollir, o no, nous establiments d’allotjament turístic en funció de la intensitat de l’oferta ja present, de la saturació de l’espai públic, de la morfologia urbana o bé de la destinació urbanística preferent del corresponent àmbit (figura 1).

Pel que fa a la divisió de la ciutat per zones en relació a la densitat ja present d’allotjaments turístics, els àmbits més centrals de la ciutat s’agrupen entorn de la idea del ‘decreixement natural’. La Zona Específica 1 (ZE-1) en terminologia del PEUAT, integra el districte

Figura 1. Proposta de regulació urbanística del PEUAT



Font: Ajuntament de Barcelona (2017b).

de Ciutat Vella, els barris de les antigues Esquerra i Dreta de l'Eixample, Sant Antoni, el Poble Sec i la Vila de Gràcia. En aquesta zona no s'admet la implantació de nous establiments ni tampoc l'ampliació de places dels establiments existents.

La primera corona perimetral en relació a l'anterior àmbit es configura com a zona de 'manteniment' o equilibri, en la qual la implantació d'un nou establiment requerirà el compliment de forma conjunta de determinades condicions, en el benentès que són àmbits ja molt propers a la seva saturació. Aquesta zona, la Zona Específica 2, inclou bona part dels barris de Barcelona: Nova Esquerra de l'Eixample, Sagrada Família, Fort Pienc, la Font de la Guatlla, Hostafrancs, Sants, les Corts, Sant Gervasi-Galvany, part dels barris del Putxet i el Farró i de Vallcarca i els Penitents, la Salut, el Camp d'en Grassot i Gràcia Nova, el Baix Guinardó, els barris de la Vila Olímpica del Poblenou, el Parc i la Llacuna del Poblenou, el Poblenou i Diagonal Mar i el Front Marítim del Poblenou, tot excloent l'àmbit de la MPGM per a la renovació de les zones industrials del Poblenou-districte d'activitats 22@ BCN.

La segona corona perimetral, ja més allunyada del centre de la ciutat i amb menor pressió de les activitats turístiques es configura com a zona de 'creixement sostingut', on la implantació d'un nou establiment o ampliació d'un d'existent se sotmet a una condició de densitat màxima de places en aquesta zona, tot admetent un increment moderat de la densitat. Aquesta zona, la Zona Específica 3, correspon a la resta de sòl urbà no inclòs en les zones ZE1 i ZE2, a banda de les zones d'actuació específica 4 (ZE-4) de la

Marina del Prat Vermell (subzona 4a), la Sagrera (subzona 4b) i l'àmbit del 22@ (subzona 4c).

Per últim, la Zona Específica 4 (ZE4) incorpora tres àmbits —La Marina del Prat Vermell, La Sagrera i 22@— que han estat objecte de planejament urbanístic derivat específic i que es troben en procés de desenvolupament. En tant que totes tres es desplacen a través de modificacions de Pla General Metropolità que pot determinar de forma més precisa les condicions dels allotjaments turístics i, per tant, els seus impactes, mereixen un tractament especial, que es concreta en el cas de la Marina afegint condicions d'implantació que assegurin l'equilibri entre població flotant i població resident; a la Sagrera es respecten les determinacions de planejament vigent respecte del sostre màxim amb ús exclusiu hotel·ler (en aquest cas previst de forma diferenciada del sostre d'oficines i d'habitatges, a diferència del que passa a bona part del sòl urbà consolidat de la ciutat). Al 22@ s'hi estableixen condicions de densitat màxima de places en funció de la grandària de l'establiment.

D'altra banda el Pla Especial Urbanístic delimita unes Àrees de Tractament Específic (ATE) en funció de característiques específiques dels teixits dels nuclis antics de Sants, les Corts, Sarrià, Horta, Sant Andreu, Camp de l'Arpa, Poblenou, Farró, Sant Ramon Nonat i Vilapicina. La singularitat de les seves característiques urbanístiques comporta un tractament especial dins la zona on s'ubiquen, que consisteix en unes condicions d'implantació més restrictives que en la resta de les seves respectives zones específiques, en atenció a les característiques morfològiques d'aquests teixits.

El PEUAT regula de forma específica les condicions urbanístiques d'emplaçament dels establiments destinats a allotjament turístic, albergs de joventut, residències col·lectives d'allotjament temporal i habitatges d'ús turístic, en relació a les condicions aplicables en cada Zona Específica (ZE) i en cada Àrea de Tractament Específic (ATE) en la seva normativa. Ja que la consideració d'ampliacions i/o nous allotjaments dependrà de la densitat ja present en cada entorn, esdevé imprescindible la creació d'un cens per a cada una de les zones, que s'ha de mantenir constantment actualitzat i que ha d'estar disponible online per tal de que sigui de coneixement públic.

Per últim, s'estableixen una sèrie de disposicions transitòries, addicionals i finals. Les disposicions transitòries fan referència al règim aplicable a les sol·licituds en tràmit en el moment d'aprovació definitiva del Pla, així com a aquells establiments d'allotjament turístic i habitatges d'ús turístic existents prèviament a la suspensió de llicències que resultin disconformes amb les determinacions del PEUAT. Les disposicions addicionals fan referència a casos específics heretats de planejaments parcials i sectorials que queden sense aplicació amb l'aprovació del Pla, així com a les activitats excloses, a l'adequació del cens, i a les activitats complementàries.

La disposició final primera preveu que amb l'entrada en vigor del Pla Especial Urbanístic quedaran sense aplicació les determinacions establertes en els diferents Plans especials i Plans d'usos d'Establiments de concurrència pública que hagin estat aprovats amb anterioritat a la seva publicació en allò que regulen les activitats que són objecte del PEUAT.

El PEUAT incorpora, així mateix, una sèrie de causes que motivaran la seva revisió: quan procedeixi ajustar les seves determinacions en funció de les previsions que resultin de plans estratègics, com el Pla de l'Habitatge o el Pla Estratègic de Turisme; quan així ho aconselli la valoració dels seus efectes en el termini de quatre anys de la seva entrada en vigor; i, finalment, quan en el termini màxim de dos anys des de la seva entrada en vigor s'hagin assolit les $\frac{3}{4}$ parts de la previsió de creixement per a la Zona Específica ZE-3.

Tot i les limitacions que imposa el format de pla especial, cal destacar la importància del fet que el PEUAT protegeixi tots els habitatges preexistents a data 1 de juliol de 2015, la qual cosa és un fet inèdit des de l'entrada en vigor del Pla General Metropolità i suposa una inflexió en la protecció efectiva des de les eines urbanístiques del Dret a l'Habitatge. Si bé ha rebut algunes crítiques per la insuficiència de l'àmbit —tot el terme municipal de Barcelona— respecte d'un fenomen que desborda els límits municipals, resulta poc creïble, atesa la multiplicitat d'identitats, situacions concretes i projectes polítics del conjunt dels municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, que es reclami una regulació única per al conjunt dels municipis, a banda que atemptaria contra el principi d'autonomia local.

En definitiva, el PEUAT és una eina útil per impulsar el model de ciutat que es propugna des del govern municipal i de la majoria progressista que li ha donat suport, però contingent, tot i que ha esgotat al màxim les capacitats d'una eina urbanística com és un pla

especial. Queden pendents, tant disposar de mecanismes efectius per poder abordar el decreixement real dels allotjaments a les zones més saturades, com poder recuperar les plusvàlues d'uns usos urbanístics (i d'unes activitats) molt més rendibles que l'habitatge. Això, però, no és possible en el marc del PGM: cal superar la contingència i abordar de forma decidida la formulació d'un nou planejament general (PDU i POUM que el desplegui) per poder disposar d'instruments urbanístics amb capacitat de donar encaix a les activitats turístiques i alinear-se amb els reptes estratègics del nou 'model urbà'.

5. Superar el PEUAT: apunts i aprenentatges per al nou PDU Metropolità

Si bé el PEUAT representa una pràctica innovadora i potent com a un model integral d'anàlisi, d'ordenació i, en menor mesura, de gestió del conjunt dels allotjaments turístics, i ha demostrat ja la seva solidesa jurídica en dues sentències ja dictades, és innegable que presenta limitacions rellevants per donar el millor encaix possible a la contribució dels allotjaments turístics al nou model urbà barceloní. Aquest fet té molt a veure amb la naturalesa d'urbanisme 'defensiu', que no proactiu, de la figura dels plans d'usos, però sobretot amb l'obsolescència del Pla General Metropolità, clarament desfasat 43 anys després de la seva entrada en vigor, per poder definir un model urbà ajustat a les necessitats i demandes actuals.

La redacció i aprovació del nou Pla Director Urbanístic de l'Àrea Metropolitana (PDUM) de Barcelona i el seu desplegament en Plans d'Ordenació Urbanística Municipal per a cada un dels municipis del seu àmbit, que han de donar relleu de forma urgent al Pla General Metropolità, esdevenen doncs peces clau en repensar, també, l'encaix de les activitats turístiques en el model contemporani de ciutat. Cal aprofitar doncs la l'oportunitat per decidir quina pot ser la seva contribució a la diversitat urbana, a la convivència d'usos i a la coexistència de les diferents activitats econòmiques, així com al blindatge dels drets ciutadans a l'habitatge, al descans i a la intimitat, a la mobilitat sostenible, a un espai públic equilibrat i de qualitat i a un medi ambient saludable.

El nou PDU Metropolità haurà de ser capaç de donar encaix, si més no, a tres temes centrals: l'ordenació i la gestió dels espais oberts metropolitans, que han de ser concebuts com a elements estructurants i finalistes i no elements relativament aliens a l'urbà, fins i tot expectants front creixements previstos; la revisió del paper de les infraestructures, transcendint la prioritització de la mobilitat rodada privada en favor de modes sostenibles de mobilitat, i augmentant la resiliència i sostenibilitat del conjunt del territori, reduint els impactes i els consums materials, energètics i d'aigua; i, per últim, la redefinició dels assentaments urbans, que no poden basar les solucions a les seves necessitats en l'extensió urbana, sinó en la regeneració establint elements i projectes urbans de reequilibri territorial basats en ciutats, viles i pobles que preservin el dret a l'habitatge, la diversitat urbana i la convivència d'usos en teixits urbans amb mixtura d'usos. Atès el pes present i previsible a futur de les activitats turístiques i de lleure com a pràctiques estructurants en la forma d'habitar territori i ciutat —i conseqüentment

dels allotjaments turístics— la seva contribució a la conformació, funcionament i finançament d'aquest nou model territorial no pot ser de nou 'assimilada' als usos d'habitatge i d'oficines com establia el PGM. La qualitat i el futur, tant dels espais oberts metropolitans, com de les infraestructures, com dels assentaments en depenen.

El nou POUM, a banda de desplegar els objectius i determinacions que li vinguin indicades per part del PDU, haurà de repensar en profunditat les claus urbanístiques front a activitats cada cop més variables, temporals i híbrides, que no requereixen tipologies d'edificis concretes ni condicions específiques per poder ser desplegades, en particular pel que fa a l'ús residencial i la garantia al Dret a l'habitatge; també haurà de determinar on s'ubiquen aquestes activitats, com es disminueix el seu impacte i com s'augmenta el seu retorn social, en definitiva com recuperar les plusvàlues d'aquests usos urbanístics. A fi de garantir el model urbà desitjat també serà necessari establir les condicions precises per a la transformació urbanística, els equilibris territorials, la qualitat dels espais i serveis públics i la recuperació de les plusvàlues urbanístiques en les transformacions cap a usos de l' 'economia del visitant', complementades necessàriament des de la diversificació econòmica i les pràctiques connexes en un món en creixent escassetat de recursos. Caldrà també abordar amb major detall les característiques de cada tipus d'allotjament turístic en relació a la seva mida, model i inserció urbana, i pensar en clau de cohesió i de retorn social, recollint tant com sigui possible el fet de maximitzar els efectes positius de l'activitat turística i minimitzar-ne les externalitats negatives, contribuir a desenvolupar un turisme responsable i sostenible que incideixi en la millora, tant de la qualitat de vida de la ciutadania, com de l'experiència dels visitants i impulsar el procés participatiu sobre el model turístic i dels allotjaments turístics de Barcelona amb menys limitacions que les que imposa la figura del Pla d'Usos.

Està en joc la forma de governar una ciutat que ha esdevingut turística en molts pocs anys en una metròpoli que no està exempta dels reptes associats. Ser una destinació global no hauria de contraposar-se a la qualitat de la vida dels residents. Barcelona no pot permetre's posar en risc el dret a l'habitatge en front de la substitució d'usos més rendibles en el mercat, els turístics, que transformen de forma irreversible la ciutat i les seves pràctiques. L'urbanisme, en definitiva, ha d'adaptar els marcs jurídics i la pràctica de les seves

eines per fer front a les dinàmiques globals de forma decidida per preservar la vida a la ciutat.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2014). *Pla Especial Urbanístic d'Habitatges d'Ús Turístic*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017a). *Estratègia de Mobilitat Turística*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme i Barcelona Regional.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017b). *Pla especial urbanístic per a l'ordenació dels establiments d'allotjament turístic, albergs de joventut, residències col·lectives d'allotjament temporal i habitatges d'ús turístic a la ciutat de Barcelona (PEUAT)*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017c). *Turisme 2020 Barcelona. Una estratègia col·lectiva per un turisme sostenible*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2019). *Cens d'activitats d'allotjament turístic*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Disponible a: <http://w121.bcn.cat/APPS/censactivitats/cceatDef.do?reqCode=search>

ARIAS SANS, A. (2018). Turisme i gentrificació: apunts des de Barcelona. *Papers. Regió Metropolitana de Barcelona*, 60, 130-139.

CÓCOLA-GANT, A (2018). Tourism gentrification. A L. Lees, y M. Phillips (Eds.), *Handbook of Gentrification Studies* (pp. 281-293). Cheltenham and Northampton: Edward Elgar Publishing.

LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1995). Las estrategias del turismo metropolitano: el caso de Barcelona. *Estudios Turísticos*, 126, 119-143.

LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2015). Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 651-663.

PALOU RUBIO, S. (2012). *Barcelona destinació turística. Un segle d'imatges i promoció pública*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la.

1. Introducción

2. Un siglo de ideas para el Raval

2.1. La metamorfosis del Raval, desde los orígenes hasta los años 70

2.2. El inicio de la transformación: el Plan Especial de Reforma Interior (PERI) y el programa de Áreas de Rehabilitación Integral (ARI) en los años 80

3. De plan a la transformación física

3.1. El Clúster Cultural

3.2. El Plan Central

3.3. Operaciones de pequeña escala: el surgimiento de nuevos espacios libres

4. De las transformaciones urbanísticas a la ciudad turística

4.1. Los servicios turísticos en el Raval: alojamiento, comercios, y restauración

4.2 Regulando a través de los usos

5. Conclusiones

Referencias bibliográficas

ENRICO PORFIDO
Institut Habitat, Turisme i Territori (UPC – UMA) i
Università degli Studi di Ferrara
CYNTHIA C. PEREZ
Institut Habitat, Turisme i Territori (UPC – UMA)
MELISA PESOA
Universitat Politècnica de Catalunya

CUANDO EL PLANEAMIENTO ATRAE EL TURISMO. EL CASO DEL BARRIO DEL RAVAL

Resumen

La presente contribución tiene por objeto reflexionar sobre la relación entre las herramientas y estrategias de planificación urbana y el desarrollo e impacto del turismo urbano en la ciudad de Barcelona, enfocándonos en la relación entre comercios y flujos turísticos.

A partir de la presentación de los instrumentos de planificación urbana adoptados en el caso de estudio del Raval, se ha prestado especial atención a estrategias de las últimas décadas: Clúster Cultural, Plan Central del Raval y una serie de intervenciones de ‘acupuntura’. Finalmente, sus efectos se han puesto en relación con los cambios acaecidos en el sector de los servicios, analizando los alojamientos, los bares y restaurantes, y los comercios.

Los resultados demuestran una necesidad urgente de abordar el fenómeno turístico desde otro punto de vista, considerándolo como parte integral del metabolismo de la ciudad. Este cambio obliga a reflexionar sobre la responsabilidad de la planificación urbana en el desarrollo turístico.

Palabras clave: Barcelona, Raval, turismo, planificación urbana, urbanismo.

1. Introducción

“Barcelona está de moda”, afirma el geógrafo catalán Francesc López Palomeque (2015). Una ciudad que se ha transformado de manera extraordinaria desde los años 80, llegando a ser uno de los destinos turísticos europeos por excelencia (Russo y Scarnato, 2018). Y donde los numerosos barrios de la ciudad contribuyen de manera diferenciada a la oferta turística. Desde aquellos más vinculados al turismo de sol y playa —como la Barceloneta—, o al ocio —como el Gótico o el Raval—, pasando por el llamado —Gaixample—, la tranquilidad del barrio de Gracia, las galerías de arte del Poble Sec, hasta las actividades culturales y empresariales del Poblenou, entre otros.

A pesar de que la actividad urbanística generada por el turismo era importante ya en la segunda mitad del siglo pasado en España, principalmente por el turismo de sol y playa, este fenómeno no ha tenido una regulación espacial específica (Pié y Vilanova, 2017). El éxito del turismo en Barcelona ha hecho imposible anti-

parse al problema, que requiere estrategias rápidas y eficaces para responder a las nuevas dinámicas y regulaciones que han llegado al barrio de manera apresurada.

El barrio del Raval, ubicado en el centro de la ciudad de Barcelona y que pertenece al distrito de Ciutat Vella, es sin duda uno de los más heterogéneos y constituye un observatorio riquísimo de los fenómenos que acontecen en la ciudad. Desde hace décadas, ha atraído a quienes buscan actividades de ocio, a quienes embarcan o desembarcan en el puerto, o quienes están de paso por la ciudad. Su diversidad y multiculturalidad atrae visitantes y turistas, quienes cada vez más se refugian en sus calles en busca de singularidad, ‘mixtidad’ y autenticidad, siendo un ejemplo paradigmático de transformación urbanística (Abe, 2012; Quaglieri Domínguez y Scarnato, 2017). Estas bondades han conseguido que la atención turística hacia el barrio crezca exponencialmente en los últimos años (Quaglieri Domínguez y Scarnato, 2017), transformándolo, y convirtiéndolo en parte del ‘parque temático’ (López Palomeque, 2015). Se ha acuñado incluso el verbo ‘ravalejar’, que significa “vivir el Raval” (Degen, 2010). El incremento de atención hacia el barrio se refleja también en los nuevos recorridos turísticos, altamente concurridos, y que son una evidencia de la creciente demanda.

Los agentes que han influido —e influyen— sobre el desarrollo turístico de un destino son diversos y suelen ser agrupados de manera diferente por los estudiosos del tema. Para el sociólogo Eric Laws, estos se pueden estructurar en dos grupos fundamentales: las atracciones turísticas y actividades —el *sight* incluido en la ecuación de Dean MacCannell (MacCannell, 1976; Porfido, 2019)— y el conjunto de servicios turísticos: alojamientos, bares y restaurantes, comercios, entre otros (Laws, 1991; Emanuelli, 2016). En este artículo, pondremos el foco en la observación y evaluación del segundo grupo.

En las últimas décadas, el perfil del turista ha cambiado drásticamente. Más allá del turismo más clásico de sol y playa y el cultural, nace la idea de un turismo que enseñe al visitante a “vivir como local”. El turista de cuarta generación busca experiencias auténticas, más allá del ocio tradicional (Dell’Ara, 2010); y es esa tipología la que encuentra su hábitat perfecto en barrios gentrificados como el Raval (Arias, 2018). Por ejemplo,

Airbnb ha integrado recientemente en su plataforma una sección dedicada sólo a las experiencias, evidenciando su relevancia y potencialidad dentro del mercado turístico. Este auge es aprovechado también por las asociaciones turísticas, que han comenzado a desarrollar actividades culturales, con el objetivo de enseñar a los turistas, y a los mismos residentes, los tesoros más escondidos del barrio. Un ejemplo de ello lo vemos con Safari Raval, que organiza *contratours* gratuitos contra la estigmatización del barrio, promoviendo una mejor convivencia entre todas las categorías de habitantes.

La presencia de turistas en el Raval, y sobre todo su concentración en la zona norte del barrio suele atribuirse a los equipamientos culturales como el MACBA y CCCB; y su desplazamiento hacia la parte interior del barrio se atribuye a la apertura de la Rambla del Raval. Ambas intervenciones han sido consideradas como estratégicas para la transformación del barrio, donde la cultura juega un rol relevante. Además del incremento de locales que ofrecen servicios turísticos, la presión por la demanda de experiencias 'auténticas' y 'típicas', así como la concentración de turistas sobre ciertas zonas de la ciudad, es importante también tener en cuenta el alojamiento. Los hoteles, albergues y las viviendas de uso turístico (HUT) —estén legalmente registradas o sean ilegales— representan el reto más importante de los últimos años para las administraciones locales. El aumento de las HUT entre 2011 y 2014 así como la explosión del fenómeno Airbnb, ha causado enormes tensiones entre las comunidades de vecinos y los que se dedican a alquilar pisos turísticos (Arias y Quaglieri, 2016).

El objetivo de esta contribución es examinar los instrumentos de gestión y planificación aplicados en el barrio del Raval, con el fin de ponerlos en relación con el impacto del turismo en el área de estudio. Entendemos que las transformaciones físicas operadas desde los años 80 han contribuido a hacer más atractivo el barrio y por tanto a atraer más visitantes, lo cual repercute significativamente en la calidad del espacio urbano y en la convivencia. Para analizar su impacto, evaluaremos los cambios acaecidos en el sector de los servicios (que, tal como hemos mencionado, junto con los atractivos turísticos, son los factores más influyentes en el desarrollo de un destino turístico), centrándonos en los alojamientos, los bares y restaurantes, y los comercios. La elección de estas tres categorías se responde a su alto grado de influencia en la urbanidad de los barrios, máxime cuando gran parte de ellas tiene una importante repercusión en la organización de las plantas bajas, donde el espacio privado establece una relación con el público y conforma el centro de la vida urbana (Gehl, 2006; Monteys, 2017).

Para alcanzar los objetivos planteados, en una primera fase se ha analizado la evolución histórica del barrio de Raval, desde el siglo XIV, para comprender mejor de dónde surgen las problemáticas y las ideas de intervención y entender el estado en que estaba el barrio antes de las actuaciones más relevantes. Esa reconstrucción se basa en escritos de historiadores, urbanistas, arquitectos, geógrafos y antropólogos. En una segunda fase, se han analizado en profundidad los sectores del Raval donde la intervención urbana ha

sido de mayor envergadura, y se ha prestado atención a las estrategias promovidas por los planes urbanísticos, mediante su consulta. Para confirmar que estas áreas han sufrido un proceso de turistificación importante, en una tercera fase hemos analizado su impacto en los servicios mediante la consulta de estadísticas y fuentes secundarias sobre las tipologías de comercios, servicios de restauración y el incremento de los alojamientos turísticos. Por su complejidad, medir este proceso requiere aproximaciones multidisciplinares, por lo que esta contribución pretende aportar una nueva mirada sin excluir otras.

2. Un siglo de ideas para el Raval

2.1. La metamorfosis del Raval, desde los orígenes hasta los años 70

El barrio del Raval comienza a tomar forma cuando en el siglo XIV se construye el tercer cinturón amurallado. Desde ese momento y hasta el año 1837, el Raval se configura como el lugar donde se localizan la mayoría de los conventos. Más tarde, a comienzos del siglo XVIII, las industrias empiezan a instalarse en medio de huertos, conventos y casas gremiales; que cambian sus tipologías para responder a la nueva demanda de vivienda para los trabajadores que se mudan a la ciudad.

En 1859 se decidió derribar las murallas debido al problema de las revueltas obreras y las epidemias; permitiendo la expansión urbana e industrial fuera del núcleo urbano. El Raval se transformó en un barrio residencial obrero, con viviendas para las clases con menos poder adquisitivo, entre las cuales los inmigrantes eran los protagonistas. En el mismo año Ildefonso Cerdà plantea lo que sería la primera idea de intervención a gran escala sobre el barrio y que marcará todas las intervenciones posteriores, el Plan de Ensanche para Barcelona (1859). En este se entendía la ciudad en el sentido mar-montaña como una sola pieza, prolongando sus calles de manera que penetraran en Ciutat Vella estableciendo esta continuidad. La idea detrás de esta operación era que, a la larga, la continuidad de la trama con el ensanche acabaría contagiando al casco antiguo, que sería reconvertido totalmente.-

Los sucesivos planes para Barcelona, que influirían sobre el Raval desde la gran escala, siguen el concepto de 'atravesar': Baixeras en 1879, Darder en 1918 o Vilaseca en 1939. No obstante, ninguna de estas propuestas logra materializarse, mayormente por el problema que supone la incorporación del tráfico rodado al casco antiguo. Además del problema del tráfico —central en estas primeras propuestas—, se le suma la incertidumbre acerca de cómo gestionar el hacinamiento humano en gran cantidad de calles, la proximidad con el puerto y la dedicación de muchos inmuebles a bares, salas de espectáculos y burdeles. Todo ello concentrado sobre todo en la zona sur, consiguiendo que hacia el año 1925 el periodista Àngel Marsà bautice al Raval con el nombre de Barrio Chino.

Una nueva mirada al problema del Raval —y del casco antiguo en general— llega en 1934 con el Plan Macià del GATCPAC. Sus propuestas tienen más que ver con el saneamiento del barrio a partir de estrategias de

esponjamiento localizadas y la construcción de equipamientos públicos de primera necesidad (Tarragó Cid, 1972). El Plan Parcial de ordenación del Casco Antiguo de 1956 se hace eco de estas ideas de vaciamiento localizado, apostando además por la conservación del tejido histórico. Se trata del primer plan que plantea otra estrategia de intervención diferente a la idea de atravesar el barrio.

Durante los años 60 del siglo XX, con el crecimiento económico generalizado en la ciudad, la clase trabajadora y el pequeño comerciante abandonan Ciutat Vella. Quedando sólo el sector servicios, se produce una tercerización económica y un desdoblamiento del barrio que fomenta la llegada de población marginal. Por otra parte, a finales de los años 70 aparece, sobre todo en el Raval, el fenómeno de la droga y con él se acelera el deterioro y la marginación. En la misma década, el Plan General Metropolitano (1976) apuesta por la circulación rodada periférica al Raval que contribuye a encerrar el sector y mantenerlo aislado como una pieza difícilmente asimilable al resto de la ciudad. Las actuaciones del PGM dejan entrever, además, que la afectación viaria, como estrategia típica de actuación en el sector, no era la más eficaz para su regeneración. Se decide entonces potenciar usos centrales y representativos, y solucionar de una vez por todas el problema de la residencia digna, para lo cual el plan define áreas de renovación que más tarde darán lugar a los PERI.

Hasta aquí, podemos identificar dos principales estrategias de actuación sobre el barrio:

- a) En primer lugar, aparece la estrategia de 'atravesar' el sector, ideada por Cerdà, que se mantiene en sucesivos planes posteriores estableciendo continuidades con el ensanche y buscando a la vez sanear y renovar el tejido del Raval. La idea de atravesar el sector plantea actuaciones a escala de la ciudad, mayormente centradas en dar continuidad al tráfico rodado.
- b) La segunda estrategia tiene que ver con el 'esponjamiento' del área y la generación de nuevos espacios libres a partir de la demolición de ciertas edificaciones. Este tipo de operación plantea, en contraposición a las anteriores, una visión del problema más enfocada en lo local y en realizar intervenciones para crear vacíos en el suelo urbano, a una escala más acotada y abordable.

Si bien todas las propuestas desde el siglo XIX en adelante pretenden una modernización del sector, lo hacen con sistemas instrumentales muy diferentes. La mayoría de las ideas proponen modificaciones a partir de la movilidad y el tránsito. Sin embargo, desde los años 80, las propuestas se hacen más localizadas, mirando el problema desde otro ángulo.

2.2. El inicio de la transformación: el Plan Especial de Reforma Interior (PERI) y el programa de Áreas de Rehabilitación Integral (ARI) en los años 80

A partir de la década de 1980, con la llegada de los ayuntamientos democráticos, comenzaron a plantear-

se posibles soluciones a cuestiones como la lucha contra las drogas, la prostitución y la instalación de equipamientos públicos que se materializaron en 1985 en el Plan Especial de Reforma Interior del Raval. El plan tenía tres ejes de actuación: transformaciones urbanísticas (físicas), políticas culturales y políticas sociales. Las principales propuestas se enfocan a una reestructuración del sistema viario y el espacio público, en la rehabilitación y sustitución de equipamientos y viviendas, potenciación de actividades y el apoyo a programas sociales (figura 1).

Con los PERI aprobados y con un estudio de las posibles actuaciones a hacer en el Barrio Gótico se confecciona un Programa que sirvió para obtener en 1986 la Declaración de Áreas de Rehabilitación Integral (ARI) para todo el ámbito de Ciutat Vella. Estas áreas "se definen como tejidos urbanos [...] en proceso de degradación física, social o ambiental, situados tanto en centros históricos como en barrios periféricos o zonas rurales" (Hernández Aja et al., 2014, pàg. 132). Una vez declaradas como ARI, las áreas pueden optar a ayudas económicas para su regeneración. En el caso de la Ciutat Vella, esta declaración de casi 400 hectáreas incluye el mayor ámbito de todos los ARI y de él se puede destacar, según Pere Serra i Amengual (2017), su decidida apuesta por el modelo residencial para el centro histórico, el hecho de establecer el derecho al realojo, la creación de equipamientos complementarios a la residencia, y la rehabilitación de la edificación.

El Programa ARI, redactado por Carles Díaz —arquitecto corredactor del PERI del Raval— y Emili García —economista corredactor del PERI de la Barceloneta—, organiza las propuestas de actuaciones clasificándolas en cinco zonas: Raval Norte, Raval Sur, Barrio Gótico, Sector Oriental y Barceloneta. En total se trataba de 237 actuaciones urbanísticas, agrupadas en 21 sectores de forma que el conjunto de operaciones de cada sector generará el efecto deseado, garantizando la debida coordinación entre ellas.

Las actuaciones de mayor escala para el barrio del Raval se centran en dos ámbitos: el entorno de la Casa de la Caritat, donde se desarrolla el Clúster Cultural del MACBA y CCCB, y entorno al Plan Central de Raval, con la Rambla como epicentro de la transformación. El resto de las operaciones, de menor escala, representan sin embargo el 70% de los expedientes presentados y son al fin de cuentas las "operaciones de acupuntura" que caracterizan al plan (Busquets, 2003).

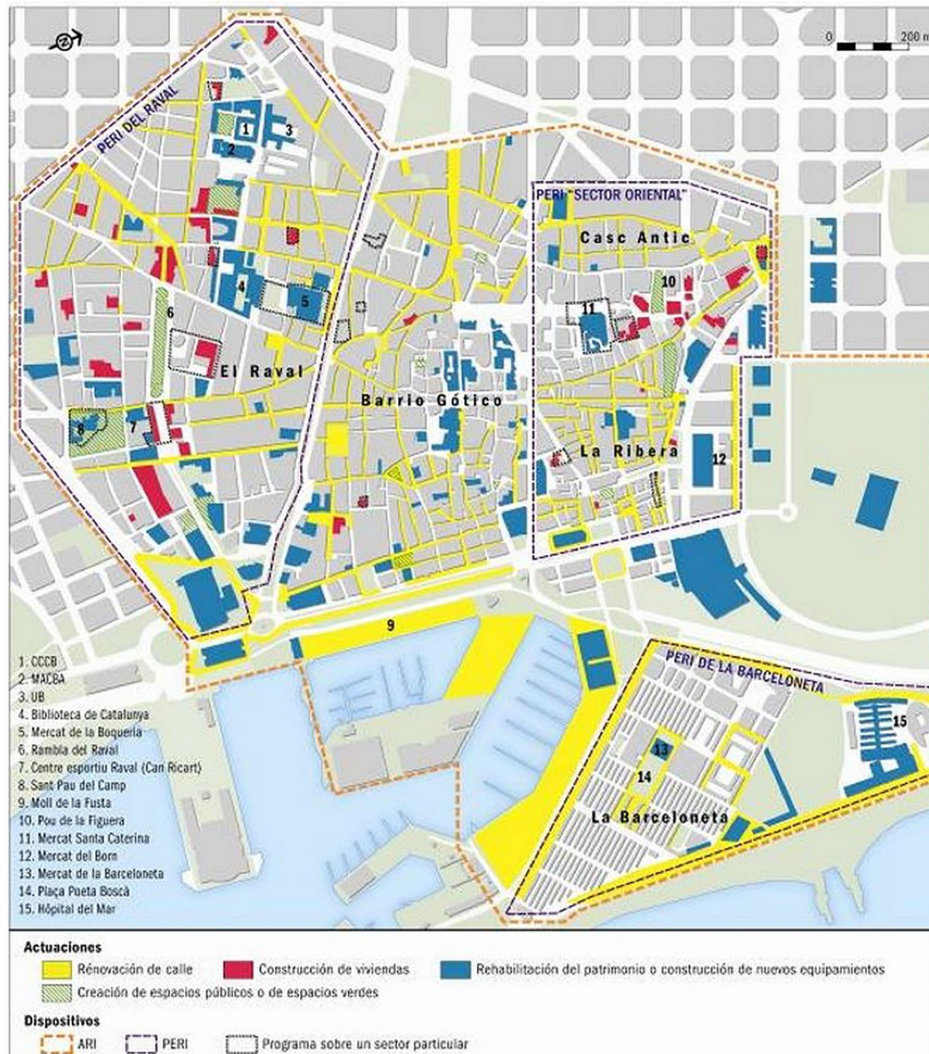
3. De plan a la transformación física

Para analizar el paso de los planes a la realidad, hemos decidido centrarnos en el estudio de las que consideramos son las principales transformaciones físicas de los últimos 35 años: la creación del Clúster Cultural en los años 80-90, el Plan Central del Raval de los mismos años y un conjunto de intervenciones de escala más reducida en los años inmediatamente sucesivos. La descripción de cada una de estas estrategias sirve de base para analizar su repercusión sobre el fenómeno turístico.

3.1. El Clúster Cultural

Las estrategias más relevantes para el barrio del Raval se inician en la zona norte con el Clúster Cultural. El

Figura 1. PERI del Raval, PERI del sector Oriental y PERI de la Barceloneta



Fuente: Ter Missian (2014).

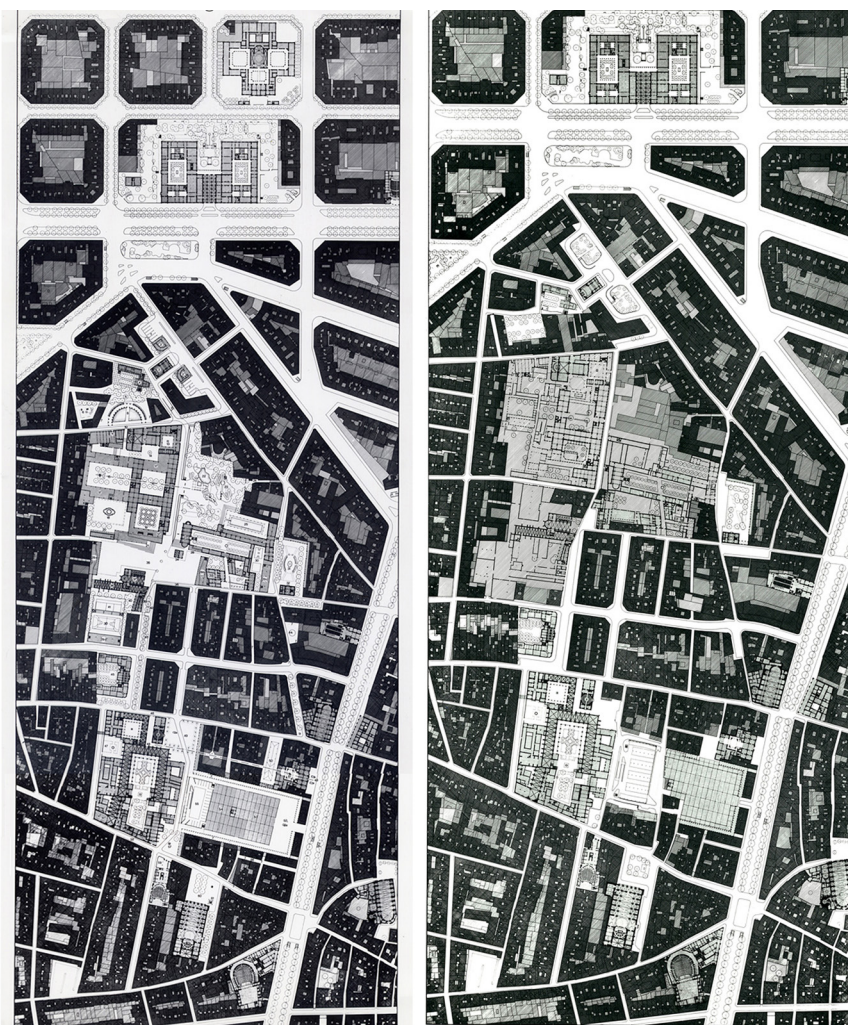
origen de esta operación se encuentra a principios de los años 80 en el plan *Del Liceu al Seminari*, elaborado por Lluís Clotet, Òscar Tusquets y Francesc Bassó, sobre la posibilidad de transformar el sector del Convent dels Àngels, la antigua Casa de la Caritat y la Casa de la Misericòrdia e instalar un museo de arte moderno. La idea del plan era dinamizar el barrio a través de un recorrido que uniera diferentes equipamientos culturales enfocados a toda la ciudad y no sólo al barrio (figura 2).

Durante los años 90, estas piezas se concretan gracias a la aprobación en 1985 del *Plan de Museos de Barcelona* (Ajuntament de Barcelona, 1985a; Heeren, 2002), donde nació la idea del Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, encargado a Richard Meier, y el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, obra de Albert Viaplana. Más tarde, se sumaron al Clúster Cultural el edificio de la Facultad de Geografía e Historia de la Universitat de Barcelona (2006) y el de la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales de la Universitat Ramon Llull, entre otros (Scarnato, 2016). La intención final era que los edificios y plazas públicas devinieran elementos de identidad del barrio y al mismo tiempo atrajeran público del resto de la ciudad para dinamizar el sector.

Los resultados están a la vista y estas piezas colocadas en el Norte del Raval, la parte mejor comunicada del barrio, han logrado impulsar la instalación de diferentes entidades culturales a su alrededor. Desde el emplazamiento de estos equipamientos, el barrio comienza a atraer talleres de artistas, galerías de arte, estudios de diseño y arquitectura, instituciones educativas, medios de comunicación, librerías, editoriales, y más recientemente locales de diseño (Surbirats y Rius, 2006). Estas modificaciones han logrado poner al Raval en el mapa de la ciudad y generar interés en el área. El plan lleva a cabo la idea de 'atravesar' como estrategia de regeneración, convirtiendo al sector norte en la 'puerta de entrada' al barrio, tanto desde la plaza Universidad como desde la Plaza Catalunya, rompiendo esa idea de recinto de difícil acceso que caracterizó gran parte de la historia del Raval.

Sin embargo, desde su creación, estos equipamientos han sido objeto de muchas críticas a favor y en contra. Para unos ha sido el detonante que el barrio necesitaba para abrirse a la ciudad, puesto que han sabido generar conexiones, aprovechando su cercanía a la Plaza Catalunya y a las Ramblas (Correa, 2010; Pérez Bazán y Sabaté Bel, 2017a). Para otros, esto no es más que

Figura 2. Plan *Del Liceu al Seminari*



Fuente: www.tusquets.com/fichag/832/1980-del-liceu-al-seminari

otro intento de internacionalización de la ciudad en relación a su transformación urbanística que, sin embargo, genera en el área un riesgo de gentrificación de importancia (Correa, 2010; Arbaci y Tapada-Berteli, 2012; Abe, 2012; Tremblay y Battaglia, 2012).

3.2. El Plan Central

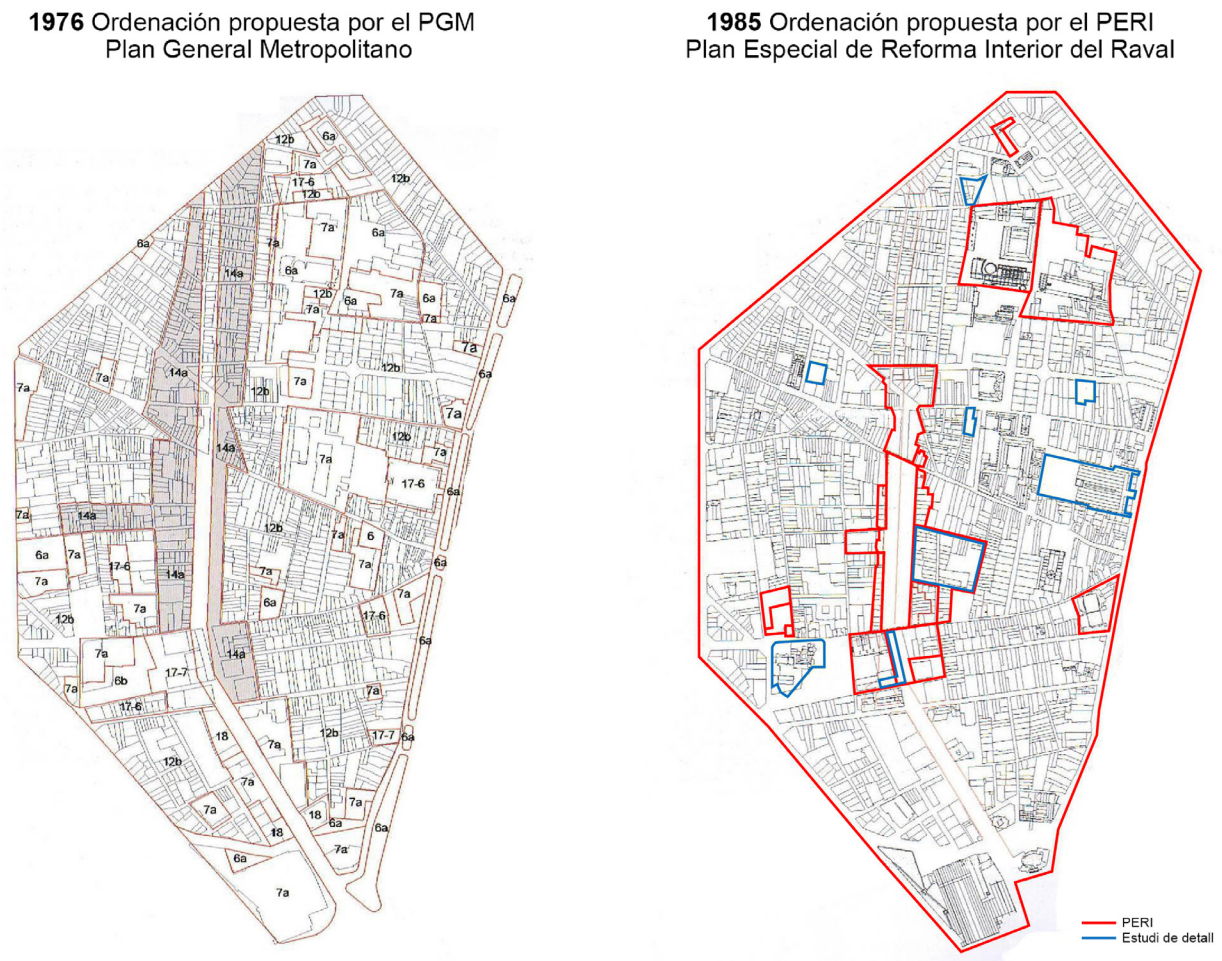
El Plan Central del Raval propone la concreción de la idea de conexión mar-montaña planteada desde la época de Cerdà. Se trata de la conexión más difícil de realizar, dado que no es la conexión más natural, por lo que se descarta la idea de una única vía, tal como proponía el Plan General Metropolitano. El PERI parte de la idea de reducir la cantidad de afectaciones que proponía el PGM en la zona central, alrededor de la vía propuesta (ver figura 3), con el fin de dinamizar la actividad de renovación de edificios en la zona, que estaba en gran parte degradada por el congelamiento que suponían las afectaciones.

Para resolver la falta de un espacio colectivo de gran escala para el barrio y la conexión vertical entre las vías históricas tradicionalmente horizontales se realiza la intervención de la Rambla del Raval (figura 4). Se trata de la apertura de un espacio de gran superfi-

cie (317 x 58 metros), que aprovecha las afectaciones históricas sobre cinco manzanas que tenían una estructura de calles de 5 metros de ancho, con alta densidad de viviendas de edificación deficiente. Por su parte, la remodelación de la Avenida Drassanes permite abrir el barrio al mar mediante una vía-parque que enlaza con la Rambla del Raval. En esta operación, la forma de conectar los itinerarios urbanos horizontales y verticales se hace priorizando su carácter cívico antes que el viario, es decir, la prioridad del peatón sobre el vehículo, pero resolviendo ambos flujos circulatorios.

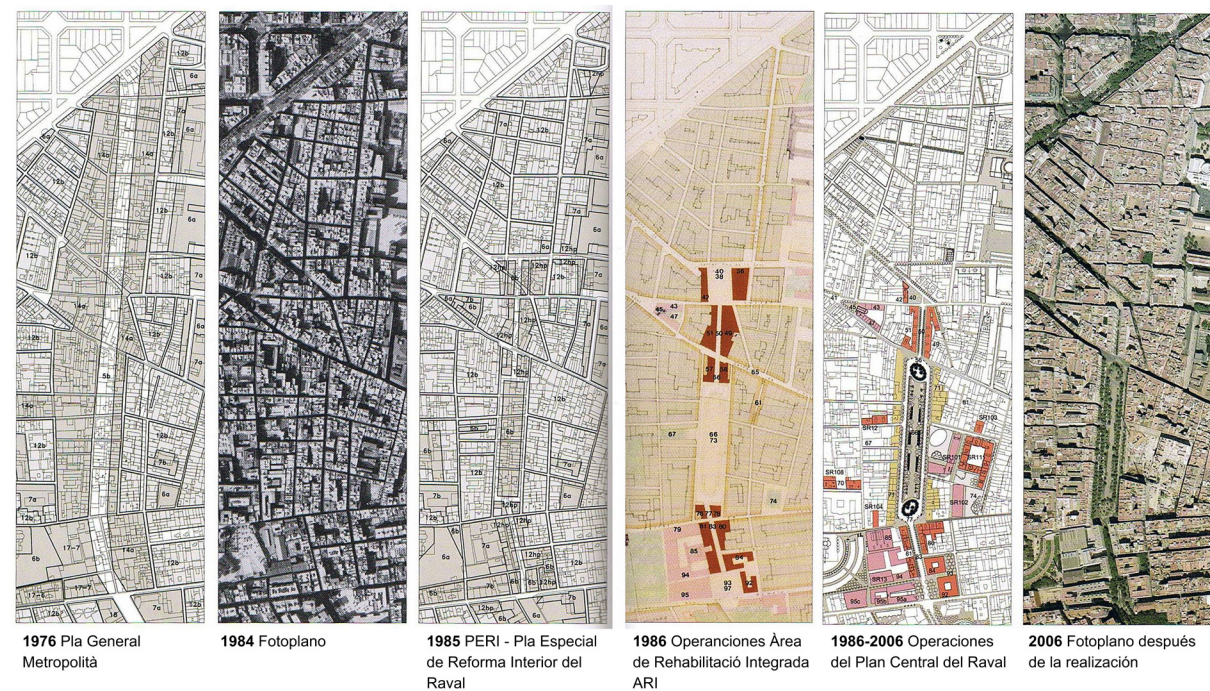
En 1995 se aprueba definitivamente la reordenación del Plan Central del Raval, eliminando los 'edificios puerta' de los extremos de la Rambla del plan original. De esta manera, se alarga el espacio de la Rambla, ganando aproximadamente un cuarto de su superficie. Adicionalmente, se reordena el espacio verde ubicado en la manzana central, enfrentada a la Illa Robadors. Finalmente, la Rambla se inaugura en septiembre de 2000, pero comienzan a aflorar las dudas acerca de lo que supone este espacio de grandes dimensiones que nada tiene que ver con el urbanismo del casco antiguo de Barcelona y, sobre todo, acerca de los que sucederá a su alrededor.

Figura 3. Comparativa entre la ordenación propuesta por el PGM (1976) y el PERI (1985), donde se observa la gran cantidad de desafectaciones que produjo el PERI



Fuente: Busquets, 2003.

Figura 4. Evolución de la intervención en la Rambla del Raval



Fuente: Cabrera i Massanés (2007).

En el año 2001 se plantea el proyecto actual para la Illa Robadors (ideado por el estudio MBM, y que se termina de especificar en la ordenanza en 2005). El programa incluye viviendas de protección oficial, un edificio de oficinas, un hotel y espacio para comercio y actividades recreativas. El proyecto defiende el enlace entre los diferentes espacios públicos a través de las plantas bajas. El hotel del grupo mallorquín Barceló se inaugura finalmente en septiembre de 2008.

En la última década, la Rambla se convirtió en espacio de encuentro de residentes y visitantes y los cambios en la zona resultaron en la aparición de nuevos comercios, dinamizando y transformando la zona y atrayendo la mirada de turistas que buscan en el 'centro del barrio chino' esta singular identidad de la ciudad. Puede que el turista no se aloje en el barrio, pero seguramente vaya a visitar la zona. Tal y como sucede con el resto de las transformaciones del barrio, el Plan Central del Raval pretende ser el germen para nuevas actuaciones voluntarias, a fin de conseguir que algunos edificios y fachadas ubicadas en las zonas aledañas fueran rehabilitadas por iniciativa de sus propietarios.

Si bien las reformas físicas del barrio se basaron en demandas sociales, las consecuencias del plan han superado altamente las previsiones hechas sobre lo que sucedería en el entorno de las transformaciones. Desde las mismas bases de los PERI de Ciutat Vella se apuesta por un centro histórico residencial, para evitar lo que sucede en otros centros similares donde la alta presencia de actividades terciarias deja un centro vacío durante la noche. Pese a que se han hecho programas de integración social, pueden no haber sido suficientes para afrontar los cambios vertiginosos en el barrio y el resto de la ciudad (aumento del paro a partir de la crisis, crecimiento de la inmigración de diferentes culturas, consumo de drogas, etc.) y las problemáticas históricas (como la prostitución), a las que se suma la llegada del turismo masivo (Martínez-Rigol, 2015). Sin embargo, quien visite la Rambla podrá observar que ha alcanzado un alto grado mixticidad; en

tre las decenas de terrazas de bar, conviven los residentes tradicionales, los barceloneses que asisten a una sesión de la filmoteca de Catalunya o a tomar una copa a un bar, los inmigrantes recién llegados, y los turistas que recorren el barrio.

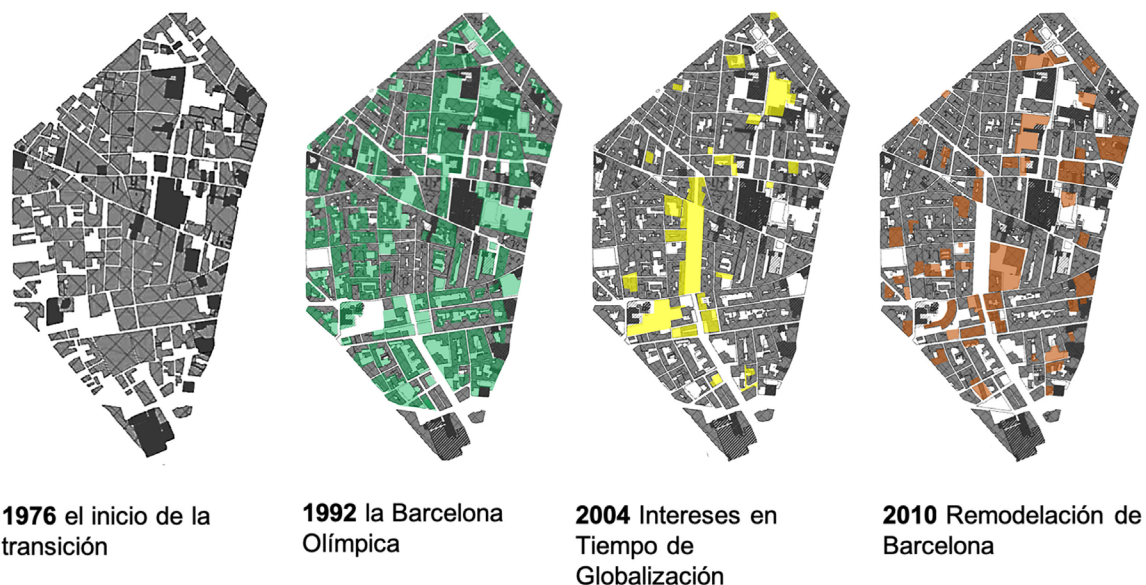
3.3. Operaciones de pequeña escala: el surgimiento de nuevos espacios libres

Como contraparte de las dos grandes actuaciones comentadas anteriormente, es necesario destacar la enorme transformación operada en el sector utilizando la estrategia de 'acupuntura urbana'. Estas intervenciones de menor escala están relacionadas a apertura espacios, repavimentación de las calles, adecuación de todo el alumbrado público, la reutilización de grandes equipamientos en desuso como polos culturales y espacios públicos, la creación de múltiples actividades culturales en edificios nuevos a fin de dinamizar la vida del barrio, la renovación de toda la infraestructura de servicios (electricidad, gas, teléfono, etc.), la instalación del servicio de recogida neumática de basura para evitar las basuras en la calle y la circulación de camiones de residuos.

Todas estas actuaciones que están por fuera de las dos grandes intervenciones, si bien comportan el 70% de los expedientes, son operaciones de pequeña escala, que individualmente podrían no ser muy significativas, pero estudiadas en conjunto demuestran aportar mayor identidad a la ejecución del plan (figura 5). En cuanto a la apertura de nuevos espacios públicos que aprovechan antiguas afectaciones, la remodelación del Mercado de la Boquería con la Plaza de la Gardunya, y el Parc de Sant Pau podrían ser las más representativas de estas operaciones.

Crear espacios libres nuevos en un tejido tan denso era una tarea extremadamente difícil, pero la estrategia de esponjamiento a través de la demolición de ciertas edificaciones ayuda al saneamiento del sector, a crear nuevos puntos de atracción, pequeñas pla-

Figura 5. Fases de la transformación del Raval por años



Fuente: Elaboración propia a partir de los planos del MUHBA, www.cartahistorica.muhba.cat

zas o ampliaciones en calles estrechas, como en el caso de la Filmoteca y del bloque de viviendas justo en frente, en Carrer d'en Robador. Esta idea, que ya figuraba en la propuesta del GATCPAC de 1932, permitió crear nuevos espacios aprovechando antiguas afectaciones.

Los nuevos espacios públicos del Raval pretenden resolver problemáticas de salubridad, pero también aportar nuevos espacios de sociabilidad. En ese sentido, se apela a estos sitios como lugares de referencia y también de regeneración. Abrir una plaza donde antes había una construcción obsoleta posibilita que pueda colocarse una terraza de un bar y así dinamizar ciertos puntos, regenerando el lugar desde el punto de vista social pero también económico.

Los nuevos espacios abiertos, las estrategias de esponjamiento y apertura de equipamientos ha producido dos efectos principales: una mayor visibilidad al barrio y sus atractivos (plazas escondidas, pequeños pasajes, etc.) y una proliferación de comercios, con un consecuente incremento del flujo de turistas. Las intervenciones de acupuntura representan una estrategia a mitad de camino entre la creación de ejes de conexión o enlaces visuales y la creación de nuevos puntos focales. En los dos casos, el efecto final es el aumento de la permeabilidad del área, un mayor atractivo y el consiguiente desarrollo turístico del barrio, que antes era más limitado debido a una situación de inseguridad a causa de la poca visibilidad, una malla urbana de difícil lectura inmediata y reducida movilidad interna.

4. De las transformaciones urbanísticas a la ciudad turística

Las transformaciones urbanísticas previstas por los planes hasta los años 2000 no tenían en consideración al turismo como una importante variable que podría afectar las dinámicas urbanas, aunque hoy podemos afirmar que su impacto es innegable. El proceso de turistificación de la ciudad, muy acusado desde comienzos del presente siglo, queda evidenciado en el aumento exponencial de las cifras de llegada de turistas a la ciudad.

En el caso del Raval, todas las estrategias pensadas para contrarrestar los problemas sociales y físicos, aumentando la permeabilidad del tejido urbano y abriendo el barrio al resto de la ciudad, han generado una mayor atención sobre el barrio mismo. Esto se traduce en flujos constantes de turistas que poco a poco consiguen apropiarse del barrio. A continuación, analizamos el desarrollo de los servicios turísticos del barrio y los intentos por parte del ayuntamiento para regular la convivencia entre residentes y visitantes.

4.1. Los servicios turísticos en el Raval: alojamiento, comercios, y restauración

El tema de los hoteles y de las viviendas de usos turísticos abre un debate fundamental sobre el caso de los alojamientos y su gestión que, por su vastedad, no será el objeto principal de este artículo. Sin embargo, merece la pena mencionar las problemáticas unidas a este tema: los retos que supone la llegada de Airbnb (Arias y Quagliari, 2016; Oskam y Boswijk, 2016), el incremento de las HUT (Gutiérrez et al., 2017; Lambea Llop, 2017) y las reglamentaciones adoptadas por el Ayuntamiento de Barcelona —*Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos* (PEUAT) del 2017—, que sin duda son tema de debate y controversia constante.

El incremento de la demanda de oferta de alojamiento hace que la ciudad de Barcelona pase de tener 28 hoteles en los años 50 —la mayoría de los cuales se concentraban alrededor de la Rambla y del Passeig de Gracia (Palou Rubio, 2012)— a los 684 hoteles que tiene hoy en día (Departament d'Estadística i Difusió de Dades, 2019). El incremento más significativo de este número lo vemos en las cifras entre el año 2000 y 2006, donde la ciudad pasó de tener 187 hoteles a 429 (tabla 1). Esta franja temporal coincide con la época de cambios, que sucedían en la ciudad, previos y posteriores al Forum de las Culturas.

Para valorar este impacto en la escala del Raval, utilizamos datos específicos del barrio, analizando el volumen de los alojamientos no por unidad sino contabilizando el número de plazas. El número total nos dará una radiografía más real de su presencia en la ciudad. En el caso específico del Raval, el total de camas en hoteles, pensiones y albergues es de 8919 (Ajuntament de Barcelona, 2019a), lo cual representa aproximadamente el 11% del total de la ciudad.

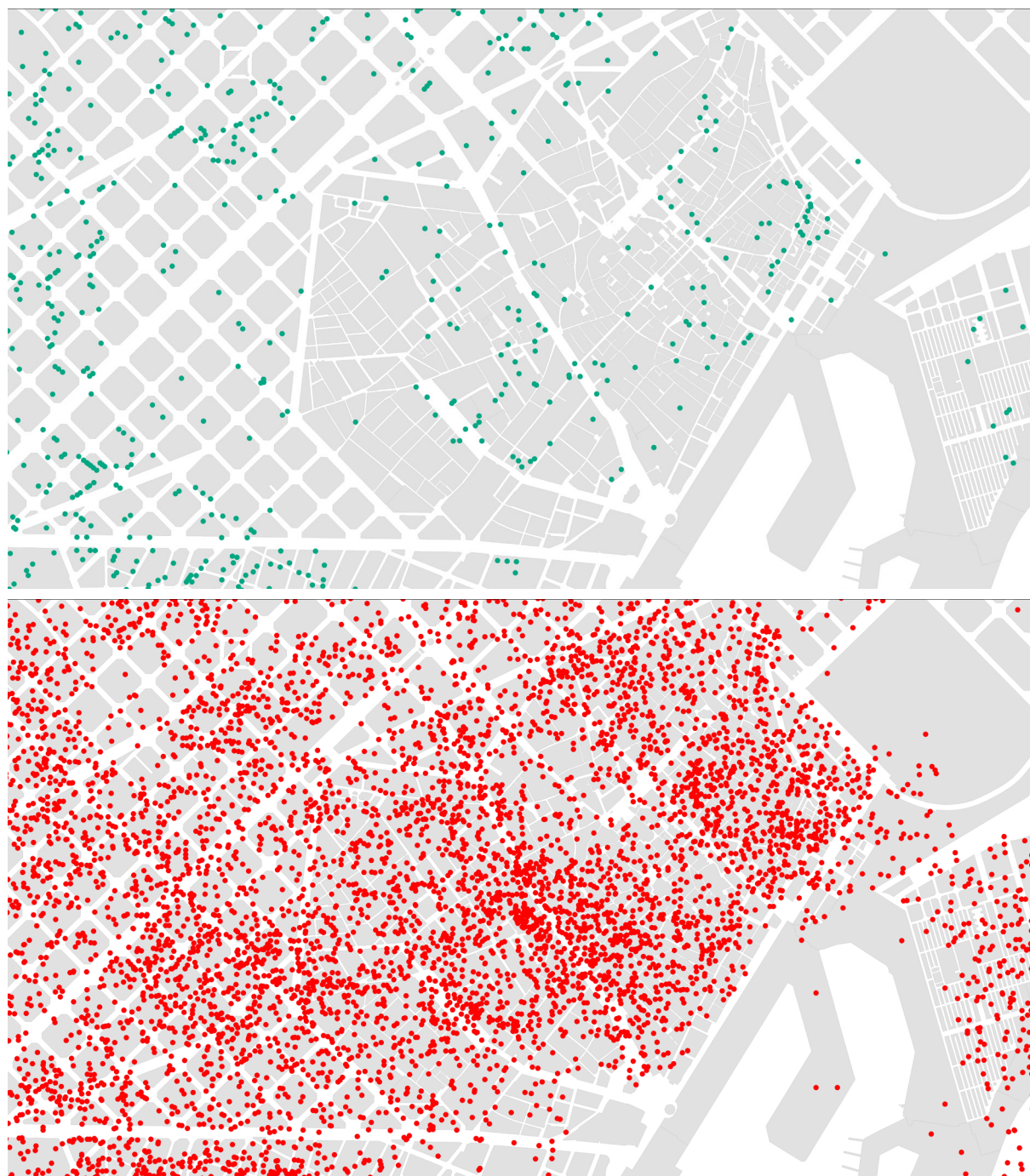
A esta cifra hay que sumar las 189 viviendas de uso turístico legales (HUT) registradas, las cuales pueden referirse desde a una habitación compartida a 4 o 5 habitaciones por registro. Estas 189 viviendas pertenecen a los datos de HUT's declarados en el segundo trimestre del 2019 (Ajuntament de Barcelona, 2019b). La cifra del Raval aparenta ser muy reducida si se compara con los 705 HUT de l'Antiga Esquerra de l'Eixample o de los 1657 HUT de la Dreta de l'Eixample. Sin embargo, si se consideran los datos de la plataforma InsideAirbnb — donde se recogen datos de los alojamientos ofertados en Airbnb de las principales ciudades en el mundo— la oferta de pisos enteros disponibles en el barrio del Raval resulta ser 1628 (datos actualizados al 10 de julio del 2019), nuevamente a nivel de unidades y no de plazas. El impacto comparativo a nivel espacial entre las HUT legales e ilegales se

Tabla 1. Alojamientos por tipologías en la ciudad de Barcelona

	1949/50	1964	1970	1990	1992	2000	2006	2010	2016	2019
Hoteles	28	85	63	118	148	187	429	518	668	684
Plazas	3287	8505	8801	18569	25055	-	48384	66624	76145	82471

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Palou Rubio (2012) por los años 1949, 1950, 1964, 1970, 1990, 1992; Ajuntament de Barcelona, Estadístiques de Turisme (2015) para el año 2000; Ajuntament de Barcelona, Departament d'Estadística i Difusió de Dades (2019) para los años 2006, 2010, 2016, 2019.

Figura 6. Plano del Raval con las HUT legales registradas en el Ayuntamiento (arriba) y las 'ilegales' disponibles en la plataforma Airbnb (abajo)



Fuente: Elaboración propia basada en las bases de datos disponibles en las web opendata-ajuntament.barcelona.cat (Viviendas de uso turístico de la ciudad de Barcelona, relativas al segundo trimestre del 2019) y insideairbnb.com (Barcelona city, actualizada el 10 de julio de 2019).

puede observar en la figura 6, que demuestra también que su presencia en el barrio es dispersa. Esta gran diferencia entre las HUT registradas y las ilegales refleja la dificultad de gestión del fenómeno y su inevitable impacto en las dinámicas del barrio.

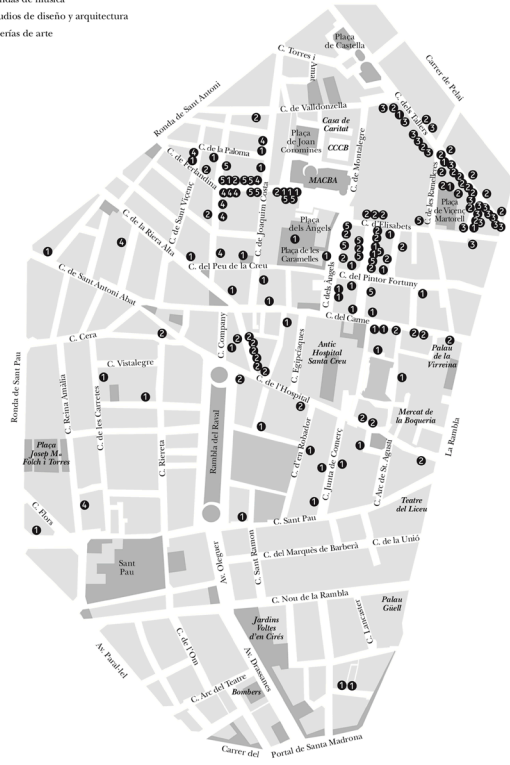
En lo que se refiere a la estructura comercial, entendemos que el comercio —y el uso comercial en planta baja como indicador— podrían asumir un papel fundamental para determinar las áreas de mayor intensidad urbana y, por tanto, más atractivas para el turismo. Sus cambios antes de la suspensión de licencias permitan ver el efecto de las transformaciones del barrio

del Raval, que hasta los años 90 estaba caracterizado por comercios tradicionales. La memoria del PERI describe la existencia de ejes comerciales tradicionales, en forma de 'zeta', a lo largo de la calle Hospital, del Carme y Sant Pau" (Ajuntament de Barcelona, 1985b, págs. 69-72). Esta conexión 'horizontal' constituye el funcionamiento tradicional y natural del barrio, conectando el sector del Gòtic con el barrio de Sant Antoni, reforzado por la presencia de los dos grandes mercados: La Boqueria y Sant Antoni. Según la misma memoria, la mayoría de los establecimientos son de tamaño pequeño y están destinados a cubrir necesidades cotidianas.

Figura 7. Mapa de los nuevos comercios “modernillos”

MAPA 2 / Sectores de nuevos comercios y actividades económicas
Fuente: Elaboración propia

- 1 Bares y restaurantes
- 2 Tiendas de diseño y moda
- 3 Tiendas de música
- 4 Estudios de diseño y arquitectura
- 5 Galerías de arte



Fuente: Subirats y Rius (2006).

Durante la década de los 80 aparecen los primeros comercios gestionados por extracomunitarios —resultado de una importante fase migratoria— que se multiplican rápidamente en pocos años (Sargatal Bataller, 2001; Carreras, 2003). Más tarde, en la década del 2000, desaparecen los comercios minoristas (Pascual Molinas y Ribera Fumaz, 2008) y aparece una nueva modalidad de comercios vinculados al clúster cultural definidos como “modernillos” (Subirats y Rius, 2006) (figura 7). Sin embargo, sería incorrecto afirmar que estos comercios están pensados solo para turistas, en tanto que en esta categoría no están incluidas las clásicas tiendas de souvenirs y postales, sino un conjunto de comercios relacionados al arte, diseño gráfico, artesanía, etc. Pese a ello, entendemos que parte de esos comercios han contribuido de manera significativa a modificar el carácter del barrio y ello lo ha hecho atractivo a otro tipo de público, como es el caso del turismo.

Los diversos planos elaborados en el estudio de Pérez Bazán y Sabaté Bel (2017b) permiten reconocer un cambio en la distribución de los comercios en la zona, donde la tendencia que reconocían Subirats y Rius (2006) en las galerías de arte, estudios de diseño de arquitectura, bares y restaurantes se ha consolidado con algunas variaciones en estos últimos años. Los nuevos negocios dejan de centrarse en la zona Norte del barrio y pasan a extenderse por el resto del mismo, demostrando que ya no son resultado del efecto del Clúster Cultural, sino de la evolución misma del barrio originados en la multiplicación de lugares de atracción.

Tabla 2. Detalle de bares y restaurantes en planta baja para los años 1985, 2001, 2014 y 2016

	1985	2001	2014	2016
<i>Restaurantes y bares</i>	483	633	469	469

Fuente: Elaboración propia basada en Ajuntament de Barcelona (1985b), Carreras (2003), base de datos *Inventario de locales de la ciudad de Barcelona*, Ajuntament de Barcelona (2014, 2016).

El Clúster Cultural, de la mano de nuevas intervenciones urbanas como la remodelación del Mercado de Sant Antoni, han contribuido a reforzar el histórico funcionamiento del barrio en sentido horizontal. Asimismo, y tal como demuestra el estudio de Serra del Pozo (2006), en las calles aledañas sigue existiendo una gran concentración de comercio étnico, sobre todo en la zona noroeste del Raval, en torno a la calle Joaquín Costa y hacia el mercado de Sant Antoni.

Con respecto a los bares y restaurantes de la zona, a pesar de no ser exclusivamente para uso del turista, entendemos que reflejan también el atractivo del barrio, tanto para locales como para visitantes. El PERI ya entendía a los bares y sus terrazas como elementos dinamizadores del espacio público: “Las terrazas de bares y restaurantes son un agradable y animado lugar de estancia si están bien situadas. Debido a los ruidos que puedan provocar, siempre es mejor que se sitúen en placitas y rincones de las zonas comerciales, evitando su incorporación dentro del entorno tranquilo de las viviendas” (Ajuntament de Barcelona, 1985b, pàg.101). El texto deja entrever una influencia positiva de la presencia de bares y terrazas en el espacio público, sin embargo, es prudente puesto que entiende que los problemas aparecen cuando la concentración de estas es excesiva y los ruidos provocados se prolongan en horario nocturno.

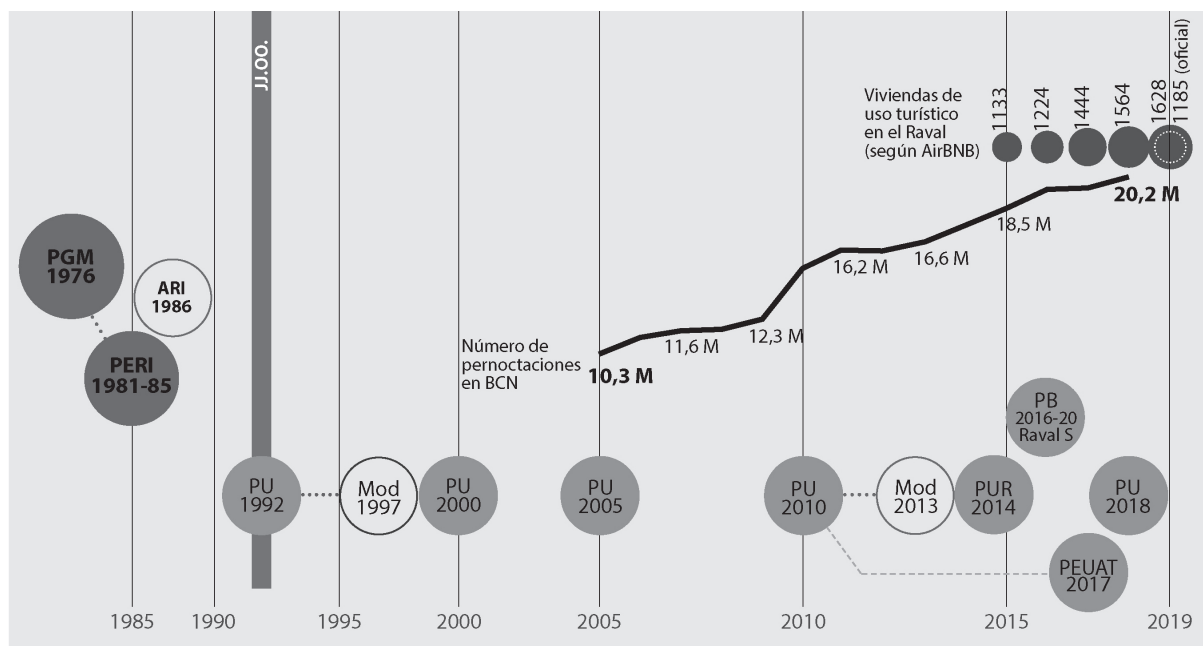
Es justamente en ese punto donde se encuentra el delicado equilibrio entre una presencia excesiva de estos y el uso residencial. La evolución del número de ellos (tabla 2) refleja el freno en la concesión de licencias en la ciudad entre los años 2014-2016, debido justamente a este problema, que trataremos en el siguiente apartado.

4.2 Regulando a través de los usos

Las transformaciones urbanísticas de la ciudad en general, y del Raval en particular, responden a las necesidades de cada zona en un período temporal determinado. El PERI se plantea así como la solución a los problemas más acuciantes del momento. Sin embargo, su alto grado de éxito en la consecución de sus objetivos, ha llevado al barrio a afrontar otro tipo de problemáticas que ya no tienen que ver (solamente) con la mejora del entorno construido.

La regulación de las actividades para que sean compatibles con el uso residencial, que se buscaba desde el PERI, se ha tornado más que necesaria. Desde los años 90, el ayuntamiento lleva desarrollados 6 planes de usos para Ciutat Vella y 2 modificaciones parciales (ver figura 8), que pretenden regular la buena convivencia entre los usos de pública concurrencia y el uso residencial. El primer plan de usos de Ciutat Vella es de 1992 (*Pla Especial d'establiments de pública concurrència i hoteleria de Ciutat Vella*), en esa ocasión la preocupación estaba centrada en los conflictos de or-

Figura 8. Secuencia temporal de implementación de los planes de transformación urbana y los planes de usos, en relación al número de turistas en Barcelona



Fuente: Elaboración propia.

den público que suponían la prostitución y el tráfico de drogas. Es con el Plan de Usos del año 2000 que se incorporan los alojamientos como albergues y residencias añadiendo opciones además de los hoteles, que estaban contemplados como única alternativa. En el año 2005, el Plan de Usos atiende ya a problemáticas de acoso inmobiliario derivadas de la implementación de actividades económicas y comienza a restringir la concesión de licencias hoteleras.

El Plan del 2010 revisa algunos criterios de zonificación, añade nuevos usos y busca potenciar la modernización de los establecimientos de restauración y limitar el número y la capacidad de los hoteles. Más tarde, en el Plan aprobado en 2014 (que entra en el Boletín Oficial en 2015) se regula específicamente el ámbito de las Ramblas, como ámbito saturado por la actividad turística.

En 2017, a partir de la aprobación del PEUAT (*Pla Especial Urbanística per a la regulació dels establiments d'allotjament turístic, albergs de joventut, residències col·lectives d'allotjament temporal i habitatges d'ús turístic a la ciutat de Barcelona*) la regulación del alojamiento turístico queda fuera del ámbito del Plan de Usos, con lo que el último Plan de Usos (de 2018) ya no regula estas actividades. El PEUAT busca evitar que los usos de alojamiento turístico y temporal es sus diversas modalidades acaben por sustituir al uso residencial. La zona del casco antiguo se propone como zona de máxima saturación, donde se agrupan tanto la mayor cantidad de establecimientos como el mayor número de plazas. El PEUAT propone para esta zona el decrecimiento de los establecimientos, prohibiendo la implantación de nuevas actividades, pero manteniendo las existentes.

En paralelo a los planes de usos, en la primera década de este siglo observamos un giro en las estrategias

enfocadas en mejorar el estado de los barrios de Barcelona. En el 2004, se aprueba la *Llei de Barris* (Generalitat de Catalunya, 2004), con el objetivo de intervenir en los territorios urbanos más degradados de las ciudades catalanas en forma de *Projectes d'Intervenció Integrals* (PII). Por otro lado, a fin de hacer frente a todas estas nuevas dinámicas que surgen en el Raval, comienza a desarrollarse el Pla de barris entre 2016 y 2020. Es un plan extraordinario de choque con asignación presupuestaria para hacer frente a las desigualdades en los barrios. En el caso del Raval, se ha aplicado en el sector Sur, en proyectos que, si bien no tienen que ver con el uso turístico, pretenden hacer frente a dinámicas que han surgido colateralmente por el aumento del interés en el sector, apuntando a la cohesión social de los vecinos permanentes del barrio.

La revisión de las estrategias urbanísticas más relevantes para el barrio del Raval, nos muestra cómo estas han seguido directrices específicas que responden a las necesidades de cada zona, en un período temporal determinado. Como muestra la figura 8, en el momento de su implementación poco se hablaba de la ciudad turística, de turistificación, records constantes en número de pernoctaciones, incrementos de cifras de HUTs, y menos de estrategias de control o gestión del turismo. Estos debates son más recientes e intensos al día de hoy, donde la mirada a estrategias pasadas nos permite plantear intervenciones puntuales a futuro.

5. Conclusiones

La observación de los planes y las intervenciones realizadas en el Raval nos permite identificar una estrategia común, donde subyace la idea de que abrir 'puertas' atraerá nuevos públicos, contribuyendo a la mixtura social y de usos y a la vez permitirá descongestionar el tejido abigarrado del sector (Abe, 2012; Scarnato, 2016). En las propuestas que van desde mediados del

siglo XIX hasta principios del XXI, dos son los conceptos que llaman la atención: atravesar y esponjar.

‘Atravesar’ el Raval implica invitar al público a acudir a un barrio que estuvo ciertamente estigmatizado durante muchos años. La idea que nace con el propio plan Cerdà, se mantiene en casi todas las propuestas. Estas estrategias estuvieron siempre apoyadas en grandes equipamientos atractivos, tal como plantea la propuesta *Del Liceu al Seminari*. Por otra parte, ‘esponjar’ el Raval implica la creación de nuevos espacios abiertos en un tejido congestionado. Aunque con un carácter totalmente diferente, esta propuesta, nacida originalmente de las propuestas del GATCPAC, también permanece en la propuesta del PERI. Estas estrategias urbanas plantean dos escalas de intervención diferentes: la primera, se apoya en la conexión con la ciudad, y por consiguiente intervenciones de mayor escala; mientras que la segunda es de índole local y supone intervenciones adicionales más acotadas, de ‘acupuntura’.

Es preciso destacar que el aumento del turismo en el Raval no es una consecuencia directa de las transformaciones físicas, sino que se enmarca dentro de fenómenos de mayor magnitud que tienen que ver con un aumento del turismo a nivel global y en Barcelona en particular. No obstante, la mejora general de las condiciones de habitabilidad del barrio, le han hecho más atractivo para otro tipo de públicos, entre los cuales contamos al turista. Ese atractivo que posee el Raval a partir de su transformación ha generado consecuencias importantes sobre el tejido social del barrio, ya de por sí uno de los más vulnerables de Barcelona. De esta manera, su posición central y su interés turístico, han llevado a un incremento de las actividades económicas, que repercuten sobre el tejido residencial que se buscó mantener desde los planes de los años 80.

A lo largo de este recorrido, hemos observado que los diferentes planes urbanísticos han tenido un tímido acercamiento a la regulación específica de los usos. Si bien se planteaban ideas generales como un centro histórico residencial, usos mixtos en algunos sectores y superficies destinadas a actividades, poco se hablaba de un posible conflicto entre diferentes usos. Mucho menos aún se hablaba en los planes de los años 80 de una posible llegada de turistas, que era algo absolutamente impensable en la época.

La revisión de las estrategias de planificación urbana y sus sucesivas transformaciones a escala de barrio y de ciudad, ayudan a arrojar luz sobre la posible relación entre las transformaciones urbanísticas y la llegada del turismo a barrios como el Raval, donde esto sucede de manera no programada. De hecho, las intervenciones pequeñas, pensadas para mejorar el espacio público, su salubridad y seguridad, han acabado por contribuir al aumento exponencial de los efectos turísticos de manera colateral (Sargatal Bataller, 2009). Por otro lado, casos como el hotel de la Rambla del Raval, previsto desde 2001, no estaban pensados como el germen de un nuevo epicentro hotelero, sino como parte de una mezcla de usos entre los cuales se contaban además el residencial, comercial, cívico y cultural.

El fenómeno turístico, que hasta hoy ha sido considerado como un factor de influencia externo a la ciudad, es más que nunca un componente esencial a la hora

de decidir la planificación urbana. En consecuencia, es fundamental hoy en día que las herramientas de planificación incluyan al turismo de manera consciente en su programación, sabiendo que, en ciudades como Barcelona, y sobre todo en los centros históricos, su presencia impactará —de la misma manera que en el ámbito social y económico— en el espacio físico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABE, D. (enero de 2012). *Tourism, Gentrification and Neighborhood Management in Regenerated-Cities: Towards a "Post-regeneration urbanism"*. Ponencia presentada a la 6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU)-TOURBANISM, Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (1985a). *Pla de Museus*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (1985b). *Plan Especial de Reforma Interior del Raval*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2019a). *Cens d'establiments d'allotjament turístic vigents amb núm. d'expedient municipal*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2019b). *Viviendas de uso turístico de la ciudad de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

ARBACI, S., y TAPADA-BERTELI, T. (2012). Social inequality and urban regeneration in Barcelona city centre: re-considering success. *European Urban and Regional Studies*, 19 (3), 287-311.

ARIAS, A. (2018). Turisme i gentrificació. Apunts des de Barcelona. *Papers. Regió Metropolitana de Barcelona*, 60, 130-139.

ARIAS, A., y QUAGLIERI, A. (2016). Unravelling Airbnb: urban perspectives from Barcelona. En P. Russo, y G. Richards (Eds.), *Reinventing the local in tourism: Producing, consuming and negotiating place* (pp. 209-228). Bristol: Channel View.

BUSQUETS, J. (Dir.) (2003). *La Ciutat Vella de Barcelona: un passat amb futur*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona i Universitat Politècnica de Catalunya, Laboratori d'Urbanisme de Barcelona.

CABRERA I MASSANÉS, P. (2007) *Ciutat Vella de Barcelona: Memòria d'un procés urbà*. Barcelona: Ara Llibres.

CARRERAS, C. (Dir.) (2003). *Atles comercial de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

CORREA, A. (2010). *Ciudades, turismo y cultura*. Buenos Aires: La Crujía.

DEGEN, M. (2010). Consuming Urban Rhythms: Let's ravalejar. En T. Edensor (Ed.), *Geographies of Rhythm. Nature, Place, Mobilities and Bodies* (pp. 33-44). Aldershot: Ashgate.

DELL'ARA, G. (2010). *Manuale dell'albergo diffuso*. Milano: Franco Angela.

- DEPARTAMENT D'ESTADÍSTICA I DIFUSIÓ DE DADES. AJUNTAMENT DE BARCELONA (2019). Evolución número de establecimientos abiertos estimados. 2005-2019. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- EMANUELI, L. (2016). Rivièras. En B. Aliaj, y L. Rossi (Eds.), *Albanian Riviera: an alternative model of progress and development for a next generation Albania* (pp. 42-45). Tirana: Mali Pleshti.
- GEHL, J., y JOHANSEN KAEFER, L. (2006). Close encounters with buildings. *URBAN DESIGN International*, 11, 29-47.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (2004). *Llei de Barris, 2/2004*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- GUTIÉRREZ, J., GARCÍA PALOMARES, J., ROMANILLOS, G., y SALAS OLMEDO, M. (2017). The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62, 278-291.
- HEEREN, S.V. (2002). *La Remodelación de Ciutat Vella: un análisis crítico del modelo Barcelona*. Barcelona: Veïns en Defensa de la Barcelona Vella.
- HERNÁNDEZ AJA, A., GARCÍA-MADRUGA C., RODRÍGUEZ SUÁREZ I., y MATESANZ PARELLADA A. (2014). Políticas estatales en áreas de rehabilitación integral, tipología urbana y vulnerabilidad social. *ACE: Architecture, City and Environment*, IX(26), 127-146.
- LAMBEA LLOP, N. (2017). A policy approach to the impact of tourist dwellings in condominiums and neighborhoods in Barcelona. *Urban Research y Practice*, 10, 120-129.
- LAWES, E. (1991). *Tourism Marketing: Service and Quality Management Perspectives*. Cheltenham: Thornes.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2015). Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 483-506.
- MACCANNELL, D. (1976). *The tourist: a new theory of the leisure class*. New York: Schocken Book.
- MARTÍNEZ-RIGOL, S. (2015). El Raval en crisis, la crisis del Raval. *GOT-Geography and Spatial Planning Journal*, 7, 231-250. doi: 10.17127/got/2015.7.010
- MONTEYS, X. (2017). *La calle y la casa: Urbanismo de interiores*. Barcelona: GG.
- OSKAM, J., y BOSWIJK, A. (2016). Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22-42.
- PALOU RUBIO, S. (2012). Barcelona destinació turística. Un segle d'imatges i promoció pública. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la.
- PASCUAL MOLINAS, N., y RIBERA FUMAZ, R. (2008). Retail gentrification in Ciutat Vella, Barcelona. En L. Porter, y K. Shaw (Eds.), *Whose urban renaissance? - An international comparison of urban re-generation policies* (pp. 180-190). London: Routledge.
- PÉREZ BAZÁN, C. y SABATÉ BEL, J. (2017a). Barcelona no tiene vacaciones: análisis del turismo urbano en Barcelona y su interacción con las medidas implementadas en el Raval. *QRU: Quaderns de Recerca en Urbanisme*, 8, 62-79.
- PÉREZ BAZÁN, C. y SABATÉ BEL, J. (2017b). Las mil y una noches del turismo. *Planur-e*, 9.
- PIÉ, R., y VILANOVA, J.M. (2017). Turisme i ordenació del territori. El turisme ha anat de prestat. *Revista econòmica de Catalunya*, 76, 34-40.
- PORFIDO, E. (2019). From the Grand Tour to Instagram: the evolution of tourism landscapes representation. *Paesaggio Urbano*, 2, 106-111.
- QUAGLIERI DOMÍNGUEZ, A., y SCARNATO, A. (2017). The Barrio Chino as last frontier. En M. Gravari-Barbas, y S. Guinand (Eds.), *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises* (pp. 107-134). London: Taylor y Francis.
- RUSSO, P., y SCARNATO, A. (2018). "Barcelona in common": a new urban regime for the 21st century tourist city? *Journal of Urban Affairs*, 40(4), 455-474.
- SARGATAL BATALLER, M. (2001). Gentrificación e inmigración en los centros históricos: el caso del barrio del Raval en Barcelona. *Scripta Nova*, 94(66).
- SARGATAL BATALLER, M. (2009). El barrio del Raval de Barcelona (1999-2008). Transformaciones urbanas y nuevos enfoques metodológicos para el estudio del centro histórico. *Biblio 3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 824.
- SCARNATO, A. (2016). Barcelona Supermodelo. La complejidad de una transformación social y urbana (1979-2011). Barcelona: Comanegra.
- SERRA DEL POZO, P. (2006). El comercio de los inmigrantes en el centro histórico de Barcelona en 2004. *Estudios geográficos*, 67(261), 635-672.
- SERRA I AMENGUAL, P. (2017). Proyectar la residencia en el casco antiguo contemporáneo. Los orígenes de la intervención de regeneración en la Ciutat Vella de Barcelona. *Quaderns de Recerca en Urbanisme*, 8, 8-37.
- SUBIRATS, J., y RIUS, J. (2006). *Del Chino al Raval. Cultura y transformación social en la Barcelona central*. Barcelona: Centre de Cultura Contemporànea de Barcelona.
- TARRAGÓ CID, S. (1972). El "Plà Macià" o "la nova Barcelona": 1931- 1938, *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*, 90, 24-36.
- TER MINASSIAN, H. (2014). Cambiar Barcelona entre 1980 y 2008. Una vuelta a una tesis de geografía. *Biblio 3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 1076.
- TREMBLAY, D., y BATTAGLIA, A. (2012). El Raval and Mile End: A Comparative Study of Two Cultural Quarters between Urban Regeneration and Creative Clusters. *Journal of Geography and Geology*, 4(1), 56-74.

**GOBERNANZA URBANA Y RETOS DE LA
REGULACIÓN DEL ALQUILER VACACIONAL
Y DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LAS
GRANDES CIUDADES EUROPEAS**

SUMARI

1. Introducció

2. El debate en torno al alquiler vacacional

**3. La politización del alquiler vacacional
y del papel de las plataformas**

4. Una gran diversidad de modos de regulación

**5. Una difícil implementación: 'governar sin datos'
un fenómeno informal**

**6. Un campo de acción pública en el centro
de intensos conflictos políticos y sociales**

7. Conclusiones

Referencias bibliográficas

GOBERNANZA URBANA Y RETOS DE LA REGULACIÓN DEL ALQUILER VACACIONAL Y DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LAS GRANDES CIUDADES EUROPEAS

Resumen

El desarrollo exponencial del alquiler vacacional, o de corto plazo, facilitado por plataformas digitales como Airbnb, se ha convertido en los últimos años en uno de los temas más polémicos en las grandes ciudades europeas. A partir de un estudio sobre la regulación del alquiler vacacional en una decena de grandes ciudades europeas, se analizan los procesos de politización de este fenómeno, las medidas de regulación y de control que se han impulsado, su aplicación y la difícil gobernanza de las nuevas plataformas de la economía digital. En el contexto europeo, las respuestas de los gobiernos municipales han sido muy diversas. Algunos han tomado fuertes medidas regulatorias para prohibir o frenar el crecimiento del alquiler vacacional. Otros han tratado de buscar un punto medio entre la protección del uso residencial, la atracción turística de la ciudad y el “derecho a compartir” una residencia principal. Algunas ciudades han optado por una regulación mínima, y otras ciudades todavía no han adoptado medidas específicas. Esta diversidad de modos de regulación se puede explicar por tres factores (Aguilera et al., 2019): el tipo de actores que politizaron el tema y lo enmarcaron dentro de un sector de políticas públicas específico; los instrumentos preexistentes utilizados en ese sector; y la distribución de competencias entre el nivel municipal y niveles de gobierno de rango superior. Sin embargo, la aplicación de las nuevas regulaciones permanece inacabada e inefectiva, en gran parte debido a la falta de cooperación de las plataformas digitales en facilitar el acceso a los datos de los anunciantes. La efectividad futura de la regulación depende del éxito de las presiones puestas por los actores públicos sobre las plataformas para conseguir el acceso a los datos y el cumplimiento normativo, una batalla que en Europa se juega ahora a nivel de las instituciones de la UE.

Palabras clave: Alquiler vacacional, pisos turísticos, plataformas digitales, Airbnb, regulación, gobernanza urbana.

1. Introducción

En septiembre del 2014, la portavoz de la PAH (Plataforma de Afectados por la Hipoteca) —en aquellos

momentos poco conocida fuera de España— publicó un artículo de opinión en inglés en el diario de centro-izquierda *The Guardian* (Reino Unido), titulado “*Mass tourism can kill a city: just ask Barcelona's residents*” (Colau, 2014). Lo hizo después de protestas y manifestaciones organizadas por varias asociaciones de vecinos y colectivos del distrito barcelonés de Ciutat Vella aquel verano, exasperados con las consecuencias del turismo de masa sobre sus barrios. Entre otros temas, como la pérdida de espacios públicos y de comercios tradicionales, el ruido y los comportamientos incívicos; la conversión de unidades de vivienda en “pisos turísticos” —con el consecuente desplazamiento de la población residente— se puso en el primer plano de las quejas vecinales. En su artículo, Ada Colau subrayó: “*Of course, the answer is not to attack tourism. Everyone is a tourist at some point in their life. Rather, we have to regulate the sector, return to the traditions of local urban planning, and put the rights of residents before those of big business*” (Colau, 2014). En mayo del 2015, Barcelona en Comú, liderada por Ada Colau, ganó las elecciones con un programa que incluía varias medidas con el objetivo de fomentar una mejor gobernanza del turismo (Russo y Scarnato, 2018) —en particular la promesa de parar el crecimiento de los pisos turísticos y de fomentar la protección del derecho a la vivienda de los barceloneses—.

Sin embargo, Barcelona no se ha quedado sola en sus intentos de controlar y regular el fenómeno del alquiler vacacional. En septiembre de 2018, el Teniente de Alcalde de París encargado de la Vivienda, Ian Brossat, publicó un libro-manifiesto provocador titulado *Airbnb: la ville uberisée* (2018a), que describió a los periodistas con esas palabras:

“Al principio, Airbnb se presentaba como una empresa simpática que permitía a los dueños de vivienda alquilar su casa unos días al año, y a los turistas alojarse a precios más bajos que los de los hoteles. Hoy en día, ya no estamos en la cultura del compartir sino en la economía de la depredación (...) Barrios enteros están cambiando (...) Si no regulamos Airbnb, ya no tendremos habitantes en los centros de nuestras ciudades” (Brossat, 2018b).

El desarrollo explosivo del alquiler vacacional facilitado por plataformas digitales como Airbnb ha sido fuente de preocupación en muchos ayuntamientos de pequeñas y grandes ciudades turísticas en todo el mundo. Tanto en los Estados Unidos —Nueva York o San Francisco por mencionar las más relevantes— como en Europa —Madrid, Palma de Mallorca, Berlín, París, Viena o Ámsterdam— se han impulsado en los últimos años nuevas medidas de regulación del alquiler vacacional, bajo la presión de asociaciones de vecinos, de colectivos de lucha por el derecho a la vivienda, o de representantes del sector hotelero.

En este artículo nos proponemos contextualizar el caso de Barcelona en el marco europeo, una ciudad cuyo Ayuntamiento ha sido, desde el 2015, uno de los más contundentes en la lucha en contra de la proliferación del alquiler vacacional (como lo exponen Font et al. en este mismo número). A partir de un estudio comparativo sobre la regulación del alquiler vacacional en una decena de grandes ciudades europeas —cuyo marco teórico-metodológico y primeros resultados, se presentan en Aguilera et al., 2019; Colomb y Moreira de Souza, en prensa— analizaremos los conflictos entre distintos actores y grupos sociales alrededor del alquiler vacacional, los procesos de politización de este fenómeno, las medidas de regulación y de control que se han impulsado, su aplicación y la difícil gobernanza de las nuevas plataformas de la economía digital. A pesar del fuerte auge de la investigación y producción académicas sobre la economía colaborativa (Schor y Attwood-Charles, 2017), las plataformas digitales (Courmont, 2018; Thelen, 2018), las nuevas formas de turismo y de movilidad que permiten, y sus efectos en los espacios urbanos (Prayag y Ozanne, 2018), todavía hay pocos estudios comparativos sobre los conflictos sociopolíticos, y modos de regulación, del alquiler vacacional y de su mediación a través de nuevas plataformas digitales (Artoli, 2018) (con la excepción de Dredge et al., 2016; Smorto, 2016; Wegmann y Jiao, 2017; Crommelin et al., 2018; Nieuwland y van Melik, 2018; APUR, 2018).

Cabe decir que, en el contexto europeo, las respuestas de los gobiernos municipales han sido muy diversas. Algunos han tomado fuertes medidas regulatorias para prohibir o frenar el crecimiento del alquiler vacacional, como en Berlín, Ámsterdam o Barcelona. Otros han tratado de buscar un punto medio entre la protección del uso residencial, la atracción turística de la ciudad y el “derecho a compartir” una residencia principal (como en París o Londres). Algunas ciudades como Milán han optado por una regulación mínima y otras ciudades todavía no han adoptado medidas específicas. Además, muchas veces son los gobiernos regionales o nacionales los que han aprobado nuevas normativas, como en el Reino Unido y Francia. ¿Cómo se puede explicar tal diversidad de respuestas y de formas de regulación del fenómeno del alquiler vacacional en las grandes ciudades europeas?

2. El debate en torno al alquiler vacacional

Conviene recordar que tanto el alquiler vacacional de un alojamiento amueblado —o “alquiler de corto plazo”, lo cual corresponde en España a una estancia de menos de 31 días según la Ley de Arrendamientos Urbanos— como el alojamiento de una parte de la vi-

vienda principal (tipo *Bed and Breakfast*) no son prácticas nuevas. La transformación y el crecimiento exponencial reciente de este tipo de prácticas proviene de la disrupción generada por la aparición, hace una década, de nuevas formas tecnológicas de intermediación entre las partes (Guttentag, 2015; Dredge y Gyimóthy, 2017) a través de plataformas digitales comerciales. Estas ponen en contacto a escala internacional una oferta y una demanda de bienes o de servicios y facilitan/aseguran las transacciones económicas entre usuarios mediante el cobro de una comisión. Si bien muchas de ellas fueron presentadas en sus inicios como motores de una nueva “economía colaborativa” supuestamente *peer-to-peer* (P2P – de persona a persona), hoy en día operan en varios ámbitos como la movilidad urbana (Uber), la entrega de comida (Deliveroo, Glovo, Foodora), el alquiler de coches (Zipcar). En el ámbito del alquiler vacacional, la empresa Airbnb (creada en 2008 en California) representa hoy en día la mayor parte del mercado de la oferta en línea en muchas ciudades —una posición de casi-monopolio—. Según su página web, en junio del 2019 ofrecía más de 6 millones de anuncios en 100.000 ciudades de 191 países. Su eslogan transmite el imaginario de una “comunidad global” de anfitriones que abren la puerta de su residencia principal a viajeros quienes, gracias a Airbnb, pueden sentirse en casa en cualquier lugar (*belong anywhere*) y vivir como un autóctono (*live like a local*).

Para el presente trabajo de investigación asociamos al concepto “alquiler de corto plazo” distintos tipos de prácticas: (A) el alquiler por días de una unidad completa que no se usa como residencia principal; (B) el alquiler por días de una residencia principal/secundaria mientras el residente principal está ausente; y (C) el alquiler por días de una *parte* de una residencia (= una habitación) en presencia del anfitrión (definido por Airbnb como *home-sharing*, o hogar compartido). En la práctica, la distinción entre esos tres tipos no está siempre muy clara. Los dos primeros tipos son generalmente los más polémicos, mientras que el último se describe a menudo como parte de la economía “colaborativa”. En muchas ciudades, se han desarrollado reglas diferentes para cada tipo de práctica.

El auge de las plataformas digitales, su papel creciente en la economía, sus impactos sobre la movilidad y el consumo individual y sobre los usos de la ciudad, se han convertido en un tema de debates intensivos y a veces agrios. Por un lado, los usuarios (viajeros), los anfitriones (*hosts*) y las plataformas destacan la democratización de las oportunidades de viaje para un público más amplio con menos recursos, y las nuevas formas de sociabilidad que nacen de la llamada “economía colaborativa” (Tussyadiah y Pesonen, 2018). Además, para los anfitriones que alquilan la totalidad o una parte de su vivienda principal de manera temporal, se destaca la posibilidad de generar ingresos adicionales (Stabrowski, 2017) en un contexto de crisis económica, de pérdida de empleo o de ingresos, o de incremento del coste del alquiler/de las hipotecas en las grandes ciudades —especialmente en el Sur de Europa—. Para acabar, las plataformas resaltan la (supuesta) mejor distribución territorial de la oferta de alojamiento vacacional y, por tanto, la dispersión de los flujos turísticos hacia barrios más periféricos y los efectos económicos positivos que eso supone. Según

Airbnb (2018), el 42% del gasto diario de sus usuarios se realizan en el barrio donde se quedan.

Por otro lado, las posiciones detractoras del alquiler vacacional son variadas en argumentos y agentes. Los movimientos sociales y asociaciones vecinales denuncian las molestias generadas por la proliferación de pisos turísticos en los barrios más visitados (ruido, comportamientos incívicos, daños físicos en las fincas, problemas de seguridad) (Novy y Colomb, 2019). Otros colectivos denuncian la precariedad de los empleos de servicio que giran en torno al alquiler vacacional (limpieza, acogida y recuperación de llaves), la discriminación racial o las desigualdades de clase que se manifiestan en el funcionamiento de las plataformas (Schor y Attwood-Charles, 2017). Además, el sector hotelero se ha mostrado muy crítico con la “competencia desleal” que representa el alquiler vacacional para su negocio (Zervas et al., 2017), destacando el hecho de que los anfitriones no tienen que cumplir con los estándares de seguridad estrictos impuestos a los hoteles, y que a menudo no pagan las tasas o impuestos que toca pagar a los hoteleros.

Pero el aspecto más controvertido es sin duda el efecto del crecimiento del alquiler vacacional —sobre todo aquellas viviendas enteras que están en alquiler todo el año— sobre el parque residencial de las ciudades. Aunque es difícil evaluar ese efecto con certeza y precisión (Cócola Gant, 2016a; Wachsmuth, 2017), varios estudios han demostrado un vínculo de causalidad entre la rápida expansión de la oferta de alquiler vacacional por un lado, y la disminución de la población y oferta de viviendas de alquiler de largo plazo en el centro de las grandes ciudades por el otro (véase por ejemplo Arias Sans y Quagliari, 2016; Duatis et al., 2016; Cócola Gant, 2016b sobre Barcelona; Barron et al., 2017 sobre ciudades de Estados Unidos; Schäfer y Hirsch, 2017 sobre Berlín; Gurran y Phibbs, 2017 sobre Sydney; Wachsmuth et al., 2017 sobre Canadá). Además, el análisis de la oferta de Airbnb por el proyecto *Inside Airbnb* (una red colectiva de activistas que producen datos alternativos) demuestra claramente que, en muchas ciudades, la mayoría de los anuncios provienen de propietarios que ofrecen viviendas completas disponibles todo el año (87% de los anuncios en París en 2018, por ejemplo), o de “multipropietarios” que ofrecen muchos pisos en la plataforma, a veces decenas. Estos datos contradicen el discurso de las plataformas como Airbnb sobre una supuesta “economía compartida” basada en una “cama extra” alquilada en la residencia principal del anfitrión. Para algunas voces críticas, ya no queda mucho de “economía colaborativa” en las transacciones y prácticas facilitadas por las grandes plataformas digitales (Slee, 2016). Por el contrario, este nuevo “capitalismo de plataforma” (Srnicsek, 2017) fomenta una creciente mercantilización de bienes y espacios urbanos, la explotación de la renta urbana, y prácticas especulativas con efectos profundamente desiguales (Crommelin et al., 2018). Con todo, en muchas ciudades, diversos actores políticos, sociales y económicos han exigido nuevas formas de regulación y de acción pública en torno al alquiler vacacional y a las plataformas que lo facilitan. En este contexto, ya no se trata solamente de una mera transacción comercial en línea dentro de la esfera privada, sino de un fenómeno político y social que tiene impactos reales

en las ciudades y, como tal, requiere regulación específica.

3. La politización del alquiler vacacional y del papel de las plataformas

El alquiler vacacional se ha convertido en un importante “problema público” en la mayoría de las principales ciudades europeas. Sin embargo, el proceso de politización no ha sido igual en todas ciudades. Así, lejos de ser simplemente el reflejo de condiciones estructurales que afectan a una ciudad específica —la intensidad de los flujos turísticos, la cantidad de pisos turísticos, o la magnitud de la crisis de asequibilidad de la vivienda— ha sido más bien el resultado de la acción de los actores que se han movilizado (o no) en torno al tema. De esta forma, la demanda y la acción de actores plurales con diferentes intereses, argumentos y demandas dirigidas a los ámbitos de acción pública han “enmarcado” del problema —para utilizar el vocabulario de la ciencia política— y, con ello, influido en el tipo y el ámbito de regulación que se ha impulsado (Aguilera et al., 2019).

En algunos casos, fueron los movimientos sociales y colectivos vecinales los que propulsaron el debate en la esfera pública, en los medios de comunicación y luego en la agenda política. El caso de Barcelona es emblemático de este proceso. Durante 2014 y 2015 se intensificaron las protestas de los movimientos sociales contra los efectos negativos del turismo masivo sobre sus barrios, en particular la proliferación de los pisos turísticos en Ciutat Vella. Dichas protestas, que acontecieron en el contexto de las elecciones municipales de mayo 2015, condicionaron de forma clara el debate electoral. La Federación de Asociaciones de Vecinos de Barcelona (FAVB) coordinó la preparación de una lista de 10 peticiones sobre la gestión y regulación del turismo, que se mandó a todos los partidos políticos. Esta presión continuó con la creación de la Asamblea de Barris per un Turisme Sostenible (ABTS) el 2015, un conjunto de entidades y colectivos que denuncian la sobreexplotación turística de la ciudad, la especulación urbana y la crisis de la vivienda. El nuevo movimiento político Barcelona en Comú — arraigado en las movilizaciones sociales del post-15M— ganó las elecciones en mayo de 2015. Su programa incluía muchas de las peticiones de la FAVB. El nuevo equipo, al llegar al Ayuntamiento, declaró una moratoria de licencias para frenar la construcción de nuevos alojamientos turísticos e impulsó una serie de medidas (véase Font et al., en este mismo número) para tratar de limitar el crecimiento del alquiler vacacional (Ajuntament de Barcelona, 2015): elaboración de un *Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos* (PEUAT), realización de un nuevo *Plan Estratégico de Turismo para el período 2016-2020*, y creación de un Consejo (consultivo) de Turismo y Ciudad. La problematización de este fenómeno por parte de los movimientos sociales como un problema de turismo urbano, y luego como un problema de vivienda, produjo una fuerte politización que se concretó gracias a la receptividad de la formación política que accedió al poder en el ámbito municipal. Este escenario fue muy similar también para los casos de Berlín, San Francisco y Nueva York donde los movimientos sociales por el derecho a la vivienda incluyeron el tema del alquiler vacacional en su agenda y pusieron presión sobre los gobiernos municipales.

Por el contrario, en otras ciudades como París, Londres, Ámsterdam o Milán, no se han observado movilizaciones ciudadanas amplias en contra del turismo de masa o del alquiler vacacional. El proceso de politización fue diferente, impulsado por otros actores. En París, fue fruto de la alianza entre el sector hotelero y algunos concejales municipales, incluida la alcaldesa socialista Anne Hidalgo, a partir del 2015. Cuando el entonces Teniente de Alcalde de Cultura Bruno Julliard acogió en el Ayuntamiento de París al cofundador de Airbnb Brian Chesky para negociar el cobro de la tasa turística a través de la plataforma, se abrió un conflicto dentro del Ayuntamiento. Por un lado, los concejales de cultura, de turismo y de desarrollo económico querían fomentar el alquiler vacacional. Por otro lado, el concejal de vivienda, Ian Brossat, que quería limitar su expansión, considerada como excesiva. Subrayó los riesgos que pesaban sobre el parque de vivienda de París, la necesidad de coherencia con otras medidas de protección y de fomento de la vivienda social impulsadas por el Ayuntamiento desde hacía más de diez años, y pidió que se fortalecieran los modos de regulación y de control del alquiler vacacional. Mientras tanto, las asociaciones de vecinos, en gran parte de clase media-alta, estaban más preocupadas por los problemas de molestias causados por los apartamentos turísticos, que por los de gentrificación o por el derecho a la vivienda (Gravari-Barbas y Jacquot, 2016).

En otras ciudades fue la problematización económica y fiscal la que predominó en el debate sobre la regulación, bajo el impulso de los actores que consideraban el alquiler vacacional como una actividad económica que debía ser legalizada y gravada. Todo ello en un contexto político y social en su mayoría favorable al crecimiento turístico. Este es el escenario de Milán, Lisboa o Praga, aunque en esas dos ciudades recientemente algunas asociaciones de vecinos han empezado a movilizarse para pedir regulaciones más contundentes en los barrios más afectados del centro histórico. El caso de Milán es particularmente indicativo. El aumento de visitantes y turistas no se ha enmarcado en la esfera pública como un “problema” y por ello no se problematiza en el marco de la crisis de vivienda de la ciudad. En el contexto de la preparación de la Exposición Universal Milano 2015 EXPO, el Ayuntamiento (gobernado por un partido de izquierda desde 2011) entendió las plataformas como una oportunidad económica a promover, dentro de una estrategia más amplia de apoyo a la llamada “economía colaborativa”, *Milano Sharing City* (Comune di Milano, 2014), que une objetivos de desarrollo económico y de inclusión social (Aguilera et al., 2019). Paralelamente, bajo la presión del lobby del sector hotelero a través de la campaña Hotel vs. Airbnb, el gobierno regional de Lombardía optó por una regulación del alquiler vacacional de mínimos con el fin de legalizar la actividad de las plataformas, luchar contra la evasión fiscal, y apoyar el desarrollo económico y turístico de la región.

En Lisboa la problematización del tema por parte del Ayuntamiento se hizo inicialmente desde un punto de vista económico y fiscal. En 2012, bajo la presión de la Unión Europea, el gobierno portugués autorizó la liberalización de los alquileres, facilitó la entrada de inversores extranjeros en el sector inmobiliario y promovió

el alquiler vacacional para reactivar la economía nacional mediante el turismo y la inversión inmobiliaria internacional (Mendes, 2018). Este conjunto de medidas ha tenido un efecto profundo y rápido sobre el tejido urbano y el mercado de la vivienda en Lisboa, llevando a una ola de renovaciones urbanas y procesos de desplazamiento de población residente fuera de los barrios históricos del centro de la ciudad. A partir del 2017, bajo presión de movimientos sociales como Morar en Lisboa, se empezó a problematizar el alquiler vacacional en relación con la crisis de la vivienda. El gobierno municipal solicitó al gobierno nacional una reforma legislativa que diera a los ayuntamientos los medios para regular el fenómeno, lo que llevó al parlamento portugués a votar una nueva ley en el verano de 2018 que abre esta posibilidad.

Por lo tanto, los procesos de politización del alquiler vacacional y de las plataformas digitales presentan diferentes caras según los contextos locales. Se han problematizado por actores distintos en términos de actividad económica a regular, de “economía colaborativa”, de derecho a la vivienda, y/o de regulación del turismo. Eso explica, en parte, los diferentes modos de regulación que luego se han desarrollado, y el sector de políticas públicas a través del cual se realiza la regulación.

4. Una gran diversidad de modos de regulación

En muchos países, regiones o ciudades europeas existía desde muchos años un marco legal sobre el alquiler vacacional “profesional”, aquel que define criterios básicos de equipamientos, de seguridad, de licencia y/o fiscalidad. La creación de plataformas digitales, como se explica en la introducción, cambió la intensidad y las formas de este fenómeno. En los últimos 5 años, la mayoría de las grandes ciudades europeas han introducido nuevas regulaciones para intentar gestionar los tres tipos de alquiler vacacional anteriormente mencionados. Pero el sector y los instrumentos a través de los cuales se han desarrollado estas regulaciones —y su grado de contundencia y margen de influencia— son variables de una ciudad a otra. Los aspectos del alquiler vacacional que se regulan pueden incluir en varios modos: la limitación total de la oferta (a nivel de ciudad o barrio); la ubicación y distribución territorial; la tipología de prácticas a través de una distinción entre el alquiler de corto plazo de una vivienda amueblada que no es una residencia principal —tipo (A)—, y el alquiler temporal o parcial de una residencia principal —tipo (B) o (C)—; la duración del alquiler temporal y/o el área de la vivienda alquilada temporalmente; o el tipo de propietario (uso como residencia principal o secundaria, inversor o multi-propietario).

Las regulaciones varían en su grado de rigor, desde un *laissez-faire* o una regulación a mínima (como en Milán o Praga hasta ahora) a una regulación moderada que busca una distinción entre prácticas intensivas/especulativas y prácticas ocasionales (París, Londres) hasta un freno al crecimiento futuro del alquiler vacacional legal (Barcelona) o una prohibición casi total (Berlín). En Berlín, por ejemplo, en el 2014 se declaró una prohibición total de la conversión de unidades de uso residencial para cualquier otro uso (solo se permitió el alquiler de una parte inferior a la mitad del tama-

ño de la residencia principal, es decir el *home-sharing* en sentido estricto). Sin embargo, esta normativa se flexibilizó en el 2018, con la autorización de alquilar un piso entero (utilizado como residencia principal) hasta 60 días al año. En Barcelona, como explican Font et al. en este mismo número, se decretó una congelación de las nuevas licencias para pisos turísticos, mientras se aprobó un plan de zonificación especial en el 2017, el PEUAT, que intenta frenar el crecimiento del alquiler vacacional y redistribuirlo de los barrios saturados a barrios más periféricos.

En varias ciudades como París, Ámsterdam o Londres se ha establecido un límite de tiempo para el alquiler temporal en su totalidad o parcialmente —tipos B o C— de una residencia principal. Treinta días al año para el caso de Ámsterdam, noventa para el caso de Londres y ciento veinte en París. Además, se ha creado un sistema de registro obligatorio (París, Ámsterdam) para intentar distinguir entre anfitriones “ocasionales” y “profesionales” o “especulativos”. En París, en el caso del alquiler de una vivienda entera no principal, tipo A, el cambio de uso residencial a uso comercial que supone es sometido a una autorización de cambio de uso y una obligación de “compensación” (= poner en el mercado un área de uso residencial de tamaño equivalente o doble, mediante la compra de un certificado). En algunas ciudades como Barcelona, el *home-sharing* stricto sensu (tipo C) se ha quedado, hasta ahora, en un vacío legal sin régimen jurídico, aunque el gobierno catalán está tramitando una nueva normativa que define esta práctica. Por otro lado, en el caso de las regulaciones “ligeras”, como en Milán, la obligación de registrar la actividad no está acompañada por límites temporales ni por una obligación de licencia o de solicitud de cambio de uso. Finalmente, en las ciudades donde hay una gran cantidad de viviendas públicas y sociales, como París, Estocolmo, Ámsterdam o Viena, está prohibido alquiler de corto plazo de todo (o parte) de la residencia, con el riesgo de perder el contrato de arrendamiento social.

La gran diversidad de modos de regulación observada se puede explicar por tres factores (Aguilera et al., 2019): el tipo de actores que politizaron el tema y lo enmarcaron dentro de un sector de políticas públicas específico; los instrumentos preexistentes utilizados en ese sector (planificación urbanística, cambio de usos, actividad económica o turística...); y la distribución de competencias entre el nivel municipal y niveles de gobierno de rango superior. Según el país, es el gobierno regional (por ejemplo, en Italia o España a través de los poderes legislativos de las regiones en el ámbito del turismo), o el gobierno nacional (en Francia o Portugal) que tiene la capacidad normativa de definir qué es un alquiler de corto plazo (o una vivienda de uso turístico) y los criterios o condiciones que se aplican. En este proceso de definición existe una dimensión que se considera crucial: si el alquiler de corto plazo se considera como una actividad económica / un uso comercial distinto de un uso residencial, y, por lo tanto, está sujeto a una licencia, una autorización de actividad y/o de cambio de uso. Si es el caso, esto abre la posibilidad para que los gobiernos municipales puedan regular el fenómeno, mediante la concesión de licencias o la autorización de cambios de uso. En este contexto, puede haber tensiones, conflictos, o una falta de cooperación entre diferentes niveles de

gobierno con respecto a la necesidad de regular el alquiler vacacional debido a diferencias ideológicas entre gobiernos regionales de corte más (neo)liberal —por ejemplo en Lombardía o Cataluña— y gobiernos municipales de izquierda —como en Milán y Barcelona—, o en el caso de Francia, entre el Ayuntamiento socialista de París y el gobierno nacional de Emmanuel Macron. En el caso de Barcelona conviene decir que la regulación sectorial es competencia del gobierno autonómico. La política del Ayuntamiento de Barcelona entre 2015 y 2019 ha combinado acción urbanística con acciones de inspección y sanción.

5. Una difícil implementación: “gobernar sin datos” un fenómeno informal

Como se ha expuesto, la mayoría de las grandes ciudades europeas han desarrollado formas de regulación —más o menos estrictas— del alquiler vacacional. Los anfitriones que no respetan las regulaciones se arriesgan a recibir sanciones financieras, con multas individuales que pueden ascender a 12.000 € por vivienda en Ámsterdam, 30.000 € en Barcelona, 50.000 € en París o 100.000 € en Berlín. Sin embargo, excepto en Barcelona, rara vez se aplican estas sanciones. Las regulaciones no siempre son eficaces porque la implementación de los mecanismos regulatorios de las autoridades públicas se topa con tres obstáculos: la ausencia de datos precisos que permitan detectar las ilegalidades, las dificultades concretas para controlar el alquiler vacacional en el terreno y las estrategias de “evasión” de los operadores de piso turísticos o de los *hosts*. Por estas razones, mecanismos tradicionales de control del uso del suelo o de planificación urbanística no han sido muy eficaces para regular el auge del alquiler vacacional (Gurran y Phibbs, 2017; Gurran, 2018; Holman et al., 2018; Ferrer y Sanyal, 2018; Leshinsky y Schatz, 2018)

La principal dificultad radica en la falta de datos disponibles para medir el fenómeno del alquiler vacacional y localizar las ilegalidades individuales. Grandes plataformas como Airbnb se han negado hasta ahora a compartir los datos individuales y nominativos de los anunciantes con las autoridades públicas amparándose en la legislación europea. Airbnb se ha negado también a filtrar o prohibir ex-ante los anuncios ilegales que no cumplan con la normativa local y nacional vigente antes de autorizar su publicación en línea, aunque en algunos casos —como en Barcelona en junio del 2018— retiró centenares de anuncios cuya ilegalidad había sido demostrada por las autoridades públicas.

Para responder a esta falta de datos, algunos ayuntamientos han empezado a contratar equipos de *web scraping* para analizar los anuncios publicados en las plataformas e intentar recoger la ubicación, las características y la frecuencia de alquiler, o sea los datos necesarios para el control posterior del cumplimiento de una vivienda/un operador con las regulaciones vigentes. Además, varios municipios han desplegado equipos de inspectores a pie de calle, que llaman a las puertas de los apartamentos cuyos propietarios o inquilinos son sospechosos de alquiler vacacional ilegal (por denuncias de vecinos o por el resultado del *web scraping*). Barcelona es la ciudad de Europa que más recursos humanos ha puesto en este proceso (con un equipo de 32 inspectores a pie de calle dedicados a

alojamientos turísticos, y 17 agentes “visualizadores” que peinan anuncios en línea para detectar anuncios ilegales) y Ámsterdam, donde la policía y los bomberos ayudan en la tarea de inspección y precinto de la actividad ilegal. Sin embargo, el auge exponencial del número de pisos turísticos en muchas ciudades impide cualquier iniciativa de control físico exhaustivo. Mucha publicidad se hace alrededor de esos controles (como las “operaciones relámpago” de control en París) pero el trabajo de inspección solo permite controlar una pequeña parte de la numerosa oferta disponibles en las plataformas. Además, la oferta tiene un carácter muy “líquido”: se abren y cierran muchos anuncios y se cambia el usuario fácilmente. Y muchos anfitriones y operadores han desarrollado estrategias de evasión para eludir las reglas, a veces con la complicidad de los usuarios a quienes se pide “no abrir la puerta” en caso de control (Leshinsky y Schatz, 2018).

6. Un campo de acción pública en el centro de intensos conflictos políticos y sociales

Más allá de las dificultades de inspección y control, la implementación de nuevas regulaciones genera conflictos políticos y sociales que movilizan a diversos actores, muchos de ellos poniendo en cuestión la necesidad y legalidad de la acción pública. Cinco grandes grupos de interés (algunos establecidos desde hace tiempo, otros de reciente aparición) se enfrentan y defienden posiciones a veces opuestas al respecto. Cada uno de esos grupos construye un discurso distinto, movilizando diferentes tipos de justificaciones en esta polémica política de la regulación (Aguilera et al., 2019):

- i) la industria hotelera, un grupo de interés bien establecido en gremios estructurados a nivel local, nacional y europeo, exige sistemáticamente reglas más estrictas para el alquiler vacacional comparables a las que se aplican a los hoteles, para garantizar una “competencia leal”;
- ii) las asociaciones de vecinos, a veces en colaboración con movimientos sociales más amplios o colectivos temáticos, piden un fortalecimiento de las regulaciones para controlar, o incluso reducir, la cantidad de pisos turísticos además de criticar la falta de recursos de control para su ejecución efectiva;
- iii) las organizaciones de gestores y operadores profesionales de pisos turísticos se oponen a cualquier restricción del crecimiento de su actividad (como por ejemplo el PEUAT de Barcelona), pero están a favor de formas de regulación que restringen sus contrapartes “ilegales”;
- iv) nuevos grupos de anfitriones (*Associations of Hosts, Home Sharing Clubs*) que alquilan su residencia habitual o segunda residencia, se oponen a reglas que limitan el uso libre de la propiedad privada y/o el derecho a alquilar/compartir para obtener ingresos adicionales;

- v) las propias plataformas se oponen a regulaciones estrictas (como por ejemplo el requisito de número de licencia para todos los *hosts*).

A veces han surgido alianzas discursivas entre actores muy diferentes o tradicionalmente opuestos (por ejemplo, la industria hotelera y algunas movilizaciones sociales de izquierda). En el discurso de cada uno de esos cinco grupos de actores se invocan distintos tipos de “derechos”, muchos de ellos contradictorios: el derecho a compartir, a la movilidad o al turismo, al uso libre de la propiedad privada, a la libre empresa, a la competencia leal, a la vivienda, a quedarse en su barrio, a la tranquilidad y privacidad... Además, también chocan distintos enfoques sobre el valor de uso y el valor de cambio de la vivienda.

Las plataformas digitales juegan un papel cada vez más central en las políticas de regulación a distintas escalas. La supervivencia de esas grandes empresas digitales multinacionales depende de su capacidad de influencia sobre la regulación a todos los niveles de gobierno, lo que las convierte en “empresarios regulatorios” (*regulatory entrepreneurs*, una expresión de Pollman y Barry, 2017). Por lo tanto, desarrollan una actividad política y jurídica muy intensa. La plataforma Airbnb combina estrategias de *lobbying* tradicionales (reuniones con políticos a varios niveles; contratación en sus equipos de personal con experiencia previa en el sector público, o publicación de una guía de recomendaciones de políticas públicas, el *Policy Tool Chest*) con nuevos modos de acción política. El sitio web <https://www.airbnbcitizen.com> promueve el “derecho a compartir”, acompañado por campañas de comunicación sobre los beneficios individuales del *homesharing*, el apoyo a la creación de *home-sharing clubs* y varias estrategias de movilización de los usuarios (*hosts*) de la plataforma para que se movilicen en contra de las regulaciones locales que se consideran demasiadas restrictivas. En San Francisco, en el 2015 Airbnb lideró una campaña intensiva en contra de una propuesta de regulación del alquiler vacacional conocida como *Proposition F* (véase McNeill, 2016; y Stabrowski, 2017 sobre Nova York).

Así pues, la relación entre plataformas y gobiernos municipales oscila entre cooperación y conflicto. Por un lado, algunas ciudades han firmado un acuerdo formal con Airbnb para que la plataforma recaude la tasa turística directamente a través de las transacciones realizadas, como París, Ámsterdam y Milán. Otras, después de difíciles negociaciones, multas simbólicas o juicios, convencieron a Airbnb y otras plataformas de incluir el número de registro o de licencia en los anuncios publicados en línea (París), de retirar anuncios que se demostraron ilegales (Barcelona), de suspender aquellos que hubieran alcanzado el límite de tiempo de alquiler autorizado (Ámsterdam) o los *multi-listings* de un mismo propietario (Londres, París). Por otro lado, han ocurrido conflictos abiertos entre grandes plataformas y gobiernos locales. En 2014 el Ayuntamiento de Barcelona multó a Airbnb y otras siete plataformas con unos €30.000, y en 2016 a Airbnb y HomeAway con unos €600.000, por la publicación de anuncios ilegales. Los Ayuntamientos de París y de Berlín han presentado recursos legales en contra de Airbnb Ireland Unlimited Company. En Pa-

ris, pero, este recurso fue rechazado en marzo del 2019 por el tribunal francés competente. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea está examinando el caso.

En efecto, en esta batalla por el “derecho a regular”, la escala europea se ha convertido en un espacio central. Las plataformas se refieren a las directivas de la UE sobre Servicios, sobre E-Commerce (Martínez Mata, 2017), y sobre Protección de Datos, para intentar impedir nuevas formas de regulación (Corporate Europe Observatory, 2018). A finales de 2016 los ayuntamientos de una decena de ciudades europeas iniciaron, bajo el impulso de los gobiernos municipales de Barcelona y de Ámsterdam, un proceso de colaboración informal para compartir experiencias y organizarse a nivel europeo en torno al tema de la regulación del alquiler vacacional. En el junio del 2019 llamaron públicamente a la Comisión Europea y al Parlamento Europeo a apoyar su presión sobre las plataformas (Henley, 2019).

7. Conclusiones

En menos de diez años, el alquiler vacacional, aparte de ser una oportunidad económica para muchos, se ha convertido en un importante problema social y político en muchas ciudades europeas, las cuales han impulsado nuevos modos de regulación desde varios ámbitos de políticas públicas: turismo, vivienda, planificación urbana o promoción de la economía colaborativa. Las nuevas formas del “capitalismo digital” no aterrizan de manera homogénea en todas las ciudades, como demuestra Thelen en su estudio comparativo sobre las respuestas a la plataforma de transporte Uber en Estados Unidos, Alemania y Suecia. Las reacciones pueden variar “*from welcome embrace and accommodating regulatory adjustments to complete rejection and legal bans*” (Thelen, 2018, p. 938). Por eso se necesita más investigación comparativa sobre los procesos locales, regionales y nacionales de movilización de actores, de acción colectiva y de modos de regulación de las plataformas digitales.

Sin embargo, en todas ciudades la aplicación de las nuevas regulaciones permanece inacabada e inefectiva, en gran parte debido a la falta de cooperación de las plataformas digitales en facilitar el acceso a los datos de los anunciantes. Los desafíos de gobernar sin datos, o con datos imperfectos, en la era del capitalismo digital global y del *big data* producido por empresas privadas, se han convertido en un tema central de gobernanza urbana y de investigación (Courmont y Le Galès, 2019). La efectividad futura de la regulación depende del éxito de las presiones puestas por los actores públicos sobre las plataformas para conseguir el acceso a los datos y el cumplimiento normativo —una batalla que en Europa se juega ahora a nivel de las instituciones de la UE—.

Más allá de la cuestión de la aplicación de las regulaciones, con la emergencia de las plataformas digitales se ha producido una reconfiguración de la acción colectiva urbana. Las plataformas se han convertido en nuevos actores de gobernanza urbana (Aguilera et al., 2019; McNeill, 2016). Su crecimiento influye no solo en los mercados inmobiliarios y en los espacios urbanos, sino también en la acción pública en torno a ellos.

Este análisis se puede aplicar a todas las grandes empresas digitales multinacionales —intermediarias de nuevos servicios urbanos— como Uber, Amazon o Google, que desarrollan una intensa acción política para evitar que las regulaciones públicas impida su capacidad de extracción de renta en las ciudades (Shear-mur, 2016; Brossat, 2018a).

El auge del alquiler vacacional, por lo tanto, ha sido acompañado por el surgimiento de nuevos intereses organizados y de conflictos urbanos en torno a la apropiación o redistribución de una nueva forma de renta urbana y de los beneficios de la “economía del visitante”, a la posibilidad de restringir el derecho de libre uso de la propiedad privada, o de realizar libremente una actividad económica. Esos conflictos están relacionados con luchas más amplias en torno a la transformación socioespacial de las ciudades: ¿quién tiene derecho a vivir/a permanecer en una ciudad, a consumirla como visitante, o a obtener una parte de la economía turística? El tema de la regulación del alquiler vacacional, por lo tanto, forma parte de un debate más amplio sobre las consecuencias de la globalización, de la democratización de la movilidad, y de la mercantilización del inmobiliario urbano. ¿Qué margen de maniobra tienen los actores públicos para regular los usos del suelo y de la vivienda en un contexto en el cual el inmobiliario urbano se ha convertido en “activo” para numerosos actores económicos? La expansión de las plataformas digitales transnacionales pone más que nunca la cuestión de la gobernabilidad de las ciudades europeas para el bien común de sus habitantes en el centro tanto del análisis de las ciencias sociales como de la acción política.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUILERA, T., ARTIOLI, F., y COLOMB, C. (2019). Explaining the diversity of policy responses to platform-mediated short-term rentals in European cities: a comparison of Barcelona, Paris and Milan. *Environment and Planning A*. Publicado en línea 23 de julio. doi: 10.1177/0308518X19862286
- AIRBNB (2018). *The economic impacts of home sharing in cities around the world*. Disponible en: <https://www.airbnb.co.uk/economic-impact>
- APUR ATELIER PARISIEN D'URBANISME (2018). *Short-term rentals: an analysis of metropolitan public responses* (Note no. 128). Paris: APUR. Disponible en: <https://www.apur.org/en/our-works/short-term-rentals-analysis-metropolitan-public-responses>
- ARIAS SANS, A., y QUAGLIERI, A. (2016). Unravelling Airbnb: urban perspectives from Barcelona. En A.P. Russo, y G. Richards (Eds.). *Reinventing the local in tourism: Producing, consuming and negotiating place* (pp. 209–228). New York: Channel View Publications.
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2015). *Mesura de govern presentada al Consell Plenari el 20 de juliol de 2015. Presenta el conjunt de mesures d'inici de legislatura: suspensió de llicències a l'obertura d'allotjaments turístics, prèvia a l'elaboració del Pla especial urba-*

nístic d'allotjaments turístics (PEUAT), la realització d'un nou pla estratègic de turisme per al període 2016-2020 que actualitzi el pla anterior, i la creació del Consell de Turisme i Ciutat. Disponible en: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/150720_mesura_de_govern_-_impuls_proces_participatiu.pdf

ARTIOLI, F. (2018). *Digital platforms and cities: a literature review for urban research* (Cities are back in Town Working Papers, No. 01/2018). Paris: Sciences-Po Urban School. Disponible en: http://blogs.sciences-po.fr/recherche-villes/files/2018/06/WP01_2018-Artioli.pdf

BARRON, K., KUNG, E., y PROSERPIO, D. (2017). *The sharing economy and housing affordability: evidence from Airbnb* (SSRN Scholarly Paper ID 3006832). Rochester, NY: Social Science Research Network. Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3006832

BROSSAT, I. (2018a). *Airbnb, la ville ubérisée*. Paris: La ville brûle.

BROSSAT, I. (5 de septiembre de 2018b). «Il faut interdire les locations Airbnb dans le centre de Paris», *Le Parisien*, entrevistado por Christine Henry. Disponible en: <http://www.leparisien.fr/paris-75/ian-brossat-il-faut-interdire-les-locations-airbnb-dans-le-centre-de-paris-05-09-2018-7877826.php>

CÓCOLA GANT, A. (2016a). Holiday rentals: The new gentrification battlefield. *Sociological Research Online*, 21(3). Disponible en: <http://www.socresonline.org.uk/21/3/10.html>

CÓCOLA GANT, A. (2016b). *Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población*. Disponible en: www.agustincocolagant.net

COLAU, A. (2 de septiembre de 2014). Mass tourism can kill a city – just ask Barcelona's residents. *The Guardian*. Disponible en: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/sep/02/mass-tourism-kill-city-barcelona>

COLOMB, C., y MOREIRA DE SOUZA, T. (en prensa). *Regulating short-term rentals in large European cities: debates, policy approaches, implementation challenges*. London: Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS) Research Trust.

CORPORATE EUROPE OBSERVATORY (2018). *UnFairbnb*. Brussels: CEO. Disponible en: <https://corporateeurope.org/en/power-lobbies/2018/05/unfairbnb>

COMUNE DI MILANO (2014). *Milano Sharing City*. Disponible en: <http://www.milanosmartcity.org/joomla/sharing-economy/milanosharingcity>

COURMONT, A. (2018). Plateforme, big data et recomposition du gouvernement urbain. Les effets de Waze sur les politiques de régulation du trafic. *Revue Française de Sociologie*, 59(3), 423-449.

COURMONT, A., y LE GALÈS, P. (Eds) (2019). *Gouverner la ville numérique*. Paris: PUF, La Vie des Idées.

CROMMELIN L., TROY, L., MARTIN, C., y PETTIT, C. (2018). Is Airbnb a sharing economy superstar? Evidence from five global cities. *Urban Policy and Research*, 36(4), 429-444.

DREDGE, D., GYIMÓTHY, S., BIRKBAK, A., JENSEN, T.E., y MADSEN A.K. (2016). *The impact of regulatory approaches targeting collaborative economy in the tourism accommodation sector: Barcelona, Berlin, Amsterdam and Paris* (Impulse Paper No 9 prepared for the European Commission DG GROWTH). Copenhagen: Aalborg University.

DREDGE, D., y GYIMÓTHY, S. (2017). *Tourism and collaborative economy*. Cham: Springer.

DUATIS, J., BUHIGAS, M., y CRUZ, H. (2016). *Impacte del lloguer vacacional en el mercat de lloguer residencial de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme.

FERRERI, M., y SANYAL, R. (2018). Platform economies and urban planning: Airbnb and regulated deregulation in London. *Urban Studies*, 55(15), 3353-3368.

GRAVARI-BARBAS, M., y JACQUOT, S. (2016). No conflict? Discourses and management of tourism-related tensions in Paris. En C. Colomb y J. Novy (Eds). *Protest and resistance in the tourist city* (pp. 31-51). London: Routledge.

GURRAN, N. (2018). Global home-sharing, local communities and the Airbnb debate: a planning research agenda. *Planning Theory and Practice*, 19(2), 298-304.

GURRAN, N., y PHIBBS, P. (2017). When tourists move in: how should urban planners respond to Airbnb? *Journal of the American Planning Association*, 83(1), 80-92.

GUTTENTAG, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.

HENLEY, H. (29 de junio de 2019). Ten cities ask EU for help to fight Airbnb expansion. *The Guardian*. Disponible en: <https://www.theguardian.com/cities/2019/jun/20/ten-cities-ask-eu-for-help-to-fight-airbnb-expansion>

HOLMAN, N., MOSSA, A., y PANI, E. (2018). Planning, value(s) and the market: An analytic for "what comes next?" *Environment and Planning A*, 50(3), 608-626.

LESHINSKY, R., y SCHATZ, L. (2018). "I don't think my landlord will find out." Airbnb and the challenges of enforcement. *Urban Policy and Research*, 36(4), 417-428.

MARTÍNEZ MATA, Y. (2017). Bolkestein revisited in the era of the sharing economy. Bolkestein revisada en la era de la economía colaborativa. *Revista Electrónica de Estudios Internacionales*, 33. Disponible en: <http://www.reei.org/index.php/revista/num33/notas/bolkestein-revisited-in-the-era-of-the-sharing-economy>

MCNEILL, D. (2016). Governing a city of unicorns: technology capital and the urban politics of San Francisco. *Urban Geography*, 37(4), 494-513.

- MENDES, L. (2018). Tourism gentrification in Lisbon: The panacea of touristification as a scenario of a post-capitalist crisis. En I. David (Ed.). *Crisis, austerity and transformation: How disciplinary neoliberalism is changing Portugal* (pp. 25–46). London: Lexington.
- NIEUWLAND, S., y VAN MELIK, R. (2018). Regulating Airbnb: how cities deal with perceived negative externalities of short-term rentals. *Current Issues in Tourism*. Publicado en línea 3 de agosto. doi: 10.1080/13683500.2018.1504899
- NOVY, J., y COLOMB, C. (2019). Urban tourism as a source of contention and social mobilisations: A critical review. *Tourism Planning y Development*, 16(4), 358-375.
- POLLMAN, E., y BARRY, J.M. (2017). Regulatory entrepreneurship. *Southern California Law Review*, 90(3), 383–448.
- PRAYAG, G., y OZANNE, L.K. (2018). A systematic review of peertopeer (P2P) accommodation sharing research from 2010 to 2016: progress and prospects from the multi-level perspective. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 27(6), 649-678.
- RUSSO, A.P., y SCARNATO, S. (2018). "Barcelona in common": A new urban regime for the 21st century tourist city? *Journal of Urban Affairs*, 40(4), 455-474.
- SCHÄFER, P., y HIRSCH, J. (2017). Do urban tourism hotspots affect Berlin housing rents? *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 10(2), 231–255.
- SCHOR, J.B., y ATTWOOD-CHARLES, W. (2017). The "sharing" economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms. *Sociology Compass* online, 11(8). Disponible en: <https://doi.org/10.1111/soc4.12493>
- SHEARMUR, R. (2016). Debating urban technology: technophiles, luddites and citizens. *Urban Geography*, 37(6), 807-809.
- SLEE, T. (2016). *What's yours is mine: against the sharing economy*. New York: Or Books.
- SMORTO, G. (2016). *Impulse paper on the business authorisation/licensing requirements imposed on peer-providers and platforms in the accommodation/tourism sector in Paris, Rome, Milan and London* (Impulse Paper No. 2 prepared for the European Commission DG GROWTH). Palermo: University of Palermo.
- SRNICEK, N. (2017). *Platform capitalism*. Cambridge: Polity.
- STABROWSKI, F. (2017). "People as businesses": Airbnb and urban micro-entrepreneurialism in New York City. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10(2), 327–347.
- THELEN, K. (2018). Regulating Uber: the politics of the platform economy in Europe and the United States. *Perspectives on Politics*, 16(4), 938–953.
- TUSSYADIAH, I.P., y PESONEN, J. (2018). Drivers and barriers of peer-to-peer accommodation stay – an exploratory study with American and Finnish travelers. *Current Issues in Tourism*, 21(6): 703–720.
- WACHSMUTH, D. (2017). *How do we measure Airbnb's impact on housing and gentrification?* Disponible en: <https://davidwachsmuth.com/2017/03/17/how-do-we-measure-airbnbs-impact-on-housing-and-gentrification>
- WACHSMUTH, D., KERRIGAN, D., CHANEY, D., y SHILLOLO, A. (2017). *Short-term cities: Airbnb's impact on Canadian housing markets*. Montréal: McGill University, School of Urban Planning. Disponible en: <https://upgo.lab.mcgill.ca/publication/short-term-cities/>
- WEGMANN, J., y JIAO, J. (2017). Taming Airbnb: Toward guiding principles for local regulation of urban vacation rentals based on empirical results from five US cities. *Land Use Policy*, 69, 494–501.
- ZERVAS, G., PROSPERIO, D., y BYERS, J. (2017). The rise of the sharing economy: estimating the impacts of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5): 687–705.

1. Introducció

1.1. Objectiu

1.2. Definició de l'àmbit

1.3. Metodologia

2. Turisme i medi ambient

2.1. L'evolució del turisme a Barcelona

2.2 El turisme sostenible

2.3. Canvi climàtic i turisme

3. Externalitats ambientals del turisme a Barcelona

3.1. Aigua

3.2. Energia

3.3. Soroll

3.4. Residus

3.5 Espai públic

3.6. Aeroport

3.7. Creuers

3.8. La petjada de carboni del turisme a Barcelona

4. Conclusions

Referències bibliogràfiques

ELS REPTES AMBIENTALS DEL TURISME A LA CIUTAT DE BARCELONA

Resum

Des dels Jocs Olímpics de 1992, Barcelona ha registrat un creixement continu del turisme. El nombre de turistes s'ha multiplicat per 5, i ha arribat als 17 milions i segons l'Estratègia de Mobilitat Turística es calcula que el nombre de visitants (turistes i excursionistes) suma 28 milions. Aquest volum de viatgers i activitat associada implica, inevitablement, impactes ambientals i un cost econòmic per als serveis públics més afectats, com la seguretat, la neteja o el transport públic. Aquest article presenta una primera aproximació amb una quantificació dels impactes més significatius del turisme a la ciutat de Barcelona. S'estima que el consum d'aigua de les places turístiques se situa entre el 8% i el 12% del consum total de la ciutat, i el consum d'energia final en el 7,6% del consum energètic total. Quant als residus generats pels allotjaments turístics, s'estima que representen el 9,1% dels residus totals de la ciutat. Cal tenir en compte, però, que hi ha una manca de dades ambientals vinculada a l'activitat turística, especialment en el cas dels residus. L'article fa referència també al primer càlcul de la petjada de carboni del turisme en un entorn urbà, i estima en 96,9 kg/CO_{2eq} la petjada de cada visitant per dia a Barcelona.

Paraules Clau: Turisme, externalitats ambientals, Barcelona, petjada de carboni.

1. Introducció

1.1. Objectiu

El present article pretén posar el focus en els impactes ambientals del turisme a la ciutat de Barcelona i identificar els principals reptes ambientals de la destinació. Per una banda, intenta contribuir amb una quantificació, a partir de les dades disponibles, de les principals externalitats ambientals del turisme urbà a Barcelona. Per altra banda, intenta posar llum en els buits de coneixement i en els fluxos ambientals més problemàtics, i així contribuir amb una diagnosi més fiable a construir propostes més concretes i específiques.

L'article està dividit en quatre parts. La primera part, introductòria, que defineix l'objectiu i delimita l'àmbit de estudi; seguida d'una segona part que contextualitza el fenomen turístic a Barcelona acompanyada d'una reflexió sobre el concepte de turisme sostenible i l'impacte del canvi climàtic en el turisme global. La terce-

ra part tracta de les externalitats ambientals del turisme relatives al consum d'aigua, consum d'energia, generació de residus, soroll, espai públic, petjada de carboni, aeroport i creuers. L'article finalitza amb les principals conclusions de l'estudi.

1.2. Definició de l'àmbit

La definició dels límits de l'objecte d'estudi és una tasca essencial per a una comprensió plena dels resultats i de les conclusions de qualsevol recerca. Si aquesta premissa s'aplica al cas del turisme, encara es torna més evident. El turisme presenta un caràcter difús, però alhora es troba simultàniament interrelacionat amb molts altres àmbits i sectors, fet que dificulta la seva delimitació. Així, les activitats turístiques no són exclusives dels visitants, ni les infraestructures per on transcorre el fenomen turístic són exclusivament turístiques. Certament, la frontera entre una activitat turística i una altra no turística pot resultar poc clara. Aquest fet resulta especialment difícil en la quantificació de les externalitats ambientals, així com dels seus impactes directes, indirectes o induïts. L'Organització Mundial del Turisme de les Nacions Unides (WTO) defineix com 'visitant' "una persona que viatja a un destí principal distint al seu entorn habitual, per una duració inferior a un any i que no sigui empleat per alguna entitat del país receptor" (World Tourism Organization of United Nations, 2008, pàg. 110). A més, distingeix entre 'turista' si pernocta en la destinació, i 'excursionista' en cas que visiti la destinació sense pernoctar-hi. Per a la definició dels límits dels productes (o activitats) turístics, s'adoptaran dos criteris, també definits per la WTO, en què:

1. "La despesa turística en el producte ha de representar una part important de la despesa total turística"; i
2. "La despesa turística en el producte ha de representar una part important de l'oferta del producte en l'economia. Aquest criteri suposa que l'oferta d'un producte turístic es reduiria considerablement si no hi hagués visitants" (World Tourism Organization of United Nations, 2008, pàg. 108).

1.3. Metodologia

L'elaboració del present article s'ha basat en recerca bibliogràfica a partir de documents de referència tant

locals com internacionals, així com de bibliografia més específica d'acord amb els temes tractats. L'article presenta els resultats obtinguts de l'estudi *Externalitats Ambientals del Turisme a la Ciutat de Barcelona* (Ajuntament de Barcelona, 2019), dins del marc del Pla Estratègic del Turisme de Barcelona 2020.

Dins d'aquest estudi s'ha elaborat una enquesta als allotjaments turístics sobre aspectes ambientals impulsada per la Direcció de Turisme amb la col·laboració de l'Agència d'Energia de Barcelona per a identificar i poder estimar de forma més acurada els consums metabòlics de les diferents categories. L'enquesta s'ha fet a 53 habitatges d'ús turístic (HUT) i 86 establiments turístics representativa del nombre real de les diferents categories. S'estima que l'enquesta presenta un error inferior al 20%.

Encara dins del Marc del Pla Estratègic del Turisme, s'ha elaborat per primera vegada una aproximació a la petjada de Carboni del sector turístic de la ciutat de Barcelona. La metodologia aplicada és la definida per la norma ISO 14040:2006¹ per a l'Anàlisi de Cicle de Vida (ACV) de productes, processos i sistemes. Aquesta metodologia s'ha adaptat a l'àmbit del turisme a la ciutat de Barcelona, en línia amb altres marcs metodològics existents per al càlcul de la petjada de carboni en l'àmbit de la ciutat (GHG Protocol² i PAS 2070:2013³) i de l'organització (ISO 14064-1:2006⁴).

A part de les delimitacions conceptuals i metodològiques, cal advertir la manca de dades i fonts bibliogràfiques sobre els fluxos metabòlics. Aquesta mancança sobre els indicadors de sostenibilitat del sector turístic més bàsics condicionen l'extensió de l'estudi del comportament ambiental. Tot i que existeix un conjunt d'indicadors publicats periòdicament al voltant de l'anàlisi econòmica, en el cas de les externalitats ambientals, encara falta una sistematització regular de dades dels indicadors metabòlics que serveixin de base d'anàlisi del sector cap al camí de la sostenibilitat.

2. Turisme i medi ambient

2.1. L'evolució del turisme a Barcelona

Barcelona consolida el seu rol prominent com a destinació urbana en el circuit mundial arran del posicionament que li atorgaren els Jocs Olímpics el 1992. L'esdeveniment olímpic simbolitza tota la transformació que es va iniciar abans dels Jocs i que es va prolongar molt després, i va culminar en una redefinició del discurs i imatge de la nova ciutat emergent (Benach, 1993).

Barcelona presentava característiques pròpies que la configuraven amb un gran potencial turístic: un clima mediterrani benvolent, patrimoni històric amb ele-

ments singulars i monumentals, a més d'exercir de centre universitari, esportiu i econòmic de l'Arc Mediterrani. La decisió de l'administració pública d'apostar pel turisme desplegarà tot un conjunt d'inversions i iniciatives que catalitzaren el desenvolupament del turisme amb Barcelona com a centre gravitacional. Des d'aleshores, el turisme passa de ser un sector complementari a convertir-se en una activitat central per a l'economia de la ciutat, així com per la pròpia definició del model i la construcció de la metròpoli (López Palomeque, 2015).

Barcelona ha registrat un creixement gairebé constant pel que fa al nombre de turistes en hotels. En el període recent (2000-2017), el nombre de turistes només ha decaïgut els anys de més impacte de la crisi econòmicofinancera, entre 2008 i 2009 i recentment, el 2017, l'any de l'atemptat terrorista i els fets de l'1 d'octubre.

Coincident amb el creixement dels turistes en hotels, ha estat el creixement dels passatgers a l'aeroport de Barcelona. El 1990 l'aeroport va registrar 9 milions de passatgers i l'any 2018 50 milions, cinc vegades més. La figura 1, mostra la forta correlació entre passatgers a l'aeroport i turistes en hotels ($r^2=0,95$, entre 1990 i 2017). D'acord amb la correlació, es preveu que els 50 milions de passatgers el 2018 (dada publicada) correspondran a 10,7 milions de turistes en hotels (estimació). No obstant això, aquesta previsió pot estar desviada per la diversitat d'oferta en altres tipologies d'allotjament o altres factors conjunturals.

Segons l'Estratègia de Mobilitat Turística (EMT), el 2016, el 82% dels visitants varen arribar en avió. L'aeroport és la porta principal del turisme a la gran metròpoli. Aquests valors culminen un model d'internacionalització del turisme que presenta Barcelona com el principal destí, però que els darrers anys ha iniciat un procés d'expansió cap a la regió metropolitana, com és el cas de "Barcelona és molt més"⁵. Aquestes estratègies visen continuar el mateix model de creixement del nombre de turistes, però ramificat per la gran metròpoli.

2.2 El turisme sostenible

L'Organització Mundial del Turisme, organització de promoció turística a nivell mundial, defineix el turisme sostenible com: "el turisme que tingui plenament en compte els seus impactes econòmics, socials, i ambientals actuals i futurs, atenent les necessitats dels visitants, la indústria, el medi ambient i les comunitats d'acollida"⁶.

Es tracta d'una definició plana, que no prioritza uns valors sobre uns altres i que equipara totes les neces-

¹ISO 14040:2006 Environmental Management – Life Cycle Assessment: Principles and framework. Geneva, Switzerland: International Organization for Standardization, 2006.

²Global Protocol for Community – Scale Greenhouse Gas Emission Inventories (GPC). Greenhouse Gas Protocol, 2014.

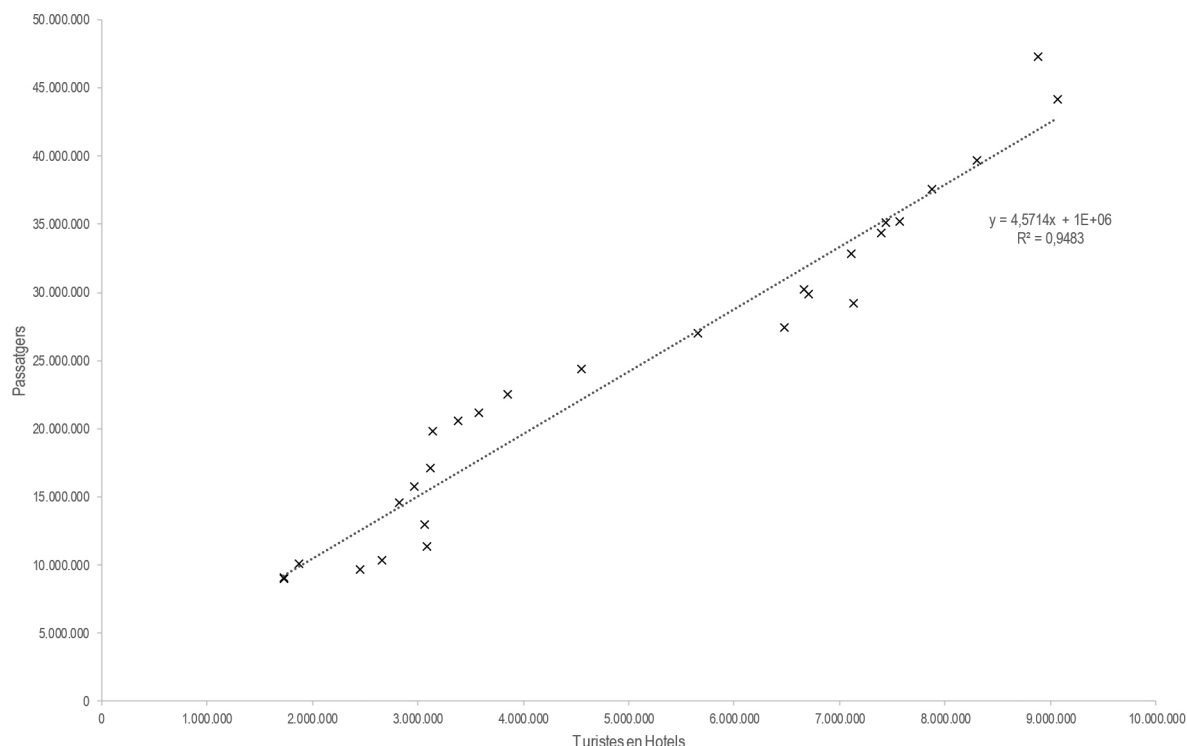
³PAS 2070:2013 Specification for the assessment of greenhouse gas emissions of a city – Direct plus supply chain and consumption-based methodologies. The British Standards Institution, 2014.

⁴ISO 14064-1:2006 Greenhouse gases — Part 1: Specification with guidance at the organization level for quantification and reporting of greenhouse gas emissions and removals. Geneva, Switzerland: International Organization for Standardization, 2006.

⁵Diputació de Barcelona. Barcelona és molt més. [<https://www.barcelonaesmoltmes.cat/ca>]

⁶WTO, 2019. [<http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>]

Figura 1. Relació entre passatgers a l'aeroport i turistes en hotels a Barcelona (1992-2017)



Font: Consorci de Turisme de Barcelona, 2018.

sitats de cada grup d'interès. És, així, una definició inòcua, que probablement no ajuda suficientment quan els diferents interessos entren en conflicte o, fins i tot, en disputa pels mateixos recursos.

El concepte de desenvolupament sostenible, font primària de la definició de turisme sostenible, té el seu origen en els moviments ecologistes i en la crítica d'un creixement econòmic continu sense respecte dels cicles biogeoquímics o ecològics, que altera els cicles naturals de forma irreversible i, d'aquesta forma, compromet la qualitat de vida de les generacions presents i futures. El concepte inicial de desenvolupament sostenible emergeix com a contraposició als models econòmics expansionistes i d'economia lineal. Dins d'aquesta òptica, no es pot entendre el turisme sostenible com un continu augment del nombre de turistes d'una destinació, o la contínua expansió del fenomen turístic, sense comprometre el desenvolupament ambiental o social. Cal, doncs, conèixer els cicles ecològics, les condicions ambientals, els fluxos metabòlics, les necessitats socials i l'estructura econòmica d'un territori per construir un model turístic que aporti valor econòmic, que respecti els recursos naturals i les condicions de les comunitats. A més, cal tenir present el caràcter volàtil del turisme, que pot canviar la seva demanda per una altra destinació per múltiples variables (seguretat, condicions climàtiques, costos). Així, un territori massa dependent del turisme és un territori amb una baixa capacitat de resiliència, exposat a un conjunt variat de factors, dels quals, molts són externs.

Tot i que el turisme genera importants ingressos econòmics i nodreix altres sectors productius —com, per exemple, el sector alimentari—, encara presenta una

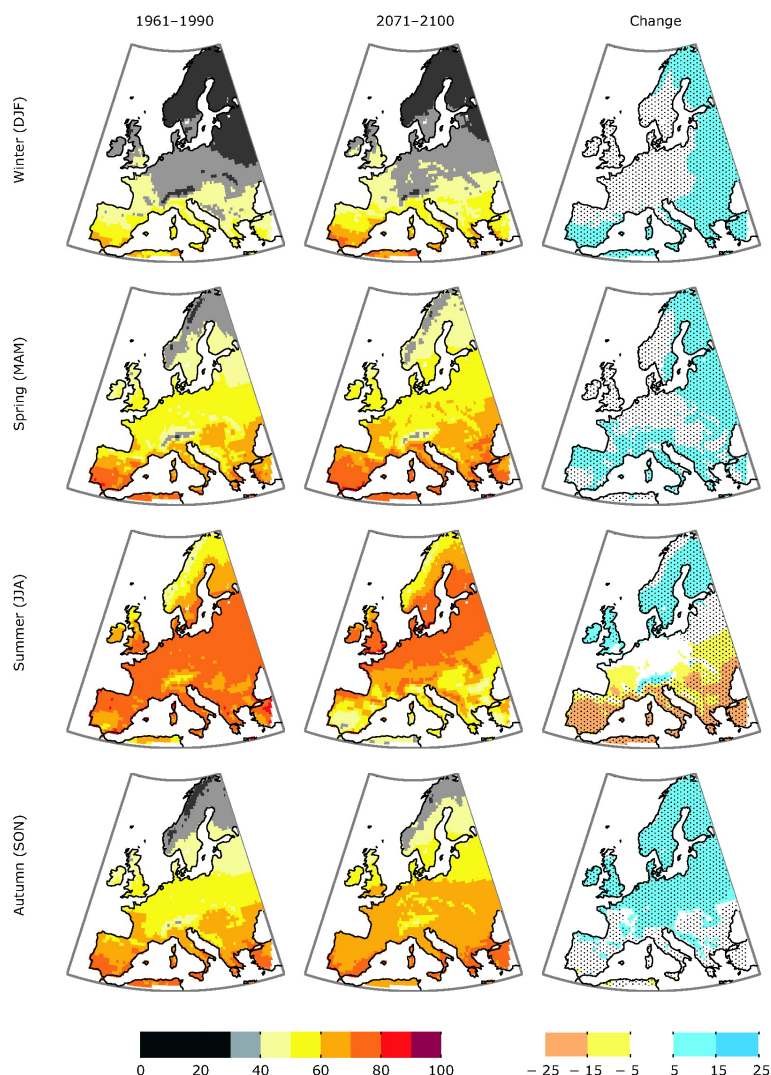
dificultat en distribuir i fixar la riquesa que genera al territori. Gairebé la meitat del pressupost d'un turista es destina al transport, que en el cas de Barcelona, correspon pràcticament tot al transport aeri en més d'un 53% (Consorci de Turisme de Barcelona, 2018). El sector allotjament, que representa el 19% de la despesa del turista, encara presenta una alta precarietat laboral, amb salaris mitjans més baixos que tots els sectors econòmics.

No obstant això, el turisme és un important motor econòmic tant local com regional, i els seus impactes poden ser absorbits o mitigats pel medi receptor, sempre que la intensitat de les activitats turístiques no superin els límits del propi sistema, i alterin les seves dinàmiques de forma irreversible. Així doncs, ens trobem amb la gran paradoxa del turisme, en què el creixement constant de visitants posa en risc la competitivitat de la destinació degut a les seves externalitats.

2.3. Canvi climàtic i turisme

El canvi climàtic és la designació atribuïda a la variació global del clima de la Terra. Al llarg de la història hi ha hagut diversos canvis climàtics, però tots amb causes naturals, com variacions en els paràmetres orbitals de la Terra, impactes de meteorits o variacions de la radiació incident. En les últimes dècades, s'ha registrat un augment de la temperatura mitjana global que ha portat a la comunitat científica a parlar d'un nou canvi climàtic, però aquesta vegada per causes antròpiques. L'augment de les emissions de Gasos amb Efecte d'Hivernacle (GEH), provinents essencialment de l'ús de combustibles fòssils, és el principal factor que explica aquesta pujada en les temperatures registrades en les darreres dècades (IPCC, 2014).

Figura 2. Condicions de confort per al turisme a Europa (1961-1990 i 2071-2100)



Font: Agència Europea de Medi Ambient, 2016.

El turisme, i en especial el turisme urbà, amb un ús intensiu de l'avió com a principal mitjà de transport, contribueix d'una forma inequívoca al canvi climàtic. La gran dependència de l'avió i les seves altes emissions per càpita, fa que el sector aeri sigui el principal responsable de la petjada de carboni dins de les activitats turístiques, tal com el reconeix l'estudi de la petjada de carboni del turisme a Barcelona que es presentarà més endavant.

Per altra banda, el turisme té una relació molt estreta amb el clima. Tot i que l'elecció del destí turístic depèn de molts factors, com la seguretat, els períodes de vacances, el cost econòmic, o fins i tot, la promoció turística, les condicions climàtiques hi tenen un paper molt rellevant. Així, és molt probable que alteracions de les condicions climàtiques puguin desencadenar una redefinició del mercat turístic a l'àmbit global i un desplaçament temporal de la demanda en la mateixa destinació.

Els models climàtics actuals indiquen una pujada global de la temperatura que suposaria, com a conseqüència, un desplaçament de les condicions òptimes per al turisme cap a latituds més altes durant als me-

sos d'estiu (figura 2). D'acord amb Tourism Climatic Index (TCI), índex reconegut per l'Agència Europea de Medi Ambient, després de la segona meitat del segle, les condicions òptimes per al turisme en la conca mediterrània se situarien a la primavera i tardor, i en els mesos d'estiu, les condicions òptimes es desplaçarien cap al centre i nord d'Europa. Aquest escenari, pot significar, en el cas de Barcelona, una disminució de turistes als mesos d'estiu i una pujada a la primavera o tardor. Tal previsió, implicaria una adaptació de l'oferta turística de fi de gestionar aquesta demanda fora del període habitual, així com un esforç de la pròpia ciutat en reduir els possibles impactes dels visitants.

Recentment l'Ajuntament de Barcelona ha publicat el Pla Clima per fer front als possibles impactes del canvi climàtic. En aquest pla es preveu un augment de la temperatura, en tots els escenaris climàtics, que pot arribar a una pujada de més de +3°C en un escenari passiu (sense mesures), o una pujada del +1,7°C en un escenari dins de l'acord de Paris. També es pronostica una disminució de la precipitació (sobretot a finals de segle), més freqüència de períodes secs i pluges més intenses i concentració d'episodis extrems. Això

pot comportar menys recursos hídrics, més inundacions, més probabilitat d'incendis, increment del nivell del mar, més onades de calor i una possible menor qualitat de l'aire per canvis de les demandes energètiques, entre altres afectacions paral·leles (Ajuntament de Barcelona, 2018a).

3. Externalitats ambientals del turisme a Barcelona

A continuació es presenta l'anàlisi de les externalitats ambientals del turisme que s'han considerat més rellevants en el cas de Barcelona. Els quatre primers subapartats corresponen als impactes associats als vectors ambientals de l'aigua, l'energia, el soroll i el residu. El cinquè aborda les externalitats de l'ús de l'espai públic; el sisè i setè corresponen a l'impacte de les grans infraestructures d'accés a la destinació com són l'aeroport i el port. Per últim, en el darrer subapartat es resumeixen els resultats de l'estudi específic sobre la petjada de carboni del turisme a Barcelona (Rico et al., 2018).

3.1. Aigua

Estimació del consum d'aigua segons la bibliografia

El subministrament i el sanejament de l'aigua a Barcelona està inclòs en el marc de la gestió del cicle d'aigua de l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB). L'aigua que arriba a l'AMB prové del sistema Ter-Llobregat, que representa el 78% (aproximadament un 30% del Ter i un 48% del Llobregat), el 17% és aigua subterrània, i el 5% dessalinitzada (5%), segon dades del 2018 (AMB, 2019).

El consum d'aigua a Barcelona registra una disminució gairebé contínua des de 1992. Actualment, la ciutat presenta un consum d'aigua del sector domèstic considerablement baix, de 106,98 litres/hab. i dia, (2018), molt semblant al consum mitjà de l'AMB, de 104,27 l/hab. i dia (AMB, 2019).

Una aproximació al consum d'aigua total del turisme a Barcelona implica un coneixement molt extens de totes les ramificacions de les activitats turístiques. Des dels allotjaments turístics, de totes les tipologies, fins als restaurants, llocs d'oci, equipaments culturals, parcs, fires i congressos, esdeveniments culturals o esportius, així com d'infraestructures com l'aeroport i port en relació als creuers.

En aquest article es presenten els resultats d'una estimació només dels allotjaments turístics per dos motius: a) és la part més significativa del consum d'aigua i b) disponibilitat d'informació. A més, s'ha calculat per dues metodologies diferents: una per dades bibliogràfiques i una altra per l'elaboració d'una enquesta als allotjaments turístics. L'enquesta es va realitzar amb el suport de la Direcció de Turisme de Barcelona i l'Agència d'Energia de Barcelona, dins del marc del Pla Estratègic de Turisme de Barcelona.

Un dels primers estudis sobre el consum d'aigua, on ja es feia referència aquesta problemàtica és l'*Estudi del Consum d'Aigua als Edificis de la Regió Metropolitana de Barcelona* del 2004. Tot i que no feia una refe-

rència explícita al turisme, l'estudi presentava ràtios de consum de 18 hotels de la RMB (Domene et al., 2004).

Més recentment, el 2015, es publicà un article sobre el patró de consum d'aigua dels hotels que presentava valors de consums per diferents tipologies (Dinarès i Saurí, 2015). Així, es recollien els consums d'aigua entre 1999 i 2008 de 262 hotels (d'un total de 310 hotels el 2008) sol·licitats a la companyia de subministrament Aigües de Barcelona. En el present article s'han utilitzat les ràtios del treball de 2015, ja que se centrava exclusivament a hotels de Barcelona, disposava de valors de facturació i és posterior a la sequera de 2007-2008, que va introduir una sensibilitat a la reducció del consum d'aigua en els allotjaments turístics. L'any de referència per al càlcul és 2016, en consonància amb el cens d'allotjaments turístics (CEAT). En relació a la tipologia d'hostals, pensions i albergs de joventut s'ha adaptat la ràtio de la tipologia d'1 estrella; i els apartaments, apartaments turístics i HUT (amb llicència i sense llicència) el mateix consum per càpita de la ciutat de Barcelona de l'any 2016 (107,6 l/hab. i dia).

Per al càlcul de l'estimació es va utilitzar el cens d'establiments turístics publicat en el Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics (PEUAT) (Ajuntament de Barcelona, 2017c) sumant els HUT sense entrada en el Registre de Turisme de Catalunya (RTC) i l'ocupació de les places turístiques d'acord amb l'informe anual del Consorci Turisme de Barcelona referent a l'any 2016. D'acord amb aquestes dades, es calcula que en 2016 el sector allotjament turístic va consumir 95 hm³, que correspon al 8,3% del consum d'aigua total de Barcelona a l'any 2016.

Estimació del consum d'aigua dels allotjaments turístics a partir de l'Enquesta de la Direcció de Turisme de Barcelona

En el marc del Pla Estratègic de Turisme de Barcelona, la Direcció de Turisme de l'Ajuntament de Barcelona ha impulsat una enquesta d'aspectes ambientals en el sector d'allotjaments turístics. Per al vector aigua, s'han demanat consums mensuals dels allotjaments turístics a partir dels quals s'ha calculat les ràtios per tipologia i categoria. Per mantenir un mostreig significatiu (error inferior al 20%) s'han agrupat els hotels cinc estrelles amb cinc estrelles gran luxe, els de quatre estrelles amb quatre estrelles superior, els apartaments turístics amb HUT i les tipologies pensions, hostals, albergs i residències en un sol grup.

En la taula 1, d'acord amb les ràtios calculades a partir de l'enquesta, el consum total d'aigua dels allotjaments turístics seria aproximadament uns 11,5 hm³, que significaria el 12% del consum d'aigua total de la ciutat.

Aquests resultats per dues metodologies diferents, poden senyalar que el consum d'aigua dels allotjaments turístics a Barcelona es podria situar entre el 8 i el 12% del consum d'aigua total de la ciutat. Això equival al consum d'aigua de la comarca del Garraf, amb un consum d'11.243.100 m³ (Institut d'Estadística de Catalunya, 2017).

Taula 1. Aproximació del consum d'aigua dels allotjaments turístics, 2016

Categoria	Nº Establiments (mostra)	Places Ciutat ^[1]	l/pernoctació	% Ocupació	Consum d'aigua estimat [m ³]
HOTELS 5* o Gran Luxe	6	10.181	545,5	64%	1.297.335
HOTELS 4* o 4*sup	32	36.108	373,3	70%	3.443.894
HOTELS 3*	13	14.386	232,0	77%	938.023
HOTELS 2*	7	3.740	165,5	78%	176.179
HOTELS 1*	6	2.624	130,1	74%	92.207
PENSIONS i HOSTALS, ALBERGS, RESIDÈNCIES	21	20.912	146,0	65%	724.359
APARTAMENTS i HUT's	53	59.753	207,2	68%	3.072.184
HUT sense RTC	-	35.264	207,2	64%	1.712.179
TOTAL		182.968			11.456.361
<i>Consum d'aigua total a Barcelona 2016^[3]</i>					95.405.523
<i>Contribució del sector en el consum d'aigua total</i>					12,0%

[1] - CEAT, Cens d'Establiments d'Allotjaments Turístics (existents) - PEUAT, 2016.

[2] - Consorci Turisme de Barcelona. Informe anual 2015.

[3] - Departament d'Estadística, Ajuntament de Barcelona. [http://www.bcn.cat/estadistica/catala/dades/anuari/cap14/C1404040.htm]

Font: Turisme de Barcelona i Departament d'estadística del Ajuntament de Barcelona i Barcelona Regional, a partir de les ràtios de l'enquesta de la Direcció de Turisme de Barcelona. No es van incloure les places del CEAT sense informació de categoria.

3.2. Energia

Consum d'energia per superfície dels allotjaments turístics

Per a una aproximació al consum d'energia del sector turístic, l'Agència d'Energia de Barcelona i la Direcció de Turisme en el marc del Pla Estratègic de Turisme ha impulsat una enquesta d'aspectes energètics del sector d'allotjaments turístics, on s'han recollit els consums d'electricitat i gas. Segons l'enquesta es van calcular les ràtios per superfície de cada categoria.

Aplicant les ràtios obtingudes al cens d'allotjaments turístics publicats al PEUAT referent a l'any 2016, es calcula, com s'observa en la taula 2, que el consum

d'electricitat seria de 383 GWh, i el de gas 254 GWh (apartaments turístics i HUT inclosos).

A partir d'una estimació dels HUT sense entrada en el RTC, realitzada per l'Ajuntament de Barcelona, es va estimar que aquests habitatges implicarien un consum addicional d'electricitat de 51.018.751 kWh/any, i de gas de 14.144.016 kWh/any. Per tant, el consum d'energia final del sector allotjaments turístics va ser d'uns 434 GWh/any d'electricitat i 268 GWh/any de gas. Aquest consum d'energia final representaria el 5,6% del consum d'energia total de Barcelona i el 37% del consum terciari de la ciutat.

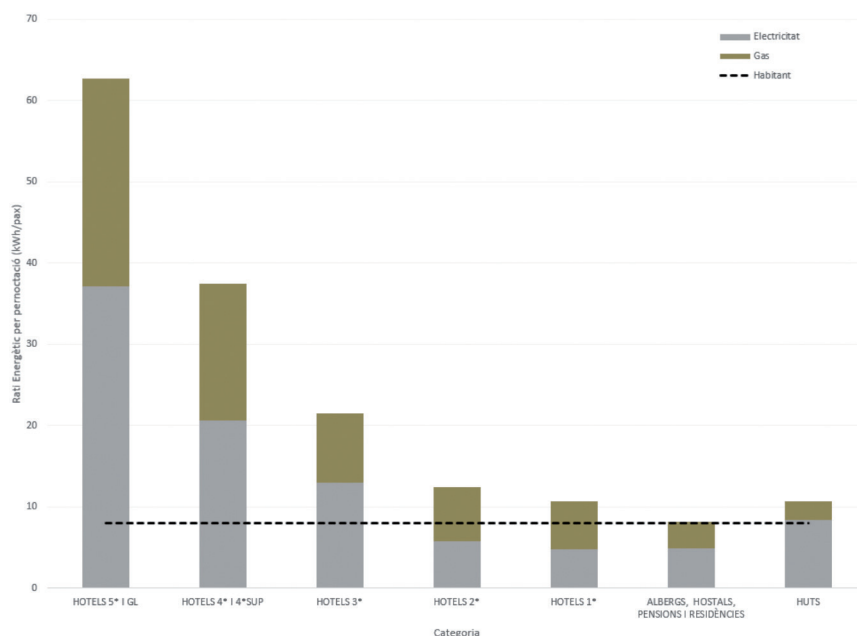
Tot i que de l'enquesta només es poden treure dades fiables pel que fa al consum de gas i d'electricitat, a

Taula 2. Mitjanes de consums de gas i d'electricitat per unitat de superfície dels allotjaments turístics de Barcelona per categoria, i consum total de gas i electricitat per al conjunt d'allotjaments turístics de Barcelona, 2016

Categoria	Consum electricitat (kWh/a/m ²)	Consum gas (kWh/a/m ²)	Consum electricitat (kWh/a)	Consum gas (kWh/a)
Hotels 5* o Gran Luxe	247	170	65.835.278	45.204.527
Hotels 4* o 4*sup	189	155	157.832.942	129.242.447
Hotels 3*	135	88	38.483.841	25.256.016
Hotels 2*	86	100	5.541.945	6.417.848
Hotels 1*	93	117	3.831.243	4.827.409
Pensions, Hostals, Albergs i Residències Col·lectives	149	99	31.382.649	20.851.659
Apartaments turístics i HUT	119	33	79.987.377	22.175.038
TOTAL	-	-	382.895.275	253.974.944

Font: Barcelona Regional a partir de les dades de l'enquesta "Anàlisi energètic del sector d'allotjaments turístics de Barcelona" de l'Agència d'Energia de Barcelona i de la Direcció de Turisme de Barcelona. La tipologia Hotel-apartaments estan inclosos dins de la tipologia Hotels.

Figura 3. Relació de ràtios energètiques per pernoctació per vector energètic per categoria dels allotjaments turístics de Barcelona en comparació amb la ràtio de consum diari per habitant, 2013



Font: Barcelona Regional.

partir dels inventaris exposats a l'enquesta i del comportament mensual dels consums s'ha procurat fer una estimació dels patrons de consum pel que fa al seu ús i segons la categoria. De forma genèrica, l'ús principal d'energia és per a il·luminació, que oscil·la entre els 49% dels hotels de 5 estrelles o gran luxe i els 29% en els HUT. Seguidament, l'ús majoritari és per a aigua calenta sanitària (ACS) entre el 37% (hotels de 3 estrelles) i el 23% (hotels de 5 estrelles o gran luxe). Posteriorment, l'ús per a calefacció que se situa entre el 29% i el 12%, i la refrigeració entre el 20% i el 9% completen la distribució del consum d'energia per usos.

Consum d'energia per pernoctació als allotjaments turístics

Analizant el consum agregat d'energia final (gas i electricitat) per pernoctació, es constata que un pernoctant a un hotel de 5* o GL, pot arribar a consumir 6 vegades més energia que un resident de la ciutat (8 kWh/dia, per l'any de referència 2013).

La proporció entre gas i electricitat és força constant a totes les categories excepte en Albergos, Hostals, Pensions i Residències i HUT en què es verifica una presència més elevada de tecnologia elèctrica (bombes de calor, termos). Si es compara la proporció electricitat/gas dels allotjaments turístics amb la del sector residencial, s'observa que els allotjaments de 4* són els que obtenen una distribució per vector energètic més semblant a la dels residents. Aquesta distribució atribueix un pes de l'electricitat lleugerament superior al del gas (55% i 45% respectivament).

Consum d'energia global del sector turístic a Barcelona

És difícil fer una valoració global del consum energètic del sector turístic de Barcelona, ja que hi ha moltes activitats difuses i no exclusives del turisme, però per tal de fer una aproximació més acurada s'han valorat aque-

lles activitats que són eminentment assignables a l'activitat turística: allotjaments, desplaçaments interns i els punts d'interès de ciutat. Per als desplaçaments interns s'han emprat les dades de les enquestes de mobilitat de l'activitat turística, i en el cas dels punts d'interès de ciutat (PIC) s'han recollit les dades dels principals elements i s'ha assignat la part proporcional en funció de les visites que es poden assignar al turisme.

Els desplaçaments interns dels visitants suposen un consum d'energia final d'uns 166 GWh al llarg del 2013, que suposa el 4,2% del consum en transport intern de la ciutat de Barcelona. Els que més contribueixen a aquest consum són els turistes, amb gairebé un 80%, i els que menys els creueristes amb un 1,5% (per disponibilitat de dades i per motiu d'anàlisi s'ha diferenciat entre creuerista i turista). Cal destacar que majoritàriament els desplaçaments es fan amb transport públic, on el metro i altres mitjans ferroviaris són els majoritaris.

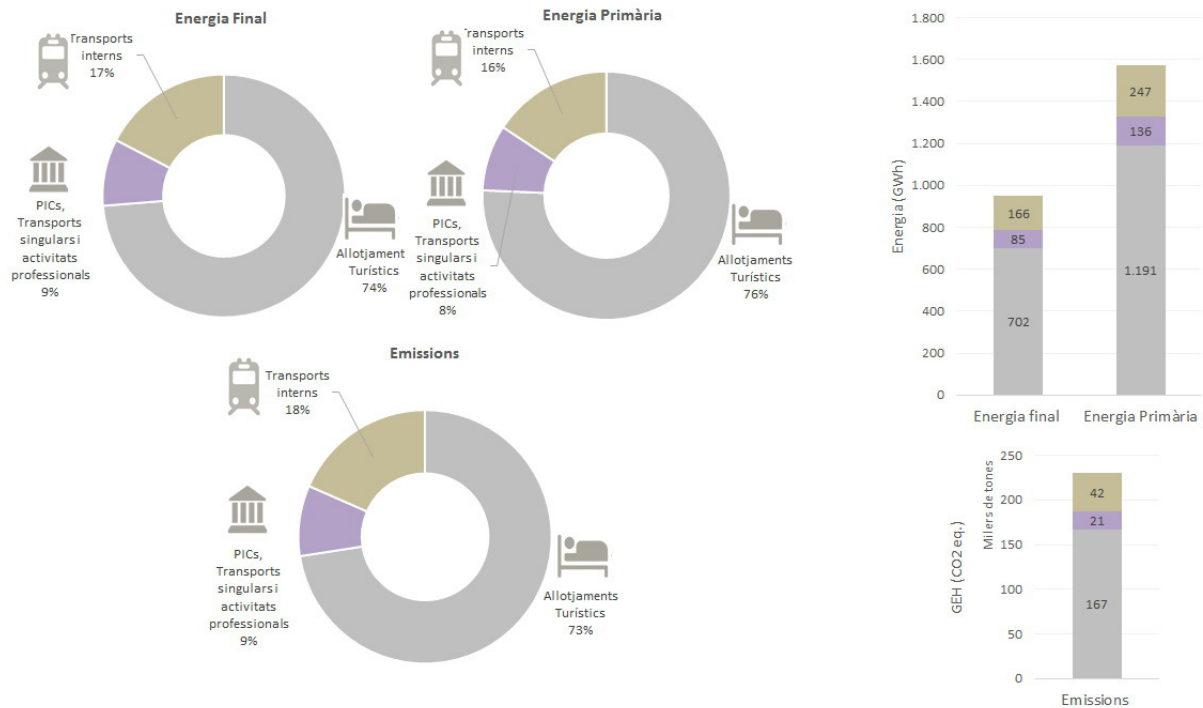
El consum d'energia final del 2015 derivat de les activitats turístiques als PIC es quantifica de l'ordre d'uns 85 GWh. Pel que fa a la distribució, el 55% va ser en forma d'electricitat, el 16% va ser gas natural, el 24% de gasoil, i el 4% és calor i fred de les xarxes de climatització centralitzada.

El consum d'energia final total assignable al sector turístic és d'uns 952 GWh, dels quals el 73,7% correspon als allotjaments turístics (inclou HUT sense RTC), el 8,9% s'atribueix als PIC i el 17,4% al transport intern. Aquest consum d'energia final correspon a un consum d'energia primària d'aproximadament 1.574 GWh i a unes emissions de gasos d'efecte hivernacle de 229.861 tones.

3.3. Soroll

Els fluxos diaris de visitants, que entren i surten de la ciutat pels diferents mitjans de transport, i les activi-

Figura 4. Relació de ràtios energètiques per tipologia d'activitat turística. Energia final, energia primària i emissions, 2013



Font: Barcelona Regional.

tats turístiques, principalment les relacionades amb l'oci nocturn i la recent conflictivitat entre turistes allotjats en HUT i residents, comporten un quadre totalment nou a la problemàtica del soroll a la ciutat. L'èxit recent de les plataformes de lloguer turístic ha provocat un fort augment de les queixes relacionades amb el soroll, ja que, gran part dels HUT comparteixen l'edifici amb usos residencials.

La proliferació dels HUT és un fenomen recent i tot just l'any 2016, la Guardia Urbana va definir un nou codi per designar les queixes relacionades específicament amb HUT, independentment de la causa. D'aquesta forma, es van registrar 2.249 queixes relacionades amb HUT, en 2016.

Pel que fa al nombre de queixes, els districtes que destaquen més són els de Ciutat Vella i l'Eixample, que conjuntament aglutinen el 66% de denúncies. A força distància els segueixen els districtes de Sants-Montjuïc, Sant Martí i Gràcia, que conjuntament aglutinen el 28% de les queixes. En els 5 districtes restants el nombre de queixes és força puntual, i només n'aglutinen el 6%.

En l'àmbit de barris destaquen la Dreta de l'Eixample (10,7%), el Barri Gòtic (9%), el Raval (8,4%), el Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (7,7%) i la Sagrada Família (7%), com els barris amb més queixes. A més, cal referir dos barris singulars que se situen per sobre de la mitjana del seus districtes: el Poble Sec i la Vila de Gràcia. Poble Sec registra 147 (62%) queixes d'un total de 239 del districte de Sants-Montjuïc, i el barri de la Vila de Gràcia 102 (63%) queixes d'un total de 162 del districte de Gràcia.

En relació a l'oci nocturn, els principals impactes es concentren en la Vila de Gràcia i al districte de Ciutat Vella, més concretament, a la zona de la plaça Reial, la

Rambla del Raval i la zona propera als carrers Argenteria i Passeig del Born. Aquestes zones presenten els valors més alts de contaminació acústica en el període nocturn (entre les 23:00 i les 7:00), entre 60-75 dB_(A), valors molt per sobre dels valors recomanats (50 dB_(A)).

En el marc del Pla d'Usos de Ciutat Vella, s'ha realitzat l'"Estudi de valoració de l'impacte del soroll procedent d'activitats relacionades amb l'oci nocturn sobre la salut de les persones a Ciutat Vella" elaborat per l'Agència de Salut Pública de Barcelona (ASPB), que conclou que durant les nits de divendres i dissabte se superen els llindars de benestar. Els valors més elevats se situen a l'Arc del Teatre i al carrer Escudellers. Al barri del Raval també es destaca la plaça dels Àngels, el carrer Sitges i la part baixa del barri. En el cas del barri Gòtic destaquen els carrers Escudellers, Avingüé, Ferran i la plaça George Orwell. El turisme ha estat identificat com una font principal del soroll per tots els participants de l'estudi, tant per les molèsties generades pels pisos turístics com pels passejos en grans grups i pel seu comportament incívic (Agència de Salut Pública de Barcelona, 2017).

Per altra banda, una part extensa del districte de l'Eixample també acull part de l'oci nocturn de la ciutat, però amb diferents afectacions de soroll, anant dels 60-65 dB_(A) a les zones situades al voltants dels carrers Balmes, Enric Granados i Aribau, fins a uns nivells més baixos de 50-55 dB_(A) pel barri de Sant Antoni o voltants del carrer Bailèn. Una altra part de la ciutat que acull oci nocturn és bona part del barri de Sant Gervasi-Galvany, que per la zona de Santaló-Amigó i Tuset-Travessera de Gràcia tenen uns nivells de soroll nocturn de 60-65 dB_(A).

Tot i que és difícil quantificar la implicació dels visitants en el soroll de l'oci nocturn, és consensual la

Taula 3. Estimació de la generació de residus dels allotjaments turístics de Barcelona, 2016

		Places [1]	kg/pernoctació (estimació) ^{[a], [b] i [c]}	Ocupació (places) ^[2]	Generació de residus estimada [kg]
Hotels	Gran Luxe i 5*	10.181	5,47	0,68	13.720.641
	4* superior i 4*	34.656	1,98	0,79	19.746.181
	3*	13.733	1,98	0,73	7.255.057
	2*	3.581	1,98	0,72	1.873.704
	1*	2.556	1,29	0,69	831.613
	Sense categoria	724	1,29	0,69	235.559
Aparthotels	4* superior, 4*, 3*, 2*	2.264	1,98	0,65	1.063.525
	1*	68	1,29	0,65	20.812
	Sense categoria	54	1,29	0,65	16.527
Hostals o Pensions		6.316	1,29	0,54	1.599.952
Apartaments Turístics		739	1,29	0,52	179.894
HUT		59.014	1,29	0,65	18.061.382
Albergs de Joventut		9.032	1,29	0,69	2.917.364
Residències		5.564	1,29	0,69	1.797.189
TOTAL		148.482			69.319.401
Generació de residus total Barcelona, 2016^[3]					754.922.471
Contribució del sector [%]					9,2

^[1] Cens d'establiments d'allotjaments turístic (2016). Ajuntament de Barcelona.

^[2] Amb negreta els valors extrets de l'Informe anual de Turisme de Barcelona i Cambra del Comerç (2015). La resta una estimació en base el mateix informe.

^[3] AMB. Dades Ambientals, 2016.

^[4] Declaració Ambiental d'un Hotel de referència Gran Luxe de Barcelona, 2010 (5,47 kg/nit).

^[5] Hamele, H., Sven, E., (2006) Environmental initiatives by European tourism business, Instruments indicators and practical examples. ECOTRANS e.V. Saarbrücken, desembre del 2006. L'estudi indica una ràtio de 1,98 kg/nit a hotels de 4, 3 i 2 estrelles.

^[6] Per falta d'informació s'estima el mateix consum per càpita a Barcelona en 2015 (1,29 kg/hab.dia).

Font: Ajuntament de Barcelona, 2016. No es van incloure els HUT sense llicència.

seva important aportació econòmica per al sector de l'oci i considerar-ho, així, d'acord amb el segon criteri de la WTO (citat a l'apartat 1.2), com una activitat turística, ja que els turistes representen una percentatge important per al sector.

Dins d'aquesta visió, més que entendre l'oci nocturn com una component més de l'oferta turística, es tracta d'un subproducte d'un model de creixement del nombre de turistes sense una estratègia de segmentació de la demanda. Això fa que una part substancial dels visitants sigui jove, amb baix poder adquisitiu, i que les seves activitats es concentrin en l'oci nocturn amb conseqüències en la qualitat acústica de l'espai públic. Més que una component de l'oferta, és una derivada indissociable del creixement indiscriminat del nombre de turistes.

3.4. Residus

La gestió dels residus de Barcelona està dins del marc organitzacional de l'AMB. Això significa que els residus produïts a Barcelona es tracten en les diferents infraestructures ubicades en diferents municipis de l'AMB. El 2016, Barcelona va generar 745.922 tones de residus urbans, una dada que confirma la tendència creixent des de 2013. La generació de residus té una

relació directa amb l'activitat econòmica i sembla que aquesta tendència creixent, posterior a la crisi econòmica, confirma l'augment de residus en moments de creixement econòmic.

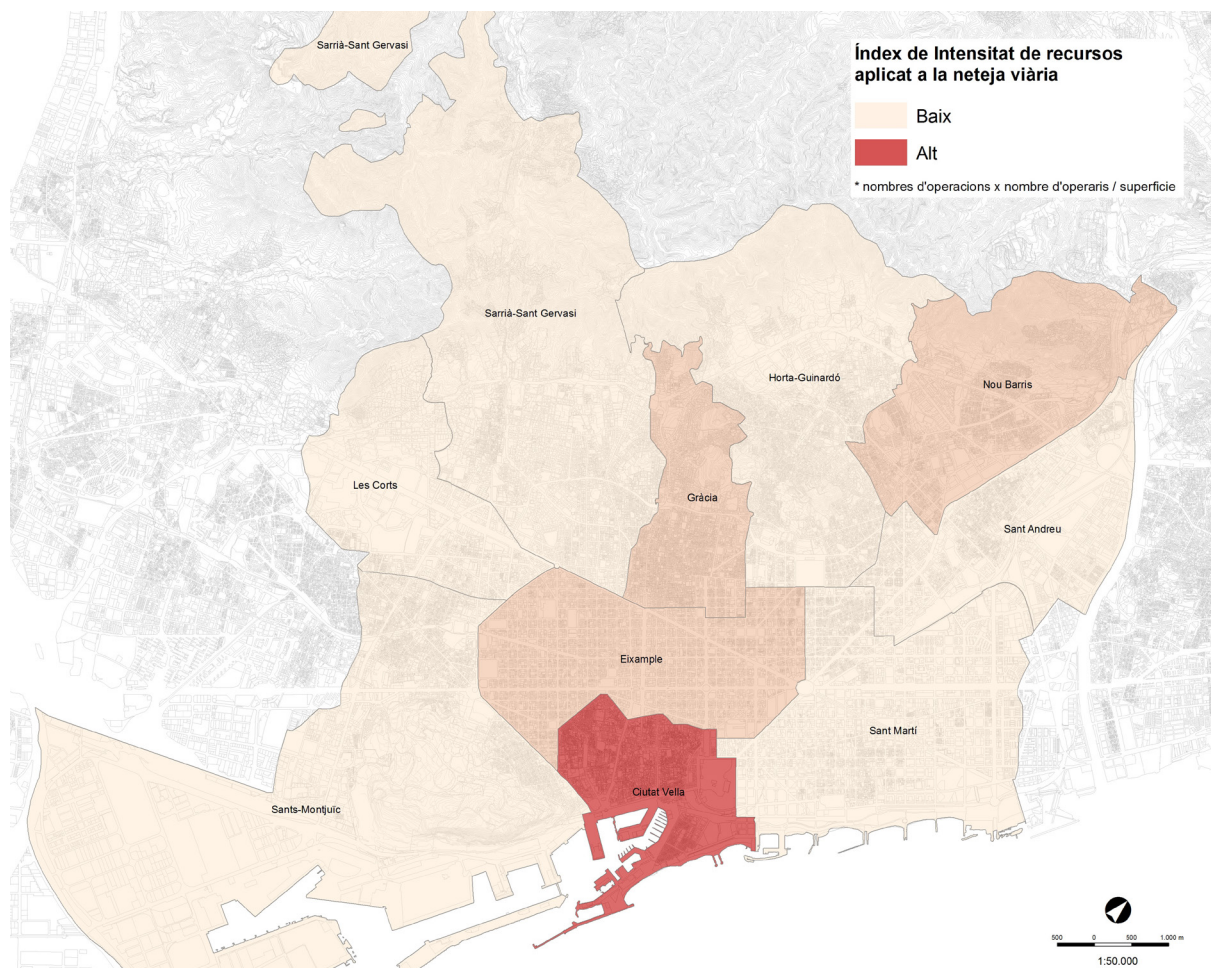
L'estimativa sobre la generació de residus del sector turístic està molt condicionada per la manca de dades i d'estudis publicats. Si en el cas del consum d'aigua es va publicar un estudi amb dades locals, en el cas dels residus, l'absència completa de dades, obliga a recórrer a bibliografia de l'àmbit europeu.

Per al càlcul de l'estimació de la generació de residus del sector allotjaments turístics s'ha utilitzat el cens d'establiments d'allotjaments turístics del 2016, les dades d'ocupació i les ràtios (kg per pernoctació) d'acord amb la bibliografia disponible. D'acord amb aquesta informació s'estima que el sector allotjaments turístics a Barcelona ha generat 68.921 tones de residus, que significa, per a l'any 2016 el 9,1% del residus totals a la ciutat, tal com s'observa en la taula 3.

Neteja viària

El factor turístic afegeix una component més a la neteja viària. Variables com la topografia, l'amplada del carrer, el comportament cívica, o l'ús de l'espai públic

Figura 5. Índex d'intensitat de recursos aplicats a la neteja viària, 2018



Font: Ajuntament de Barcelona, 2016. No es van incloure els HUT sense llicència.

condicionen els recursos que s'utilitzen per a la neteja l'espai públic. En base a informació de la Direcció de Serveis de Neteja i Gestió dels Residus de l'Ajuntament de Barcelona, s'ha pogut produir un índex d'intensitat de recursos aplicats a la neteja dels carrers. Aquest índex utilitza el nombre d'operacions i d'operaris per superfície. La figura 5 identifica clarament el districte de Ciutat Vella, com el districte amb més recursos dedicats. Malgrat això, no es pot quantificar la vinculació del turisme quant als recursos utilitzats, ja que altres variables també entren en joc, com l'amplada de la vorera, la impossibilitat d'utilització de vehicles de gran dimensions, i una alta activitat comercial. Tot i això, sembla evident que el factor turístic és una variable a tenir en compte per comparar amb altres districtes amb una presència residual del turisme i amb morfologia semblant, com els centres històrics d'altres districtes.

3.5. Espai públic

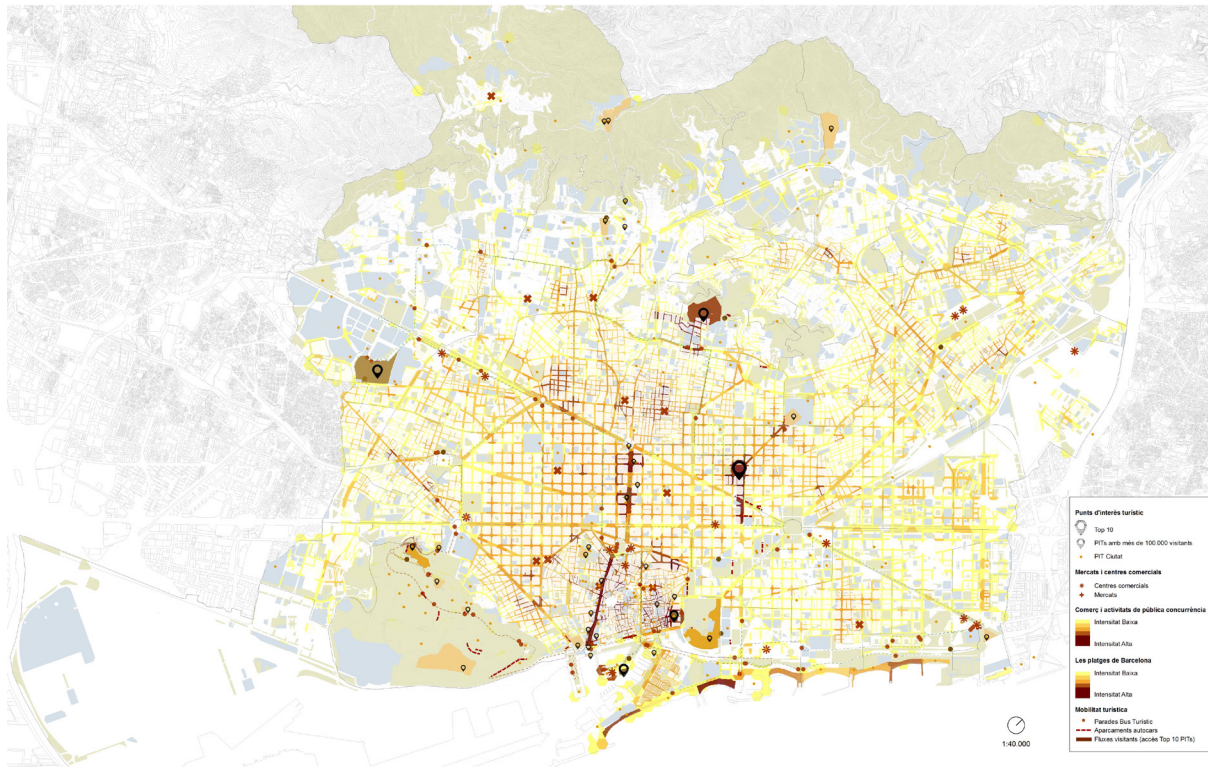
El turisme urbà té una notable expressió espacial pel que fa les rutes turístiques. Les guies turístiques, les icones arquitectòniques, zones comercials o d'oci, museus i altres variables conformen trajectes per on es dibuixen les rutes turístiques, que normalment presenten un alt grau de rigidesa. Això comporta impactes, que per la seva intensitat, poden provocar alteracions significatives dels barris i en la percepció dels seus re-

sidents. El cas més visible pot ser Ciutat Vella en general, i les Rambles en especial, on només el 21% dels usuaris en són residents (Associació d'Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla, 2007).

Aquest domini d'usos turístics implica una certa artificialitat en la vida urbana i un desplaçament dels usos més veïnals. Tot i que la relació entre turisme i gentrificació és relativament recent en el literatura acadèmica, varis autors apunten que el turisme urbà intensifica processos de gentrificació, i provoca en última instància la pròpia substitució dels residents, afectant més ràpidament els de menors ingressos. Tal com apunta Arias, "la gentrificació i turisme urbà són fenòmens co-constitutius, on els barris gentrificats són objecte de desig pels turistes i alhora el turisme intensifica els processos de gentrificació" (Arias, 2018 pàg. 137).

Un altre impacte derivat d'aquest procés de 'turistificació' és l'homogeneïtzació dels centres històrics, o de les zones més atractives per al turisme. Aquesta pèrdua de singularitat urbana, traduïda en un monocultiu turístic, on la vinculació amb el territori és nul·la o insignificant, com poden ser la compra de barrets mexicans al costat del Museu Picasso, de vestits de sevillanes al costat de la Sagrada Família, o una fotografia del 'pont gòtic' del Palau de la Generalitat construït el 1928. Aquest fenomen, si es porta a la seva màxima expressió pot significar una segregació de l'espai tu-

Figura 6. Intensitat de l'ús turístic de l'espai públic, 2016



Font: Barcelona Regional a partir de dades de Turisme de Barcelona.

rístic en relació a la resta de la ciutat, i la transformació en autèntics parcs temàtics.

En el *Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics* (PEUAT) s'ha publicat un mapa d'intensitat d'ús de l'espai públic (figura 6), amb ponderació de determinades variables morfològiques, com l'amplada de la vorera, punts d'interès de ciutat, parades de bus turístic, altres. En aquest mapa es poden confirmar el Park Güell, la Sagrada Família, el Passeig de Gràcia i les Rambles com els llocs amb més pressió. També s'observa una intensitat significativa en els cascs antics de Gràcia, Sarrí i en el barri Gòtic.

Mobilitat interna

Els turistes es desplacen majoritàriament a peu (45%) o en metro (33%). Els restants mitjans de transport presenten utilitzacions molt més reduïdes: el autobús públic el 5%, el taxi el 5%, o l'autobús turístic amb el 4% (Ajuntament de Barcelona, 2017a).

Aquest repartiment modal és extremadament favorable, ja que implica menors impactes, en relació al consum de combustibles fòssils, i emissions de contaminants i de GEH. No obstant això, suposa problemes d'aforament en algunes línies d'autobús públic, principalment en les que transcorren per elements turístics més allunyats del centre, com és en el cas del Park Güell. Per a minimitzar aquesta afectació particular, l'Ajuntament de Barcelona ha modificat la ruta de la línia 24 i ha afegit un servei de bus llançadora als visitants del Park Güell, des de la parada de metro Alfons X.

Un altre factor que cal tenir en compte és la preferència del visitant pel títol T-10 que provoca un impacte

significatiu en els balanços econòmics anuals, ja que aquest títol està subvencionat per garantir el dret a la mobilitat. Per altra banda, un servei exclusivament turístic, com el bus turístic, minimitza la pèrdua econòmica per la utilització de la T-10 per part del visitant. Malgrat això, genera impactes en l'espai públic, com a conseqüència de la duplicat de línies i parades. Actualment, funcionen dos operadors (TMB i Barcelona City Tours) amb 5 rutes, 116 autocars i 124 km de xarxa en total. A més, el bus turístic genera noves rutes turístiques entre les parades i els PIC, que afavoreixen el sorgiment de botigues exclusivament turístiques (com souvenirs), en detriment d'un comerç d'ús residencial. Aquest fenomen es pot observar els voltants del Park Güell, amb més visibilitat en els carrers Larrard, Baixada de la Glòria, av. Vallcarca i Travessera de Dalt (Ajuntament de Barcelona, 2017b).

Encara en relació a la mobilitat turística, els autocars discrecionals representen un flux continu de vehicles amb impactes sobre la mobilitat, emissions atmosfèriques i sobre l'espai públic. Aquesta modalitat dona servei als excursionistes que s'allotgen majoritàriament a la costa de la Regió Metropolitana, als creueristes que demanen una visita ràpida per la ciutat, i també a grups de turistes que visiten la ciutat des de Barcelona. Es calcula que durant els mesos de temporada alta, els autocars discrecionals poden arribar als 200-250 i fins i tot superar els 300 en dies de punta de demanda (Ajuntament de Barcelona, 2017a).

Platges

El 2018 s'ha registrat un descens generalitzat en pràcticament totes les platges, amb tres excepcions: Bogatell, Llevant i Llevant gossos. L'informe biennal de

L'Ajuntament de Barcelona sobre el nombre d'usuaris a les platges, indica que la inestabilitat climatològica, la disminució de turistes estrangers i residents a Barcelona, i la disminució de la valorització de les platges han contribuït a aquest descens. Malgrat que l'estiu de 2018 ha registrat una temperatura mitjana superior a 2016 en 0,7 °C (2016: 25,4 °C; 2018: 26,1 °C), també han augmentat els dies amb més inestabilitat i pluges, coincidint en molts casos amb cap de setmana. No obstant això, s'indica que no es pot atribuir a una sola causa aquest descens, sinó a una multiplicitat de factors. Una disminució de la valoració mitjana, associada a una sensació de sobreexplotació de l'espai, també s'indiquen com a factors explicatius. El descens també es verifica en tots els mesos de l'estudi, amb més evidència els mesos de maig i setembre. El mes de juliol continua com el mes amb més ocupació, malgrat una disminució del 12%. En tot cas, els mesos de juliol i agost presenten prop de 60% de l'ocupació (Ajuntament de Barcelona, 2018b).

3.6. Aeroport

L'aeroport de Barcelona va rebre 50 milions de passatgers el 2018, prop del límit de capacitat projectat de 55 milions. Si considerem que el 82% del visitants arriben en avió (Ajuntament de Barcelona, 2017a), això significa que prop de 23 milions de visitants són usuaris de l'aeroport, el 46% del passatge aeri. Si per una banda, el turisme té una gran dependència de l'avió, també és cert que el turisme representa pràcticament la meitat dels passatgers a l'aeroport de Barcelona. La dependència és, així, recíproca. Les variacions en el nombre de turistes tenen també implicacions econòmiques en l'aeroport i en les companyies. Una altra dependència que cal senyalar és la concentració de prop del 60% de la quota de mercat en tres companyies *low-cost*: Vueling amb el 38,3%, Ryanair amb el 14,9% i Easyjet amb el 7,0% (AENA, 2019).

Són diversos els factors que expliquen l'augment de passatgers a l'aeroport, però el sorgiment de les companyies *low-cost*, que van abaratir els preus dels viatges aeris, a costa en gran part, de les condicions laborals, marquen una ruptura en la situació anterior de preus de viatge més alts. Posteriorment, l'obertura de la T1, i l'augment de rutes aèries, culminen una estratègia de transformació l'aeroport en un *hub* internacional. Aquesta nova conjuntura, que actualment concentra el 60% de la quota de mercat en tres companyies *low-cost* i on el 46% del passatge és turístic, fa de l'aeroport un element clau en la definició del nombre de turistes a Barcelona i un escenari propici a situacions de millores laborals, que pot comportar un possible desgast de la destinació.

L'obertura de la terminal T1, en juny de 2009, ha significat un salt significatiu en el consum de tots els vectors ambientals. Malgrat que la darrera memòria ambiental disponible en la web d'AENA sigui de l'any 2015, s'observa una tendència, des de l'any 2010, a una disminució progressiva dels consums d'aigua i d'energia. En relació a la generació de residus es verifica un augment continu des del 2010, amb un 68%, de fracció resta (2015). No obstant, els residus especials segueixen la tendència a la baixa. Quant al soroll generat, i en virtut de l'augment del nombre de vols, la memòria ambiental de 2015 verifica un augment dels

nivells acústics del període de dia i vespre (2010-2015), però una estabilització o disminució en el període nocturn (AENA, 2015).

3.7. Creuers

El transport marítim i en particular els creuers generen impactes a dues escales. Per una banda, es generen impactes a escala global, com les emissions atmosfèriques de gasos amb efecte hivernacle (GEH) provinents dels motors de propulsió i de les incineradores a bord, i per altra, impactes a una escala local, com les emissions de gasos associats a episodis de contaminació (quan els vaixells estan amarrats al moll) o impactes per accidents, que poden tenir una incidència elevada. A més, cal referir impactes en l'ocupació de l'espai públic i dels llocs més emblemàtics, a conseqüència d'un volum molt alt de turistes amb poc temps per visitar una ciutat. Aquesta característica dels creuers causa perturbacions en la gestió de l'espai públic en seguretat i mobilitat, i interfereix en la qualitat urbana dels residents i dels propis turistes.

Es poden agrupar els principals impactes dels creuers en:

- Producció d'aigües negres: les aigües negres o fecals són un tipus d'aigua residual que està contaminada amb substàncies fecals i orina, procedents de deixalles orgàniques humanes.
- Producció d'aigües grises: procedents de les piscines, lavabos, dutxes, rentadores, i d'altres. Generen essencialment aigües amb clor i fluor, així com matèria orgànica.
- Producció d'aigües olioses procedents de les sentines: la sentina és l'espai a la part més baixa de la sala de màquines, just per sobre del doble fons. Té per objecte recollir tots els líquids oliosos procedents de petites pèrdues en canonades, juntes, o bombes que puguin vessar-se en aquest espai com a conseqüència del funcionament normal de la planta propulsora.
- Generació de residus sòlids: paper i cartró, vidre, plàstics, matèria orgànica, envasos o altres residus domèstics o comercials.
- Producció de residus perillosos: bateries, piles, aparells amb CFC, fluorescents i làmpades, pintures, dissolvents, d'altres.
- Contaminació atmosfèrica: producció de monòxid de carboni (CO), òxids de nitrogen (NO_x), òxids de sofre (SO_x), partícules (PM), gasos resultants de la incineració de residus, VOC i altres gasos.
- Impactes derivats de l'ampliació o saturació de les infraestructures portuàries.
- Impactes originats per accidents.

Aquest article se centra en les emissions de diòxid de nitrogen (NO₂), partícules del port i diòxid de sofre

(SO₂). La Xarxa Meteorològica i de Vigilància de la Qualitat de l'Aire del Port (XMVQA) integra 10 estacions fixes i una unitat mòbil. Segons el *Pla de Millora de la Qualitat de l'Aire del Port de Barcelona* (2016) hi ha vuit estacions dotades de captadors per a PM₁₀, tres estacions per a PM_{2,5}, dues per a òxids de nitrogen (NO_x) i òxids de sofre (SO_x) i una per a ozó (O₃) i benzè (C₆H₆). Addicionalment, i d'acord amb la Declaració Ambiental de 2015-2016, en l'estació del Port Vell s'hi ha instal·lat un analitzador de benzè, toluè i xilè. Les dades disponibles són de l'any 2015.

NO₂

En relació als valors de diòxid de nitrogen (NO₂) i quant als valors límits anuals (40 µg/m³), el port només va complir amb els límits establerts el 2008 i 2015. Quant als límits horaris (límits de 18 superacions a una concentració de 200 µg/m³ diaris) el port supera els límits legals des del 2012, malgrat la tendència a la baixa de les superacions. El 2015, la unitat mòbil del moll dels pescadors va superar en 21 vegades el límit establert.

PM₁₀

Des del 2012 que s'observa una estabilització dels valors anuals entre els 40 µg/m³ (valor límit anual) i 20 µg/m³ (valor recomanat per l'Organització Mundial de la Salut, OMS). Quant a les superacions al valor límit diari (VLD) de 50 µg/m³ sembla també coincidir amb una tendència a la baixa. Des del 2013 fins 2015 es van superar en dues estacions: Porta Coeli en 45 vegades i la Darsena Sud en 39 vegades (al màxim permès és de 35 superacions).

PM_{2,5}

Des del 2009 que les estacions del port registren valors dins dels límits legals (25 µg/m³), però superiors als valors recomanats per l'OMS (10 µg/m³).

SO₂

Des de l'entrada en vigor el 2010 de l'obligació d'utilitzar gasoil marí amb un contingut màxim de sofre del 0,1% en massa als vaixells atracats al Port (Directiva 2005/33/UE) que les concentracions han baixat considerablement (Autoritat Portuària de Barcelona, 2016). Des de llavors, les concentracions registren valors inferiors a 5 µg/m³, molt per sota del límit legal de 125 µg/m³ (VLD) o el límit recomanat per l'OMS de 20 µg/m³ (VLD). Des de 2009 no s'ha registrat cap superació a les estacions del port en relació al valor límit horari (VLH) de 125 µg/m³.

Recentment s'ha publicat (en 2016), l'estudi *Impact of harbour emissions on ambient PM₁₀ and PM_{2,5} in Barcelona* que conclou que les principals activitats d'emissió de partícules del port són la construcció de les noves terminals, el trànsit viari intern i la combustió de combustible dels vaixells. L'article detalla que la contribució local del port amb influència en la ciutat és entre 9%-12% per a les PM₁₀ i de 11%-15% en el cas de les PM_{2,5} directament relacionat amb la combustió de gasoil usat pels vaixells. L'article també fa referència als alts valors de contaminants secundaris en el medi urbà en comparació amb l'entorn del port i

atribueix a l'emissió de SO₂ dels vaixells, la formació de sulfat d'amoni ((NH₄)₂SO₄) en una atmosfera rica en NH₃ com és el cas de Barcelona (Pérez et al., 2016). Arran d'aquesta problemàtica, ha crescut la demanda per la creació d'una zona de control d'emissions per al mediterrani (Emission Control Areas - ECA), que podria reduir significativament les emissions actuals.

3.8. La petjada de carboni del turisme a Barcelona

Recentment s'ha publicat dins del marc del Pla Estratègic del Turisme de la Ciutat de Barcelona un estudi del càlcul de la petjada de carboni del turisme a Barcelona. El treball de Rico et al. (2019) és pioner en l'àmbit mundial pel que fa el seu objecte d'estudi, centrat en una ciutat. L'estudi calcula que la petjada de carboni total de l'activitat turística d'un any a la ciutat de Barcelona és d'uns 9.578.359 t CO_{2eq}, cosa que representa una emissió de 96,9 kg CO_{2eq}/visitant-dia (Rico et al., 2019).

El transport d'arribada o de sortida és la principal font d'emissions generades, i representa el 95,9% del total d'emissions de carboni (taula 4). L'avió representa el 88,3% del total de les emissions de CO_{2eq} i dins de l'àmbit de transport d'arribada i la sortida el 96,7%. Aquests valors indiquen la gran desproporció entre l'avió i els restants mitjans de transport o altres sectors d'activitat. D'aquesta forma, qualsevol mesura en la reducció de la petjada ha de passar, per una banda, per un sistema de reducció de les emissions del sector aeri, o mecanismes de compensació i, per l'altra, per una definició de la promoció turística, juntament amb mercats amb menys petjada de carboni.

En relació a les emissions en destí, l'allotjament és el sector que més contribueix a la petjada interna, principalment pel consum d'electricitat, però que representa el 3,1% del total. Entre les categories, la de 5 estrelles i gran luxe és la que presenta les ràtios més grans (21,9 kg CO_{2eq}/pernoctació), malgrat que la categoria 4 estrelles és la que presenta el percentatge més gran en virtut de la seva presència majoritària a la ciutat (Rico et al., 2019).

En relació a les activitats culturals, d'oci, fires i congressos, i PIC, són els que presenten un impacte més elevat amb el 68,8% dins d'aquest àmbit (0,34% del total). La visita a un PIC representa una emissió mitjana de 1,34 kg CO_{2eq}/visita, mentre que un trajecte en transports singulars és de 1,49 kg CO_{2eq}/trajecte i la participació en una fira o congrés són 5,86 kg CO_{2eq}/participant. Aquest valor referent a fires i congressos pot estar sobreestimat, ja que només s'ha comptabilitzat cada participant un cop, independentment del nombre de dies que assisteixi a un congrés o fira (Rico et al., 2019).

El metro (24.610 t CO_{2eq}) i el taxi (14.223 t CO_{2eq}) són els transports interns que generen més emissions en valor absolut, seguits del tren (Renfe) i del vehicle privat. Tot i així, el metro (0,2 kg CO_{2eq}/viatge i persona) i el tramvia (0,1 kg CO_{2eq}/viatge i persona) són els dos modes amb una petjada de carboni unitària més baixa. La petjada de carboni mitjana del desplaçament amb els transports interns de la ciutat és de 0,34 kg CO_{2eq}/viatge i persona (Rico et al., 2019).

Taula 4. Valors absoluts, relatius i per visitant-dia de CO_{2eq}, 2017

	Àmbit d'activitat	Petjada de Carboni total [t CO _{2eq}]	Impacte en relació al total [%]	kg CO _{2eq} / persona-dia
Transport arribada i sortida		9.184.457	95,89	92,9
Turistes	Desplaçament des de residència	8.461.728	88,34	102,75
	Avió	8.185.573	85,46	121,15
	Tren - AVE	90.689	0,95	10,57
	Vehicle propi	122.137	1,28	25,43
	Vehicle de lloguer	9.314	0,10	18,85
	Autocar privat	17.188	0,18	13,05
	Autobús públic (interurbà)	31.998	0,33	13,25
	Ferri, vaixell	929	0,01	2,94
	Creuer	3.877	0,04	8,83
	Taxi	23	0,00	1,70
	Desplaçament ciutat-aeroport	29.908	0,31	0,56
	Taxi	16.067	0,17	0,53
	Autobús públic	11.531	0,12	0,67
	Autobús cortesia	1.069	0,01	0,32
	Vehicle de lloguer	1.241	0,01	0,56
	Total Turistes	8.491.636	88,65	103,12
	Excursionistes	Residents de Catalunya de fora de la RMB	225.891	2,36
Vehicle propi		216.449	2,26	33,63
Tren		2.026	0,02	6,22
Autocar privat		7.416	0,08	9,11
Creueristes en trànsit		79.454	0,83	66,09
Creueristes		53.060	0,55	44,13
Vols transoceànics		26.394	0,28	135,38
Excursionistes		387.476	4,05	50,38
De residència fins municipi on s'allotja		328.029	3,42	42,65
Desplaçament per a arribar a Barcelona		59.447	0,62	7,73
Total Excursionistes	692.821	7,23	42,07	

Continua a la pàgina següent

Taula 4. Valors absoluts, relatius i per visitant-dia de CO_{2eq} 2017 (continuació)

	Àmbit d'activitat	Petjada de Carboni total [t CO _{2eq}]	Impacte en relació al total [%]	kg CO _{2eq} / persona-dia
Allotjament		297.891	3,11	7,55
	5* i GL	48.453	0,51	21,90
	4*	122.186	1,28	13,13
	3*	32.189	0,34	7,54
	2*	4.339	0,05	3,93
	1*	2.747	0,03	3,94
	Pensions i hostals	3.726	0,04	2,87
	Apartaments turístics	2.950	0,03	4,24
	Albergs	6.166	0,06	2,87
	HUT amb RTC	40.128	0,42	4,24
	HUT sense RTC	35.007	0,37	4,24
Activitats oci, fires i congressos		32.148	0,34	1,42
PIC	Museus i col·leccions	10.649	0,11	2,01
	Centres d'exposicions	1.081	0,01	1,72
	Espais d'interès arquitectònic	10.085	0,11	0,98
	Espais de lleure	295	0,00	0,66
	Transports singulars	6.194	0,06	1,49
	Fires i Congressos	3.844	0,04	5,86
Transports interns		63.862	0,67	0,34
	Metro	24.610	0,26	0,20
	Renfe - Tren	9.029	0,09	1,43
	FGC - Tren	944	0,01	0,35
	Taxi	14.223	0,15	0,76
	Autocar públic	6.116	0,06	0,27
	Tram	251	0,00	0,10
	Vehicle privat	7.580	0,08	0,75
	Vehicle de lloguer	589	0,01	0,76
	Autocar privat	520	0,01	0,34
Total de la Petjada de CO_{2eq} del Sector Turístic		9.578.358	100,00	96,93

Font: Rico et al., 2019.

4. Conclusions

El turisme és una activitat en creixement. L'OMT preveu que el 2030 s'hagi superat els 1.800 milions de turistes internacionals (World Tourism Organization of United Nations, 2011). Aquesta magnitud del turisme internacional, suportada per la pujada del turisme urbà dels darrers anys, implica impactes ambientals i una adaptació dels medis receptors que, per una banda, competeixen per atraure aquests visitants i, per l'altra, han de minimitzar els impactes en els seus territoris. Impactes que no es restringeixen específicament a la destinació turística, sinó que s'estenen a una escala metropolitana (augment del consum d'energia de les infraestructures ambientals, augment del volum d'aigua residual a tractar, augment del transport de residus, augment de les emissions atmosfèriques i de GEH associades al transport, per citar alguns exemples). Tot i que en les grans metròpolis, les infraestructures de gestió ambiental estan projectades en base a la població estacional i a puntes de demanda, i per això amb capacitat de mitigar els impactes d'una població flotant turística, no s'eviten les afectacions indirectes per un increment de visitants a nivell metropolità.

En aquest article s'han analitzat les principals externalitats ambientals del turisme a Barcelona on es destaca:

1. L'avió, que transporta 82% dels visitants a Barcelona, és responsable del 85,5% de la petjada de carboni del turisme.
2. Els allotjaments turístics consumeixen entre el 8% i el 12% de l'aigua total de la ciutat, i poden arribar als 500 l/pernoctació; en el cas dels hotels de 5 estrelles o gran luxe representen 5 vegades més que un resident.
3. En general, els allotjaments turístics consumeixen el 5,6% de l'energia total a Barcelona, unes 2,4 vegades més que un resident, però segons la categoria de l'allotjament el consum pot arribar a ser 6 vegades la d'un resident per cada pernoctació (com és el cas dels hotels de 5 estrelles o GL). Aquest consum s'eleva al 7,6% del consum total d'energia de Barcelona, si es comptabilitza el transport intern i les excursions (17%), el consum dels PIC, transports singulars i activitats professionals (9%) i els allotjaments (74%).
4. Malgrat la falta de dades locals, s'estima que el sector allotjaments pot generar el 9,2% dels residus totals a Barcelona. A més, cal afegir els recursos utilitzats per a la neteja viària que concentra Ciutat Vella, pol gravitacional de les rutes turístiques.
5. Per altra banda, cal continuar estudiant l'afectació del port en la qualitat de l'aire, en un context de continua pujada del sector creuer, principalment en els barris més propers. S'ha estimat que el port pot tenir una influència en la ciutat d'entre el 9% i el 12% per a les PM₁₀ i d'entre l'11% i el 15% en el cas de les PM_{2,5}, directament relacionat amb la combustió de gasoil usat pels vaixells.

Malgrat això, Barcelona ha fet un important avanç que ha culminat amb l'obtenció de la primera ciutat amb certificació Biosphere. Dins de les vàries accions, es destaca el nou *Pla Estratègic de Turisme 2020* que servirà d'enquadrament general a la transformació del model turístic, però també el *Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics* (PEUAT) que defineix els límits màxims de places turístiques en determinats àmbits. Així mateix, el Pla Clima (Ajuntament de Barcelona, 2018a), el Pla del Verd i de la Biodiversitat, el Pla Director d'Il·luminació, la introducció d'energia renovable en els mercats, o la compensació de les emissions de CO₂ en determinats esdeveniments són altres mesures que s'han posat en marxa i que de ben segur afectaran a l'activitat turística.

Així, a partir d'aquest estudi es poden agrupar alguns dels principals reptes de futur pel que fa a la gestió de les externalitats ambientals de l'activitat turística de Barcelona:

- Disposar de millors dades ambientals, principalment en indicadors de sector, i generar més coneixement per disposar d'una diagnosi més real.
- Disminució de les emissions del sector aeri, així com el canvi de combustible dels creuers per combustibles més nets. Canvis en les polítiques de promoció turística enfocats a mercats amb menys petjada de carboni.
- Reducció del consum de recursos, amb més rellevància per a l'aigua i l'energia. Suport al subministrament d'energia a partir de fonts renovables.
- Promoció d'una mobilitat turística neta.
- Reducció dels residus generats i polítiques de compensació d'emissions en fires i congressos.
- Coparticipació en els costos dels serveis i infraestructures públiques i cofinançament de noves estructures o equipaments públics de suport a les activitats turístiques.
- Avaluació dels efectes del sector turístic sobre les infraestructures ambientals a l'escala metropolitana i minimització o compensació dels seus impactes.

Així, en un context de canvi climàtic i canvi tecnològic, les administracions públiques i els agents privats han de trobar punts de consens per adaptar el turisme a un nou model que no suposi una superació dels límits dels recursos, alteracions irreversibles dels processos ecològics, o impactes socials que suposin una fractura entre visitant i resident, ni una pèrdua de competitivitat de la destinació.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AENA (2015). *Informació Ambiental 2015*. Madrid: AENA. Disponible a: <http://www.aena.es/es/aeropuerto-barcelona/sistema-gestion-ambiental.html>

- AENA (2019). *Estadísticas de tráfico aéreo. Año 2018 Aeropuerto de Barcelona Tráfico Comercial*. Madrid: AENA. Disponible a: <https://bit.ly/1Uli2IQ>
- AGÈNCIA DE SALUT PÚBLICA DE BARCELONA (2017). *Estudi de valoració de l'impacte del soroll procedent d'activitats relacionades amb l'oci nocturn sobre la salut de les persones a Ciutat Vella*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Disponible a: <https://bit.ly/2RS1HAK>
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017a). *Estratègia de Mobilitat Turística*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme i Barcelona Regional. Disponible a: <https://bit.ly/2RQ6GBd>
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017b). *Proposta Estratègica per al Park Güell 2017-2022*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona i Barcelona Regional. Disponible a: <https://bit.ly/2xGlnOk>
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017c). *Pla especial urbanístic per a l'ordenació dels establiments d'allotjament turístic, albergs de joventut, residències col·lectives d'allotjament temporal i habitatges d'ús turístic a la ciutat de Barcelona (PEUAT)*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Disponible a: <https://bit.ly/2XlfRdd>
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2018a). *Pla Clima 2018-2030*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Disponible a: <https://bit.ly/2T5iHtt>
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2018b). *Platges de Barcelona. Presentació de Resultats*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Departament d'Estudis d'Opinió.
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2019). *Externalitats Ambientals del Turisme de la Ciutat de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona i Barcelona Regional. Disponible a: <https://bit.ly/2XyVejR>
- AMB (2019). *Cicle de l'aigua. Abastament*. Barcelona: Àrea Metropolitana de Barcelona. Disponible a: <https://bit.ly/30okLJc>
- ARIAS, A. (2018). Turisme i gentrificació: apunts des de Barcelona. *Papers. Regió Metropolitana de Barcelona*, 60, 130-139.
- ASSOCIACIÓ D'AMICS, VEÏNS I COMERCIANTS DE LA RAMBLA (2007). *Resultats finals de la investigació sobre els visitants de La Rambla*. Barcelona: Retail & Trade Marketing.
- AUTORITAT PORTUÀRIA DE BARCELONA (2016). *Pla de millora de la Qualitat de l'Aire del Port de Barcelona*. Barcelona: Port de Barcelona. Disponible a: <https://bit.ly/2XJE1Dk>
- BENACH, N. (1993). Producció de Imagen en la Barcelona del 92. *Estudios Geográficos*, LIV(212), 483-505.
- CONSORCI DE TURISME DE BARCELONA (2018). *Anuari de l'activitat turística a Barcelona 2017*. Barcelona: Barcelona Turisme. Disponible a: <https://bit.ly/2XpWC8g>
- DINARÈS, M., i SAURÍ, D. (2015). Water consumption patterns of hotels and their response to droughts and public concerns regarding water conservation: The case of the Barcelona hotel industry during the 2007-2008 episode. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 623-649.
- DOMENE, E., SAURÍ, D., HUELIN, S., BOADA, M., MARTÍ, X., GARRIGA, N., i MOLINA, J. (2004). *Estudi del Consum d'Aigua als Edificis de la Regió Metropolitana de Barcelona*. Bellaterra: ICTA, Universitat Autònoma de Barcelona.
- INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (2017). *Anuari Estadístic de Catalunya 2017*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Disponible a: <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=231>
- IPCC (2014). *Climate Change 2014: Synthesis Report*. Ginebra: IPCC, Geneva. Disponible a: <https://bit.ly/2DlrQ3s>
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2015). Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 483-506.
- PÉREZ, N., PEY, J., RECHE, C., CORTÉS, J., ALASTUEY, A., i QUEROL, X. (2016). Impact of harbour emissions on ambient PM₁₀ and PM_{2.5} in Barcelona (Spain): Evidence of secondary aerosol formation within the urbana area. *Science of the Total Environment*, 571, 237-250. doi: 10.1016/j.scitotenv.2016.07.025
- RICO, A., MARTINEZ-BLANCO, J., MONTLEÓ, M., RODRIGUEZ, G., TAVARES, N., ARIAS, A., i OLIVER-SOLÀ, J. (2019). Carbon Footprint of Tourism in Barcelona. *Tourism Management*, 70, 491-504. doi: 10.1016/j.tourman.2018.09.012
- WORLD TOURISM ORGANIZATION OF UNITED NATIONS (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008* (Departament de Asuntos Economicos y Sociales. División de Estadística. Serie M, No. 83). Madrid: UNWTO. Disponible a: <https://bit.ly/2k9WIL6>
- WORLD TOURISM ORGANIZATION OF UNITED NATIONS (2011). *Tourism Towards 2030 Global Overview*. Madrid: UNWTO. Disponible a: <https://bit.ly/2XxqoTO>

LA INTEGRACIÓ DE LA DEMANDA
TURÍSTICA EN LA PLANIFICACIÓ I LA
GESTIÓ DE LA MOBILITAT. APUNTS DES DE
LA DESTINACIÓ BARCELONA

SUMARI

1. Cap a la generació de coneixement de mobilitat turística

2. Aspectes clau i reptes de la mobilitat turística

2.1. Un gran volum de turistes desplaçant-se per la ciutat

2.2. El port i l'aeroport, les principals portes d'entrada a la ciutat

2.3. Els turistes es mouen principalment a peu i en transport públic

2.4. La visita panoràmica a la ciutat

3. Objectius estratègics en la planificació e la mobilitat turística

4. Propostes d'actuació per abordar els reptes de la mobilitat turística

5. Conclusions

Referències bibliogràfiques

LA INTEGRACIÓ DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA PLANIFICACIÓ I LA GESTIÓ DE LA MOBILITAT. APUNTS DES DE LA DESTINACIÓ BARCELONA

Resum

En aquest article es reflexiona sobre les característiques i les particularitats de la mobilitat turística i sobre la seva importància en la configuració de la realitat urbana i del territori Metropolità, i ho fa a través de l'anàlisi global realitzada en el marc de l'Estratègia de Mobilitat Turística (EMT), impulsada per l'Ajuntament de Barcelona. Així doncs, es presenten els principals resultats d'aquest exercici inèdit de coneixement de la mobilitat turística i es presenten les estratègies que han de donar resposta als principals reptes detectats per tal d'assolir un mode de visita responsable i compatible amb la mobilitat quotidiana, que garanteixi l'ús racional i coherent dels sistemes de transport i que, alhora, doni resposta a l'estratègia de gestió de la destinació.

Paraules clau: Mobilitat turística, destinació Barcelona, equilibri, reptes territorials.

1. Cap a la generació de coneixement de mobilitat turística

Ens trobem en un context general d'augment de la mobilitat, ja sigui en l'àmbit quotidià com en el no quotidià. És en aquest darrer on té lloc el turisme. El turisme existeix en tant que hi ha persones que es desplacen lliurement d'un lloc a un altre, de forma ocasional, en un temps i un lloc fora del quotidià, i ho fan motivades per la recerca d'unes experiències, així com de l'assoliment d'unes expectatives mediades per una percepció i unes vivències inherents al fet de viatjar. Aquestes particularitats són les que distingeixen el turisme d'altres formes de mobilitat que han estat molt més estudiades. Així doncs, si bé anys enrere l'estudi de la mobilitat quedava incomplet en obviar la mobilitat personal i contemplar només la mobilitat ocupacional, avui, l'estudi de la mobilitat urbana queda incomplet si no s'incorporen els usos turístics de la mobilitat.

Davant d'aquesta convicció, i de la certesa que Barcelona és una ciutat turística i no deixarà de ser-ho en un futur proper, el Pla Estratègic de Turisme de Barcelona 2020 (PET20) es va proposar estructurar una anàlisi profunda i global de les pautes de mobilitat turística encaminada a dissenyar polítiques urbanes. La intensificació i l'expansió de la mobilitat turística requeria repensar, redissenyar i gestionar aquesta pràctica específica. Aquest exercici inèdit es va materialitzar en

l'Estratègia de Mobilitat Turística, que va ser presentada com a mesura de govern de l'Ajuntament de Barcelona el novembre de 2017 (Ajuntament de Barcelona, 2017).

2. Aspectes clau i reptes de la mobilitat turística

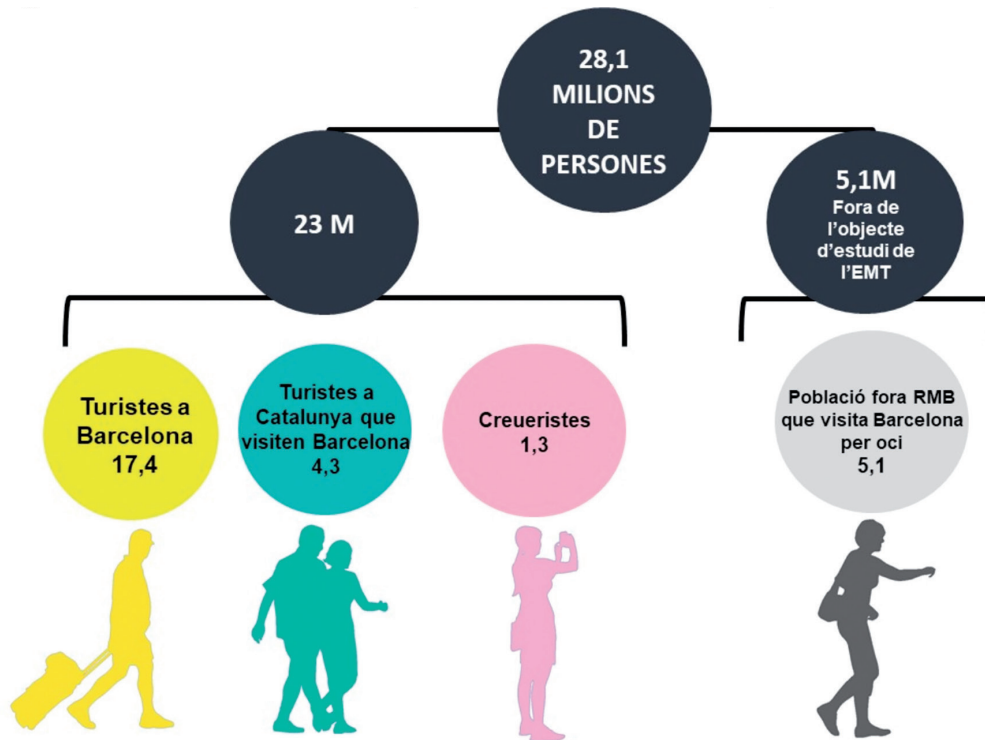
L'extensa i profunda diagnosi realitzada en el marc de l'Estratègia de Mobilitat Turística permet evidenciar els reptes que la mobilitat turística planteja a la ciutat (Ajuntament de Barcelona, 2017). En aquest apartat s'exposen les més destacades.

2.1. Un gran volum de turistes desplaçant-se per la ciutat

Un pas previ a explorar per primer cop els hàbits de mobilitat dels visitants era determinar-ne el volum. Així, l'Estratègia de Mobilitat Turística ha actualitzat les dades de visitants de la ciutat de Barcelona de l'any 2013 que provenien de *Estimació Estudi d'Impacte econòmic de l'activitat turística. Escenari intermedi-2013* (Insetur, 2016). Aquestes estimacions atorgaven a Barcelona 30 milions de visitants per a l'any 2013, la meitat dels quals turistes, i l'altra meitat visitants. La nova estimació de visitants per a l'any 2016 s'aproxima bastant a l'anterior en relació al nombre de visitants a la ciutat, però canvia substancialment les proporcions dels diferents col·lectius. Així doncs, es parla de 28,1 milions de visitants per qüestions d'oci a Barcelona (molt pròxim als 30 milions de l'anterior estimació) però augmenta el nombre de turistes fins a 17,4 milions i disminueix la quantitat d'excursionistes de caràcter eminentment turístic fins 5,6 milions (figura 1). La població resident fora de la Regió Metropolitana de Barcelona (RMB) que visita Barcelona per motius d'oci, i que s'ha estimat en 5,1 milions de persones ha quedat fora de l'objecte d'estudi de l'Estratègia de Mobilitat Turística ja que es pressuposa que els seus patrons de mobilitat responen més als patrons de la mobilitat quotidiana que a la pròpiament turística.

En estimar la població flotant de caràcter turístic es posa de manifest la importància d'introduir la variable temporal a l'anàlisi, ja que és població que està vinculada a la ciutat durant un temps determinat. Així, si bé les dades precedents ens permeten indicar que a Barcelona hi ha una mitjana de 47.000 arribades diàries de turistes i una mitjana de 15.000 arribades diàries d'excursionistes i creueristes, per conèixer realment

Figura 1. Estimació de visitants per motiu d'oci a Barcelona, 2016



Font: Estratègia de Mobilitat Turística. Ajuntament de Barcelona.

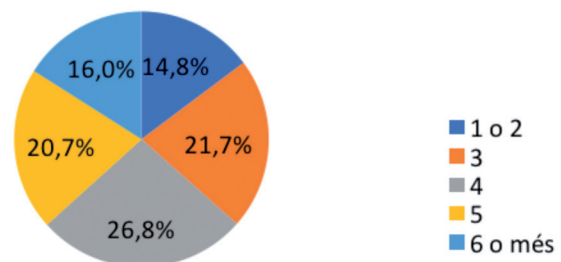
la intensitat d'ús de la ciutat cal passar a analitzar les pernoctacions i conèixer quin és l'ús temporal del territori. Inqüestionablement, els impactes sobre la ciutat no seran els mateixos si parlem de 17,4 milions de turistes anuals que usen la ciutat durant un parell dies o si ho fan al llarg d'una setmana. Introduir la variable temporal ens demanava doncs estimar una nova dada: les 'visites/diàries anuals', que hem xifrat en 56 milions per al 2016. Aquest indicador correspon al nombre de turistes multiplicat per les nits d'estada i sumat al nombre d'excursionistes, i ens permet conèixer la pressió turística sobre a la ciutat. En aquest indicador, per tant, un turista és comptabilitzat tantes vegades com nits d'estada fa a la ciutat, mentre que l'excursionista és comptabilitzat una sola vegada, donant així el total de visites (diàries) a la ciutat.

Aquest nou valor de 56 milions de visites/diàries-anuals ens permet fer l'exercici d'estimar quants visitants teníem, diàriament, el 2016 pels carrers de Barcelona. Aquesta xifra era d'una mitjana de 154.000 visitants diaris de caràcter turístic, la qual cosa representa gairebé un 10% de la població resident de la ciutat. Aquestes xifres posen en evidència els reptes que suposa gestionar la mobilitat turística i alhora la imperiosa necessitat de fer-ho.

Més de 600.000 desplaçaments realitzats per turistes cada dia

D'aquests 154.000 visitants (turistes i excursionistes) que s'estima hi ha diàriament a la ciutat, més de la meitat (el 63,5%) realitzen 4 o més desplaçaments al dia per Barcelona, segons l'enquesta de l'Estratègia de Mobilitat Turística (figura 2). De mitjana en fan 3,9, número que aplicat al volum de visitants es tradueix en més de 600.000 desplaçaments diaris.

Figura 2. Nombre de desplaçaments diaris



Font: Enquesta de l'Estratègia de Mobilitat Turística, 2017 Ajuntament de Barcelona.

Segons l'Enquesta de Mobilitat en Dia Feiner (EMEF) del 2015 (ATM, 2015), els residents a Barcelona i la seva regió metropolitana realitzen cada dia (feiner) uns 6,6 milions de desplaçaments amb origen i/o destinació a la ciutat, dels quals 4,9 milions són interns a la pròpia ciutat. Si a aquests 4,9 milions de desplaçaments interns realitzats pels residents se sumen els 600.000 desplaçaments turístics, fa un total de 5,5 milions de desplaçaments diaris que es fan internament a la ciutat, dels quals la mobilitat turística representaria a l'entorn del 10%.

La ciutat turística en moviment: patrons temporals i concentració espacial

Però la incidència de la mobilitat turística en el sistema de mobilitat pot ser encara major degut a l'elevada estacionalitat i concentració espacial a la ciutat, ja que durant els mesos de juliol i agost, el nombre de turistes arriba a ser el doble que al gener.

De fet, com a resultat d'aquesta estacionalitat es detecten pics de major demanda al juliol i l'agost que

podrien arribar als 200.000 visitants/dia de mitjana, nombre que pot incrementar-se encara més els dies que arriben creuers. Aquests 200.000 visitants generarien, aplicant la ràtio de 3,9 desplaçaments/dia per visitant, gairebé uns 800.000 desplaçaments/dia en dies punta.

També es detecta un increment molt important dels desplaçaments els dies amb esdeveniments importants a la ciutat, en què hi poden haver pics destacats de fins a més de 100.000 visitants en un sol dia que se sumen als visitants per motiu d'oci o personals, incrementant per tant encara més la mobilitat turística i global a la ciutat.

A la concentració temporal se li afegeix la concentració espacial de les visites. A Barcelona hi ha una innegable concentració territorial de la visita. Els turistes es mouen principalment pel centre de la ciutat i les icones turístiques. Un dels districtes més visitat de la ciutat és el de Ciutat Vella, amb una centralitat històrica i geogràfica que el converteixen en un territori clau. L'alta concentració d'allotjaments turístics, tant d'hotels, com d'HUT, juntament amb la d'establiments de restauració, de comerços, d'activitats i usos turístics, és especialment visible. El districte compta, a més, amb l'espai més visitat de la ciutat, la Rambla, amb unes estimacions que superen els cent milions de viants anuals (Ajuntament de Barcelona, 2014). Un altre espai altament utilitzat són les platges i el front marítim, que com a espais emblemàtics són capaços d'atraure una gran quantitat d'usuaris, tant residents, com visitants i turistes. La Sagrada Família o el Park Güell són alguns exemples d'espais de gran afluència (EGAs).

Els diferents atractius de visita de la ciutat s'activen i desactiven en funció de la capacitat d'atracció que tenen en determinats moments. Així, en funció de la pròpia naturalesa de l'activitat, en variarà l'ús al llarg del dia.

2.2. El port i l'aeroport, les principals portes d'entrada a la ciutat

La majoria de les arribades diàries de turistes són en avió, el 82%, un percentatge que queda molt allunyat del següent mitjà d'accés, que és el tren amb el 8%

(figura 3). L'abaratiment dels vols amb el *low cost* com a model de negoci predominant i l'augment de connexions amb altres capitals europees, així com la millora i l'ampliació de les infraestructures de l'aeroport, el consoliden com la gran porta d'entrada del turisme a la ciutat superant els 50 milions de passatgers l'any 2018 (AENA), després d'un fort augment en els últims anys.

A molta distància de l'avió hi ha els turistes que arriben a la ciutat en tren (8%), principalment en AVE provinents de la resta de l'Estat espanyol i a través del corredor Barcelona-Madrid i dels serveis internacionals del corredor Mediterrani, amb les noves connexions amb França (París, Tolosa, Marsella i Lió). La demanda de viatgers en tots dos corredors no ha parat de créixer en els últims anys.

Els creuers al Port de Barcelona, una font creixent de visitants amb una forta estacionalitat

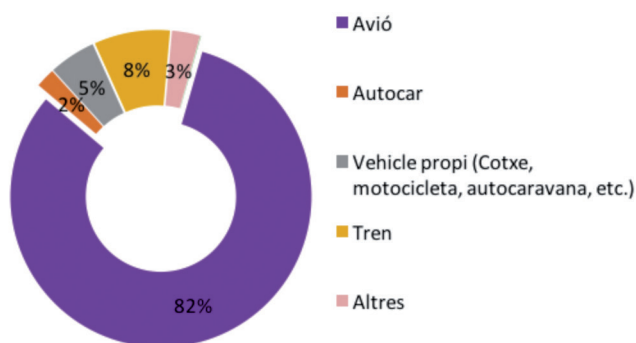
D'altra banda, l'arribada de creuers a Barcelona s'ha duplicat en els últims 10 anys, superant els 3 milions de creueristes l'any 2018, i consolidant Barcelona com a líder de creuers d'Europa i de la Mediterrània, i posicionant-se com a quart port del rànquing mundial (Port de Barcelona).

Una de les principals característiques dels creuers és la forta estacionalitat (figura 4). Amb una temporada alta que va del maig a l'octubre amb determinats dies punta on poden arribar a concentrar-se gairebé 30.000 creueristes en un sol dia¹.

Al Port de Barcelona hi arriben bucs íntegrament en operativa *turnaround*—els passatgers dels quals inicien i/o finalitzen el viatge a Barcelona—, bucs íntegrament amb operativa 'en trànsit' i bucs mixtes que combinen els dos tipus d'operativa. La diferent operativa dels creuers al Port de Barcelona determina la relació dels creueristes amb Barcelona. En els darrers anys, el creixement dels creueristes en trànsit ha estat constant, essent del 8% respecte el 2017, mentre que el port base s'ha estabilitzat entorn el milió sis-cents mil creueristes.

Aquesta forta concentració d'operacions en determinats dies i en determinades hores del dia suposa per

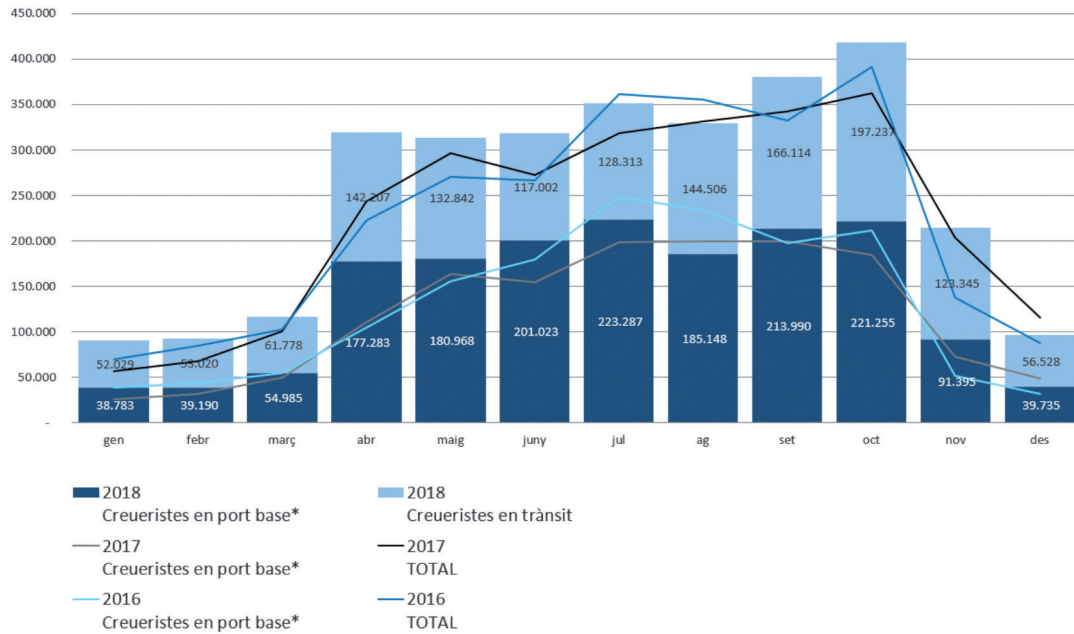
Figura 3. Mitjà d'accés principal a Barcelona



Font: Enquesta de l'Activitat turística a la ciutat de Barcelona, 2017. Ajuntament de Barcelona.

¹ Dada de maig de 2014. El Port de Barcelona ofereix una previsió anual i mensual dels creuers que atraquen al port i dels passatgers que hi transiten. Per més informació vegeu <http://www.portdebarcelona.cat/web/port-del-ciudadada/consulta-cruceros>

Figura 4. Creueristes en trànsit i en port base



Font: Port de Barcelona, 2019.

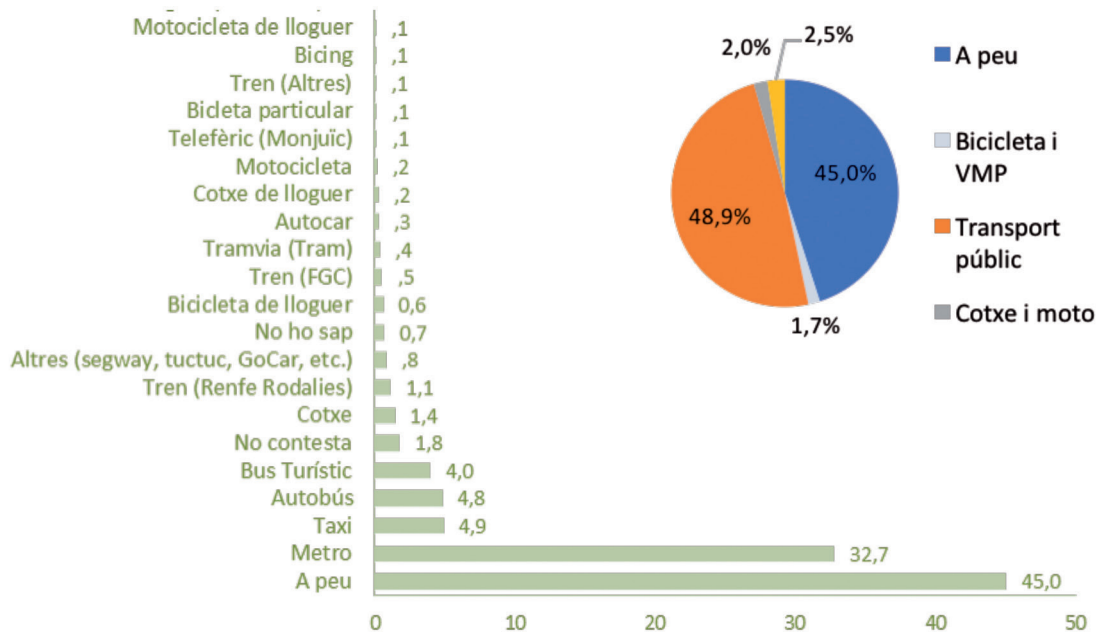
a la ciutat situacions d'aglomeració de visitants en les zones adjacents del Port de Barcelona, principalment a les Rambles, així com en les infraestructures de mobilitat que més utilitzen.

2.3. Els turistes es mouen principalment a peu i en transport públic

En els desplaçaments per la ciutat, els turistes utilitzen de forma majoritària el transport públic (48,9%) i

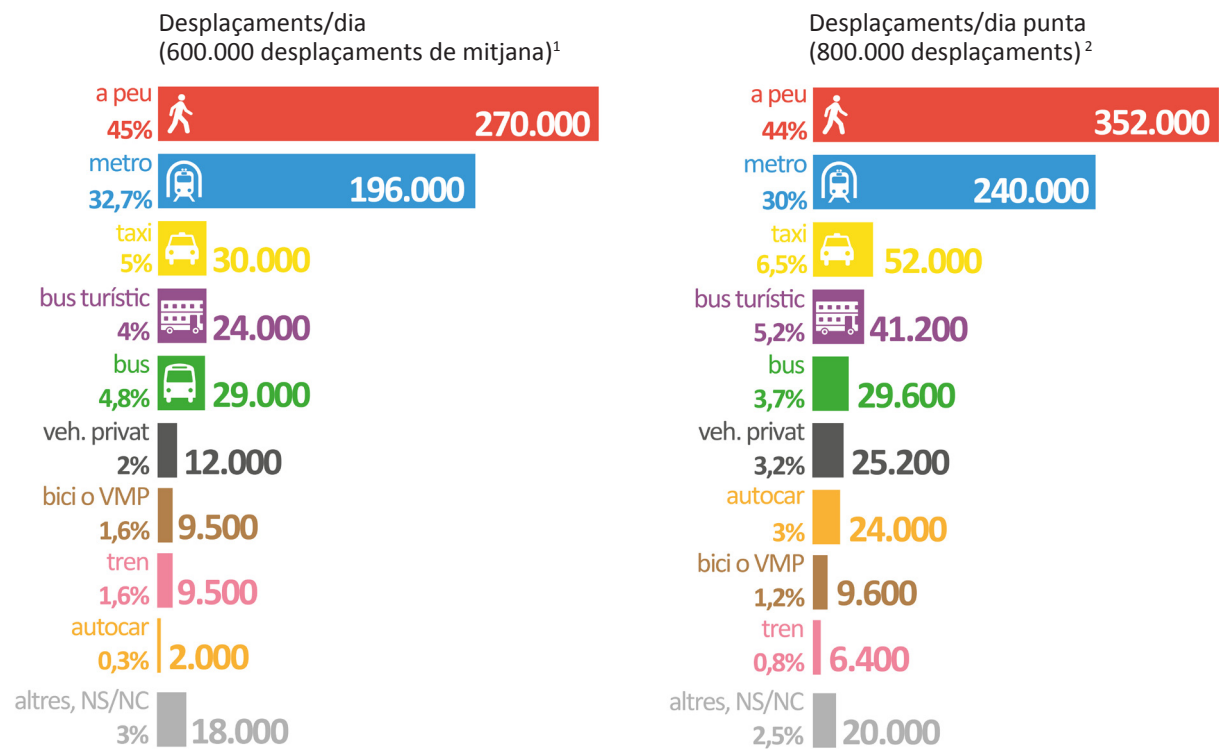
els modes no motoritzats, majoritàriament a peu (45,0%) (figura 5). Per tant, el seu comportament respon a un model de mobilitat força sostenible que respecta la qualitat de l'entorn urbà i el medi ambient, perquè allibera l'espai públic de la mobilitat privada i dels transports a motor; però alhora planteja altres reptes per a la ciutat, tals com la capacitat del sistema de transport públic d'absorbir l'augment de demanda, o l'equitat del sistema de tarifació i bonificació del transport públic.

Figura 5. Repartiment modal dels desplaçaments turístics interns



Font: Enquesta de l'Estratègia de Mobilitat Turística, 2017. Ajuntament de Barcelona.

Figura 6. Estimació de la mobilitat turística segons modes de transport



¹ En el cas dels desplaçaments en autocar, aquest nombre podria estar infravalorat donat que l'enquesta realitzada no tenia en compte els excursionistes.

² La mobilitat en dia punta en autocar s'ha estimat a partir d'un nombre de 200 d'autocars, una ocupació mitjana de 40 pax. i tres etapes per persona.

Font: Elaboració a partir de l' Enquesta de l'Estratègia de Mobilitat Turística, 2017. Ajuntament de Barcelona.

Una ciutat que convida a passejar

Si hi ha alguna cosa que caracteritza el model de mobilitat turística de Barcelona és l'elevat pes de la mobilitat a peu, que representa el 45% dels desplaçaments turístics (figura 6). Les dimensions de Barcelona, la configuració compacte del seu teixit urbà i de l'espai públic en general, el seu clima, i el seu front litoral, així com altres aspectes com la seguretat o l'activitat comercial conviden a moure's caminant pels seus carrers, ja sigui per desplaçar-se d'un lloc a l'altre o per passejar.

A zones i barris com l'entorn de les Rambles, el Barri Gòtic, el Passeig Marítim o a l'entorn de la Sagrada Família s'hi concentren un alt volum de visitants. Aquesta alta densitat en alguns indrets coincideix amb altres activitats relacionades amb el turisme com són les esperes en l'entorn de les parades de bus turístic o en les zones de parada dels autocars, l'ocupació de les voreres per grups guiats de visitants, o la coincidència amb la circulació de grups turístics en bicicleta o altres vehicles de mobilitat personal.

L'ús turístic creixent de bicicletes i vehicles de mobilitat personal

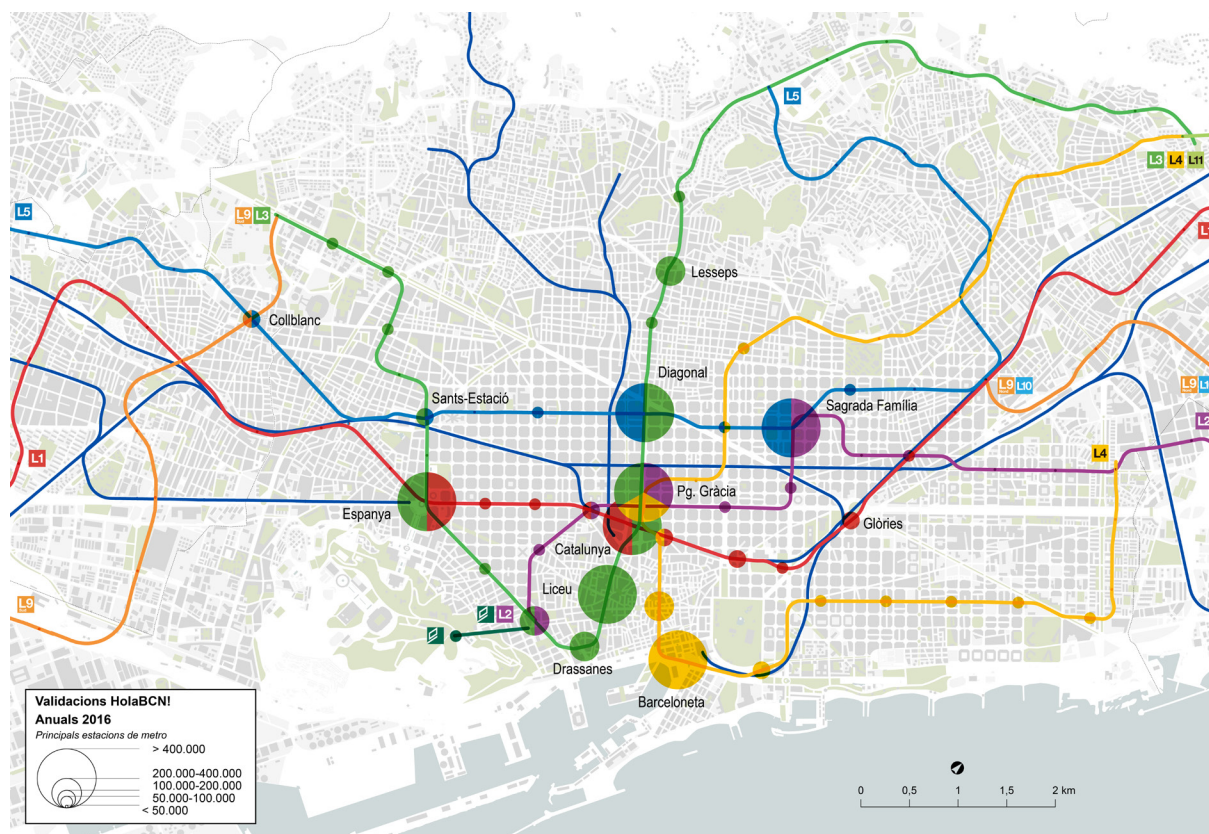
Tot i que el volum total de desplaçaments representa menys del 2%, la bicicleta i els vehicles de mobilitat personal també s'utilitzen com a atracció turística i d'oci. En els darrers anys, l'ús de la bicicleta i els vehicles de mobilitat personal (VMP) ha anat augmentant

entre els visitants. Actualment es detecta una forta concentració d'usuaris i d'empreses de lloguer en algunes zones de la ciutat com el Front Marítim, Ciutat Vella o l'entorn d'alguns EGAs. Aquesta concentració en l'espai públic de bicicletes, VMP i altres ginys amb conductor ha suposat l'aparició de problemes de convivència i de pugna per l'espai públic, sobretot quan els desplaçaments es realitzen en grup, un fenomen davant el qual l'Ajuntament de Barcelona n'ha regulat les condicions de mobilitat.

A més del lloguer de bicicletes i VMP en establiments, a la ciutat han començat a operar flotes privades de bicicletes, VMP i sobretot motocicletes, que permeten llogar aquests vehicles per realitzar un sol desplaçament sense haver de tornar el vehicle al mateix lloc d'origen del desplaçament. Es tracta de flotes que fan ús de l'espai públic per aparcar i que són llogades pels usuaris a través d'aplicacions mòbil. Aquest tipus de serveis tenen bona acollida entre els turistes, ja que es tracta d'un mitjà de transport molt flexible i, en alguns casos, amb aplicacions mòbils vàlides també en altres ciutats europees.

El lloguer d'aquests tipus de vehicles pot ser beneficiós des del punt de vista de sostenibilitat i eficiència, però també pot generar tensions de sobreocupació dels aparcaments públics de bicicleta, alta concentració de vehicles aparcats en voreres, o conflictes amb la mobilitat dels vianants si des de l'Administració no es regula a temps aquest tipus de mobilitat.

Figura 7. Validacions d'Hola BCN per estació de metro (2016)



Font: Barcelona Regional a partir de dades de TMB.

El metro, el mitjà de transport preferit pels turistes amb més de 71 milions de desplaçaments anuals

L'elevada capacitat de transport del metro i l'extensió de la seva xarxa a l'àmbit central de la ciutat permeten canalitzar un volum de desplaçaments de visitants difícilment assumible per qualsevol altre alternativa de transport mecanitzada.

En total s'estima que els turistes fan uns 196.000 desplaçaments de mitjana al dia en metro, el que representa aproximadament el 15% del total d'usuaris de la xarxa de metro i una demanda anual d'uns 71 milions de desplaçaments. A l'agost, amb major afluència turística i en dies puntes amb presència de creuers, s'estima que el nombre de desplaçaments s'eleva fins als 240.000.

En aquest sentit, els elevats nivells de saturació que pateixen actualment alguns trams centrals de la xarxa, com a conseqüència de les retallades d'inversions i de manteniment del sistema durant els anys de crisi econòmica, es poden veure agreujats pels importants augments de demanda turística dels darrers anys, que han duplicat el nombre de visitants a la ciutat en menys de 15 anys. El 66% dels trajectes en metro dels turistes es concentren en només 15 estacions de la xarxa. (figura 7)

Saturació de línies d'autobús que donen servei als principals centres turístics

Des del punt de vista del repartiment modal, l'autobús urbà assumeix un paper secundari respecte al metro,

complementant i facilitant els desplaçaments a determinades àrees d'interès turístic en què la xarxa de metro no hi arriba.

No obstant això, s'observa que les línies que connecten el centre amb les principals zones turístiques com les platges, Plaça de Catalunya, Sagrada Família, Park Güell o Montjuïc registren una proporció bastant major de visitants (figura 8), amb trams de la línia en què la càrrega de passatge és molt alta, i en què es detecten conflictes i queixes entre els usuaris sobre la qualitat del servei en termes de congestió i massificació en determinades línies.

L'acusada estacionalitat de la demanda turística i la seva concentració en només algunes línies, es veu agreujada per la disminució de la freqüència de pas de l'autobús en caps de setmana i en període de vacances estivals.

Poca penetració dels títols de transport públic específics per al turista

Tot i disposar d'una ampla oferta de títols de transport que s'adaptin a la mobilitat turística, com són l'abonament Hola BCN, la Barcelona Card o la targeta T-Esdeveniment, la seva penetració és baixa i el principal títol de transport utilitzat pel visitant és la targeta integrada T-10, amb una participació del 63% (figura 9).

En aquest sentit, cal remarcar que l'elevat ús del sistema de transport públic per part dels turistes està impactant negativament en la recaptació com a conseqüència d'un model tarifari que afavoreix l'ús

Figura 8. Línies d'autobús amb major utilització pels turistes (2016)



Font: Barcelona Regional a partir de dades de TMB

de la T-10, un títol de transport fortament subvencionat.

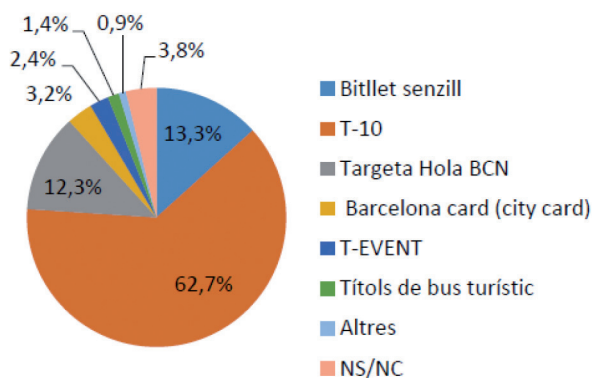
La conjunció dels baixos nivells de la taxa de cobertura de la tarifa del transport públic, i l'intens ús de la targeta T-10 fa que s'aboquin importants recursos de les administracions al finançament de la mobilitat dels visitants.

El taxi, un element clau en els esdeveniments

De mitjana, el 5% de la mobilitat turística diària a Barcelona es fa en taxi, una proporció que s'eleva a més del 10% entre els turistes que visiten la ciutat per motius professionals. Destaca per tant, el paper del taxi en el desenvolupament de fires i congressos, en què és un mode habitual entre els delegats i delegades per traslladar-se entre la seu del congrés, l'aeroport i els hotels.

Aquest percentatge mostra que el taxi no és utilitzat recurrentment pels turistes però, tot i així, es destaca que el 38,9% declaren que l'han fet servir en algun dels seus trajectes durant la seva estada a Barcelona, tal i com recull l'enquesta de l'Activitat Turística a la Ciutat de Barcelona (Ajuntament de Barcelona, 2016) realitzada anualment, i que és en els desplaçaments entre l'aeroport i la ciutat on el taxi ocupa una proporció molt important (35%).

Figura 9. Títol de transport usat en els desplaçaments per part dels turistes



Font: Elaboració pròpia a partir de l' Enquesta de l'Estratègia de Mobilitat Turística, 2016. Ajuntament de Barcelona

Actualment, un dels principals reptes del sector del taxi és que requereix un procés d'adaptació a la demanda global que reclama l'ús d'aplicacions i plataformes de reserva per Internet com ja han fet els serveis globals de mobilitat privada (VTC). Es tracta d'una modernització del sector que s'afegeix a l'operativa tradicional i exclusiva del taxi de contractació de vehicles que circulen per la via pública o estacionats en les nombroses parades distribuïdes per la ciutat.

2.4. La visita panoràmica a la ciutat

Excursions panoràmiques en autocar, un model estès a Barcelona

Les excursions en autocar són un model de visita d'èxit per la seva comoditat. A Barcelona és un model estès ja que per una banda, la costa catalana aporta un gran nombre d'excursionistes d'un dia, alguns d'ells fent visita panoràmica en autocar i, per altra banda, el Port de Barcelona aporta també un gran nombre de creueristes en trànsit de molt curta durada que troben en la visita panoràmica en autocar la forma més còmode per visitar la ciutat. Per últim, diferents operadors ofereixen visita en autocar per les principals icones de la ciutat a persones allotjades en hotels dintre de la ciutat, una pràctica que està adquirint certa importància.

S'estima que en temporada alta circulen diàriament per la ciutat uns 250-300 autocars, amb dies punta en què es pot arribar als 400 autocars (Barcelona Regional, 2014). Aquesta alta aflluència si bé no és important des del punt de vista de volum circulatori metropolità, sí que afecta determinats indrets de la ciutat, amb ocupacions de la calçada tant en parades d'encotxament i desencotxament, com per estacionament de major durada de la permesa mentre els seus viatgers fan la visita al punt turístic. A més, els autocars porten implícit en molts casos el guiatge en grup. La circulació per les voreres de grans grups guiats a l'entorn de les parades i en els desplaçaments fins al lloc de visita generen dificultats en la convivència entre residents i visitants degut a la saturació de l'espai públic.

El model actual de gestió de la mobilitat turística en autocar es realitza a través de la regulació de l'aparcament en calçada (Zona Bus), amb places d'aparcament i parada exclusives per a autocars properes als llocs de major aflluència. Es tracta d'un model de regulació exitós, que en els darrers anys ha introduït millores, com una zona d'exclusió d'autocars en l'entorn de la Sagrada Família, un sistema d'informació de disponibilitat de places o un sistema de reserva d'aparcament al Park Güell, però que encara té potencial de millora, ja que la seva implantació no ha aconseguit resoldre els conflictes d'ocupació en la via pú-

blica en els nodes amb més pressió turística. Es detecten zones sense places d'aparcament, operacions d'estacionament en zones no autoritzades, etapes de circulació en buit, i el no pagament de la taxa d'aparcament. A més, l'actual configuració del model de regulació de l'estacionament d'autocars té poca capacitat per incidir i modelar la demanda amb paràmetres de capacitat de càrrega del sistema o paràmetres ambientals.

El Bus Turístic, un servei amb alta intensitat en temporada alta

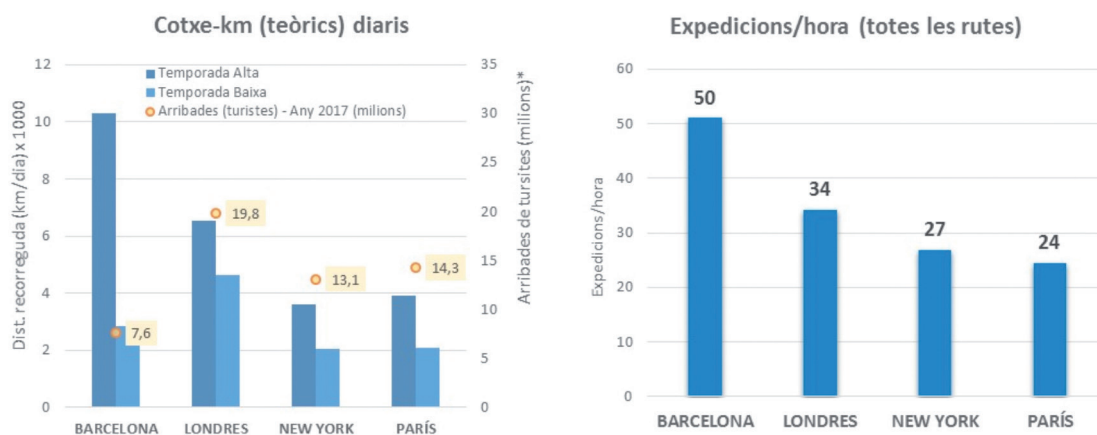
El Bus Turístic de Barcelona és un servei de transport urbà de viatgers concebut amb finalitat cultural i turística, que opera amb 5 rutes (4 a l'hivern) regulades sota concessió administrativa de l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB): 3 de TMB amb Barcelona Bus Turístic, i 2 del Grupo Julià amb Barcelona City Tour.

Amb una participació del 4-5% dels desplaçaments que fan els turistes, el Bus Turístic té una quota similar a la del taxi. El Bus Turístic ha deixat enrere el període de fort creixement, que es va iniciar a finals dels anys 90 i ha entrat un període d'estancament, i dona els primers símptomes d'estar en un mercat ja molt saturat. L'any 2016 es van vendre entre els dos operadors més de 2,82 milions de bitllets i és utilitzat en temporada alta per uns 8.000-10.000 usuaris (TMB i Julià).

En línies generals, els serveis de Bus turístic més populars en les principals ciutats turístiques del món presenten uns intervals de pas en temporada alta que oscil·len entre els 10' i 30', amb l'excepció de la ciutat de Barcelona, on els operadors ofereixen uns serveis que circulen amb unes freqüències molt més elevades, d'entre 5' i 8' (figura 10).

En una ciutat amb les característiques de densitat i mobilitat de Barcelona, les elevades freqüències del servei (fins a 46 passos per hora en eixos centrals com Passeig de Gràcia, Via Laietana i Av. Diagonal) provoquen ineficiències en la gestió del servei i impactes en la via pública. S'observen fenòmens tals com l'acumulació d'autobusos en trams de línies o l'efecte acordió en parades, la qual cosa provoca incidències que comporten pèrdues de temps i de regularitat del servei.

Figura 10. Comparativa de bus turístic Barcelona-Londres-Nova York-París



Font: elaboració a partir de l'Enquesta de l'Estratègia de Mobilitat Turística, 2016. Ajuntament de Barcelona

Bona part de la pressió que exerceix el bus turístic en la via pública es concentra en els punts de parada (temps elevats de pujada i baixada del passatge i ocupació de la via pública, efecte acordió amb la coincidència de més d'un vehicle), que en el cas de Barcelona sumen un total de 76 parades distribuïdes per les zones més turístiques de la ciutat.

L'ús que es fa d'aquestes parades per part dels usuaris és molt desigual. De fet, el 80% de la demanda (baixades i pujades) es concentra en només 13 zones. La resta presenten una demanda molt més residual.

3. Objectius estratègics en la planificació de la mobilitat turística

Amb 23 milions de visitants anuals el turisme és ja part inherent de la ciutat. La seva assumpció i l'acció pública planificada esdevé una necessitat per abordar la seva incidència en aspectes urbans rellevants com la mobilitat urbana i els usos que es fan dels espais públics.

La tendència a l'augment de visitants va acompanyada d'una ampliació de la temporada alta, en la qual hi ha un increment de la pressió sobre la vida quotidiana de molts residents, en intensificar-se l'ús de l'espai públic, així com dels serveis i de les infraestructures de mobilitat. Una realitat en què acaba produint-se una competència per recursos bàsics compartits entre les diferents formes de viure i practicar la ciutat. En aquest context, els instruments de planificació ens han d'ajudar a respondre de manera clara i adequada als reptes i conflictes que cada cop amb més intensitat plantejarà la ciutat metropolitana, entre ells la creixent demanda de mobilitat turística.

Per tant, si s'assumeix que la mobilitat dels visitants de caràcter turístic és avui un element estructurador de la ciutat i, per tant, del sistema de mobilitat de la ciutat, és necessari que s'integri en la gestió i la planificació de la mobilitat, tant a escala urbana com metropolitana. Encara més si tenim en compte que en els darrers anys s'ha observat un fenomen de metropolitanització del turisme i una aposta clara de diverses ciutats com Amsterdam, París, Lisboa o la pròpia Barcelona per promoure aquesta dinàmica territorial.

Per donar resposta a aquests reptes, i tenint present que l'objectiu és que el model de visita sigui compatible amb la mobilitat quotidiana i que es garanteixi l'ús racional i coherent del sistema de transport públic s'han definit cinc objectius estratègics de caràcter general per definir l'actuació en matèria de mobilitat turística. Els següents apartats detallen aquests objectius.

a) Màxima integració de la demanda turística en la planificació de la mobilitat a la ciutat

En total, són més de 154.000 persones² que de mitjana es mouen diàriament a Barcelona amb un comportament específic, ja sigui pels mitjans de transport

utilitzat, els trajectes recurrents, llocs freqüentats, els ritmes o les temporalitats. En aquest sentit, és ineludible l'assumpció de les activitats turístiques com a inherents a la condició metropolitana actual, deixant de tractar la mobilitat turística com un fet excepcional. Al contrari, cal incorporar-la als diferents instruments de planificació i governança amb què es planifiquen les mobilitats urbana i metropolitana.

Es tracta, doncs, de gestionar la mobilitat turística com un element més que s'integra a unes pautes de mobilitat urbana a la ciutat de Barcelona, cada cop més complexes i diverses. Aquesta aposta per la normalització dels usos turístics de la mobilitat significa deixar de tractar-la com si fos excepcional i incorporar els usos, les dinàmiques, les demandes i les pràctiques com a pròpies de la ciutat.

b) Major equitat en el repartiment dels costos directes i socials

L'augment de la mobilitat turística obliga els territoris a disposar d'una dotació de més i millors infraestructures i serveis de mobilitat. Els turistes que visiten Barcelona utilitzen intensivament unes infraestructures i uns serveis de transport, seguretat, o manteniment que requereixen importants recursos econòmics, que en gran part estan subvencionats per les administracions públiques. Als costos directes s'hi afegeixen unes externalitats negatives del sistema, associats a una demanda de mobilitat turística creixent i d'elevada concentració, que competeix amb els residents per uns recursos i béns públics limitats (costos ambientals, de congestió, etc.).

Per tant, cal plantejar-se una anàlisi rigorosa per comptabilitzar els costos totals de la mobilitat turística i apostar per un sistema que reparteixi aquests costos d'una manera més equitativa entre els visitants i els residents, i que garanteixi la viabilitat econòmica del sistema a través del sistema de tarifació general o de la taxació específica d'algunes pràctiques. Amb tot, es podria incidir en la taxació sobre l'ús esporàdic en tant que condició inherent de la visita turística.

c) Garantia de sostenibilitat ambiental

El volum i creixement de la mobilitat turística experimentat a la ciutat obliga a apostar de manera ineludible per un model que prioritzi la mobilitat sostenible, tal i com es fa en els desplaçaments realitzats per la població resident de la ciutat.

Per fer-ho, caldria prioritzar els fluxos turístics a peu i en els sistemes de transport públic de gran capacitat i baixes emissions (ferrocarril) en detriment de modes motoritzats privats, no col·lectius o de gran impacte a l'espai urbà.

Pel que fa als desplaçaments de connexió, actualment el 81,7% dels turistes arriben a la ciutat en avió, que és un dels mitjans amb més pes en la petjada de carboni, per tant caldrà abordar mesures per mitigar aquest impacte.

² L'annex III de l'Estratègia de Mobilitat Turística (https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/annex_iii_0.pdf) recull la metodologia de l'estimació de visitants que permet quantificar de la població flotant de caràcter turístic a Barcelona i que hi està vinculada durant un temps determinat.

d) La necessitat de plantejar polítiques de gestió de la demanda

A nivell global, la ciutat de Barcelona té un sistema de transport potent i de qualitat, però la seva resposta davant els creixements continus de demanda turística no és infinita.

Així, en una ciutat tan densa com Barcelona i en què el nombre de visitants creix any rere any, cal posar èmfasi en la gestió dels fluxos i dels espais de gran afluència, a fi de reduir-ne l'impacte sobre l'espai públic i la mobilitat quotidiana.

e) Abordar el caràcter territorial de la mobilitat turística

Resulta paradoxal que el fenomen turístic no s'hagi abordat amb profunditat com un dels factors de comprensió i de producció dels processos de metropolitanització en una ciutat com Barcelona. Assumir que la destinació Barcelona depassa amb escreix els seus límits administratius permet integrar la idea que el turisme pren una dimensió metropolitana i la ciutat turística es converteix en centre emissor i receptor d'aquests nous fluxos turístics metropolitans. Per tant, avui, es fa necessari abordar la gestió de la mobilitat turística també des de l'àmbit metropolità. La Destinació Barcelona, integrada per la ciutat de Barcelona i el seu entorn territorial, amplia les possibilitats de gestió dels impactes del turisme a la ciutat. L'any 2016, la província de Barcelona (sense el Barcelonès) va rebre 4.704.308 turistes, dels quals, el 45% va visitar Barcelona o hi va pernoctar. En sentit invers, el 4,5% dels turistes de Barcelona han visitat una destinació de la província de Barcelona sense pernoctar-hi. Així doncs, es posa de manifest que existeix una clara asimetria entre els sentits dels fluxos Barcelona-Resta del territori metropolità, essent Barcelona molt més atractora de visitants, i que per tant existeix una clara oportunitat de potenciar la visita a la resta de territori metropolità per part dels turistes que pernocten a Barcelona. (Ajuntament de Barcelona, 2017).

Aquest fenomen de metropolitanització del turisme es contempla, per una banda, com una oportunitat per construir una destinació turística que traspassi els límits de la ciutat de Barcelona, que és un dels objectius del PET20, i per l'altra, com una gran ocasió per reforçar l'imaginari metropolità. En definitiva, la gestió de la mobilitat turística, que integra planificació, fiscalitat i comunicació, entre d'altres, és un element més de l'estratègia global que ha de donar resposta als interessos col·lectius de la destinació Barcelona.

4. Propostes d'actuació per abordar els reptes de la mobilitat turística

Per donar resposta als reptes de la mobilitat turística i d'acord amb els objectius definits es proposen a continuació un seguit d'actuacions.

1. Elaborar plans de mobilitat específics per als espais de gran afluència

Els espais de gran afluència necessiten plans específics que continguin les eines necessàries per facilitar l'acció des dels territoris a fi de respondre els reptes que tenen aquests àmbits. Aquests plans hauran d'in-

tegrar diferents vectors, com la mobilitat i especialment la mobilitat turística, l'espai públic, el patrimoni, l'allotjament, els esdeveniments o la comunicació, sempre amb una perspectiva d'integració en la planificació de Districte i de Ciutat i amb l'estratègia metropolitana.

En l'àmbit de la mobilitat, el plans hauran de fer una diagnosi d'aquests espais, identificant les trajectòries, la temporalitat i els mitjans de mobilitat dels visitants, detectant els espais i moments de major saturació, i avaluant les mesures de gestió implementades.

De manera específica, cal incorporar actuacions en matèria de mobilitat en la gestió integrada dels espais de gran afluència, implicar els operadors turístics per tal d'integrar els diferents ritmes, estacions i temporalitats en la gestió dels espais més freqüentats, minimitzar els impactes negatius en col·laboració amb els agents privats i comunitaris, com les cues en les icones turístiques o el flux de grups de visitants, per tal de millorar la convivència turística i residencial.

2. Afavorir els desplaçaments a peu dels visitants

Es necessari continuar estenent les mesures d'optimització del repartiment de l'espai urbà que prioritzen la figura del vianant enfront de l'ocupació de l'espai per a motos i ciclomotors, contenidors i altre mobiliari urbà, o terrasses i vetlladors, com ja s'ha fet en els indrets de la ciutat més sol·licitats. Cal també revisar els itineraris de vianants entre els diferents nodes turístics, les parades i estacions de transport públic des del punt de vista de seguretat viària, accessibilitat de vianants i reducció de l'impacte sobre la mobilitat residencial. Així mateix, es necessari realitzar una revisió de la coherència, continuïtat i posició de la senyalística actual.

3. Solucions específiques als problemes de congestió de la xarxa d'autobús urbà a causa del gran volum de visitants en alguns serveis

A fi de reduir l'impacte de l'elevada afluència de visitants en algunes línies de transport públic i de fer compatible l'activitat turística amb la vida quotidiana als barris, es proposa avaluar els nivells de congestió de les línies d'autobús, identificar els trams i les parades més saturades i efectuar les millores necessàries en la xarxa de transport públic a fi d'integrar l'ús turístic i l'ús quotidià. Les millores en la xarxa d'autobusos s'hauran de valorar en cada cas, però podrien incloure actuacions com ampliacions de capacitat amb ús de vehicles més grans, millora de freqüències, reforç de serveis, o nous serveis llançadora com l'implementat recentment al Park Güell. També cal valorar mesures encaminades a reduir el nombre de turistes que utilitzen determinades línies d'autobús, amb canvis en els recorreguts, desplaçament de parades, o afavorint l'ús alternatiu d'altres modes de transport públic de major capacitat, així com la limitació d'accés a grans grups guiats de turistes.

4. Articular noves vies de finançament de les millores en la mobilitat turística

En línia amb el que disposa la *Llei 21/2015, del 29 de juliol, de finançament del sistema de transport públic*

de Catalunya, cal trobar fórmules de finançament del transport públic que permetin internalitzar els costos de l'activitat turística i sufragar les millores necessàries en el sistema. En aquest sentit, ja hi ha experiència de dedicació d'una part del fons de l'impost turístic al reforç del transport públic entre el centre de la ciutat i les platges de la Barceloneta en els mesos d'estiu.

5. Revisar la política tarifària del sistema de transport públic

L'alt ús de la T-10 per part dels visitants i la baixa taxa de cobertura tarifària d'aquest títol de transport implica que bona part de la mobilitat turística estigui subvencionada per l'Administració. Es proposa revertir aquesta situació i afavorir la diferenciació dels títols de transport públic utilitzats per residents i per visitants, que hauran de tenir diferent nivell de subsidi. Caldrà revisar la política tarifària de transport públic amb l'objectiu que els usuaris recurrents (residents) utilitzin títols de transport que premiïn l'ús del transport públic i que els resulti més rendible econòmicament i en prestacions, mentre que els usuaris esporàdics, com els visitants, utilitzarien títols de transport amb tarifes en què s'internalitzi el cost de la seva mobilitat.

6. Avançar en un model de regulació i millora del transport discrecional de serveis turístics

L'actual regulació de l'estacionament d'autocars turístics té poca capacitat per incidir en la demanda, ja que no permet segmentar-la per tipus d'usuari, ni desestacionalitzar-la temporalment al llarg de la setmana i del dia, ni introduir paràmetres ambientals en la motorització dels vehicles. Es fa necessari avançar en un model progressiu de regulació de la mobilitat d'autocars turístics que, mitjançant un sistema de permisos i reserves, permeti modelar la demanda segons les necessitats de la ciutat, monitoritzant-la, segmentant-la i limitant-la i introduint mecanismes d'internalització dels costos i externalitats.

El nou model ha de permetre intervenir a nivell global de la ciutat, així com en aquells indrets de major atracció i concentració d'autocars, reduint-ne tant la concentració d'autocars com de visitants i afavorint la convivència amb la resta d'usuaris de l'espai públic.

De manera complementària, es proposa desenvolupar un procés d'ordenació i concentració de les rutes turístiques d'autobusos en un nou *hub* a l'Estació del Nord, que exerceixi de base per als serveis com els que van a Port Aventura, la Roca Village, Montserrat, etc. oferint als viatgers nous serveis complementaris a l'estació, i alliberant l'espai públic que aquests serveis ocupen actualment al centre de la ciutat.

7. Repensar el servei de bus turístic de la ciutat

El bus turístic és un servei consolidat i molt popular a Barcelona, però que després de més de 20 anys de funcionament ha assolit un nivell de maduració del producte que s'està traduint en un estancament de la demanda.

Amb la finalització de la concessió el 2019 s'obre l'oportunitat de replantejar el servei, innovant, fent-lo més atractiu de cara a l'usuari; però també per ajustar i racionalitzar els paràmetres de l'oferta d'un servei que en temporada alta genera una forta pressió sobre la via pública i l'espai urbà de la ciutat.

La revisió dels nous contractes ha de respondre a les estratègies en matèria de mobilitat turística que es desprenen de la Mesura de Govern de novembre de 2017 de L'Estratègia de Mobilitat Turística, i del marc que regula el servei (Decret 363/2006)³ amb una clara visió d'interès de ciutat.

8. Reduir l'impacte de l'ús turístic de la bicicleta, els vehicles de mobilitat personal i l'ús de vehicles compartits

L'ús de bicicletes, VMP i motocicletes de lloguer per part de grups de visitants té un fort impacte en determinats àmbits de la ciutat com el front litoral o l'entorn dels nodes turístics més sol·licitats. Tot i les modificacions en l'Ordenança de Circulació de Vianants i Vehicles de l'Ajuntament de Barcelona per introduir elements de regulació en la circulació del VMP i de grans grups de ciclistes, és necessari introduir noves mesures reguladores que garanteixin que l'augment de l'ús del vehicle compartit es fa en condicions de seguretat i amb una afectació assumible d'ocupació de l'espai públic. En aquest sentit, cal internalitzar fiscalment l'ocupació que l'aparcament d'aquests vehicles fa de l'espai públic, amb atorgament limitat de llicències, i associades a taxes d'ocupació de la via pública.

9. Reforçar la qualitat del servei de taxi en l'ús turístic

Es fa necessari reforçar el taxi com a servei públic, enfortint la capacitat d'adaptació del servei de taxi de Barcelona davant l'augment de serveis globals de mobilitat privada, com el lloguer de vehicles amb conductor (VTC). Aquest enfortiment ha de venir de la mà de la incorporació de les millores que afavoreixen les plataformes tecnològiques i d'una modernització en la intermediació que inclogui majors facilitats en el pagament dels serveis, unes tarifes més senzilles i previsibles abans d'iniciar el trajecte, nous serveis com el taxi compartit o la inclusió del taxi en el catàleg de serveis de transport integrats en la futura T-Mobilitat.

10. Implementar sistemes de monitorització de la mobilitat turística

Amb l'objectiu de disposar de més i millor informació dels fluxos de mobilitat turística per part de l'administració, dels operadors i dels gestors dels espais de gran afluència, es proposa establir un pla de monitorització que permeti obtenir de forma regular dades relatives al turisme, als seus hàbits i a la seva mobilitat. Donada l'especificitat de cada mitjà de transport i de cada espai, es planteja la necessitat de crear un pla específic per a cada tipologia d'ús, establint quina informació és necessària recopilar per a cada un d'ells, quins són els instruments de monitorització adients i quins mecanismes de gestió de la informació són necessaris. Es fa necessari involucrar els diferents ges-

³DECRET 363/2006, de 3 d'octubre, dels serveis de transport urbà de viatgers en autobús amb finalitat cultural i turística.

tors dels atractius amb més demanda i les diferents administracions i operadors implicats en la mobilitat urbana i de connexió de la ciutat, tenint presents la multitud d'actors que a dia d'avui la gestionen.

5. Conclusions

El turisme és un dels fenòmens més rellevants per a la configuració de la ciutat del futur, n'és part inherent, i Barcelona s'ha convertit en una ciutat turística en temps rècord, i s'ha consolidat com una de les principals destinacions urbanes europees amb una clara tendència al creixement. Aquesta població flotant, que usa la ciutat de formes diverses, s'afegeix a una ciutat que per les dimensions físiques i el volum de població resident es especialment densa.

Segons les estimacions realitzades a partir de les enquestes oficials de Turisme i altres dades relacionades, l'any 2016 Barcelona ha rebut més de 23 milions de visitants, dels quals més del 75% hi han pernoctat com a mínim una nit. Això es tradueix en una mitjana d'uns 154.000 visitants/dia a la ciutat que segons les enquestes de mobilitat turística realitzades en el marc de l'EMT, realitzen 3,9 desplaçaments/dia de mitjana. Tots aquests desplaçaments representen més de 600.000 desplaçaments/dia, dada que representa a l'entorn del 10% de la mobilitat dels residents de la ciutat.

Tant l'oferta turística com la demanda tendeixen a distribuir-se de manera desigual en el territori. Hi ha barris i zones amb alta concentració espacial de l'activitat turística i d'altres zones de la ciutat que no experimenten aquest fenomen. La concentració de turistes en determinades zones de la ciutat acaba generant problemes de saturació i sobreexplotació de l'espai i impactes en la mobilitat diària. En els mesos de primavera i estiu, quan a més hi ha fortes puntes de demanda ocasionades per la concentració d'arribada de creueristes en pocs espais de temps, els problemes de pressió sobre l'espai públic i els serveis s'intensifiquen.

Per donar servei a aquesta demanda, Barcelona compta amb una bona oferta d'infraestructures i serveis de mobilitat de caràcter general, i amb uns serveis específics adreçats als turistes, que estableixen un escenari adient per a l'estada turística i atractiu per a la configuració de la destinació.

No obstant això, es tracta d'un sistema que requereix millores en la gestió. Es compta amb recursos infraestructurals, però és necessari millorar la gestió dels serveis (des del aeroport fins a la xarxa d'autobusos, passant pel model tarifari) ja que cal tenir en compte que determinades pràctiques i usos turístics de mobi-

litat suposen una amenaça per la qualitat de la vida dels residents, ja sigui pel col·lapse de les línies o pels efectes del volum i la intensitat de les visites.

Per tant, cal plantejar-se que la resposta més adequada davant la saturació de determinats serveis o indrets, no és sempre un problema de la capacitat del sistema, sinó també de gestió i de regulació de la demanda turística. Una gestió de la demanda que és evidentment complexa, i que ens obligarà a tenir dades concretes i actualitzades de les pautes de mobilitat dels diferents perfils de visitants de la ciutat.

En definitiva, la gestió dels usos turístics de la mobilitat, per la seva intensitat, la seva excepcionalitat o pel volum d'usuaris, requereixen repensar, redissenyar, gestionar o regular pràctiques específiques, i fer-ho alineades amb les directrius de la gestió de la mobilitat de la ciutat i amb les directrius de la gestió de la visita turística, sense perdre de vista en cap moment l'escala metropolitana.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2014). *Estudi sobre els aforaments de vehicles i vianants de la Rambla*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Foment de la Ciutat.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2016). *Enquesta de l'Activitat Turística a la Ciutat de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/informe_activitat_turistica_barcelona_2016.pdf

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017). *Estratègia de Mobilitat Turística*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme i Barcelona Regional.

BARCELONA REGIONAL (2014): *Estudi d'una estació d'autocars turístics a Glòries; una visió i reflexió a nivell de ciutat* (Document intern). Barcelona: Barcelona Regional.

ATM (2015). *Enquesta de mobilitat en dia feiner (EMEF 2015)*. Barcelona: Autoritat del Transport Metropolità, Ajuntament de Barcelona, Àrea Metropolitana de Barcelona, Associació de municipis per la Mobilitat i el Transport Urbà i Generalitat de Catalunya, Institut d'Estadística de Catalunya.

INSETUR, INSTITUT DE RECERCA EN TURISME (2016). *Estimació Estudi d'Impacte econòmic de l'activitat turística. Escenari intermedi-2013*. Girona: Universitat de Girona.

PRESENTACIÓN

El número 62 de la revista **Papers** quiere contribuir a la generación de conocimiento en torno a las múltiples dimensiones que configuran la relación cambiante entre el turismo y el territorio y, de forma más específica, entre *el turismo y la metrópolis*. Se trata de una muestra más del compromiso del IERMB con un modelo de análisis académicamente riguroso y socialmente responsable. Un análisis que, en este caso, se proyecta sobre las dinámicas turísticas en contextos espaciales concretos y sobre las políticas públicas con capacidad de gobernar dichas dinámicas. Emerge, por lo tanto, en términos de diagnóstico y de actuación, la cuestión clave: la vinculación del turismo con la construcción cotidiana del derecho a la metrópolis.

El volumen que el lector tiene en sus manos (o en su pantalla) está formado por diez artículos heterogéneos, escritos desde miradas plurales y sobre focos temáticos diversos. Trabajos que, sin embargo, en su conjunto, responden a un objetivo vertebrador: conocer mejor la realidad turística metropolitana y avanzar en la configuración de una agenda integrada de políticas urbanas en torno al turismo.

Papers 62 abre con un conjunto de artículos que presentan, en ejercicios inéditos hasta ahora, tanto las principales vertientes de la metrópoli turística como las reflexiones clave que fundamentan la necesidad de gobernarla, de construir de forma inaplazable una agenda de gobernanza metropolitana del turismo. El bloque central del monográfico lo constituye un conjunto de reflexiones en torno a la relación entre el urbanismo y la actividad turística. No se trata solamente de analizar el potencial de ordenación del turismo mediante los instrumentos establecidos del urbanismo, sino, sobre todo, de innovar y repensar el urbanismo a partir de realidades territoriales emergentes donde el turismo desempeña ya hoy un papel primordial, con potentes impactos sociales. El volumen aborda, finalmente, tres cuestiones básicas para la gobernanza y la gestión de los espacios turísticos metropolitanos: los retos habitacionales (alquiler vacacional y plataformas digitales), ambientales (impactos en los vectores agua, energía, residuos y ruido; y la huella de carbono del turismo) y de movilidad (reparto modal, pautas espaciales, debate tarifario entre usos cotidianos y turísticos, etc.).

La cuestión del turismo es objeto de debate social e institucional, y toma hoy en Barcelona un vuelo extraordinario. Con este volumen pretendemos aportar elementos de conocimiento que ayuden a su abordaje. Es una apuesta que nos identifica: trabajar en el campo de la investigación cerca de lo

que nos sucede en el día a día. Generar herramientas que resulten útiles a la ciudadanía, a las instituciones y a la comunidad científica. Este número de **Papers** es, claramente, el resultado de un trabajo colectivo. Debemos, pues, expresar un agradecimiento sincero al conjunto de las autoras y los autores, y, en especial, a Albert Arias y Helena Cruz como responsables de la edición de este monográfico. A todas y todos gracias por reforzar la apuesta por un conocimiento de calidad y comprometido, y hacer posible, desde estos valores, la entrega del número 62 de **Papers**, la revista del IERMB.

TURISMO Y METRÓPOLIS. APUNTES PARA UNA AGENDA INTEGRADA

ALBERT ARIAS SANS
Universidad Rovira i Virgili - GRATET

Resumen

El presente artículo tiene la voluntad de sintetizar y recopilar los argumentos, las motivaciones y la agenda común de las distintas contribuciones que componen este volumen número 62 de la revista **Papers**. Así, este texto delimita el marco conceptual desde el cual abordar la relación entre el turismo y el territorio metropolitano. Para hacerlo, define, en primer lugar, las disposiciones iniciales que sirven como punto de partida conceptual con el objetivo de romper con una concepción sectorial del turismo a favor de una aproximación integrada por las políticas públicas. A continuación, también se apuntan sintéticamente las principales dinámicas turísticas del territorio metropolitano de Barcelona, y, finalmente, se exponen los contenidos de los nueve artículos y la relación entre ellos, para concluir con unos breves apuntes para definir una agenda futura de las políticas metropolitanas.

Palabras clave: Turismo, territorio metropolitano, agenda integrada, políticas públicas.

1. Introducción

Barcelona se ha convertido en una ciudad turística. Cerca de dieciocho millones de turistas anuales, ciento cincuenta mil visitantes por término medio al día, casi cincuenta millones de pasajeros en el aeropuerto de Barcelona-El Prat, tres millones de cruceristas, más de ciento cuarenta mil plazas de alojamiento turístico regladas... datos inapelables que dejan poco espacio a la duda: Barcelona es una

destinación turística de nivel mundial y todas las previsiones apuntan a que seguirá siéndolo en los próximos años.

El impacto del turismo hoy en Barcelona es innegable, y se ha convertido en una de las cuestiones centrales en los debates sobre el futuro de la ciudad de Barcelona en los últimos años. La relevancia del turismo en las agendas políticas, en los medios de comunicación, en la opinión pública, en los debates académicos, en los foros empresariales e, incluso, en las protestas vecinales es más que notable. Tal y como alertaba López Palomeque (2015), el turismo en Barcelona "ha superado la situación inicial de actividad complementaria y se ha convertido en un componente estructural de su sistema productivo, de su metabolismo, que marca su cotidianidad, que no deja indiferentes a los ciudadanos y que ha configurado la imagen de la ciudad por la cual se la reconoce internacionalmente." (p. 486). De este modo, las actividades turísticas y sus efectos han trascendido el carácter sectorial para incorporarse a un debate mucho más amplio, plural y colectivo, multiplicando también el número de voces y agentes que hablan del turismo. Pensemos, por ejemplo, en el debate en torno al impacto del alquiler vacacional y cómo dicho debate ha trascendido el ámbito de los agentes económicos –patronales del sector, asociaciones de propietarios, intermediarios– para convertirse en una de las controversias más importantes de los últimos años en Barcelona. La convivencia, el descanso, la movilidad, el derecho a la vivienda o la masificación del espacio urbano se han incorporado al debate del turismo, en el que la administración pública ha tenido que tomar decisiones y poner en marcha instrumentos de gestión urbana y planificación urbanística. Este ejemplo muestra claramente la necesidad de apostar por una aproximación integrada y relacional, descentrar el objeto de actuación y repensar el modo en que se abordan las cuestiones en torno al turismo, incorporando su carácter territorial.

Cuando hablamos de turismo es preciso tener muy claro que hablamos de dinámicas globales que exceden los límites administrativos. La industria del transporte, la construcción de la imagen como destinación, los canales de comunicación e intermediación, las preferencias y las motivaciones de la demanda turística son determinantes en la configuración del territorio metropolitano. Sin embargo, cometeríamos un grave error, a nuestro entender, si pensáramos en el territorio como el resultado de unos impulsos y dinámicas globales. Las metrópolis no son ajenas, sino responsables de la globalización. Esta se canaliza y vehicula en la escala local y territorial a través de los procesos de urbanización, a través del

movimiento de personas, objetos e imágenes, y a través de las prácticas, desde las transacciones financieras hasta las compras a pie de calle.

Si bien el turismo tiene un peso cada vez mayor en el debate metropolitano, lo cierto es que no existe un discurso unitario sobre los retos y los programas de actuación. Así pues, no pretendemos en este artículo introductorio reproducir la lista exhaustiva de los retos en torno al turismo en la metrópolis de Barcelona. Entendemos que esta es una tarea que ya queda patente en los distintos documentos programáticos vigentes en el entorno metropolitano, con lógicas y objetivos bastante diferenciados entre ellos. Dichos documentos son: el Plan Estratégico de Turismo 2020 Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2017a), el Plan de Turismo Metropolitano (Área Metropolitana de Barcelona, 2017), el Plan de Marketing Turístico de las Comarcas de Barcelona 2017-2020 (Diputación de Barcelona, 2017) y el Plan Estratégico de Turismo de Cataluña 2018-2022 (Generalitat de Catalunya, 2018).

Lo que pretendemos en este volumen de la revista **Papers** es complementar estos documentos programáticos con una reflexión coral sobre la necesidad de abordar el análisis, la planificación y la gestión de la actividad turística de manera integrada con las políticas metropolitanas. De nuevo, López Palomeque (2015) lo sintetizaba muy bien cuando argumentaba que “Barcelona tiene el reto de asumir el paso de la gestión del turismo –el modelo de gestión de la promoción y el fomento del turismo– a la promoción de la ciudad (turística)”. Nos encontramos, pues, ante un cambio de paradigma que nos obliga a replantear y redefinir ambas, las políticas turísticas y la forma en que se conciben la planificación y la gestión de la metrópolis teniendo en cuenta la agenda de las actividades turísticas con una vocación claramente pública; es decir, garantizando por encima de todo el interés general y el bien común. Este es, sin duda, el objetivo principal del presente volumen. Para hacerlo, hemos considerado necesario complementar el análisis de la transformación del territorio metropolitano debido a las actividades turísticas teniendo en cuenta sus efectos, así como también profundizar en las herramientas, los instrumentos y las políticas públicas necesarias para una gestión territorial del turismo. Hablamos de reflexiones que escapan a la mirada sectorial y que se desplazan hacia disciplinas y temáticas tan diversas como son el urbanismo, la movilidad, la gestión ambiental, el patrimonio y el paisaje, el desarrollo económico local o la agenda digital.

Este capítulo introductorio tiene la misión de definir los marcos a través de los cuales se propone abrir este debate. Para hacerlo, en primer lugar, se establecen unas disposiciones iniciales que pretenden captar el cambio de paradigma necesario para cambiar la agenda de las políticas públicas en torno al turismo. En segundo lugar, se definen algunas de las dinámicas turísticas clave en el territorio metropolitano y que son, al mismo tiempo, objeto del debate y de las propuestas que se presentan a lo largo de este número. En tercer lugar, se presenta la estructura y el contenido del número, buscando alinear argumentalmente la relación entre ambos y el conjunto del volumen. Por último, se abre un último capítulo con una serie de cuestiones que consideramos que deben ser largamente debatidas técnicamente y, sobre todo, políticamente, con el fin de consolidar una nueva agenda turística

metropolitana.

2. Disposiciones iniciales para un cambio de paradigma

Se exponen a continuación algunos aspectos clave que quieren ayudar a concretar el cambio de paradigma defendido a lo largo de los artículos de este volumen. Tres declaraciones acompañadas de una reflexión situada en el contexto actual de la ciudad central de Barcelona –y que en el siguiente apartado intentaremos extrapolar a la metrópolis– pero al mismo tiempo también compartida con otras referencias y posicionamientos académicos que defienden también la necesidad de un giro en las políticas turísticas. Destacamos tres elementos clave para esta nueva realidad. En primer lugar, la asunción del hecho de que el turismo se ha convertido en una cuestión pública y una preocupación colectiva. Las políticas turísticas ya no se sostienen solo con parámetros económicos y lógicas empresariales. Se ha ampliado el abanico de elementos en juego y, consecuentemente, la agenda de políticas para poder responder a los retos en torno al turismo. En segundo lugar, la constatación de que el turismo se ha convertido en uno de los vectores clave en la configuración de la ciudad en los últimos años, un hecho que ha provocado perjuicios y desequilibrios sociales y territoriales más allá de la propia actividad. Y en tercer lugar, la evidencia de que los retos del turismo no se resuelven exclusivamente desde las políticas turísticas implementadas hasta ahora, sino que requieren un abanico muy amplio de instrumentos y políticas urbanas y metropolitanas.

2.1. El turismo, una cuestión colectiva

Tal y como ya hemos anticipado en la introducción, uno de los cambios más sustanciales en la ciudad de Barcelona en los últimos años es el hecho de que el debate en torno al turismo ha pasado a ser una cuestión colectiva. El aumento progresivo de visitantes y la evidencia de sus efectos ha hecho emerger un debate visible y plural que ha multiplicado las voces, las temáticas e incluso los objetos en disputa dentro del marco que denominamos *turismo*. Es preciso recordar que durante el primer semestre de 2017 el turismo fue reconocido por la ciudadanía como el primer problema colectivo de Barcelona, con un 19% de respuesta espontánea, según el barómetro municipal (Ayuntamiento de Barcelona, 2017b). Si bien esta cifra requiere un análisis en profundidad de los marcos comunicativos y políticos del contexto en que se daba, lo cierto es que constató una preocupación inédita en el conjunto de la ciudad y en especial en aquellos distritos con una mayor presencia de actividad turística.

A pesar del momento excepcional y el hecho de que esta percepción no ha alcanzado los mismos niveles de importancia en las siguientes ediciones del barómetro, existe otra fuente de datos que confirma la tendencia creciente con respecto a las preocupaciones de los residentes y, consecuentemente, a la naturaleza pública del conflicto. Hablamos de la Encuesta específica de los residentes sobre la Percepción del Turismo en Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2018a), que cuenta con una serie temporal desde 2007. Esta encuesta presenta datos relevantes. El primero es que el 83,1% de las personas encuestadas aseguran que el turismo es beneficioso para la Ciudad, pero la tendencia desde 2012 –momento culminante con el 96,1%– es a la baja de forma constante, sobre todo en los distritos de Ciutat Vella, Eixample y Gràcia. El

segundo dato relevante de la encuesta tiene que ver con los resultados de la pregunta binaria sobre las políticas de fomento del turismo. En 2017 el 60% consideraba que “se estaba llegando al límite en la capacidad para dar servicio a los turistas”; una respuesta con una tendencia al alza ya que, por primera vez en 2016 superó a la respuesta alternativa “Barcelona tiene que seguir atrayendo a más turistas”, que había alcanzado el 71% de las respuestas en 2012.

Con todo, el turismo ya no puede ser abordado exclusivamente de forma sectorial, circunscrito a los marcos de la pericia académica, las técnicas del mercado o los intereses de los agentes económicos vinculados al turismo. El turismo se ha convertido en un tema central tanto en las ágoras políticas como en los medios y en la opinión pública. De este modo, una de las claves de este cambio de paradigma, como apuntan Farrell y Twinnin-Ward (2004), radica en la necesidad “de aventurarnos fuera del *core system* y explorar otras conexiones e interacciones, ya que el turismo afecta significativamente a los modos de vida, al bienestar del sistema económico y a la población involucrada, directamente o de forma indirecta”. Esto no quiere decir en modo alguno que no deban abordarse de forma decidida las estrategias de promoción y *marketing* turístico, las políticas de fomento del turismo, la planificación y gestión de los productos y atractivos turísticos, o el análisis del comportamiento de la demanda en la destinación. Sino que, precisamente, hay que integrar estas cuestiones en un debate más amplio, teniendo en cuenta las oportunidades y los retos para la ciudad y el territorio, tal y como apuntaban Donaire y Duro (2014) y López Palomeque (2017).

Esta ampliación del ecosistema de prácticas y actividades –teniendo en cuenta también sus efectos–, así como la diversificación y multiplicidad de voces e intereses en juego, obliga a repensar los marcos de gobernanza. Se constata, pues, la necesidad de traspasar y ampliar las agendas y los espacios de toma de decisiones con vocaciones sectoriales heredadas que reproducen intereses muy concretos y parciales. Hoy es necesario promover debates y políticas que tengan como objeto una ciudad –y una metrópolis– que se ha vuelto turística y nada hace pensar que dejará de serlo.

2.2. El turismo, vector clave en la construcción del espacio metropolitano

El turismo ha sido explicado demasiado a menudo de forma desubicada y descontextualizada a través de parámetros como son el impacto económico, los puestos de trabajo generados, el posicionamiento de la imagen o las características de la oferta y la demanda en lógicas de mercado. Sin embargo, desde hace décadas, el estudio del turismo desde la geografía, la antropología o la arquitectura ha tenido en cuenta su territorialización y la relación de estas actividades en espacios y momentos concretos. En este sentido, en su trabajo seminal Vera et al. (1997) afirmaban que el turismo es, sobre todo, “una práctica social de naturaleza espacial que es generadora de actividades económicas y que ha dejado de ser marginal para convertirse en estructural” (p. 401). En la misma línea, López Palomeque (2007) también apuntaba que “más que una actividad económica, el turismo tiene que catalogarse como una práctica social generadora de un tipo de actividad que requiere del fundamento espacial para su desarrollo” (p. 53). En otro texto seminal, Salvador Anton afirmaba:

“En el caso del turismo, el propio espacio de destinación turística tiene un papel fundamental para todos ellos. Como mecanismo de capitalización –propietarios del suelo–; en tanto que medio de producción –productores de espacio–; como apoyo a la actividad –agentes del sector–; en tanto que objeto de consumo –consumidores–; en tanto que recurso productivo –intermediarios de consumo–, y, finalmente también, en tanto que marco de actuación –Administración.” (Anton, 1998; p. 26)

Así, abordar el turismo como una actividad inherente a las dinámicas sociales y económicas del territorio metropolitano pasa por tener en cuenta no solo la corresponsabilidad del turismo en la construcción y configuración de la metrópolis, sino también –y aquí rae el aspecto clave– los mecanismos de producción del espacio metropolitano que han ayudado al despliegue de las actividades turísticas. Las grandes infraestructuras de transporte –puerto, aeropuerto–, la transformación de barrios –zona Fórum, 22@, plaza Europa– o la especialización en la economía del visitante de gran parte de Ciutat Vella no se entenderían sin la presencia y el impacto de los millones de visitantes en Barcelona que vienen cada año por motivos vacacionales, deportivos o profesionales. Lejos de ser un fenómeno ajeno, el turismo produce la ciudad y, al mismo tiempo, la realidad urbana y metropolitana determina el desarrollo del turismo y sus impactos. El turismo es parte inherente y constitutiva del fenómeno urbano actual. Estructura la vida urbana mediante sus infraestructuras, imágenes, prácticas y cuerpos, a la vez que se reproduce a través de la construcción y la transformación de la ciudad (Sheller y Urry, 2004). Las prácticas turísticas, paradójicamente, se han vuelto cotidianas para muchos barrios, y generan fricciones, tensiones y cargas para la población residente permanente. Precisamente por ello, es necesario concebir su gestión como un vector intrínseco de la condición urbana. De este modo, las actividades turísticas no tendrían que considerarse algo extraño, no están ‘allí fuera’, sino que son propias y, como tales, objeto de la política urbana que tiene que trabajar para garantizar el reparto de cargas y beneficios para el conjunto de la ciudad y de su población.

Para hacer más evidente esta afirmación, podemos hacer una analogía con otro ámbito clave de la gestión urbana y metropolitana: la movilidad. Hoy sabemos que la gestión de la movilidad es no solo un aspecto central del acceso y la facilidad de movimiento de la población sino que contribuye a la promoción de un modelo territorial y una vida urbana más saludable, más sostenible, más justa y más democrática. El fomento de la movilidad sostenible es clave para combatir la contaminación, para liberar espacio a favor de los peatones, para mitigar problemas de salud o para fomentar actividades comerciales en tejidos urbanos. Sería necesario tratar el turismo del mismo modo y hacernos preguntas que tengan que ver con los efectos deseados del fomento de actividades y relaciones socioeconómicas, así como con los mecanismos para regular externalidades e impactos negativos en tanto que provocan desequilibrios.

En suma, el turismo no es un fenómeno segregado del sistema metropolitano del mismo modo que el territorio no es una entidad separada del sistema turístico. El turismo ha sido un vector clave para la producción de la ciudad y el espacio metropolitano en los últimos 20 años, y ha transformado claramente muchos lugares,

espacios y equipamientos. Al mismo tiempo, el turismo se ha desarrollado a través de la producción de la ciudad. La facilidad de cambio de usos en suelo residencial del centro de la ciudad para instalar hoteles o viviendas de uso turístico es el ejemplo más evidente.

2.3. El turismo, un objeto político descentrado

El turismo como objeto político normativo tiene sus marcos en la legislación específica que, en el caso catalán, es competencia de la Generalitat. La Ley 13/2002, de turismo de Cataluña, es el marco de donde se derivan o cuelgan cuestiones fundamentales para la gestión del territorio turístico, como son las características tipológicas de los distintos alojamientos, el régimen sancionador de los incumplimientos en la comercialización *on-line*, la definición de los estándares de calidad de los productos turísticos, o la composición del Fondo para el Fomento del Turismo, donde se debate la finalidad de la recaudación del impuesto de estancias turísticas.

Sin embargo, si asumimos la necesidad de trascender el carácter sectorial del turismo y, al mismo tiempo, abordarlo desde una perspectiva integrada con el territorio, emerge un escenario complejo que no encaja con el carácter normativo antes descrito. Una complejidad que se manifiesta en la dificultad para discernir claramente qué es objeto de las políticas turísticas y qué no lo es. Si bien el debate sobre la contraposición y la diferenciación entre el significado y las prácticas del turismo y la vida cotidiana se formula desde hace años en los estudios culturales del turismo y el ocio (Lash, 1990; Urry, 1990; Rojek, 2000; Edensor, 2001), ha habido aproximaciones que ponen en cuestión también el objeto político y la territorialidad del turismo, asumiendo esta mirada compleja y relacional. Así, Franklin y Crang (2001, p. 7) afirman que “el turismo ya no se puede limitar como una actividad discreta, que se encuentra contenida de forma ordenada en lugares específicos y que se produce durante los periodos de descanso. A nuestro entender, el turismo es ahora una dimensión tan importante de la vida social global que ya no puede ser concebido como aquello que sucede en lugares turísticos de estilo propio y encuentros que involucran a turistas fuera de casa”. Profundizando en la dimensión espacial del enfoque, Obrador-Pons et al. (2009) afirman que “múltiples geografías y temporalidades no relacionadas intervienen en la constitución de este fenómeno turístico, en un juego continuo de circulación y emplazamiento, de desterritorialización y reterritorialización” (p. 10).

Esta aproximación desmonta la idea del espacio turístico bien circundado y definido –tal y como se ha concebido tradicionalmente– y hace emerger una realidad múltiple y cambiante que es al mismo tiempo resultado de las interacciones que lo configuran y las infraestructuras que lo sostienen. Esta concepción relacional del espacio (Massey, 2005) permite que la ciudad o la metrópolis pueda ser contemporáneamente y simultáneamente muchas cosas al mismo tiempo. Es decir, cuando afirmamos que Barcelona se ha convertido en una ‘ciudad turística’ lo hacemos asumiendo que no tiene que excluir otras formas de vivir y practicar la ciudad. Y cuando hablamos de ‘sistema turístico’ lo hacemos asumiendo que las infraestructuras, los equipamientos, las imágenes o los servicios que alimentan las prácticas turísticas no lo hacen de forma exclusiva. Pensemos en la plaza Sant Felip

Neri, en la estación de metro de Collblanc, o en el bar en los bajos de un edificio lleno de viviendas de uso turístico. Seguro que para cada uno de estos espacios podemos pensar en acciones cotidianas que nada tienen que ver con el fenómeno del turismo. En cambio, si la avalancha de visitantes en la plaza hace imposible que siga funcionando como patio de la escuela adyacente, si el quiosco de la estación ha cambiado la prensa especializada por camisetas del Barça, o si el propietario del bar ha decidido subir el precio del café 50 céntimos, entonces todos estos espacios son susceptibles de formar parte de los marcos de aquello que consideramos turístico.

Hoy, más que nunca, se pone en evidencia el hecho de que las actividades turísticas inciden y tienen efectos en muchos ámbitos, espacios e instrumentos de gestión de la ciudad que no se presuponen turísticos: movilidad, seguridad, inspección, vivienda, etcétera. Y precisamente por este motivo, podemos afirmar que los retos derivados del turismo no se resolverán solo con una agenda de políticas turísticas, sino integrando el turismo como elemento transversal en la agenda de políticas en tanto que actividad inherente a la metrópolis actual. El turismo no es, pues, un lugar circunscrito y bien definido, sino que está descentrado. Eso supone abrir el espectro de las políticas normativas y pensarlo de forma relacional, entendiendo las especificidades concretas del hecho turístico. Supone también, como veremos a lo largo de este volumen, tener en cuenta los efectos que genera la actividad y velar también por la movilidad, el impacto ambiental, el desarrollo local o el patrimonio. Todos ellos, temas desarrollados a lo largo de los distintos artículos de este volumen.

3. Dinámicas turísticas del territorio metropolitano

El territorio metropolitano de Barcelona no ha sido objeto de análisis académico de primer orden y son contadas las excepciones en que se han promulgado reflexiones y análisis al respecto (véanse López Palomeque, 1995; Donaire y Duro, 2014). Asimismo, el área metropolitana tampoco ha sido una escala central en las políticas turísticas, con una clara falta de documentos programáticos específicos hasta la reciente publicación del Plan de Turismo Metropolitano (Área Metropolitana de Barcelona, 2017). Sin embargo, el territorio metropolitano ha sido escenario y agente clave en el desarrollo del turismo de Barcelona y de Cataluña de los últimos años a través de la planificación y de estrategias territoriales y urbanísticas de varios niveles. Lejos de desear presentar aquí un análisis exhaustivo de las estrategias sectoriales, el territorio metropolitano ha sido objeto directo o indirecto de los tres planes estratégicos de turismo de la ciudad de Barcelona –1993, 2010, 2017; de las directrices específicas que figuran en el marco de la Reflexión Estratégica Metropolitana (Área Metropolitana de Barcelona, 2015), y los documentos de trabajo del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona (Duran, 2004; Donaire y Duro, 2014), así como también de la estrategia de *marketing* de la Diputación de Barcelona, con una primera versión de 2010, actualizada en 2016, además de los programas de fomento y de gestión. Recientemente la Generalitat de Catalunya ha aprobado el Plan Estratégico de Turismo 2018-2022 donde se prevé el desarrollo del Plan Sectorial Territorial de Turismo, sin que conozcamos a día de hoy sus efectos en el territorio metropolitano.

Se recopilan a continuación cinco dinámicas turísticas que se consideran clave para el territorio metropolitano. Dinámicas y situaciones que pretenden hacer emerger los retos del presente y del futuro para construir una agenda metropolitana ampliada, integrada y descentrada, en base a las tres premisas que hemos apuntado en el apartado anterior. No se profundiza aquí en las dinámicas y retos de la ciudad central, que han sido definidas en el vigente Plan Estratégico de Turismo 2020 (Ayuntamiento de Barcelona 2017a). Conscientes de la controversia que supone circunscribir territorialmente la realidad metropolitana, asumimos aquí el territorio de los 36 municipios que configuran el AMB. Lo hacemos no sin advertir los riesgos de poner límites administrativos a una actividad que se nutre de flujos internacionales y que basa su razón de ser en el movimiento y el desplazamiento, que el territorio de una destinación turística tiene una geometría variable –desde Salou hasta Figueras– y que la actividad se apoya cada vez más en acontecimientos temporales en lugar de los atractivos fijados. Sin embargo, asumimos el riesgo con el objetivo de estructurar una propuesta que sirva para abrir un debate tan necesario, hasta ahora prácticamente inexistente.

En primer lugar, el territorio metropolitano ha ejercido como espacio de oportunidad donde desarrollar las infraestructuras –sobre todo aeroportuarias– y los equipamientos de gran escala que Barcelona ciudad no podía acoger, en especial los recintos para la ampliación de la Fira en Gran Vía. Unos posicionamientos enmarcados en la política de fomento de la actividad económica que ya se explicitaban en el primer Plan Estratégico Económico y Social Barcelona presentado en 1990 y que se han ido reproduciendo y concretando a lo largo del presente siglo en diferentes documentos estratégicos y programáticos. Así, el territorio metropolitano, en especial el contiguo a la ciudad de Barcelona, ha ejercido de emplazamiento estratégico donde localizar actividades que, por su tamaño y requerimientos, no tenían espacio en la ciudad central pero que son resultado de la relevancia de Barcelona en la red global de ciudades y de las políticas para garantizar su posicionamiento. Del mismo modo, la puesta en marcha de la Terminal 1 del aeropuerto en 2009 ha hecho que el número de pasajeros se haya doblado en diez años –véanse los datos en el artículo de Montlleó et al. en este mismo número. Así pues, el territorio metropolitano acoge y desarrolla infraestructuras y equipamientos que resultan clave para entender el aumento de visitantes y turistas de los últimos años y sus efectos derivados, que no están exentos de retos ambientales, de movilidad y de encaje con la estrategia de desarrollo local.

La segunda dinámica es un efecto directo de la primera. Estas nuevas centralidades metropolitanas vinculadas a los recintos empresariales y de convenciones –Fira Gran Vía, el CCiB o el Delta Business Center–, a los grandes equipamientos de conocimiento –el clúster sanitario Biopol’H o el Campus Norte–, así como también a los espacios que acogen grandes acontecimientos –espacio del Fòrum– se han convertido también en polos hoteleros metropolitanos. Los datos presentados por López Palomeque y Torres en este número son claros: desde 2003 el territorio del AMB ha aumentado en casi 12.000 plazas hoteleras, con l’Hospitalet a la cabeza del *ranking* con 3.787 nuevas plazas. A esta oferta actual, hay que sumar los millares de plazas previstas en los nuevos desarrollos urbanísticos del polígono Pedrosa, la Marina del Prat Vermell, la ciudad aeroportuaria o el

Port Fòrum o las Tres Xemeneies de Sant Adrià del Besòs. Unas nuevas centralidades que acompañan la transformación de su territorio y suponen unos ingresos nada desdeñables para las haciendas locales de los municipios a través de los diferentes impuestos de régimen local (IBI e IAE), pero que sin embargo tienen mayoritariamente lógicas de zonificación muy especializadas, a menudo substitutivas de suelo industrial y con un vínculo con el tejido urbano existente bastante débil, lastrando así las posibilidades de generar valor compartido y sinergias con la vida urbana metropolitana. Aparte, hay que mencionar que dichos polos metropolitanos de alojamiento también alimentan los atractivos turísticos del centro de la ciudad de Barcelona, con los retos derivados de movilidad, entre otros.

Siguiendo con la cuestión del alojamiento, la tercera dinámica que hay que mencionar es el efecto centrífugo que ha tenido la regulación del alojamiento en Barcelona ciudad en el entorno metropolitano más próximo. Hablamos especialmente de la moratoria de licencias de 2014 para Viviendas de Uso Turístico (VUT) y del Plan Especial Urbanístico de Alojamiento Turístico (en adelante PEUAT) aprobado en 2017. La limitación de nuevas licencias en la ciudad de Barcelona desde 2014 provocó un aumento de la demanda de estas actividades en los municipios metropolitanos, hasta entonces exentos de este tipo de prácticas y de la presencia de visitantes. Los datos del Registro de Turismo de la Generalitat compilados por López Palomeque y Torres en el artículo de este volumen suman un total de 5.784 plazas con licencia en el entorno metropolitano sin contar Barcelona, más toda aquella actividad ilegal o por regularizar que existe en las plataformas comercializadoras. De estas, l’Hospitalet de Llobregat concentra el 30% (1.792 plazas); Castelldefels, el 23% (1.322 plazas), y Gavà, Badalona, Sant Adrià y Sant Cugat suman el 32% del total. Unas dinámicas que han comportado un impacto en el tejido residencial con la sustitución del uso residencial permanente de la vivienda y que han tenido respuestas en forma de planeamiento urbanístico derivado en municipios del AMB. Sin duda, es una de las actividades turísticas más controvertidas, que ha provocado regulaciones específicas, entre otras, en Badalona, l’Hospitalet de Llobregat, Montgat, Sant Adrià de Besòs y Sant Cugat del Vallès o Santa Coloma de Gramenet, entre otros municipios.

La cuarta dinámica está vinculada al deseo y a los esfuerzos del territorio metropolitano para atraer visitantes. Dejando a un lado los territorios de la franja costera de Castelldefels, que se constituyeron originalmente bajo las lógicas de urbanización turística litoral, el resto del territorio metropolitano ha desarrollado estrategias para poner en valor el patrimonio histórico, cultural y natural del territorio, el material y el inmaterial, que al mismo tiempo sirve también para reforzar la identidad del lugar. La transformación del territorio metropolitano para la acogida y el disfrute de visitantes se refleja en el uso intensivo de las playas metropolitanas, los espacios naturales recuperados, la puesta en valor de los espacios agrícolas, las rutas para hacer excursionismo, el patrimonio industrial, cultural y arquitectónico, las ferias y acontecimientos de carácter lúdico y cultural, etc. Sin embargo, los datos publicados por la Diputación de Barcelona no permiten hablar de polos de atracción turísticos. Aparte de la Fira de Barcelona, con 2,5 millones de visitantes entre los dos recintos, el único recinto con un número de visitantes relevante es el recinto de

Viladecans The Style Outlet, con 2,6 millones de visitas anuales, no necesariamente turistas. Si ampliamos la escala, el territorio de los 36 municipios del AMB se sitúa en medio de cinco grandes polos de visitantes: a) la ciudad de Barcelona; b) la costa del Garraf, con Sitges como núcleo con dinámicas propias; c) el Monasterio de Montserrat, con 2,7 millones de visitas; d) la Roca Village, con 4,7 millones de visitantes, y e) la costa del Maresme, con dinámicas propias, sobre todo la zona norte. Cualquier estrategia de fomento del turismo en el territorio metropolitano pasa por tener en cuenta la inmensa capacidad de atracción de visitantes de Barcelona ciudad, las limitaciones de dicha capacidad por parte del resto del AMB, y la relación entre atractivos y dinámicas más allá de sus límites administrativos.

La quinta y última dinámica, íntimamente relacionada con todas las anteriores, es la pulsión centripeta-centrífuga entre la ciudad de Barcelona y su entorno más inmediato. Ante un espacio metropolitano absolutamente polarizado por la centralidad de Barcelona y ante la especialización turística de muchos barrios con graves impactos y externalidades, la respuesta ha sido muy a menudo la desconcentración de los flujos de visitantes. En este sentido, siguiendo lógicas muy similares a las que se impulsan en ciudades como Amsterdam, Berlín o Nueva York, el Plan Estratégico de Turismo de Barcelona de 2010 realizó una fuerte apuesta por una política de desconcentración, en especial a través de instrumentos de promoción y comunicación, con el fin de convertir los barrios en objetos turísticos. El Plan Estratégico 2020, a través de la Estrategia Territorial de Gestión Turística (Ayuntamiento de Barcelona, 2018b) corregía este programa advirtiendo de los riesgos que supone derivar flujos a territorios sin prever los efectos negativos asociados a la irrupción de las prácticas turísticas. Una situación y un riesgo traspasable a los núcleos urbanos metropolitanos. Por el contrario, se propone la descentralización de acontecimientos, la promoción de rutas específicas con interés cultural y patrimonial o el fomento de actividades y servicios con fuerte arraigo comunitario. Asimismo, se apuesta claramente por el alineamiento institucional del Ayuntamiento con la estrategia ‘Barcelona és molt més’, llevada a cabo por la Diputación de Barcelona, que pretende resignificar la destinación Barcelona asimilando la marca a un territorio que trascienda los límites municipales con el fin de poner en valor los atractivos y productos del territorio provincial. La destinación se consolida así como un objeto virtual de comunicación (Fariás, 2012). Un objeto múltiple, de geometría variable que se define a través de los marcos comunicativos. Esta construcción simbólica y discursiva es de grandísima relevancia, ya que ayuda a prefigurar la realidad territorial que después se practicará. Sin embargo, haríamos bien en asumir los límites de estas prescripciones. Hay que tener en cuenta que difícilmente cambiaremos a través de la comunicación y el *marketing* la pulsión de la demanda mundial, la construcción histórica de la imagen de la destinación, el poder de atracción de los principales iconos o la posibilidad real de descentralizar el turismo sin transformar socialmente y materialmente los lugares de manera casi irreversible.

4. Presentación del volumen

El presente volumen tiene diez artículos, contando con esta introducción. Diez artículos muy heterogéneos si los analizamos individualmente, pero que

componen los objetivos del volumen en su conjunto y en diálogo entre ellos. Diez artículos que ayudan a conocer mejor la realidad turística metropolitana y que, al mismo tiempo, promueven la necesidad de diversificar y enriquecer el objeto de las políticas públicas con temáticas, perspectivas e instrumentos diversos, que ayuden a configurar una nueva agenda integrada de políticas públicas metropolitanas en torno al turismo. Una multiplicidad y una heterogeneidad que quedan también patentes en la composición de las disciplinas desde donde se produce el conocimiento. Los textos que componen el volumen se escriben desde la geografía, la economía, la antropología, la arquitectura, las ciencias políticas, la biología, las ciencias ambientales o la ingeniería. Desgranamos a continuación los contenidos y el valor de cada uno de los artículos en la totalidad del presente volumen.

Tal y como ya hemos advertido a lo largo de este artículo introductorio, la realidad metropolitana tradicionalmente era huérfana de análisis y de estudio en profundidad. Es por ello que invitamos a Francesc López Palomeque y Anna Torres a elaborar un artículo que presentara de manera ordenada, sintética y estructurada aquellos elementos cuantificables que configuran la metrópolis turística, objeto de este volumen. En el se recopilan con suma precisión datos sobre alojamiento formal, número de visitantes, los principales atractivos, los instrumentos y las instituciones responsables o los ingresos obtenidos a través de los mecanismos de fiscalidad turística, entre otros. Un ejercicio inédito que ayuda a conocer una realidad absolutamente polarizada por la ciudad de Barcelona.

Con el fin de complementar el conocimiento desde otro ámbito y perspectiva, Oriol Estela y David Rodríguez nos presentan un estado de la cuestión del desarrollo económico del turismo en la realidad metropolitana. Un ejercicio ponderado que ayuda a conocer las luces, pero también las sombras del turismo con respecto a la generación y redistribución de la riqueza económica y su impacto en el territorio. Además de dar un repaso a los diferentes documentos de estrategias metropolitanas, el artículo propone de forma clara el marco estratégico para las políticas de desarrollo local y territorial en materia turística del futuro. Una propuesta que escapa de la simplificación y la abstracción de relaciones ubicuas, y que aterriza, busca constantemente las sinergias con otros sectores económicos y agentes territoriales, y defiende la redistribución de la riqueza generada como elemento central de la acción pública.

En tercer lugar, Saida Palou nos propone un texto de reflexión en torno a la relación entre los discursos turísticos y dos elementos clave como son el patrimonio y el paisaje. A través de un excelente análisis de la historia de Barcelona (véase Palou, 2012), la antropóloga destila tres tesis interrelacionadas que resultan fundamentales para el debate. La primera nos advierte de la incidencia de los marcos comunicativos, los relatos y los discursos sobre el territorio en las prácticas turísticas actuales. Es decir, la forma en que se presenta un lugar ante el mundo tiene efectos sobre las relaciones sociales, económicas y culturales de dicho lugar. La segunda tesis defiende que se puede separar la esfera comunicativa turística de los agentes de poder que promueven los discursos. En otras palabras, la promoción turística ha sido y sigue siendo un instrumento político desde donde proyectar

la imagen de aquello que se desea que sea, no de la realidad compleja y conflictiva de cada momento. La tercera tesis nos advierte de la relación dialéctica entre la proyección de la imagen de la destinación y la construcción de la propia identidad local. Las proyecciones no solo son elementos de control sino que pueden ser espacios de disputa.

Los tres artículos siguientes reflexionan sobre la relación entre el urbanismo y el turismo, un binomio que ha sido obviado muy a menudo, cuando no desdeñado, en los debates en torno al turismo en Cataluña salvo algunas excepciones (véanse Anton y González, 2011; Pié Ninot et al., 2013, entre otros). Este ejercicio apuesta por la necesidad de abrir un debate profundo en torno a la teoría y práctica del urbanismo con el objetivo de abordar las cuestiones turísticas de manera situada en el contexto catalán y, más especialmente, en el contexto metropolitano de Barcelona. Este paso supone no solo analizar las posibilidades de planificar, ordenar o regular las actividades turísticas a través del urbanismo sino, sobre todo, cómo el turismo nos obliga a repensar la forma en que practicamos un urbanismo en una realidad móvil, con escalas y geometrías variables, con intensidades y velocidades muy diferentes que generan desequilibrios (Arias-Sans, 2018). Para abrir el debate contamos con un artículo de Ricard Pié y Josep Maria Vilanova, en el que analizan el rol histórico del planeamiento urbanístico catalán y metropolitano en relación con el turismo. El artículo pone de manifiesto la falta de consideración del turismo como vector específico en la planificación urbanística y territorial a lo largo de los últimos cincuenta años, a pesar de la relevancia y el impacto en la construcción del territorio metropolitano. Se pone en evidencia cómo el turismo se ha desarrollado a través de una forma determinada de pensar y planificar el territorio y que no ha sido hasta hace pocos años que se ha abordado de forma concreta y decidida, a pesar de se lleve a cabo de forma reactiva para paliar las externalidades. Finalmente apuntan tres grandes retos a tener en cuenta: la necesidad de repensar los instrumentos urbanísticos para ordenar el turismo, la necesidad de proteger el derecho a la vivienda ante su sustitución para usos turísticos, y, por último, la necesidad de definir un modelo territorial turístico metropolitano en relación con Barcelona y el resto de Cataluña.

En un segundo artículo, bajando de escala, Enrico Porfido, Cynthia Pérez y Melisa Pesoa analizan la responsabilidad que han tenido el planeamiento urbanístico y los proyectos urbanos y la actividad turística en el barrio del Raval, en Barcelona. Un ejercicio analítico de gran precisión que nos permite poner en evidencia la estrecha relación entre la construcción de la ciudad y la emergencia del turismo en los centros históricos, aunque no ha habido nunca un plan o proyecto que haya explicitado la voluntad de promover dicho vínculo. El artículo de Tonet Font, Aurora López y Roger Clot exponen los detalles y las motivaciones de uno de los instrumentos urbanísticos más mediáticos y controvertidos de los últimos años: el Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT). Un instrumento innovador que, a pesar de su fragilidad dado el marco legislativo urbanístico actual, regula las licencias de actividades de todas las tipologías de establecimientos de alojamiento turístico, viviendas de uso turístico, albergues de juventud y residencias de estudiantes, en base a la defensa del derecho a la vivienda, la mixtura de usos o el descanso vecinal, con el fin de

detener así el proceso la especialización turística del suelo residencial de la ciudad.

A continuación se exponen tres cuestiones de suma importancia para la gestión del territorio turístico metropolitano: el fenómeno del alquiler vacacional y la gestión de la ilegalidad, los retos de la movilidad turística y, por último, las externalidades ambientales de la actividad turística. El artículo de Claire Colomb, Thomas Aguilera y Francesca Artioli nos ofrece un análisis desde las ciencias políticas del fenómeno del alquiler turístico y de las diferentes soluciones o posibilidades utilizadas en las ciudades y regiones europeas. Más allá de exponer los detalles de las diferentes regulaciones, el artículo es clave para entender el marco de opinión pública desde donde se ejercen las propuestas y, en el caso de Barcelona, la importancia que han tenido los movimientos sociales en favor al derecho a la ciudad, así como la determinación política para tomar partido y buscar soluciones de regulación, control y seguimiento de un fenómeno que es global. Por otro lado, deja también patente el impacto actual de las plataformas globales de intermediación de los alojamientos turísticos en la ciudad, así como la dificultad de gobernarlas en pie de igualdad desde el mundo local.

El artículo de Marc Montlleó, Gustavo Rodríguez y Nuno Tavares expone los retos ambientales del turismo en la ciudad de Barcelona que, dada la concepción metabólica del fenómeno, resuena en todo el territorio metropolitano. Un ejercicio de gran valor analítico que contiene datos inéditos hasta hoy, como son las estimaciones de los consumos de agua, energía y residuos de los alojamientos y equipamientos turísticos, que suponen entre el 7,5% y el 9% del total de Barcelona. Además de estructurar el impacto de las actividades turísticas con respecto a los vectores ambientales –agua, energía, residuos, ruido– también incide en los impactos que tienen las actividades turísticas en el espacio público así como el rol, y la responsabilidad, de las infraestructuras de transporte, en particular el puerto y el aeropuerto. El artículo también presenta de forma sintética los resultados de un ejercicio complementario donde figura el cálculo de la huella de carbono del turismo, y se apunta al transporte aéreo como responsable del 85,5% de las emisiones de CO₂ de toda la cadena de valor turística (véase Rico et al., 2019).

El volumen cierra con un artículo sobre uno de los temas más relevantes y necesarios para alcanzar la gestión integrada en clave territorial: la movilidad turística. El artículo de Cristina Jiménez Roig, Joana Llinàs, Adrià Ortiz y Aina Pedret sintetiza uno de los trabajos más interesantes e innovadores en el marco de la estrategia turística de Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2017c) que aporta información de grandísima relevancia para entender y, consecuentemente, gestionar y planificar el fenómeno del turismo. El artículo se inicia con un dato inédito hasta su publicación en 2017: la ciudad de Barcelona acoge una media de cerca de 150.000 turistas al día, cerca de un 10% de la población empadronada. También apunta como la movilidad de esta población flotante de turistas, excursionistas y cruceristas tiene algunas características claramente diferenciadoras, como son el uso de medios transportes específicos –bus turístico, autocares discretos o artilugios diversos– o una distribución espacial claramente concentrada. Sin embargo, los datos revelan una realidad que puede parecer chocante: el reparto modal de los usuarios turistas en general es mucho más

sostenible que el de los residentes, con un 77% de los desplazamientos a pie y en metro (45% y 33%, respectivamente). Parafraseando el objetivo central de este volumen, tenemos que pasar de la gestión de la movilidad turística a la gestión del uso turístico de la movilidad de la ciudad y metrópolis. Y esto supone unos retos, la mayoría de los cuales tienen que ver con la mejora de las condiciones generales del transporte público o de un sistema tarifario más progresivo que favorezca el uso diario y cotidiano frente al esporádico.

5. Gobernar el turismo. Una agenda futura

Al inicio del presente artículo, en las disposiciones iniciales, hablábamos de la necesidad de descentrar el objeto de las políticas turísticas y de incorporar cuestiones que pueden parecer exógenas si entendemos el turismo como fenómeno discreto, pero que son fundamentales si cambiamos el paradigma. En este sentido, hemos intentado agrupar, de forma más o menos acertada, algunas de estas temáticas, políticas e instrumentos que entendemos que son clave para gestionar el territorio turístico metropolitano. Sin embargo, resulta obvio que no hemos abordado todas las temáticas clave para cumplir los objetivos de este volumen. Faltarían muchas que, sin ser exclusivamente turísticas, son clave para poder establecer una agenda política con vocación claramente pública. Por enunciar solo algunos temas, tenemos que debatir sobre la necesidad de replantear las fórmulas de cooperación público-privadas y sus agendas, que ciertamente generan no solo disfunciones en el mercado privado, sino también muchas veces choques de intereses en cuestiones de interés público: consorcios como Turismo de Barcelona o la Fira de Barcelona podrían ser ejemplos. Es preciso hablar también del grandísimo reto de la gobernanza de las grandes infraestructuras receptoras de turismo –del puerto y el aeropuerto–, que parecen actuar al margen de su huella en el territorio, y de cómo podemos incorporar los intereses del territorio para trazar estrategias conjuntas. Tenemos que construir una nueva agenda del conocimiento turístico que ayude también a la reformulación de las preguntas que pongan en el centro otras cuestiones y que contribuyan a condicionar la agenda de las políticas metropolitanas. El conocimiento y su producción son determinantes para enmarcar las políticas y el planeamiento turístico. Son necesarios nuevos indicadores para dejar de valorar el éxito según el número total de visitantes y hacerlo a través del retorno social de su huella. Tenemos que poder proteger a través del planeamiento urbanístico el uso permanente de la vivienda con el fin de evitar que los usos turísticos, mucho más rentables, sustituyan a la población y ayudar a minimizar su impacto en el mercado inmobiliario, especialmente en el de alquiler. La actual elaboración del Plan Director Urbanístico debería ser la gran oportunidad para hacerlo. También es necesario abordar decididamente una agenda cultural, social y de acontecimientos conjunta para el territorio metropolitano con el fin de conseguir que los residentes puedan vivirla turísticamente, sin saber el término municipal dónde transcurre, con ganas de descubrir y contemplar las actividades del mismo modo en que lo hacemos cuando nos vamos de vacaciones y, al mismo tiempo, borrar las líneas entre los residentes y los visitantes, ya que formamos parte de una misma realidad. En definitiva, entender que la finalidad de la política turística no debería ser atraer a visitantes y llenar alojamientos. El cambio de paradigma pasa por considerar el turismo como una palanca

de cambio para activar y reforzar otros sectores económicos estratégicos, que genere valor compartido en el territorio, que mejore la vida de sus habitantes. Y a fin de que esto suceda, es preciso gobernarlo y hacerlo con vocación pública, desplegando todas las herramientas que tenemos en nuestras manos.

EL TURISMO EN EL ÁREA METROPOLITANA DE BARCELONA

FRANCESC LÓPEZ PALOMEQUE

Universidad de Barcelona

ANNA TORRES-DELGADO

CETT - Universidad de Barcelona

Resumen

El artículo comprende una caracterización básica del turismo en el Área Metropolitana de Barcelona (AMB), institución administrativa formada por 36 municipios, con una extensión de 633 Km² y una población de 3,2 millones de habitantes. El artículo, de acuerdo con el enfoque del estudio, se fundamenta en el análisis bibliográfico y documental sobre el tema y sobre el ámbito geográfico de referencia, y en la información estadística disponible a escala municipal y para el conjunto del AMB. El AMB es parte del territorio metropolitano, de límites poco precisos, y participa de las características del hecho turístico del conjunto de este ámbito. El análisis específico se focaliza en la caracterización de los componentes del sistema turístico, particularmente de la oferta y la demanda (radiografía a través de cifras y mapas), e incluye una comparación del AMB con los datos básicos de otros ámbitos territoriales (Barcelona, provincia de Barcelona, Cataluña). El análisis espacial del turismo a escala municipal pone de manifiesto su desigual distribución territorial, con fuertes asimetrías.

Palabras clave: Área Metropolitana de Barcelona, turismo, destinación, territorio, Administración.

1. Introducción

Uno de los hechos que caracterizan el nuevo paradigma turístico es la eclosión del turismo urbano, y Barcelona es uno de los ejemplos más señalados, que ha redimensionado los espacios de producción y de consumo turístico y recreativo de las ciudades, con la extensión de la función turística a los territorios metropolitanos de las respectivas ciudades centrales. En el caso de Barcelona, en los últimos años se han acumulado indicios y evidencias de un crecimiento del turismo en el territorio metropolitano, de varias actividades de producción-consumo de ocio y turismo (Donaire, 2006; López Palomeque, 2006). Este proceso, intensificado últimamente, se explica por varios factores (internos y externos), pero obedece fundamentalmente a la eclosión y extensión territorial del turismo de la ciudad de Barcelona. Por otro lado, en este proceso intervienen varios actores (públicos y privados). En general, en situaciones similares, el desarrollo territorial del turismo lleva asociado, como relación causa-efecto, un proceso de institucionalización de la gestión pública del turismo. ¿Cómo se ha manifestado el desarrollo turístico y cuál ha sido su dimensión espacial?, ¿cuáles han sido el alcance y la dimensión del proceso de institucionalización de la gestión pública del turismo? Estas son preguntas,

deducidas de las premisas indicadas, que se intentan contestar con el contenido del análisis resultante de los objetivos que se formulan.

El objetivo general de este artículo es la aportación de una caracterización básica del turismo en el Área Metropolitana de Barcelona, tal y como se explicita en el título del artículo. Este objetivo general se concreta en tres objetivos específicos que, además, estructuran el contenido del texto. Los objetivos específicos son: análisis de los componentes del sistema turístico, análisis de la distribución geográfica del turismo y de su evolución y, finalmente, análisis comparado del turismo en el AMB en relación con otros ámbitos territoriales (Barcelona, provincia de Barcelona, Cataluña).

El ámbito geográfico objeto de estudio es el territorio que conforma el Área Metropolitana de Barcelona (36 municipios, con una extensión de 633 Km² y una población de 3,2 millones de habitantes), que, en este sentido, constituye el ámbito espacial operativo preestablecido como propósito del artículo. La identificación y relación de los municipios y el mapa municipal del AMB se presentan a continuación (figura 1), como apoyo a los datos estadísticos y a la distribución espacial de la información.

El análisis de todos los componentes del sistema turístico es una tarea que desborda las posibilidades de estas páginas dado el carácter transversal del turismo, su amplitud y su complejidad; y esto obliga a seleccionar las cuestiones a abordar. En consecuencia, en esta ocasión, se toma como opción la valoración de las variables básicas que son habituales en los estudios de caracterización de la actividad turística (oferta y demanda). Hay que considerar, además, como limitación añadida, el déficit en las fuentes de información disponibles para realizar radiografías del turismo en determinadas escalas geográficas, en concreto si se desea estudiar y comparar la realidad de la demanda del turismo a escala local (el municipio como unidad espacial y estadística operativa de análisis). Esta limitación del sistema estadístico del país acota mucho la disponibilidad real de datos sobre la realidad y dinámica turística, y la capacidad de profundización del estudio.

Además de la radiografía sobre la oferta y la demanda (cifras y mapas), se ha focalizado la atención en el análisis de la institucionalización de la gestión pública del turismo, proceso asociado al desarrollo del turismo, en clara relación causa-efecto. Esta aportación se justifica por el rol que desarrolla la administración pública en el sistema turístico (actores públicos y privados como componentes del sistema), y por la actualidad y relevancia del tema en el ámbito territorial objeto de estudio y en el contexto político-territorial (Generalitat Catalunya, Diputación de Barcelona, Ayuntamiento de Barcelona).

En relación con la metodología y las fuentes de información, el enfoque del artículo hace que su contenido sea deudor de la bibliografía existente sobre el tema y el ámbito geográfico analizado, y de la información estadística disponible. En este sentido, además de recordar las limitaciones de las fuentes de información estadísticas a escala municipal, es preciso hacer mención a la dificultad de encontrar series temporales largas para poder estudiar los procesos y dinámicas evolutivas. Dado que el objetivo general es la caracterización básica del turismo en el AMB –la realización de una radiografía del turismo en este territorio–, se ha optado por privilegiar en

los apartados correspondientes el uso del lenguaje cartográfico y del lenguaje estadístico (el turismo en el AMB en "cifras y mapas").

2. Rasgos básicos del turismo en el Área Metropolitana de Barcelona

Para la caracterización del turismo del Área Metropolitana de Barcelona se proporcionan datos seleccionados de los componentes significativos habituales en las radiografías del turismo: oferta de alojamiento y flujo turístico, considerando sus dimensiones referidas al conjunto del AMB, con la comparación con otros ámbitos territoriales, y los valores a escala municipal, cuando la disponibilidad de información lo ha permitido. Además, se incluye una valoración sobre la recaudación de la tasa turística (impuesto sobre las estancias en establecimientos turísticos) a escala municipal, que en el contexto del análisis permite una aproximación al flujo de demanda (tasa por pernoctación). Y, finalmente, para cerrar la caracterización e ir más allá de los números, se incorpora un esquema de diagnóstico estratégica, de valoración más cualitativa.

2.1. Datos de conjunto y análisis comparado

La superficie del Área Metropolitana de Barcelona representa el 2% del total de Cataluña y concentra más del 40% de su población. La oferta de alojamiento del AMB es de 144.251 plazas en 2019, que suponen el 15,7% de Cataluña, porcentaje que se ha incrementado en los últimos 15 años, ya que en 2003 suponía el 10,7% (tabla 1). Obviamente, este peso del AMB corresponde al protagonismo del municipio de Barcelona: su capacidad de alojamiento turístico en 2019 (116.103 plazas) supone el 80% de la oferta del AMB (70% en 2003) y el 12,6% del conjunto de Cataluña (7,5% en 2003). La eclosión turística de la ciudad de Barcelona ha sido extraordinaria y se manifiesta en estas variables, entre otras. Se observa, en particular, el mayor crecimiento comparado en plazas hoteleras y en viviendas de uso turístico.

La macrocefalia turística de Barcelona justifica que, como categoría de análisis, se consideren los valores del conjunto del AMB (36 municipios), los valores del AMB sin Barcelona y los valores del municipio Barcelona, que se pueden comparar a partir de los datos de la tabla 1, con datos de 2003 y 2019.

2.2. Oferta de alojamiento turístico

Evolución y composición de la oferta de alojamiento. El peso de Barcelona

La oferta de alojamiento turístico del AMB ha crecido de manera muy notable entre 2003 y 2019: de 53.171 plazas a 144.251, casi se ha triplicado. Este comportamiento se fundamenta, por un lado, en la dinámica y el fuerte crecimiento hotelero de la ciudad de Barcelona: de 37.224 plazas ha pasado a 78.582, un incremento de 41.358 plazas (el 78% del crecimiento de toda el AMB); y, por otro lado, en la aparición y rápida expansión de las viviendas de uso turístico en los últimos cinco años.

El crecimiento de plazas totales se observa también en los municipios de mayor dimensión poblacional y los más próximos a la capital. En particular, l'Hospitalet de Llobregat, Castelldefels, el Prat de Llobregat y Sant Cugat del Vallès, entre otros. El crecimiento (en valores absolutos) de la capacidad hotelera muestra sin embargo una destacada concentración espacial, ya que se ha localizado en gran medida en Barcelona y, en segundo término y a

distancia, en l'Hospitalet de Llobregat. En cambio, en términos relativos, los municipios que más han crecido son Molins de Rei (de cero a 466 plazas), l'Hospitalet de Llobregat (de 300 a 4.087 plazas), Viladecans (de 64 a 859), y también el Prat de Llobregat, Sant Cugat del Vallès y Santa Coloma de Gramenet, entre otros.

En la composición de la oferta de alojamiento en 2019, destaca el peso de la oferta hotelera, que representa dos tercios del total (figura 2), y, en segundo lugar, las plazas de las viviendas de uso turístico (VUTs), que se acercan al 30% y constituyen una oferta de aparición reciente y de fuerte dinámica de crecimiento. A destacar, en otro sentido, el menor protagonismo de la oferta de turismo rural, de cámpings y de apartamentos turísticos, que en buena medida obedece a las dinámicas propias de los espacios urbanos y metropolitanos en relación con estas tipologías de alojamiento turístico. Una consideración particular merece la valoración de la oferta de cámpings, que había sido mayor en términos absolutos y relativos debido a la importante oferta histórica de los municipios litorales del delta del Llobregat: Viladecans, Gavà y Castelldefels. En conjunto, en 2003, la oferta era de 9.614 plazas, mientras que en 2019 han disminuido y se sitúa en 3.024 plazas. Esta evolución se explica por varios factores interrelacionados en un entorno de fuerte concentración y competencia de actividades económicas y residenciales, y, en particular, por el cierre de la oferta de cámpings de Viladecans.

El censo hotelero muestra una composición por categorías (figura 3) con un claro predominio de los hoteles de cuatro estrellas, que suman el 50% de toda la oferta de plazas. Sumadas las categorías 4E, 5E y gran lujo, suponen casi dos terceras partes del total de plazas hoteleras, lo cual indica una oferta en conjunto de categoría alta, una oferta 'cualificada', en comparación con la situación de hace un par de décadas cuando, precisamente, la necesaria 'cualificación' de la oferta era uno de los retos del sector turístico.

Distribución espacial: cifras y mapas

La distribución espacial a escala municipal de las variables básicas del turismo dibuja un mapa, en cada caso, muy asimétrico y desigual, y dónde se constata la presencia de Barcelona, como macrocefalia turística, sea cuál sea la variable a considerar. Y, tal y como se recoge en el Plan de Turismo Metropolitano de la AMB (AMB, 2017, p. 7): "a grandes rasgos, se podría decir que el área metropolitana (fuera de Barcelona) no dispone de una oferta turística articulada sino que está diseminada localmente. Esta reacción a la demanda cuando la capacidad de carga de Barcelona se ve sobrepasada, *rebosando* sobre el territorio adyacente y obediendo a criterios de accesibilidad, distancia, precio y oportunidad". De hecho, las pautas de distribución y las lógicas espaciales están determinadas por esta dinámica y por las iniciativas públicas y privadas de poner en valor turístico y recreativo sus recursos territoriales (culturales y naturales).

Barcelona concentra el 80% de la oferta de alojamiento, con 116.103 plazas. La capacidad de los otros municipios presenta valores muy distantes y, en buena parte, su dimensión varía en relación con la mayor o menor influencia del efecto Barcelona. En este otro nivel destaca Castelldefels (6.377 plazas), con la doble dinámica de municipio litoral y metropolitano, y l'Hospitalet de Llobregat (6.108 plazas), municipio vecino de Barcelona, cerca del aeropuerto y que alberga importantes

equipamientos (a destacar, la Fira). En valores absolutos, les siguen municipios próximos a la capital y con una capacidad de alojamiento que supera ligeramente o casi llega a las mil plazas: Sant Cugat del Vallès, el Prat de Llobregat, Cornellà de Llobregat, Viladecans, Cerdanyola del Vallès, Barberà del Vallès, Sant Boi de Llobregat, Sant Just Desvern y Sant Joan Despí, entre otros.

La relación con la población residente, que es un primer indicador de presión turística (figura 4), muestra una mayor homogeneidad del mapa y, por lo tanto, de los valores y de la repercusión de la oferta de alojamiento de turismo en las estructuras preexistentes. La leyenda del mapa (figura 4) considera cuatro categorías y en la mayor parte de los municipios (21) la proporción de plazas por 100 residentes se sitúa entre 0,5 y 2,5; tres municipios se sitúan en la franja de 2,5-5 plazas/100 habitantes, y también tres, en la franja más alta, de más de 5 plazas/100 habitantes. El resto de municipios (9) tienen una menor ratio de alojamiento (menos de 0,5 plazas/100 habitantes), y en este grupo se incluyen los que no tienen ningún tipo de oferta de alojamiento turístico (Badia del Vallès, la Palma de Cervelló y Sant Climent de Llobregat). En conjunto, los valores de la relación entre plazas y residentes no indican una ratio de alojamiento alta, en comparación con otros entornos turísticos u otros espacios urbanos y metropolitanos.

La distribución espacial de la oferta hotelera muestra unas pautas de localización a escala municipal similares a las expuestas para el conjunto de la oferta de alojamiento con la fuerte concentración en la ciudad de Barcelona (figura 5). La evolución 2003-2019 consolida estas pautas, con dos procesos específicos: la intensificación de la oferta de la capital y la difusión de parte de 'su crecimiento' a municipios vecinos y próximos. Esto comporta que en el conjunto de los municipios del AMB –sin Barcelona– se pase de una situación de pocos contrastes a una situación actual de asimetría y de jerarquía. Hace 15 años, aparte de Barcelona, Castelldefels destacaba por encima del resto con 1.503 plazas. En la actualidad existe un grupo de 6-8 municipios que tienen en torno a un millar de plazas donde destaca predominantemente l'Hospitalet de Llobregat con más de 4.000. Este grupo de municipios se diferencian de la gran mayoría, que tienen una oferta muy pequeña o no disponen de establecimientos. En 2019 había 9 municipios sin oferta, y en 2003 eran 8.

Entre 2003 y 2019 la mayor parte del municipios han incrementado la oferta de plazas hoteleras, pero, a pesar de esta tendencia, en algunos casos (situaciones de oferta muy pequeña) la casuística local o empresarial singular ha provocado que se cierren establecimientos, y que algunos municipios pierdan capacidad de alojamiento. Hay que citar, en este sentido, los municipios de Begues, Montgat y Sant Climent de Llobregat.

La irrupción de las viviendas de uso turístico ha supuesto un cambio muy notable en la composición de la oferta de alojamiento y en las dinámicas turísticas en relación con el lugar de pernoctación. Es un proceso nuevo y todavía se está desplegando, tanto en la capital como en los municipios metropolitanos. La información de la oferta legal a escala municipal de 2019 (figura 6) muestra unas pautas parecidas a la de los hoteles, con la fuerte concentración en Barcelona capital y, a otro nivel, aparecen l'Hospitalet de Llobregat, Castelldefels, Gavà y Sant Adrià de Besòs, entre otros.

En la lectura de estos datos, pero, es preciso tener en cuenta que todavía hay una oferta de VUTs ilegales considerable y que la moratoria y el mayor control establecido en Barcelona ciudad (PEUAT) puede haber inducido el incremento de este tipo de oferta sumergida en otros municipios vecinos. En el mismo sentido, Badalona, Montgat, Sant Adrià de Besòs, Santa Coloma de Gramenet y l'Hospitalet de Llobregat también han aplicado suspensiones temporales de licencias de pisos turísticos.

2.3. El impuesto sobre las estancias en establecimientos turísticos

La información sobre la recaudación del impuesto turístico (IET) constituye una primera relación entre oferta (capacidad de alojamiento) y demanda (pernoctación, uso del establecimiento, presencia del turista), y su valoración a escala municipal completa el punto anterior dedicado a la distribución espacial de la oferta de alojamiento.

El IET es una tasa que paga el turista (excepto las personas de 16 años o menos) por estancia en un establecimiento o equipamiento turístico (alojamientos turísticos, albergues de juventud, cruceros y cualquier otro establecimiento o equipamiento que ofrezca alojamiento). La cuota de la tasa varía según el tipo de establecimiento o equipamiento turístico y la localización (véase la tabla 3). En este caso, el peso de Barcelona es muy significativo, ya que solo la ciudad recauda aproximadamente la mitad sobre el total de la recaudación en Cataluña. El impuesto recogido en cada municipio se reparte al 50% con la Generalitat de Catalunya y su objetivo es finalista, orientado a la promoción turística y a revertir los impactos negativos de la actividad.

En el caso del AMB, la lectura de la figura 7 y de la tabla 4 (con datos sobre el segundo y tercer trimestre de 2018) permite constatar la fuerte concentración de los valores de la recaudación en pocos municipios y, en particular, en Barcelona, que con el 94% del total de la tasa recaudada supera notablemente el porcentaje (80%) de su oferta de alojamiento sobre el total del AMB. La comparación del *ranking* de recaudación por municipios con el *ranking* de municipios según la dimensión de su oferta de alojamiento (tabla 2) muestra diferencias, incluso en el protagonismo de los primeros municipios de cada variable. Aparte de Barcelona, los municipios de mayor recaudación de la tasa turística son l'Hospitalet de Llobregat (2,75%), Castelldefels (1,2%), el Prat de Llobregat (0,8%), Barberà del Vallès y Sant Cugat del Vallès. En cambio, el *ranking* de municipios según la dimensión de la oferta de alojamiento es: Barcelona (80% del total del AMB), Castelldefels (4,4%), l'Hospitalet de Llobregat (4,2%), Gavà (1,5%), Sant Cugat del Vallès (0,96%) y el Prat de Llobregat (0,9%). La interpretación de esta disociación se explica por varios factores, entre los que destacan: la composición o tipo de oferta alojamiento en cada caso (hoteles, campings, etc.), que repercute de manera diferente en la recaudación de la tasa; la categoría de los establecimientos y, finalmente, el grado de ocupación.

Para valorar la recaudación de la tasa turística de los municipios del AMB en el contexto catalán se dispone del estudio reciente sobre el balance del impuesto sobre las estancias en establecimientos turísticos (IET) (Dirección General de Turismo, 2019). El estudio a pesar de

referirse al ejercicio 2017-2018, incluye un análisis retrospectivo desde 2012-2013 hasta hoy, y da información sobre las marcas turísticas, las comarcas y los 30 municipios con más recaudación. Dentro de esta última relación aparecen cuatro municipios del AMB: Barcelona (obviamente encabeza la lista), l'Hospitalet de Llobregat, Castelldefels y el Prat de Llobregat.

2.4. Visitantes y turistas

A las limitaciones habituales sobre el conocimiento de la demanda turística y a la falta de disponibilidad de datos a escala local y municipal, se añade en este caso el hecho de que el ámbito AMB no tiene carácter de 'sujeto estadístico' en el sistema estadístico del país sobre turismo (instituciones y organismos de creación y difusión de datos). Por otro lado, el flujo de visitantes de la mayor parte de los municipios del AMB corresponde fundamentalmente a una frecuentación recreativa (patrimonio, cultura, naturaleza, comercio, deporte), de desplazamiento diario, frente al viajero turista que pernocta. Estas dos circunstancias hacen que la medición y la caracterización de la 'demanda' turística del AMB presente grandes dificultades. La excepción es el análisis específico de algún municipio, como es el caso del municipio de Barcelona, del cual se dispone de amplia y rigurosa información. En consecuencia, en este epígrafe se proporciona una valoración cualitativa del perfil de la demanda del ámbito identificado como entorno de Barcelona, del que forman parte también los municipios del AMB.

En el Plan de Turismo Metropolitano se hace constar que:

“La demanda *mainstream* se vincula, pues, indisolublemente, a la ciudad de Barcelona (perfil de público extranjero que insiste en los iconos barceloneses), mientras que la oferta metropolitana (fuera del efecto desbordamiento) es de uso doméstico y de proximidad, y es bastante desconocida en términos porcentuales por la eventual demanda. Evidentemente, esta interpretación es una simplificación de un fenómeno mucho más complejo. El turismo y los turistas no responden solo al estereotipo del perfil de los visitantes extranjeros de Barcelona. Con el fin de ampliar el fenómeno, la Organización Mundial del Turismo incluso ha modificado, en los últimos años, sus definiciones: el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se llaman 'visitantes' (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, algunas de las cuales implican un gasto turístico. Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y el amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable de cara a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como

con vista a acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo”. (AMB, 2017, pp. 7-8)

Los datos sobre demanda turística publicados por el Observatorio de Turismo en Barcelona: ciudad y región (<https://www.observatoriturisme.barcelona.cat>) corresponden al municipio de Barcelona y a la destinación Barcelona (ámbito provincial), sin ninguna otra desagregación espacial. Obviamente, el ámbito metropolitano pertenece a la demarcación Barcelona y participa de sus características turísticas, pero la información global (cuantitativa y cualitativa) sobre caracterización de la demanda, referida a un conjunto provincial de entornos geográficos y turísticos muy contrastados, pueden suponer una abstracción alejada de la realidad turística estrictamente metropolitana y, en concreto, del ámbito AMB. La consulta de esta información y de otra de naturaleza similar puede realizarse en la página web del Observatorio en el web del Ayuntamiento de Barcelona (turismo) (<https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/ca/inici>) y en el web del Laboratorio de Turismo de la Diputación de Barcelona (<https://www.diba.cat/es/web/dturisme/labturisme>). Como dato ilustrativo de la dimensión cuantitativa se puede mencionar (según datos del LABTurisme DIBA) el hecho de que en el Barcelonès, en 2018, el censo hotelero era de 752 establecimientos con un total de 83.063 plazas y que recibió un total de 8,5 viajeros en hoteles con 21,2 millones de pernoctaciones. Con respecto al Baix Llobregat, la oferta hotelera era de 84 establecimientos con 19.225 plazas. Estos establecimientos albergaron a 1,15 millones de viajeros, que supusieron un total de 2,1 millones de pernoctaciones.

2.5. Aproximación cualitativa: esquema de diagnosis estratégica

Las aportaciones sobre el conocimiento del turismo metropolitano (ámbito AMB) son escasas y en este contexto es preciso subrayar el contenido del Plan de Turismo Metropolitano. Una propuesta para la acción turística metropolitana (2017), redactado por el AMB, tal y como se ha señalado anteriormente. En el documento se hace constar que “esta primera construcción colectiva de la oferta y posicionamiento local solo pretende poder facilitar una primera mirada general bajo la perspectiva de territorio metropolitano, sin haber profundizado en todos sus aspectos y señalando que no deja ser una primera visión general (se acompaña de un anexo documental con las fichas resumen de cada uno de los municipios). También cabe decir que no se han considerado la oferta y potencialidades de la ciudad de Barcelona, para centrarnos en el resto de municipios metropolitanos y poner de relieve su peso específico en esta temática” (AMB, 2017, p. 43).

El Plan de Turismo Metropolitano 2017 presenta una diagnosis estratégica del turismo en su territorio (sin considerar la ciudad de Barcelona) y, por su significado, el esquema del análisis DAFO se incluye en estas páginas, como aproximación general cualitativa a la realidad del turismo y su potencialidad. La matriz del análisis DAFO (tabla 5) no considera una jerarquía en la relación de las fortalezas, de las debilidades, de las oportunidades y de las amenazas, y, por lo tanto, todos los hechos y circunstancias identificadas aparecen al mismo nivel, como es habitual en esta técnica. No obstante, de la lectura de la matriz en el contexto de este artículo se puede deducir la relevancia de las fortalezas “marca Barcelona paraguas, capacidad técnica del AMB” y “concentración urbana

y demanda local, metropolitana e internacional" (diversidad de públicos). Con respecto a las debilidades, es preciso destacar que actúan de freno la "dispersión de competencias y vocaciones turísticas", la "diversidad estratégica" y la "falta de comunicación y relatos metropolitanos". También en la diagnosis estratégica se han identificado numerosos factores externos, y se identifican como oportunidades más destacadas la "ordenación turística" (en sentido amplio), la "movilidad turística" y el "flujo extranjero". Y con respecto a las amenazas hay que señalar la "ausencia de gestión unificada" y la "turismofobia" (riesgo de efecto espejo negativo del caso Barcelona).

3. Institucionalización de la gestión pública del turismo

En las dinámicas turístico-territoriales intervienen varios actores (públicos y privados). En general, "el desarrollo territorial del turismo lleva asociado, como relación causa-efecto, un proceso de institucionalización de la gestión pública del turismo, que se manifiesta en diversas fórmulas y entidades, en varias tipologías de organización y funciones de gestión de destinos turísticos" (Vera, et al. 2013, p. 367). Este proceso de institucionalización de la gestión pública del turismo, ¿se ha dado en el caso del territorio AMB? ¿Se observan rasgos diferenciados por el hecho de ser un entorno urbano?

3.1. Escala metropolitana

Las diferentes administraciones públicas, los distintos niveles de la administración, tienen unas determinadas competencias en materia de turismo y sus correspondientes políticas y estrategias turísticas. En el Plan de Turismo Metropolitano (AMB, 2017) se afirma que actualmente el AMB no tiene una estrategia turística propia. Las únicas planificaciones en materia de turismo se encuentran muy brevemente explicadas dentro del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, en el cual se explicita la dependencia que tiene el área metropolitana de la ciudad de Barcelona y se menciona la necesidad de desconcentrar el turismo de la ciudad hacia otros lugares del AMB. Y se añade que, a partir de la *Reflexión metropolitana: El sector del turismo* (AMB, 2014) y el avance en el diseño de las bases para una propuesta metropolitana en materia turística para el Plan Director Urbanístico (PDU), se consideran como valor para impulsar una economía de aglomeración, posicionamiento e identificación metropolitana una serie de acciones turísticas. Se trata de unas acciones turísticas que puedan contribuir, a medio plazo, a asentar las proyecciones globales sobre el peso específico de este sector y su contribución al desarrollo económico y a la creación de empleo más estable.

Este marco permitiría establecer –según la *Reflexión metropolitana: El sector del turismo* (2014)– un conjunto de políticas públicas adoptadas a escala intermunicipal por parte de los agentes locales del territorio metropolitano y dentro de un espacio de colaboración local por parte de sus agentes. En este contexto, más allá de las recomendaciones para el debate y la reflexión (en el marco de una estrategia metropolitana para el sector turístico) establecidas en los trabajos previos mencionados, se considera preciso elaborar un plan de acción turístico metropolitano concretado en el desarrollo de medidas y productos que articulen el turismo metropolitano coordinadamente con las administraciones locales y supralocales. De hecho, esta reflexión y valoración de lo

que se recoge en el PTM 2017 constituye el argumento justificativo de la redacción del propio Plan y del contenido de sus objetivos. En este sentido, es importante destacar la redacción del Plan de Turismo Metropolitano (2017) y la elaboración del documento *Reflexión metropolitana: El sector del turismo* (2014) como expresiones de la respuesta de la entidad metropolitana a las nuevas necesidades y como evidencias de la institucionalización de la gestión pública del turismo a escala metropolitana. En Cataluña existen varias marcas turísticas que agrupan comarcas y municipios, pero, hoy en día, la marca turística Barcelona no se percibe como una marca que agrupe toda el área metropolitana ya que tan solo se centra en la Ciudad.

Finalmente, en la *Reflexión metropolitana: El sector del turismo*, se hace constar (AMB, 2014, p. 39) que "el AMB como tal y en caso de considerarse así en el marco del desarrollo de sus competencias, necesitaría establecer todo un proceso de elaboración, concertación y proyección como territorio en el tema turístico. Para hacerlo, una posible solución podría pasar por aprovechar y combinar la marca Barcelona con el resto del territorio metropolitano, a modo de marca paraguas, con el fin de facilitar la ampliación de la oferta turística y poder redirigir parte del turismo al resto de municipios que conforman el AMB, mediante la atracción de este hacia nuevas experiencias turísticas atractivas y de calidad. Este efecto de llamamiento territorial, a la vez y más allá de los visitantes internacionales, podría reforzar la identidad metropolitana hacia los propios ciudadanos que en ella conviven y ampliando la oferta turística doméstica".

3.2. Escala municipal

La respuesta a escala municipal a las dinámicas turístico-territoriales y la implicación de los gobiernos locales es diversa ante las situaciones diferenciadas y la lógica de las oportunidades hacia el turismo en cada caso. La tabla 4 recoge información sobre posicionamiento de la iniciativa pública local respecto al fenómeno del turismo, en concreto referida a diversas variables que habitualmente son consideradas como manifestaciones del llamado "proceso de institucionalización" de la gestión pública del turismo (concejalía de turismo en los ayuntamientos, disponibilidad de plan de turismo, disponibilidad de oficina de turismo, existencia de web turística del municipio, entre otras). En este contexto hay que subrayar, con respecto a los instrumentos de planificación, la redacción e implementación de los planes de turismo de Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2010; Ayuntamiento de Barcelona, 2017), que incorporan la reflexión sobre la dimensión metropolitana del turismo.

Hace una década Donaire (2009, p. 432) afirmaba que "el espacio metropolitano ha vivido tradicionalmente alejado de las estrategias turísticas. La mayoría de estos municipios no disponen, por ejemplo, de responsable municipal de turismo o no han abierto todavía una oficina de información y turismo. Muy recientemente, unos pocos núcleos han apostado por la vía turística en un doble sentido: la valorización del patrimonio, especialmente industrial y modernista, que pueda captar los flujos de proximidad de los turistas de Barcelona, y la potenciación del turismo de negocios, en un sentido amplio, con la creación de nuevos recintos feriales, la atracción de congresos y seminarios y la construcción de polos

empresariales y tecnológicos. El eje Barcelona - puerto - aeropuerto y las ciudades de Sabadell y Terrassa están liderando la emergencia del turismo metropolitano, muy condicionado por la capacidad centrífuga del turismo que atrae la capital". Diez años después, como resultado de los procesos de desarrollo del turismo urbano y metropolitano, la realidad turística del territorio del AMB ha cambiado y algunas de sus dimensiones y manifestaciones ya no son las mismas, incluyendo los cambios en la gestión pública del turismo.

Una buena parte de los municipios del AMB pertenecen a un consorcio del turismo de ámbito comarcal (la comarca del Barcelonès no tiene consorcio de turismo). Esta fórmula de gestión pública del turismo supramunicipal fue fomentada por la Diputación de Barcelona, con la cual han tenido unos vínculos estrechos (técnico, financiero, coordinación...). Los municipios del AMB forman parte o han formado parte, en cada caso, del Consorcio de Turismo del Baix Llobregat, del Consorcio de Turismo del Vallès Occidental y del Consorcio de Turismo del Maresme. Una novedad en relación con esta situación es que a finales de diciembre de 2018 el Consorcio del Vallès Occidental se disolvió y los temas de turismo se llevan ahora des del Área de Turismo del Consejo Comarcal.

En los últimos tiempos el modelo de organización del gobierno local se estructura en un primer nivel en 'áreas de gestión', y en un segundo nivel aparecen las 'concejalías', que son las estructuras competenciales en que se organiza el ayuntamiento. La casuística de los municipios metropolitanos en relación con estos modelos es muy diversa, presentando situaciones contrastadas (tabla 6). Si que se puede decir, en cambio, que la existencia de concejalía de turismo (propia o asociada a otras competencias) es un indicador claro de actividades turísticas en el municipio y de la voluntad de querer poner en valor los recursos territoriales turísticos (culturales y naturales). La concreción de la gestión pública del turismo en una concejalía específica o compartida de forma expresa, como reflejo de la voluntad de dar al turismo una identidad como prioridad política, es desigual en el mapa municipal del AMB (tabla 6). En 2019 cerca de la mitad de los municipios (44%) tienen concejalía de turismo (propia o compartida), lo que supone un notable incremento con respecto a la situación de hace diez años (era el 10%) y destacada con respecto a hace cinco años (era el 25%). Además, este porcentaje es superior a la media de Cataluña.

Por otro lado, como parte de la prioridad política en turismo, un indicador claro es la disponibilidad o no de algún instrumento de planificación turística. La columna de la tabla 6 sobre instrumentos de planificación turística muestra que 12 municipios disponen de planificación turística, una tercera parte del total. Entre 2016 y 2018 ocho municipios han tenido ayuda por parte de la Diputación de Barcelona con el fin de redactar algún instrumento de planificación turística. Se trata de Castelldefels, Cervelló, Corbera de Llobregat, Gavà, el Papiol, Sant Feliu de Llobregat, Sant Vicens dels Horts y Santa Coloma de Cervelló.

Los otros indicadores considerados, como son la oficina de turismo o una web específica de turismo del municipio, muestran en conjunto valores inferiores, en torno al 30%. Diez municipios tienen oficina de turismo y once tienen web turística. Hay que considerar que en los últimos años el

uso de las redes sociales ha supuesto la irrupción de otros mecanismos de información, promoción y comunicación, y puede haber frenado el mayor crecimiento de las estructuras más convencionales. También se observa que los consorcios comarcales llevan a cabo funciones de información y promoción de los municipios consorciados y de toda la comarca.

4. A modo de resumen y conclusiones

El contenido de las páginas anteriores corrobora el proceso reciente de desarrollo turístico y recreativo del ámbito territorial del AMB, sus rasgos básicos y su distribución territorial. Como primer hecho a destacar hay que señalar el rol de Barcelona ciudad como núcleo de la 'destinación Barcelona' (metrópolis turística, región turística, destinación turística). El resto del territorio metropolitano es turístico, fundamentalmente, por la vecindad con la capital; y su dinámica turística estructural está vinculada con este hecho. Como es sabido el concepto 'destinación Barcelona' es utilizado por actores del sistema y comienza a estar institucionalizado. No obstante, los diversos actores le asignan un significado y unos límites espaciales diferentes, no coincidentes, y, además, las referencias espaciales han ido cambiando desde la aparición del concepto y en función de los contextos de su uso. Significado y extensión territorial son distintos según el contexto de su uso; concretamente en tres ámbitos: el *marketing* y la promoción; el análisis y la generación de estadísticas, y la gestión territorial del turismo. Es obvio que en el debate sobre la definición (o redefinición) de este concepto, de su significado como unidad de referencia territorial turística y como realidad objeto de gestión, el protagonismo del territorio metropolitano (en todas sus dimensiones) tiene que ser importante.

También como hecho estructural se puede afirmar que el despliegue de nuevas actividades de producción y consumo turísticas en buena parte del territorio metropolitano tiene un componente más 'recreativo' que de 'turismo' o de 'turismo de proximidad', expresión utilizada en este caso por todos los actores para referirse a las prácticas sociales de los residentes (consumo interno) y a las prácticas sociales de los 'visitantes de día' ('excursionistas' según la conceptualización de la OMT), que conforma la movilidad turístico-recreativa pendular (tanto de residentes permanentes en cualquier municipio o de turistas alojados en otros municipios), con desplazamientos diarios a distintos lugares, pero sin pernoctar. La realidad es compleja y la distinción de la naturaleza específica de cada uno de los procesos de producción-consumo no es fácil, ante la simultaneidad en el tiempo y en el espacio del fenómeno identificado como ocio-entretenimiento metropolitano y del fenómeno identificado como turismo. El resultado de dichos procesos es un mapa del turismo del Área Metropolitana de Barcelona muy asimétrico y así lo corrobora la cartografía aportada sobre las distintas variables significativas. La lectura de las cifras y los mapas refuerza la imagen de la macrocefalia turística de Barcelona.

En buen número de los municipios metropolitanos se observa el despliegue de acciones y de procesos específicos de puesta en valor recreativo y turístico de una gran diversidad de sus recursos territoriales (naturales y culturales: arreglo de espacios naturales, patrimonio monumental, creación de atractivos culturales y deportivos, equipamientos, fiestas, acontecimientos,

etc.), que favorecen y mejoran la experiencia vital de la población residente. Esta dinámica obedece al propósito de resolver o satisfacer necesidades de la población residente local; sin embargo, a su vez, beneficia las necesidades e inquietudes de los visitantes (consumo cultural, servicios de transportes, etc.), que se desplazan al territorio metropolitano (o dentro del territorio metropolitano) pero sin que se produzca pernoctación. Una parte de estos visitantes son turistas alojados en Barcelona (principalmente) o población local residente en cualquier ciudad de la misma AMB o de fuera (ocio o turismo de proximidad). El territorio metropolitano se convierte en un escenario de prácticas de producción-consumo de este flujo turístico. Sin duda, la generalización e intensificación de este proceso es inducido por la eclosión del desarrollo del turismo de Barcelona ciudad, que funcionalmente ha desbordado los límites municipales (López Palomeque, 2015). Hay que destacar que el AMB y el resto del territorio metropolitano albergan infraestructuras muy importantes para el núcleo turístico (BCN): aeropuerto, feria, circuito, centros comerciales (La Roca, Viladecans...), y atractivos (Montserrat, etc.), entre otros. La existencia en el territorio metropolitano, y en buena parte de la provincia, de una importante infraestructura turística de naturaleza diversa y de recursos territoriales de fuerte atracción fundamentan la aparición del concepto 'destinación Barcelona' acompañado de su reclamo promocional 'Barcelona és molt més'.

El desarrollo turísticorecreativo, en la forma señalada en los puntos anteriores, ha comportado un avance en la institucionalización de la gestión pública del turismo, con formalizaciones específicas en cada caso, y no siempre generalizada en todo el territorio y niveles de la administración local. El turismo no es una actividad principal en el territorio metropolitano, exceptuando Barcelona y su efecto directo en algunos municipios vecinos. En general, para los equipos de gobierno de los municipios metropolitanos el turismo no es un tema prioritario en la agenda política. Se considera con carácter complementario y en determinados casos se percibe como oportunidad.

Actualmente, la entidad AMB no tiene una estrategia turística propia. Las únicas planificaciones en materia de turismo se encuentran muy brevemente dentro del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona. En el documento de dicho Plan se explicita la dependencia que tiene el área metropolitana de la ciudad de Barcelona y se menciona la necesidad de desconcentrar el turismo de la ciudad hacia otros lugares del AMB, pero no va más allá. El Área Metropolitana de Barcelona no es la Gran Barcelona turística: es solo una parte. Forma parte de la Destinación Barcelona, entendida como el territorio turístico real de Barcelona.

Tratar cualquier aspecto del AMB es indisoluble de la realidad y el debate sobre Barcelona (ciudad) y la realidad y el debate sobre el territorio metropolitano, del que forma parte. Barcelona es AMB, forma parte de ella funcionalmente y administrativamente. Barcelona 'crea' el AMB y Barcelona no sería la que es sin el AMB. Solo la dimensión de metrópolis permite que Barcelona figure entre las primeras ciudades de Europa; y solo Barcelona—en términos estructurales—permite entender el despliegue de actividad turística en el territorio metropolitano y explicar su perfil turístico.

DESARROLLO LOCAL Y TURISMO: LOS IMPACTOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL TERRITORIO METROPOLITANO

DAVID RODRÍGUEZ Y ORIOL ESTELA

Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona

Resumen

El fuerte crecimiento de la actividad turística en las metrópolis experimentado durante las últimas décadas ha generado cambios en su tejido económico pero también en la geografía de las ciudades, con los consiguientes retos para la sostenibilidad social y ambiental. En este artículo se analiza el encaje del turismo en cada una de las diferentes dimensiones del desarrollo económico local: la participación del territorio en el desarrollo económico global, como plataforma al servicio de la actividad económica globalizada; la proyección hacia el exterior de los activos territoriales mediante la inversión local, o el desarrollo local comunitario. Estas dimensiones se singularizan para el caso de Barcelona, tomando el turismo de cruceros, el turismo de congresos y convenciones y el turismo cultural como paradigmas de cada una de ellas. Finalmente, se realiza un análisis de los principales retos para la sostenibilidad económica del turismo.

Palabras clave: Turismo, desarrollo económico local, economía local, sostenibilidad, empleo.

1. Introducción: el turismo, de pasatiempo a actividad económica

Explorar, conquistar, comerciar... la motivación del ser humano para viajar a lo largo de la historia ha estado siempre fundamentalmente relacionada con la búsqueda de recursos para fortalecer la base económica y el poder político de una determinada sociedad. Así ha sido desde que nos convertimos en una especie sedentaria (con el nomadismo, el viaje era la norma) y sigue siendo cierto hoy cuando diariamente se mueven por todo el mundo millones de toneladas de productos o se celebran ferias de negocios y cumbres diplomáticas de toda índole.

También ha habido otros factores que han motivado, aunque en menor grado en cifras globales, que las personas, se plantearan abandonar temporalmente sus lugares de origen, como el fervor religioso (peregrinaciones) o la curiosidad científica (expediciones), que muchas veces acompañaban los movimientos militares o comerciales o se aprovechaban de los caminos que estos abrían. Un caso aparte serían las migraciones, voluntarias o forzadas, dado que la opción de volver o bien no se consideraba o solo era una esperanza lejana.

Sea como sea, la idea de desplazamiento que actualmente nos viene primero a la mente no es ninguna de estas, por mucho que hayan sido las primordiales a lo largo del tiempo. Hoy en día, viajar se asocia normalmente al ocio, a aquello que llamamos 'hacer turismo', es decir, a visitar otras ciudades y territorios por el mero gusto de conocerlos, por entretenimiento, como nos recuerda el Diccionario de la Lengua Catalana del Instituto de Estudios Catalanes.

Pese a la vigencia de esta idea del turismo como el arte de 'viajar por viajar', se considera que el origen de esta práctica en la modernidad se encuentra en los *grand tours*, los viajes con finalidades educativas que emprendían jóvenes de las clases más acomodadas británicas y del norte y centro de Europa, en los siglos XVII y XVIII, para conocer las grandes obras de la cultura clásica y renacentista del continente.

La aparición del ferrocarril y el despliegue de la red ferroviaria a mediados del siglo XIX, así como la motorización de la navegación marítima, supusieron un empuje muy importante en términos cuantitativos en el número de personas que podían ejercer estas primeras formas de turismo, que todavía estaban vinculadas a alguna motivación concreta, como la salud (auge de los balnearios y las destinaciones costeras).

No es, sin embargo, hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo empieza a adquirir una nueva dimensión. La revolución en los medios de transporte, la bonanza económica en los países occidentales, el pacto social que introduce las vacaciones pagadas, la generalización de los patrones de vida urbana o la mayor estabilidad política en términos globales son factores que contribuyen al *boom* turístico. Marcharse del lugar habitual de residencia, sea a una segunda residencia propia o a cualquier otro lugar, se convierte casi en una necesidad, sea para desconectar de la vida estresante de la ciudad, para buscar condiciones climáticas más benignas en los lugares de destinación respecto de las ciudades, o como señal de progreso económico familiar y de *status* social. Y es así como para algunas ciudades y algunos territorios, convertirse en destinación turística empieza a ser una fuente importante de actividad económica. Hasta el punto de que algunas de ellas, notablemente las ubicadas en zonas costeras, empiezan a especializarse y expandirse a ritmos frenéticos. Este proceso, que hasta finales del siglo pasado se había circunscrito a un número relativamente pequeño de países, se generaliza a escala global, motivado en buena parte por el rápido crecimiento de las clases medias en las economías emergentes, o los cambios tecnológicos y regulatorios en el sector aéreo, con el consiguiente abaratamiento de los costes de transporte a largas distancias. Así, el número de turistas internacionales se duplica entre los años 2000 y 2015, según datos de la OMT.

Dentro de la eclosión de la actividad turística, el turismo de ciudades ha sido uno de los segmentos de mayor crecimiento desde 1990. Muchos factores han contribuido a la progresiva popularización de este tipo de viajes: cambios en las estructuras de los hogares, cambios en los hábitos de trabajo, generalización de la climatización para poder combatir el calor los meses estivales o una mayor oferta de vuelos propiciada por la liberalización del espacio aéreo de muchos países, son algunos de ellos.

Este crecimiento ha seguido, pero, pautas diferentes según la ciudad de destinación. Si en ciudades consolidadas turísticamente como a París o Roma los crecimientos han sido relativamente modestos, en otras, como Praga o Viena, el crecimiento ha sido más que notable. El caso de Barcelona se encuentra a medio camino. Si bien el crecimiento ha sido superior al de la media mundial, este fue más intenso durante la década anterior (figura 1).

El posicionamiento para atraer a turistas ha sido, por lo tanto, una de las

preocupaciones principales en la gestión de las ciudades en las últimas décadas, de modo que el turismo se ha convertido en una actividad económica central en la terciarización de las metrópolis.

Los cambios en las preferencias de los turistas han ayudado a ello. El auge del factor experiencial, el deseo de vivir nuevas experiencias de todo tipo, hace posible generar atractivos a partir de prácticamente cualquier elemento patrimonial de un lugar, independientemente de su valor intrínseco, y a veces sin necesidad de ninguno de estos elementos (caso de los parques temáticos, por ejemplo). Es así como la utilización inteligente del *marketing* pone al alcance de todos los territorios la capacidad de posicionarse y de participar del enorme y creciente mercado turístico global.

El turismo, pues, se ha convertido en los últimos años en una actividad económica clave para muchas –y cada vez más– economías locales y se ha introducido con mucha fuerza en el núcleo de las estrategias de desarrollo económico local.

2. El turismo como motor del desarrollo económico local

El turismo puede incorporarse de varias formas en la estrategia de desarrollo económico local, y la forma en que lo haga generará efectos diversos sobre la economía de los lugares. Para analizarlo, conviene primero hacer una breve introducción al concepto de 'desarrollo económico local'.

El desarrollo económico local va más allá de una simple visión particular, aplicada a un territorio, de aquello que se entiende a nivel macro por 'desarrollo económico'. Ello es así porque el rasgo característico del desarrollo económico local no se sitúa en el mero crecimiento de la producción de bienes y servicios o en la generación de rentas y empleo, sino que pone un énfasis especial en cuatro aspectos (Estela, en prensa):

- la capacidad de los actores de un territorio de influir, al menos en parte, en su propio porvenir económico;
- la disposición de estos actores locales a hacerlo de forma concertada entre ellos;
- la consideración de los recursos locales (naturales, humanos, intangibles) como el activo esencial sobre el que construir el progreso;
- la persecución de objetivos que van más allá de lo puramente económico y que guardan relación con la preservación del territorio, pero también con la identidad y los valores locales.

Esta dimensión cualitativa tiene un protagonismo decisivo en todas las definiciones de desarrollo económico local, hasta el punto que llega ser indisoluble del concepto más genérico de 'desarrollo local', en tanto que el elemento económico queda integrado con el social y el territorial. Y, sobre todo, nos indica que el desarrollo económico local no puede ser imbuído sin más desde el exterior de un territorio, o por acción de las fuerzas globales sobre la economía local, sino que exige la participación de los actores que forman parte de él y el respeto a determinados rasgos autóctonos.

Esta aproximación al concepto de desarrollo económico local ya nos permite, por lo tanto, intuir algunos de los elementos que

pueden resultar afines y otros, conflictivos, en la introducción del turismo en la estrategia de un territorio: ¿hasta qué punto los actores del territorio mantienen un cierto control sobre la evolución del turismo?, ¿cuáles son los recursos locales que se pueden poner a disposición de la explotación turística y hasta qué punto?, ¿cómo afectará esta estrategia a la identidad y los valores del territorio? Estas preguntas tienen que ver con el encaje del turismo en cada una de las tres dimensiones del desarrollo económico local (Estela, 2015):

- La dimensión relativa a la participación del territorio en el desarrollo económico global, y que representa entender el territorio y sus recursos como una plataforma al servicio de la actividad económica globalizada. Tiene que ver, por ejemplo, con el despliegue de grandes infraestructuras y equipamientos para conectar el territorio a las redes globales, de modo que sea más factible lograr inversiones de capitales internacionales y atraer empresas. El impacto sobre la economía local suele consistir en la creación directa de puestos de trabajo, en la generación inducida en mayor o menor medida de actividad y empleo en las empresas locales (dependiendo del tipo de actividad y de la relación que se establezca con el tejido productivo del entorno) y en la contribución a las finanzas públicas mediante impuestos, aunque no siempre el balance neto acaba siendo positivo, ya que en la atracción de determinadas inversiones, en particular las que hacen prever un mayor impacto inducido, suelen entrar en juego beneficios fiscales y ayudas de otra índole.

En esta dimensión, el principal elemento positivo más allá del impacto directo es la oportunidad que se abre para encender una chispa de actividad económica propia en el territorio, en especial si las empresas locales logran acceder a los aprovisionamientos de las que han llegado desde el exterior. La parte negativa, sin embargo, se produce cuando el efecto global es extractivo, de modo que los beneficios repatriados superan ampliamente la aportación económica real al territorio.

Desde la perspectiva del turismo, esta dimensión se correspondería con manifestaciones como la presencia en determinados casos de grandes cadenas multinacionales de hoteles y *resorts*, que obvian la relación con el territorio donde se encuentran más allá de su perímetro (la conocida fórmula 'todo incluido'), o los parques temáticos descontextualizados, como también los acontecimientos de alcance internacional: desde grandes acontecimientos deportivos o culturales, hasta las ferias y congresos que no se vinculan con actividades económicas presentes en el territorio.

- La dimensión por la que el desarrollo económico de un territorio proviene de proyectar hacia el exterior –hacia los mercados globales, en general– sus activos mediante, principalmente, la inversión local. Esta dimensión, que guarda estrecha relación con el concepto de 'desarrollo endógeno' (Vázquez Barquero, 2007), fija su atención en los recursos del territorio y en cómo pueden movilizarse o, más específicamente, "poner en valor" aprovechando el potencial emprendedor de los que habitan dicho territorio. Es probablemente la

dimensión predominante hoy en día en nuestro entorno, y en ella toma una gran importancia la capacidad de asimilar y generar innovación y de diferenciar la producción local como palanca de acceso a los mercados globales.

En este caso, pues, lo que se obtiene del exterior del territorio son rentas, mientras que la inversión, las capacidades y los recursos son locales. Desde esta perspectiva, el territorio y su población se convierten en activos potenciales del desarrollo; ello supone un enfoque muy positivo del desarrollo local, ya que se centra en sacar provecho de las oportunidades que ofrece el propio territorio, aunque puede resultar contraproducente si se lleva al extremo, cuando se considera que todo es susceptible de ser explotado económicamente y no se ponen límites, amenazando la sostenibilidad ambiental, económica y social.

Es fácil reconocer el encaje del turismo en esta dimensión del desarrollo económico local, dado que es con la que mejor se identifica en nuestras ciudades, pueblos y comarcas. Invertimos recursos públicos y privados para ofrecer la mejor cara de nuestro patrimonio natural y cultural, para organizar acontecimientos que pongan de manifiesto nuestros orígenes y tradiciones, para hacer más cómoda la estancia de quien nos visita. Y a cambio esperamos la afluencia de turistas que disfruten de lo que les ofrecemos y, de paso, nos dejen una parte de su renta, que supone una inyección irrenunciable para muchas economías locales, en particular aquellas –como las rurales– que disponen de pocas alternativas para darle un bocado al pastel de la economía global.

- Finalmente, la dimensión del desarrollo económico local comunitario (Gibson-Graham, 2013). Esta es la dimensión más centrada en los actores locales y sus relaciones, en el sentido de que busca movilizar los recursos locales para satisfacer las necesidades y aspiraciones específicas del territorio en cuestión sin conectarse, al menos directamente, con los circuitos económicos globales. La inversión y la renta vinculadas a esta dimensión se mueven fundamentalmente dentro de un circuito local más o menos definido, y el conjunto se potencia gracias al efecto multiplicativo (Sacks, 2002).

Frente a las estrategias de atracción y de puesta en valor que corresponden, respectivamente, en las dos dimensiones anteriores, la construcción de capital social y la articulación de redes son aquí las misiones atribuibles a las políticas de apoyo de la tercera dimensión, que deben reconocer, animar, valorizar e interconectar las iniciativas económicas de todo tipo que surjan de la sociedad civil local. Por el contrario, una forma extrema de esta dimensión conduciría a un tipo de autarquía que no solo no es deseable, sino que ni siquiera parece ya posible en nuestro mundo, de modo que debe entenderse como la búsqueda de mecanismos que permitan mejorar el impacto que proporciona cada recurso invertido o introducido en la economía local.

El turismo, tal y como se ha desarrollado en las ciudades, quedaría al margen de esta dimensión del

desarrollo económico local, dado que no existe turismo sin relación con el exterior del territorio, pero sí que puede alimentarla inyectando recursos que esta dimensión pueda hacer circular.

Lo que resulta más importante del esquema de las tres dimensiones es reconocer que una estrategia de desarrollo económico local sostenible debe basarse en un cierto equilibrio de las tres. Fiarlo todo a la atracción de inversiones exteriores conduce a unos elevados niveles de vulnerabilidad, dado que ese tipo de inversiones pueden volver a desplazarse en cualquier momento hacia otros territorios que ofrezcan mayores incentivos. La puesta en valor indiscriminada de los activos locales puede derivar, como ya se ha apuntado anteriormente, en un progresivo agotamiento o en la sobrecarga y, en definitiva, en la insostenibilidad del conjunto. Por último, cerrarse en sí mismo acentuaría la marginalización de un territorio a medio y largo plazo.

Integrar las tres dimensiones es vital: las inversiones que se atraen pueden fijarse con mayor facilidad en el territorio si son complementarias al tejido empresarial ya existente (y el que se genere de nuevo) y si este está bien articulado tanto internamente como con el resto de la sociedad local para que los recursos circulen lo máximo posible entre ellos. Atraer, poner en valor y relacionar son los tres ejes de una estrategia integral de desarrollo económico local que, en realidad, debería seguir la secuencia inversa: relacionar a los actores y los recursos locales para cubrir el máximo de necesidades de la comunidad, identificando cuáles de dichos recursos son los más adecuados para poner en valor para, finalmente, atraer aquello que ayude a complementar lo que el propio territorio genera.

Por este motivo, adoptar una estrategia turística como central en un territorio comporta el riesgo de que derive en una amenaza a medio y largo plazo para la sostenibilidad de la economía local, ya que, como hemos visto, el turismo solo participa de dos de las dimensiones: atraer y poner en valor. Garantizar la sostenibilidad del turismo pasa por lograr que los ingresos que genere en el territorio se canalicen para potenciar otras actividades y que se realice sobre un sustrato en el que la tercera de las dimensiones del desarrollo económico local sea suficientemente robusta.

3. El turismo en la estrategia económica de Barcelona

El turismo ha estado presente en las estrategias de las metrópolis de manera generalizada desde mediados de los años ochenta del siglo pasado, coincidiendo con los primeros procesos de reflexión estratégica urbana que tuvieron lugar aquellos años. Dichos procesos solían fijarse como reto principal el tránsito de la ciudad industrial –entendida como aquella en que las distintas ramas de la industria manufacturera constituían su principal actividad económica en términos de valor añadido y de población ocupada– a la ciudad postindustrial, donde los servicios tenían que tomar el relevo como actividad económica fundamental. En muchos casos, los procesos de renovación urbana, y en especial los asociados a los frentes marítimos de algunas de estas ciudades, actuaban de posible catalizador.

El caso de Barcelona es paradigmático de este tipo de políticas. Pese a la larga historia del interés de los sectores económicos de la ciudad por convertirse en una ciudad con atractivo turístico, desde la célebre

Sociedad de Atracción de Forasteros de comienzos del siglo XX hasta la Ciudad de Ferias y Congresos de la época del porciolismo, la Ciudad Condal no lograba emerger en el panorama internacional de las ciudades preferidas para visitar (Palou, 2012).

En 1990, año en que se aprobó el Plan Estratégico Económico y Social Barcelona 2000, la actividad turística de la ciudad era claramente de segundo nivel y en gran parte estaba orientada, de acuerdo con el modelo adoptado, a la provisión de servicios para las diferentes ferias que se celebraban en la ciudad. No obstante, ya en aquellos momentos se avistaba que el turismo podía ser una actividad emergente con gran potencial de consolidación en la economía urbana postindustrial (Duro y Rodríguez, 2015). De hecho, en los años ochenta se llevaron a cabo algunas iniciativas por parte del Ayuntamiento de Barcelona encaminadas en esta dirección, como la creación del Barcelona Convention Bureau en el año 1983, o la promoción de un ambicioso plan de hoteles para incrementar la planta hotelera, tanto en número de habitaciones como en categoría de los establecimientos. Estos factores hicieron que el turismo se incluyera como una de las actividades emergentes a promover, dentro del Plan Estratégico, al mismo nivel que las actividades financieras, de diseño o vinculadas a la salud (Ayuntamiento de Barcelona, 1990).

Los años noventa del siglo pasado terminaron de poner los cimientos de la consolidación de la actividad turística en Barcelona. Por un lado, se fueron concretando una serie de proyectos que tenían como objetivo común internacionalizar la ciudad, dotándola de infraestructuras que permitieran mejorar su accesibilidad así como la estancia en ella, tales como terminales aeroportuarias o marítimas, recintos feriales o palacios de congresos, pero también de infraestructuras culturales (museos o centros de artes escénicas). Por otro lado, se apostó por un liderazgo compartido público-privado, que cristalizó en el año 1993 en la creación de Turismo de Barcelona y el Plan Estratégico de Turismo, donde convergían las aspiraciones de la administración pública (municipal) y el sector privado.

El Plan Estratégico de Turismo de 1993 apuntaba varias vías para captar este incipiente turismo, como el turismo de fin de semana, el turismo de congresos e incentivos, el turismo cultural o el turismo de cruceros, aprovechando el impulso que en términos de imagen habían proporcionado los Juegos Olímpicos. En algunos casos, como el turismo de congresos, se contaba con una tradición y una reputación proporcionada por más de medio siglo de actividad ferial. A pesar de la fuerte competencia de ciudades como París o Viena, Barcelona ha podido (y ha sabido) consolidar este segmento. No es necesario decir que la climatología especialmente benigna ha jugado a su favor, pero también la disponibilidad de infraestructuras (empezando por el recinto ferial), que facilita la acogida de congresos como el Mobile World Congress, con 108.000 asistentes (2017), permiten que Barcelona continúe al frente de la clasificación internacional de ciudades de congresos y convenciones si se toma el número de asistentes como métrica.

En otros casos, como el turismo de cruceros, se partía casi de cero. Si en el año 1990 a duras penas 100.000 pasajeros hacían escala en Barcelona, actualmente se ha roto ya la barrera de los tres millones, de los cuales más de la mitad lo son de

embarque y desembarque, actividades con mayor retorno económico que una mera escala. La disponibilidad de una amplia infraestructura portuaria, con siete terminales marítimas construidas durante las últimas dos décadas, la existencia de un aeropuerto de primer nivel a pocos kilómetros y un entorno con un bajo nivel de inestabilidad política y social (comparado, al menos, con el norte de África) han hecho que Barcelona se haya posicionado como indudable puerto base del Mediterráneo y el principal puerto de cruceros a nivel europeo y uno de los cinco primeros a nivel mundial (Observatorio de Turismo de Barcelona, 2018). Este crecimiento, sin embargo, se inscribe en el fuerte impulso de este segmento de turismo en que, a escala global, los pasajeros se han multiplicado por 7 entre 1990 y 2018. El crecimiento de la actividad en Barcelona fue extraordinario a finales del siglo pasado (como lo fue el crecimiento de la actividad turística en el conjunto de la ciudad), pero ha estado en la línea del crecimiento global durante la última década.

Por el contrario, el turismo cultural ha sido una de las asignaturas pendientes de Barcelona. Aunque la ciudad cuenta con algunos elementos que permitirían la existencia de un notable turismo cultural, la mayoría de métricas apuntan a que existe un amplio campo por recorrer. Dentro de las artes visuales, por ejemplo, únicamente el Museo Picasso supera el millón de visitantes, una cifra que se mantiene prácticamente estable desde el año 2000. El MNAC se sitúa por debajo de los 900.000 visitantes anuales, y museos como la Fundación Miró están por debajo de los 400.000 visitantes, cifras inferiores a las que presentaba a principios de siglo.

Estos datos, contrastan, por ejemplo, con los de París, una ciudad con una extensión similar a la barcelonesa y una población un 30% superior. Sus museos están en lo alto de la clasificación mundial en número de visitantes e ingresos por visitantes. Tres de ellos (el Louvre, el Museo del Quai d'Orsay y el Centro Pompidou) se sitúan entre la veintena de museos más visitados del mundo, siendo el primero el museo más visitado, con ocho millones de visitas anuales, y los otros dos se sitúan por encima de los tres millones de visitas. Cabe destacar, también los 10,2 millones de visitantes en las exposiciones temporales (2017), frente a los 2,5 del conjunto de espacios expositivos de Barcelona.

Ciertamente, es muy difícil comparar los dos modelos museísticos, que presentan importantes diferencias en algunas de sus variables (por ejemplo, París es la capital de un estado con más de 60 millones de habitantes, hecho que la diferencia de Barcelona), pero resulta interesante analizar su evolución. Mientras que los visitantes, y presumiblemente la actividad económica generada por este tipo de turismo, no han parado de crecer en París, en Barcelona las cifras se mantienen estancadas y no parece que haya un efecto difusor sobre otras actividades económicas (por ejemplo, las actividades relacionadas con el diseño).

No obstante, lo que se puede observar es que estas tres modalidades de turismo muestran las distintas maneras en que se despliegan las diferentes dimensiones del desarrollo económico. El turismo de cruceros se traduce fundamentalmente en ingresos para las principales atracciones turísticas, el comercio –sobre todo de grandes marcas internacionales– y, en menor medida, la restauración, con un escaso retorno para la ciudad, especialmente si se trata de escalas.

El turismo de congresos y convenciones tiene también el componente de impacto sobre comercio y restauración (en este caso posiblemente invirtiendo la importancia de uno y otro), pero también sobre la hostelería y, si se trabaja adecuadamente, sobre el tejido empresarial local del sector en cuestión o sobre el mundo de la investigación, en el caso de congresos científicos. El turismo cultural, en cambio, es el que más fácilmente puede conectar con el circuito de la economía local, no solo porque las instituciones culturales principales suelen ser de titularidad pública, sino porque también es un público más proclive a utilizar el pequeño comercio y la restauración autóctona (o, cuando menos, de capital local).

En cualquier caso, hoy la actividad turística forma parte esencial del mix de actividad económica de la ciudad de Barcelona. Aunque no se dispone de datos precisos sobre el peso del conjunto de las actividades turísticas en Barcelona, estas se situarían en una horquilla entre el 10% y el 12%, tanto en términos de contribución al valor añadido como al empleo, un dato lo bastante significativo, que las coloca dentro de las actividades económicas tractoras de la economía de la ciudad. Asimismo, se trata de un sector de actividad que durante la última crisis actuó de factor contracíclico, compensando la fuerte caída de la demanda interna.

Esta evolución favorable desde el punto de vista económico tiene, sin embargo, algunas sombras. Si bien es cierto que es una actividad económica con una creciente contribución al valor añadido bruto y al empleo en la metrópolis, más discutibles han sido tanto la distribución de las rentas entre los diferentes actores del territorio, como los efectos externos que estas actividades han generado. Estas contradicciones son claramente visibles en las encuestas ciudadanas, en las que se observa cómo las preocupaciones afloran en momentos de mejora económica y solo remiten en periodos donde el resto de la actividad económica local entra en periodos de recesión o crisis.

4. Los retos para la sostenibilidad económica del turismo

El turismo, pues, se considera una actividad tractora de la economía, tanto en términos de generación de valor añadido, como de actividad. Por el contrario, también existe la amplia percepción de que es una actividad de bajo valor añadido y mal remunerada. Muy probablemente ambas afirmaciones tienen parte de razón, pero son matizables.

Evidentemente las actividades turísticas tienen un peso significativo en la economía de las metrópolis modernas, llegando al 10-12% en ciudades como Barcelona, como ya hemos indicado. Este dato proviene de las últimas estimaciones del PIB en la ciudad de Barcelona, en que el sector del alojamiento y la restauración (que incluye tanto a clientes turísticos como residentes), que puede ofrecer una primera aproximación al PIB turístico, generaría el 8% del PIB de la ciudad, una cifra lo bastante significativa, pero muy alejada de los valores con que contaba la industria manufacturera de hace pocas décadas.

Ampliando el perímetro de lo que entendemos como actividad potencialmente turística, es decir, si se incluyen actividades como el transporte terrestre, marítimo y aéreo, el alquiler de vehículos, las actividades de agencias de viajes y de servicios de convenciones y ferias, y las actividades culturales, deportivas y de ocio, se incrementa significativamente.

No obstante, muchas de estas actividades son híbridas, ya que sus clientes finales son tanto los residentes como los turistas (que pueden ser de origen interior o extranjero). Diferentes estimaciones realizadas años atrás situaban esta cifra en la horquilla ya mencionada del 10-12% del PIB para el conjunto (en realidad para la comarca del Barcelonès). Por lo tanto, es muy posible que los datos se hallen ligeramente sobreestimados.

La calidad de la actividad económica y el empleo generado por las actividades turísticas ha sido objeto de numerosos debates, ya que tradicionalmente se ha considerado una actividad de baja calidad, especialmente con respecto al empleo. Esta percepción se puede ilustrar con el dato que aporta el informe de salarios medios que anualmente publica el Ayuntamiento de Barcelona: los trabajadores de las actividades de hostelería y restauración cobraron en 2017 (último con datos disponibles) una media de 16.708 euros brutos anuales, frente a los 30.263 euros de salario medio para el conjunto de la ciudad. Se trata, además, de la actividad económica con menor salario en la ciudad de Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2019b)

Estas cifras, ciertamente impactantes, son el producto de tres factores que operan simultáneamente: un salario/hora por debajo de la media, una actividad con una alta temporalidad y una actividad con una elevada parcialidad. Con respecto al primero de ellos, aunque el salario horario sea inferior a la media, esta diferencia es más reducida de lo que se podría pensar a priori. A pesar de no disponer de datos en equivalencia a tiempo completo en la estadística municipal, haciendo una comparativa con los datos a nivel estatal, se observa que la remuneración anual por trabajador en equivalencia a tiempo completo en las actividades de hostelería y restauración es de 23.594 euros (para 2015), una cifra ligeramente por debajo de la del conjunto de la economía (24.414 euros), pero superior a la media del conjunto de los servicios empresariales (22.957 euros).

Dicho salario sensiblemente inferior a la media económica puede explicarse como producto de las diferencias entre la estructura ocupacional de la actividad y la estructura ocupacional del conjunto de la economía. Tomando datos del conjunto del Área Metropolitana de Barcelona correspondientes al censo de 2011, se observa que las actividades de hostelería y restauración son menos intensivas en empleos altamente cualificados (aquellos encuadrados en los grupos de profesionales y técnicos de la Clasificación Nacional de Empleos), y que por el contrario son más intensivas en trabajadores de servicios de media y baja cualificación (figura 2).

El segundo y el tercer factores (temporalidad y parcialidad en el empleo) tienen también una especial incidencia en estas actividades, debido a la elevada estacionalidad de dichas actividades, así como su baja regularidad. Las actividades de hostelería tienen un porcentaje mucho más elevado de contratos fijos discontinuos que el conjunto de la economía (Sanz, 2012). Además, tampoco son infrecuentes las jornadas superiores a las 40 horas semanales. Según datos de la Encuesta de Población Activa, el 12,3% de los trabajadores ocupados en la hostelería declaraban trabajar 50 horas o más a la semana, frente al 3,1% del conjunto de la economía, siendo la actividad con un mayor porcentaje de trabajadores en esta situación, únicamente por detrás de las actividades agrícolas y ganaderas.

En este aspecto, hay que hacer notar la divergencia de intereses entre la empresa y la persona trabajadora. Si en el primer caso, las características del modelo de negocio, con cargas de trabajo muy dispares según el día de la semana o la temporada, comportan que sea inevitable que una parte importante de los puestos de trabajo sean cubiertos por empleos temporales o a tiempo parcial, en el segundo caso nos encontramos muy a menudo que dicha opción no es la que la persona trabajadora habría deseado, y que la elección de este empleo obedece a la falta de alternativas más estables. Este hecho se agrava por las condiciones laborales relativamente malas que presentan muchos de estos empleos (tanto por los turnos horarios o la dificultad/imposibilidad de conciliar el trabajo con la vida familiar y social). Aunque la propia estructura del sector facilita el acceso a colectivos que de lo contrario lo tendrían difícil en otro tipo de empleo, muy a menudo estos trabajos se convierten en una estación en el tránsito para alcanzar otros trabajos.

Finalmente, es preciso destacar que las cifras anteriores únicamente tienen en cuenta a los trabajadores en plantilla de las empresas cuyo epígrafe en la clasificación de actividades sea alguno de los mencionados anteriormente. No se tienen en cuenta, por lo tanto, todas aquellas personas que trabajan de manera efectiva, pero subcontratadas, un hecho especialmente importante en los establecimientos hoteleros, tal y como se ha visto con los últimos conflictos laborales. Esta práctica se ha generalizado en los últimos años, facilitada por la reforma laboral de 2012, y ha generado diferenciales de cerca del 40% entre trabajadores de la misma categoría profesional en función de si forman parte del convenio del sector o bien tienen que acogerse al convenio de empresas multiservicios por el hecho de ser trabajadores subcontratados (Cañada et al., 2017)

Un aspecto a menudo mencionado es el hecho de que las actividades turísticas, si bien generan numerosos puestos de trabajo, son actividades de muy bajo valor añadido. Si se considera el valor añadido bruto por trabajador (en equivalencia a tiempo completo), se observa que los empleos más vinculados al turismo se sitúan por debajo de la media de la economía, pero sin los valores tan bajos que se les podrían atribuir. Siguiendo con la estadística de la OCDE, el VAB por trabajador a tiempo completo en el estado español se situaba en el año 2015 (último del cual tenemos datos) en 52.432 euros para el global de actividades de alojamiento y restauración, sensiblemente por debajo del global (57.942 euros), pero superior a la media del sector servicios empresariales (49.161 euros). Asimismo, la participación de las rentas del trabajo en el valor añadido del sector se sitúa en línea con la media de la economía, lo que contrasta con la creencia de que se trata de un sector donde el reparto de las rentas generadas está muy sesgado en contra de los trabajadores.

Más allá de la cuestión salarial, deben considerarse las externalidades negativas que a menudo se asocian a la actividad turística y que suponen una merma en su aportación neta a la economía local. Algunas de ellas son tangibles, como los efectos derivados del consumo elevado del espacio público, que generan unos sobrecostes de limpieza, mantenimiento o seguridad que deben asumir los residentes, o el sobreconsumo de bienes subvencionados, como es el caso del transporte público. También los efectos medioambientales,

derivados de los medios de transporte, pero también del mayor consumo de recursos hídricos o generación de residuos.

Un caso paradigmático es el del Park Güell, donde la creciente presencia de turistas no solo comportó que este espacio dejara de ser de esparcimiento para el vecindario de los barrios adyacentes, sino que también generó problemas de movilidad derivados del uso del transporte público para usos turísticos. Otros aspectos, como los costes derivados de la contaminación atmosférica y acústica, han sido también objeto de análisis y crítica, especialmente con respecto al tráfico de cruceros, pero también los debidos a la explosión del tráfico aéreo y las repercusiones que ha tenido en el entorno de los aeropuertos.

En este sentido, parece que ha ido ganando consenso la tendencia a eliminar algunas de estas externalidades mediante la internalización de costes; por ejemplo, generalizando el pago de las visitas de espacios de especial interés turístico (como el mismo Park Güell) o la decisión de hacer pagar por la admisión a los museos, restringiendo la gratuidad a los residentes o a situaciones muy puntuales. Este aspecto genera una tensión entre las razones en términos de eficiencia económica que argumentan que el pago genera recursos para una mejor gestión de un espacio que de lo contrario tendrían que pagar todos los ciudadanos, fueran o no usuarios, y las objeciones en términos de equidad social (la imposición generalizada de pagos puede terminar constituyendo una barrera de acceso para varias capas sociales).

Otro modo de buscar compensaciones económicas es estableciendo una figura impositiva más general, como es el caso del impuesto de estancias en alojamientos turísticos (más popularmente conocido como 'tasa turística'). El impuesto, que recaudó 56,5 millones de euros en el ejercicio 2017-2018 (de los cuales 30,6 millones de euros en el Barcelonès) según los últimos datos proporcionados por la Generalitat de Catalunya, preveía inicialmente que dichos recursos tenían que destinarse íntegramente a promoción turística. Desde distintas instancias, en especial el Ayuntamiento de Barcelona, se ha defendido desde hace tiempo que la destinación de este impuesto tendría que incluir también la compensación, directa o indirecta, de los efectos externos del turismo, acuerdo que finalmente se alcanzó en 2017, cinco años después de la creación del impuesto. Actualmente, el debate reside en cuál debería ser el tipo impositivo óptimo, ya que los impuestos aplicados actualmente son modestos en comparación con los de otras ciudades con una casuística similar a la barcelonesa.

Y es que un tercer efecto externo, a pesar de ser intangible, puede ser tanto o más importante como los dos primeros: el efecto expulsión (*crowding out*) que provoca actualmente la actividad turística sobre el resto de la estructura económica (reducción de las inversiones y de la generación de empleo en otros sectores económicos, debido a la obtención de un mayor rendimiento en el sector turístico), como también sobre la estructura territorial y urbana. Nos referimos aquí a la tensión entre el uso de la vivienda para usos residenciales frente a los temporales-turísticos en zonas cada vez más amplias de la ciudad, pero también a los usos de los espacios comerciales o a la orientación de determinadas inversiones en el ámbito de la cultura el transporte, por no hablar de las formas de vida en comunidad, tanto en

barrios como en espacios rurales (Goldstone, 2003).

La emergencia de alojamientos turísticos alternativos a los tradicionales (hoteles, albergues o edificios de apartamentos turísticos) con la aparición de modelos híbridos como las viviendas de uso turístico, o el alquiler de habitaciones para estancias turísticas, no solo genera un debate entre cómo estos nuevos negocios tienen que compensar los posibles efectos externos (algo que un impuesto podría realizar) y el hecho de que forman parte de una tendencia al alza en las preferencias de la demanda (especialmente en el caso del alquiler de habitaciones), ya que ofrecen flexibilidad, precios normalmente ventajosos y la posibilidad de disfrutar de una experiencia –al menos con respecto al relato comercial– más 'auténtica'.

No obstante, tampoco debe olvidarse que la actividad turística puede generar también importantes externalidades positivas. La consolidación de Barcelona como punto de origen y destinación de grandes cruceros ha ido acompañada de un importante crecimiento de la conectividad del aeropuerto, especialmente con respecto a las rutas aéreas de largo radio. La escasez de conexiones directas de largo radio había sido a menudo citada como factor limitador de la competitividad de las empresas locales o freno para inversiones extranjeras, especialmente aquellas de sectores de alto valor añadido.

Asimismo, la actividad turística permite garantizar la actividad de diferentes sectores de la economía, desde las industrias culturales hasta actividades agroalimentarias, que probablemente tendrían un futuro más difícil de fiarlo todo a la demanda interna. A modo de ejemplo, el 70% de los visitantes de los museos municipales de Barcelona en el año 2017 eran residentes en el extranjero, siendo su contribución sobre los ingresos por billeteaje todavía superior. Dichas externalidades sin embargo, no han recibido el mismo tratamiento que las negativas (probablemente debido a la mayor dificultad para su cuantificación), y a menudo son ignoradas en los análisis.

Por todos estos motivos, pues, una pregunta que debe plantearse es el coste de oportunidad de abrazar el turismo como actividad económica clave en un territorio. Es decir, si las políticas públicas tienen que seguir promocionándolo y cómo tienen que hacerlo, o bien si tienen que adoptar una actitud menos proactiva o incluso trabajar en favor del denominado 'decrecimiento turístico', ajustando el flujo de visitantes a una medida determinada de la capacidad de carga.

5. Hacia un turismo impulsor del desarrollo económico local

La respuesta a esta pregunta es, como no podría ser de otro modo, compleja. Si tomamos en consideración aspectos como la sostenibilidad global, sería necesario ciertamente dejar de incentivar los desplazamientos contaminantes masivos y promover, en todo caso, un turismo mucho más de proximidad. Precisamente, el hecho de que el turismo se base cada vez más en el factor experiencial debería contribuir a que en un entorno territorial razonable –y todavía más cuando dicho territorio es una metrópolis– se hallen suficientes elementos para el descubrimiento y el disfrute como para no tener que buscar otros similares dejando por el camino toneladas de dióxido de carbono. Pero, desgraciadamente, ni la conciencia sobre la

emergencia climática ni la explosión de una clase media global –china, especialmente en los países emergentes–, que desea empezar a descubrir el mundo, auguran una reducción de los desplazamientos en el medio plazo.

Ante todo ello, un territorio sí que podría jugar la carta de la limitación de su capacidad de acogida: control del número de vuelos o de cruceros que llegan, o la reducción del número de plazas de alojamiento. Pero esta respuesta tampoco parece de articulación sencilla y, en todo caso, sería necesaria una estrategia que requeriría otra complementaria: el estímulo a la generación de otros tipos de actividad económica en el territorio que compensaran la reducción de la aportación del turismo.

Que es precisamente la estrategia que posiblemente sea más eficaz para al menos contener el crecimiento imparable del turismo en metrópolis como la nuestra, ya que se desviaría el efecto *crowding out* hacia otros sectores. Si el auge del turismo se produjo gracias, como hemos visto, a la adopción de una estrategia específica a finales de los años ochenta del siglo pasado, lo mismo deberíamos ser capaces de hacer con otras actividades económicas: emitir una señal inequívoca de nuestra apuesta y favorecer la rentabilidad de las inversiones. Más fácil de decir que de hacer, claramente, pero imprescindible intentarlo, indudablemente.

Y de modo complementario, sería necesario trabajar para minimizar el componente extractivo del negocio turístico, representado entre otros por el desequilibrio entre los beneficios que se expatrian y los sueldos que permanecen, y encontrar fórmulas tanto para incrementar la participación de inversores locales en el sector, como para generar formas de capturar los flujos de recursos: que de cada euro que gasta un turista en Barcelona, se recupere una parte cada vez mayor para la economía local.

En particular, el crecimiento de las iniciativas y proyectos turísticos que consideran criterios de sostenibilidad y de vinculación con la economía social y solidaria empieza a ser una tendencia, a pesar de que en la mayoría de casos no se adoptan formas de gestión cooperativas, como señala un reciente estudio de la cooperativa de servicios de restauración y turísticos XAREC, poniendo de manifiesto el camino que todavía queda por recorrer en un ámbito clave para reequilibrar la estrategia de desarrollo económico local (Pinter, 2019).

Estas líneas han querido ofrecer una panorámica introductoria del debate de la cuestión, pese a que quedan muchos temas para futuros desarrollos. Por ejemplo, sería necesario, en la línea expresada ya por Cañada et al. (2017), un análisis más detallado del impacto real que las actividades turísticas tienen sobre el tejido económico de las ciudades o sobre los mercados de trabajo. También habría que evaluar de manera más global el impacto de las externalidades (positivas y negativas) asociadas a las actividades turísticas sobre las ciudades, así como el de los instrumentos compensatorios que se han ido introduciendo para tenerlas en cuenta. Y finalmente, y no menos importante, sería necesario también evaluar hasta qué punto factores externos como la creciente financiarización del sector inmobiliario, impulsada por la falta de inversiones alternativas, están promoviendo un crecimiento turístico que va más allá de los límites que se podría esperar.

DISCURSOS TURÍSTICOS SOBRE EL PAISAJE Y EL PATRIMONIO CULTURAL DE BARCELONA. IMÁGENES CONTRA LA CIUDAD

SAIDA PALOU RUBIO

Instituto Catalán de Investigación en Patrimonio Cultural y Universidad de Girona

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo reflexionar sobre los discursos turísticos asociados al patrimonio cultural y al paisaje urbano de Barcelona, los impactos socioculturales que soporta a causa de su sobreexposición al consumo turístico y los principales retos que requiere en materia de gestión. Con la voluntad de no limitarse a ser una mera dilación teórica, pero tampoco convertirse en un instrumento aplicado y orientado solo a la gestión, el presente artículo presenta la discusión en torno a los conceptos de imagen y patrimonio cultural y ofrece una descripción y un análisis crítico de los hechos que se estudian. Se analizan las imágenes de promoción turística creadas a lo largo del siglo XX y su influencia en la construcción de una narrativa hegemónica, fijándose especialmente en los discursos atribuidos al paisaje y al patrimonio cultural como valores de mercado y referentes de identidad. El artículo tiene un carácter fundamentalmente descriptivo, reflexivo y crítico, y se enmarca y utiliza la literatura historiográfica y especializada en el turismo urbano desde las Ciencias Sociales y las Humanidades.

Palabras clave: Barcelona, imagen, patrimonio, paisaje urbano, gestión.

1. Barcelona, ¿patrimonio turístico?

Hoy en día, el paisaje urbano y el patrimonio cultural barcelonés son elementos destacados del escenario turístico de la destinación y símbolos prominentes de su imagen de marca. Mientras que el paisaje conforma un marco (*frame*) en la experiencia turística, determinados elementos patrimoniales se erigen como verdaderos nodos e iconos de la destinación. Todo tiene consecuencias en forma de transformación de usos, símbolos y valores; vulneración o tergiversación de la memoria social; saturación en el espacio urbano; especulación económica, o tensión vecinal entre otros. Los impactos y las transformaciones que actualmente experimenta el paisaje y el patrimonio son consecuencia, en parte, de la promoción que se ha realizado a lo largo de las décadas y de la ausencia de herramientas de gestión destinadas a prevenir, minimizar, frenar o corregir las problemáticas derivadas de su explotación turística. Todo ello plantea varias preguntas y cuestiones, tanto en el plano teórico como funcional: ¿qué usos y discursos turísticos se han atribuido al patrimonio cultural de la ciudad? ¿Qué elementos han sido identificados y expuestos turísticamente, y con qué objetivos? ¿Cómo se ha activado el valor turístico del patrimonio cultural y del paisaje urbano? ¿Qué efectos genera la exposición turística del patrimonio, en términos socioculturales? ¿Qué relación se establece entre la imagen turística inducida y las transformaciones urbanísticas practicadas en la ciudad? ¿Cuáles son los principales retos en materia de gestión y planificación urbana y turística? Una de las premisas que se asume como punto de partida tiene

que ver con la idea de que el poder político es y ha sido un agente de construcción patrimonial importante, que ha atribuido, tanto al paisaje urbano como al patrimonio cultural de la ciudad, una función turística destacada. De acuerdo con esta consideración, se otorgan usos y significados claramente políticos y económicos al paisaje y al patrimonio cultural, que se refuerzan a través de una retórica de imágenes y una semiótica orientadas al consumo turístico.

El artículo expone, en primer lugar, una breve reflexión sobre las categorías de imagen y patrimonio y su relación con el turismo urbano, y, a continuación, presenta una descripción y un análisis de la evolución histórica del turismo en Barcelona correlacionando la generación de imágenes de marca creadas por sus promotores y las transformaciones urbanísticas practicadas en el cuerpo urbano. Finalmente, el artículo también explora algunos casos concretos de patrimonios en conflicto turístico e incide en la necesidad de establecer políticas de gestión que prioricen fundamentalmente su conservación y el equilibrio social. Se utilizan referentes teóricos del campo de las Ciencias Sociales y las Humanidades (especialmente de la Antropología, la Geografía y la Historia) y fuentes historiográficas y literatura especializada sobre el turismo en Barcelona. La perspectiva histórica nos permite comprender cómo y por qué se ha acumulado una alta densidad de usos y de discursos turísticos entorno al patrimonio cultural barcelonés. Si bien actualmente el turista se diluye en la ciudad y la utiliza de un modo que a menudo no dista tanto de cómo la utiliza el ciudadano, no podemos negar una dualidad o contraposición en determinadas formas de ser y vivir en la ciudad, la de los visitantes y la de los lugareños. Situaciones de sobreexposición turística del patrimonio pueden dar lugar a la paradoja de un patrimonio que produce lo local para el exterior, es decir, de un patrimonio que habla para la alteridad más que 'de la identidad'. Es por ello que podemos preguntarnos hasta qué punto Barcelona termina siendo patrimonio del y para el turista –de un turista que se apropia de espacios e imágenes solapando los lugares y las memorias de la población local.

El paisaje de una ciudad es un texto construido por su historia social (Antich, 2013), que puede ser intervenido físicamente y simbólicamente también por el turismo. La repercusión del turismo en el paisaje urbano y en el patrimonio cultural se puede observar desde dos ángulos diferentes: el simbólico y el relativo a los usos. Con respecto al simbólico, tiene que ver con la transformación de significados, relaciones y afectos que se derivan de la comercialización turística de determinados lugares (pueden aparecer discursos de desafección y de alejamiento por parte de la población local, pérdida de referencias y significados y de memoria colectiva). Los impactos relacionados con los cambios de usos de lugares y patrimonios son más complejos, ya que pueden afectar a las economías de la población local, a la movilidad en el espacio público y a la transformación del tejido comercial y de vivienda del entorno, entre otros. Lógicamente, la valorización turística del paisaje y del patrimonio cultural también puede posibilitar cambios simbólicos y de usos positivos, como la apertura, la accesibilidad y el reconocimiento de lugares. En ningún caso, sin embargo, los efectos derivados de la actividad turística serán totalmente armónicos, ya que siempre generarán controversia y conflicto. El presente artículo abre una discusión en torno a algunas paradojas y problemas

relativos a los vínculos entre turismo y patrimonio.

2. La mirada turística como forma de consumo, producción y reproducción del paisaje urbano

‘Imagen’ proviene del verbo *imitari* y significa ‘representación’ o ‘resurrección’ de cualquier realidad: toda imagen se produce a partir de un proceso de representación, recreación y reproducción (Berger, 1974). Toda imagen es polisémica, ya que implica una cadena flotante de significados, es decir, puede evocar varios significados dependiendo del receptor y del emisor (Barthes, 1986). Fue en la época del Renacimiento, apunta Berger (1974), cuando se llegó a la idea de que la producción de imagen no podía desvincularse de su productor, por lo que se advirtió que aquel que producía imagen siempre dejaba una huella (o dicho de otro modo: el creador de la imagen formaba parte de la misma imagen creada). En los años setenta, y desde la disciplina de la Geografía, Miossec (1976) destacó la importancia de la imagen turística en la construcción de paisajes: un lugar turístico es, ante todo, una imagen, una representación de él mismo que condicionará las relaciones de sus visitantes con dicho lugar. Así, es la percepción del espacio (las imágenes sobre el lugar) la que construye un paisaje turístico. Ningún lugar turístico existe *a priori* de su representación, la definición de un lugar turístico emerge siempre de una dialéctica socioespacial (Chadefaud, 1987). En este sentido, un espacio puede adoptar la consideración de lugar turístico a partir de las representaciones mentales que determinados grupos sociales proyectan sobre el mismo. Asumiendo estos planteamientos, podemos entender que la imagen turística de un lugar es producto de las miradas, de las necesidades y de las expectativas de sus consumidores y al mismo tiempo fruto de las ideologías y de los intereses de los agentes sociales (políticos y económicos, básicamente) que la inducen. Es en este marco de encuentro, entre los deseos de los visitantes y los intereses de los poderes locales, que destinos como Barcelona evocan unas determinadas imágenes de ellas mismas y no otras.

Históricamente, las ciudades han constituido un verdadero polo de atracción y fascinación para viajeros de todo tipo y condiciones; viajeros ilustrados, románticos, escritores, científicos y turistas han utilizado la ciudad como su espacio de ocio, evasión, contemplación, formación y una infinidad más de placeres, y la han convertido en objeto de consumo visual, funcional y simbólico al mismo tiempo. La presencia de visitantes ha cambiado la forma, la función y el concepto de ciudad, así como su representación (adaptándose y construyéndose a partir de los valores, las expectativas y las necesidades de sus visitantes). La ciudad, pues, se convierte en un lugar material y simbólico que, en parte, es consumido y producido por las miradas y los usos de los que la habitan mientras la visitan.

La mirada y la expectativa del turista es un elemento absolutamente fundamental en la conformación de los escenarios turísticos (MacCannell, 2003). Los intereses y valores de la clientela (por lo tanto, de la alteridad) adquieren un papel esencial en la creación de productos y atractivos turísticos; en este sentido, sabemos que son las características del consumidor (de la sociedad de origen) las que condicionan los valores del producto que se espera consumir (Morgan y Pritchard, 1998).

Así, la percepción del visitante –‘cargada’ de sus valores culturales– será un elemento que *validará* recursos, personas y paisajes turísticos; o dicho de otro modo: el valor de los espacios turísticos vendrá dado, fundamentalmente, por sus consumidores (Anton Clavé, 1998). La imagen turística encarna la tensión entre el esperar y el recordar, nos viene a decir Augé (2001), ya que el interés del turista radica en verificar cómo la realidad se parece a la imagen preconcebida, y no al revés. En la mirada y experiencia turística prima el interés en reconocer más que conocer en un sentido estricto de la palabra, ya que el viajero desea comprobar cómo aquello que ha imaginado es, en efecto, una realidad (Mancinelli, 2009). Aparte de los valores culturales y las necesidades de los consumidores, también hay que tener en consideración lo que Urry (1990; 2008) reivindica en relación con la experiencia turística: la importancia de los sentidos y la corporalidad como elementos de percepción y definición de los lugares turísticos.

Otra de las dimensiones de la imagen de los lugares turísticos, especialmente los urbanos, es la relacionada con su poder de intervención y transformación urbanística. Según Benach (1993), la imagen promocionada a menudo se convierte en un instrumento fundamental para apoyar los replanteamientos urbanísticos del territorio. En los contextos de crecimiento y de reconstrucción urbanística la producción de imagen puede ir íntimamente asociada a los cambios y reestructuraciones morfológicas del lugar, en el sentido de que la imagen es utilizada como argumento para hacer efectiva la revitalización urbanística, induciendo a la ciudadanía a cambiar la percepción de la propia ciudad, un hecho que puede favorecer la realización efectiva de las expectativas de las instituciones. Las imágenes de la ciudad generadas pueden cumplir varias funciones según el segmento de público al que se dirigen: “legitiman un proyecto hegemónico, combaten la percepción de crisis aumentando la confianza de las élites locales en sus propias posibilidades y proyecta una imagen atractiva hacia el exterior” (Benach, 1997, p. 197). Al final, la relación entre imagen y espacio nunca es inocente y, aparte de orientarse a satisfacer las demandas de determinados consumidores, justificar las transformaciones morfológicas e inversiones de capital tiene como objetivo la creación de un orden y una estructura social. Las formas de utilizar el espacio, de construir las ciudades, expresan el estado de la estructura social: “no se puede interpretar el espacio sin interesarse por la estructura social” (Rémy y Voyé 1976, p. 49).

Según las consideraciones previamente expuestas, podemos asumir que en los contextos turísticos son las expectativas de los consumidores y las ideologías de los promotores (en constante diálogo) las que producen un discurso o imagen sobre el mismo paisaje; es decir, los paisajes nunca hablarán por sí solos, ya que nunca podrán evocar una imagen que no les haya sido previamente *asignada*. Dichos paisajes, para mostrarse y hacerse aprehensibles, requieren la visibilidad de nodos, iconos y referentes simbólicos fácilmente identificables. El turista no ve el paisaje en un sentido empírico, sino que necesita una serie de marcadores simbólicos que le permitan reconocer el lugar; así, los paisajes turísticos necesitan proveerse de marcadores con el fin de singularizarse y de convertirse en aparentemente únicos y destacados (MacCannell, 2003). El paisaje es fundamentalmente una representación social que en los contextos turísticos se

aprehende a través de los filtros de la imagen inducida.

A lo largo de la historia los agentes de promoción turística de Barcelona han atribuido valores de carácter político y económico al paisaje y al patrimonio cultural de la ciudad, obedeciendo a un doble objetivo: por un lado, han sido intencionadamente promovidos por su oportunidad como soportes de identidad y mecanismos de autorepresentación, y, por el otro, por su rentabilidad en términos de mercado y de dinamización territorial. Este hecho ha generado una innegable jerarquía de valor entre los distintos patrimonios de la ciudad, así como la consideración de un carácter político y económico de los recursos urbanos y patrimoniales. Comprender el patrimonio en el marco del turismo implica, necesariamente, reconocer su carácter político y económico.

3. La exposición turística del patrimonio

La contemporaneidad nos ha llevado a una considerable socialización del concepto ‘patrimonio’, hecho que es causa y al mismo tiempo efecto de su polisemia y funcionalidad. Hoy día se expanden y diversifican los usos y significados relacionados con el patrimonio, así como las posibilidades de que diferentes aspectos de nuestras sociedades participen en procesos de patrimonialización –que hay que entender, necesariamente, como producto de una economía política determinada (Del Marmol et al., 2010). Siguiendo esta interpretación, se asume que el patrimonio no es algo natural, eterno, esencial, universal o estático, sino una construcción social que se produce fruto de un proceso de incorporación de valor a determinados elementos de la cultura y de la naturaleza. Desde este punto de vista, el valor patrimonial no es intrínseco al patrimonio. En este sentido, y de acuerdo con Franquesa (2010), expresiones como ‘activación’ o ‘puesta en valor’ patrimonial presuponen la existencia de un valor *sui generis* del patrimonio, como si la condición de patrimonio se hallara latente en algunos objetos o aspectos de la cultura y la naturaleza, predispuestos a una *emergencia patrimonial*. Así, para Franquesa (2010) el patrimonio como categoría analítica reedifica su propio objeto.

El caso es que, hoy en día, ningún proceso de patrimonialización se produce al margen de los marcos políticos y económicos en que se encuentra. La construcción de patrimonio requiere necesariamente un ejercicio de poder, de modo que no está desligado de los marcos ideológicos y regímenes de valor de sus contextos de referencia; de acuerdo con Prats (1997), sin poder el patrimonio no existe. En el caso de Barcelona, tal y como se presentará en el apartado siguiente, el poder político constituye el principal agente de activación patrimonial, hecho que utilizará para introducir Barcelona en los mercados turísticos internacionales, ya a principios del XX, y contribuir a la construcción de una narrativa identitaria de la ciudad metropolitana. Lógicamente, de este hecho no se deriva la existencia de un consenso unánime sobre los significados culturales del patrimonio, sino todo lo contrario. Precisamente, por el hecho de que emergen del poder y que se convierten en altamente turistizados, los patrimonios y sus imágenes terminan generando incomodidad, conflicto o desafección en sectores de la sociedad local. Hay que reafirmar que, en definitiva, el patrimonio es un constructo sociopolítico que conforma un espacio de conflicto y de pluralidad interpretativa (López López, 2016).

La definición de patrimonio remite, originariamente, a aquello que una generación hereda de la generación precedente, a aquello que una persona o grupo considera que posee y a aquello considerado idiosincrático que le otorga singularidad (Delgado, 2004). El patrimonio como constructo social aparece en los inicios de la modernidad como una especie de religión laica al servicio de la sacralización de discursos sobre identidad, principalmente de carácter nacional o regional y también local (Prats, 2006). Los inicios del patrimonio están marcados por su carácter político, por su papel en la construcción de las identidades y los estados-nación, lo que se encabalará con el nacimiento de las sociedades turísticas. El impulso de los nacionalismos va ligado a un gran auge identitario, y por esta razón se acude a todo tipo de doctrinas, sistemas simbólicos y representaciones, entre estos al patrimonio, para representar las identidades nacionales. Se utilizará el patrimonio cultural para reforzar, construir, legitimar o representar identidades, y el turismo será un instrumento efectivo para la consecución de estos planteamientos políticos y económicos. Podemos asumir que un patrimonio por sí mismo no *contiene identidad*, sino que *permite la creación* de una idea de identidad. Este mecanismo entrará en juego en la Barcelona de principios de siglo en el marco del despertar turístico de la ciudad. El patrimonio que se ubicará en el centro de las imágenes turísticas a comienzos del XX posibilitará la representación y la legitimidad de una determinada noción de identidad urbana y nacional, de modo que economía, política y turismo formarán parte del mismo proyecto urbano (Palou Rubio, 2012). A mediados del siglo XX, en cambio, y en plena eclosión del turismo fordista y en el marco de la España franquista, el patrimonio será concebido como un factor de desarrollo económico y social, a la vez que mantendrá un carácter eminentemente político y deliberadamente ideológico. En la década de los 90 aumentará el valor de uso y de mercado y pasará a considerarse un elemento rentable en términos económicos y comerciales. Este cambio de uso coincide con el postfordismo y la gran eclosión del turismo de finales del siglo XX y principios del XXI.

Actualmente, el patrimonio adquiere o puede adquirir valor innegablemente de mercado: pasa a ser tratado y valorado como recurso según sus oportunidades de dinamización económica y de creación de relaciones de consumo. Hoy en día asistimos a una *hipermercantilización* de los conceptos cultura y patrimonio, lo que produce relaciones siempre ambivalentes: por un lado, la exposición del patrimonio a las dinámicas de mercado puede generar oportunidades de reconocimiento, visibilidad, valorización social, conservación, difusión, ocio; por otro lado, puede generar riesgos de banalización de contenidos, masificación, escenificación, espectacularización... De hecho, uno de los principales retos a la hora de prevenir o minimizar los riesgos asociados al consumo turístico pasa por el diseño y la implementación de herramientas de gestión adecuadas, como son el análisis y la delimitación de la capacidad de carga de públicos, el cuidado en la divulgación y la interpretación de contenidos, la creación de mecanismos de accesibilidad inclusivos o la compensación de los efectos y perjuicios que se causen a los vecinos.

Una de las paradojas que genera la exposición turística del patrimonio en la actualidad es que, mientras se erige como símbolo o metonimia de la identidad

de la destinación (a ojos de los promotores y de los turistas), también puede provocar síntomas de distanciamiento y desafección de la población local debido a las eventuales o continuadas situaciones de saturación turística y de la producción de imágenes alógenas de la identidad local (Prats, 2006). La sobreexposición turística del patrimonio cultural y de algunos elementos de la ciudad conduce a la simplificación de su idea e imagen de conjunto; los iconos pueden *anular* otros lugares y patrimonios, pueden hacerlos invisibles y jerarquizarlos en los regímenes de valor de los mercados internacionales. La complejidad de situaciones es innegable.

Según Santana (2005), la explotación turística del recurso cultural-patrimonial puede posibilitar la incorporación del turismo a las estrategias económicas de unidades domésticas, grupos locales, empresarios e instituciones, mientras utiliza argumentos protectores relacionados con la conservación de los propios recursos promocionados, buscando la complicidad de la sociedad local. Aun así, no siempre se produce de este modo y a menudo este proceso se realiza de espaldas a los habitantes, lo que provoca que pasen a convertirse en "ciudadanos de burbujas medioambientales y actores involuntarios de los diferentes escenarios para el turismo nacional-urbano e internacional" (Santana, 2005, p. 33). En los escenarios turísticos a menudo se termina cosificando a los propios sujetos (Lacarrieu, 2005), haciendo que el nativo tradicionalmente desdeñado termine resultando valorizado en tanto que figurante de la escena turística. Además, en muchas ocasiones el visitante termina mirando a la sociedad de acogida sin conocer los significados culturales del lugar, o creando ideas a veces distorsionadas sobre aspectos de la realidad (la interpretación turística del patrimonio, por ejemplo, puede diferir de la interpretación que realiza la propia comunidad local). Más allá de las cuestiones relativas a los símbolos, significados y usos, hay que estar atentos a las afectaciones que genera el turismo en el plano más material de las sociedades de acogida: la vivienda, la economía y los recursos públicos. En opinión de Prats (2009), el turismo solo pone en peligro las formas de vida de las poblaciones cuando, para su desarrollo, se emprenden operaciones inmobiliarias que transforman el paisaje, se estropean los recursos naturales y se deja de respetar a las personas, como por ejemplo debido a comportamientos incívicos que molestan la vida vecinal, por el desplazamiento forzado de capas de población de los centros históricos a otros lugares de la ciudad o por la transformación de la intimidad en espectáculo. La identidad, puntualiza Prats (2009), podría considerarse una víctima colateral de estas situaciones. La *desposesión* de la ciudad por parte del lugareño –como consecuencia de una intensa actividad turística– es uno de los efectos más nocivos que puede generar el turismo, razón por la cual, y de acuerdo con Prats (2009), en los contextos turísticos se debe prestar especial atención a los procesos que afectan a los hábitos y la vida de la población local, especialmente en un sentido económico y práctico.

4. Discursos turísticos sobre el paisaje y el patrimonio cultural barcelonés. Retrospectiva histórica y crítica

El patrimonio ha sido una pieza fundamental en las estrategias de promoción turística de Barcelona a lo largo del siglo XX, hecho habitual también en otros centros urbanos. En las ciudades, determinados aspectos del espacio público se erigen y se acostumbra a protegerlos por su valor como testimonios

de un pasado o presente patrimonializable. Incluso barrios enteros pueden ser considerados lugares patrimoniales, lugares que supuestamente reúnen una idiosincrasia y unos rasgos culturales únicos. Aun así, no es exactamente el espacio público el que se reclama como patrimonio que habla de y para una determinada sociedad, sino que lo son más bien los elementos destacados del paisaje urbano que pueden resumir una evocación, concretar una adscripción sentimental o convertirse en simples reclamos para crear una oferta de ciudad (Delgado, 2004). La historia contemporánea de Barcelona va estrechamente ligada al valor otorgado al espacio público como referente de identidad urbana y de activo de mercado. Las intervenciones físicas practicadas en el cuerpo de la ciudad han realizado valores y legitimado y sustentado una narrativa oficial positiva generadora de imágenes de marca y anzuelo de atracción turística. Y como en un círculo virtuoso, el turista ha terminado interviniendo en el orden social y contribuyendo a legitimar las transformaciones físicas practicadas en el cuerpo urbano. Así, la *civitas* (que remite a la noción de ciudadanía) y la *urbe* (el espacio físico, que si es público, es común) *se alteran* mutuamente: las intervenciones físicas practicadas en el cuerpo físico de la ciudad también son intervenciones en el orden social, en la urbanidad. Ordenar el espacio, al fin y al cabo, se convierte en una estrategia para dirigir el progreso (Antich, 2013). A continuación se presenta un análisis de la relación creada entre las remodelaciones y transformaciones urbanísticas, la valorización turística del patrimonio y del paisaje urbano y la promoción del turismo mediante una narrativa e imagen de ciudad.

A mediados del siglo XIX se produce el derribo de las murallas de Barcelona, el proyecto de Ildefonso Cerdà es aprobado por vía gubernativa y la ciudad experimenta la primera gran expansión urbana de los tiempos modernos. El Plan Cerdà pretende crear una ciudad policéntrica y reforzar su capitalidad con la integración de varios elementos del mundo rural y al mismo tiempo solucionar ciertos problemas ligados a la insalubridad; de hecho, las teorías higienistas y los problemas de comunicación vial son algunas de las principales preocupaciones del urbanismo científico de Cerdà, que pretende racionalizar y hacer compatibles las necesidades derivadas del binomio ocio y trabajo. Pese a estos propósitos, sin embargo, el Plan Cerdà obedece especialmente a los intereses de la propiedad privada (Guàrdia y García Espuche, 1994). La regeneración morfológica y simbólica de la ciudad, plasmada en las intervenciones urbanísticas y también en el embellecimiento del espacio mediante la creación monumental, supone un firme argumento para la proyección exterior de la ciudad. En estos momentos, los valores simbólicos relacionados con un pasado medieval glorioso se convierten en *avales* adecuados para la construcción de la nueva ciudad moderna ya que, según Hughes (1993), la Barcelona de finales de siglo tiene que ver con un fuerte e incluso obsesivo sentido del pasado catalán. Barcelona, sin embargo, también quiere presentarse como ciudad moderna e industrial, y tal y como describen Fabre y Huertas (1988), la reciente desaparición de las murallas y la formación del Eixample se convierten en la realidad más tangible para demostrar el cambio de imagen y el engrandecimiento de la ciudad.

La Exposición Universal de Barcelona de 1888 representa un punto de inflexión sin precedentes en la reorganización del paisaje

urbano y la proyección internacional de la ciudad. El planteamiento de fondo de la Exposición requiere la coordinación de los poderes políticos y de los intereses privados, corporativos o no, que se unen con la voluntad de regenerar la ciudad; la reforma se plantea con el objetivo de proyectar la ciudad hacia el exterior y regenerarla en su interior (Casassas, 1989). De hecho, Guàrdia y García Espuche (1994) sostienen que la Exposición no consiste en un acontecimiento pensado y gestionado con programas y objetivos estrictamente definidos, sino que más bien se debe a una iniciativa inscrita en estrategias urbanas planeadas ya previamente. La Exposición de 1888 tiene un pretexto muy peculiar: el desarrollo económico, la ostentación industrial y económica, la especulación urbanística y la presentación universal de una ciudad equipada de renovados valores asociados a la modernización. Los cambios urbanísticos se producen principalmente en la fachada marítima de la ciudad; entre las obras de más alcance cabe mencionar la nueva fachada de la Catedral, el Palacio de Justicia, el Hospital Clínico y la Prisión Modelo. También son adquinadas algunas calles, se introduce el alameda público en espacios céntricos como la Rambla, la Gran Vía, el paseo de Colón y el paseo de Pujadas; también se inicia la urbanización del Paralelo. La Exposición también contribuye a la revalorización del patrimonio monumental; se erigen algunos monumentos emblemáticos como el Monumento a Colón y el Arco de Triunfo, y establecimientos como el Hotel Internacional de Domènech i Montaner y el Café Restaurante, llamado Castillo de los Tres Dragones y durante muchos años sede del Museo de Zoología (actualmente vacío), también obra de Domènech i Montaner. Entre todo ello, la estatua a Colón se convierte en el referente icónico más destacado de 1888. El Parque de la Ciutadella, en construcción desde 1871, se terminará de realizar con la intención de romper la monotonía y la regularidad propia de Cerdà. Este parque se convertirá en uno de los elementos que mejor asume la identificación iconográfica de Barcelona a lo largo del XIX (Navas, 1995).

A finales de siglo se produce un gran crecimiento metropolitano, y en el año 1900 ya se llega al medio millón de habitantes. Se desvanecen los límites entre el cuerpo urbano y el rural y empieza a definirse la ciudad difusa. Barcelona quiere convertirse en una gran capital, en la llamada París del Sur, núcleo y centro de expansión de las ideas y de la economía de una región por definición más amplia. El desarrollo del programa regionalista de principios del XX propone una expansión metropolitana de la ciudad (Solà-Morales, 1994); tanto es así, que en el programa electoral de 1901 la Lliga Regionalista incluye la propuesta de realizar una exposición enlazada con la idea de Barcelona como capital metropolitana (Solà-Morales, 1976). Años más tarde, la Lliga encontrará el apoyo de la Mancomunidad de Cataluña que, a través de las diputaciones, reforzará el municipalismo regionalista y procurará así la expansión de su poder por todo el territorio catalán. Desde el punto de vista de las élites, Barcelona quiere ser la Cataluña-Ciudad, la Cataluña-Ideal, y todo ello pasa por una indiscutible mitificación del concepto de metrópolis. La burguesía nacional adopta el mito de la ciudad como paradigma de construcción de una nación moderna. El sustrato y los ingredientes para esta nueva creación no son ni los rasgos históricos ni el legado mitificado de un pasado, ni siquiera las tradiciones compartidas, sino una determinada idea de urbanidad, aquella de la cual Barcelona debe convertirse en abanderada. Así, la Lliga

proyectará una definición de Barcelona que consistirá en la búsqueda de una unidad cultural clásica (Casassas, 1994). El programa novecentista destaca la importancia de la belleza en el espacio público y utilizará la arquitectura y la monumentalización para la proyección internacional de la metrópolis. A la arquitectura, una de las manifestaciones más importantes del movimiento modernista de finales del siglo XIX y principios del XX, se la vinculará claramente con la reconstrucción formal y simbólica de la ciudad (Díaz, 2006). Asimismo, en el marco del Novecentismo, los pequeños monumentos, más modestos, se convertirán en símbolos de embellecimiento urbano, a la vez que se realizará una dura crítica a los monumentos grandilocuentes y conmemorativos (Michonneau, 2002). Aunque la reforma interior de la ciudad llega mucho más tarde, el valor simbólico que tiene que adquirir la capital catalana por medio de la construcción de la nueva imagen urbana capaz de identificarla con un determinado pasado histórico se empieza a forjar y reinventar con la finalización de la catedral gótica en el año 1887. La apertura de la vía Laietana en 1907 también sirve para impulsar la idea de creación de un barrio de estilo gótico, con el interés de sintetizar la supuesta identidad histórica en base a la cual se pretende construir la ciudad (Còcola-Gant, 2010). Para Puig i Cadafalch, por ejemplo, el arte gótico tiene que actuar como plataforma política del catalanismo conservador. Así, la recuperación del medievalismo se utilizará para forjar un sentido de identidad nacional, creando un paisaje con una clara estratificación temporal. La parte vieja de Barcelona, pues, se identifica como el lugar típico e histórico de la ciudad: el casco antiguo ya no se ve como un núcleo de insalubridad que debe eliminarse, sino como la marca de un carácter urbano original y único (Michonneau, 2002). En aquellos momentos, la creación de nuevos espacios monumentales y la invención de una historia se transforman en medidas para la potenciación del orgullo cívico y la modernización general del territorio (Còcola-Gant, 2010). La creación del Gótico de ahora hace un siglo es, en palabras de Antich (2013), el momento fundacional de la haussmanización de Barcelona, un proceso de amnesia colectiva planificada y –en paralelo a– la creación de memorias temáticas o impuestas.

Finalmente, las obras de construcción del Gótico se iniciarán a finales de los años veinte coincidiendo con la preparación de la ciudad para la Exposición Internacional de 1929. En esta ocasión se vincula el acontecimiento a un proyecto urbanístico, político y económico de gran trascendencia y a una nueva imagen de ciudad vinculada a la luz, que se proyectará dentro y fuera de ella misma (Caralt, 2016). Por encima de todo, la idea de una 'Gran Barcelona', de una ciudad adecuada al fuerte crecimiento industrial y económico del Principado, intenta situar Barcelona en un papel de indiscutible capitalidad en una región de influencia más amplia; la Exposición se convierte en una pieza principalísima en la política urbana desplegada en Barcelona por parte de las clases dominantes, tanto del sector público como del privado (Solà-Morales, 1976). La ciudad se expande hacia su oeste: el puerto franco como nueva zona industrial, el aeropuerto del Prat, la zona industrial de expansión del Baix Llobregat, las zonas residencia-jardín en Les Corts y en Pedralbes y la residencia intensiva a la izquierda del Eixample amplían los confines de la nueva Barcelona. Dichas actuaciones giran en torno al nuevo centro urbano, que se define por el punto geométrico de la

plaza de España. Así, Montjuïc y la plaza de España pasan a convertirse en el epicentro real de la Gran Barcelona (Solà-Morales, 1976). La operación simbólica de situar el gran acontecimiento en los terrenos de Montjuïc y, por lo tanto, de trasladar el centro de la ciudad cerca de la montaña, va acompañada de una producción no menos simbólica que consiste en la creación del Pueblo Español, un producto que expresa toda una contradicción, una verdadera paradoja: "un rechazo paradójico de la modernidad en medio de una Exposición que proclamaba en voz alta su vinculación visceral con la novedad" (Michonneau, 2002, p. 288). En el contexto de la Exposición la llegada de turistas y de gente de toda Cataluña es tan masiva que es preciso tomar medidas extraordinarias para organizar su acogida.

En un proceso paralelo y legitimado por las transformaciones urbanísticas y simbólicas que se practican en el paisaje urbano, a lo largo de las tres primeras décadas del XX se ponen las bases de un incipiente y prometedor desarrollo turístico de la ciudad. En sus inicios, la industria de forasteros posee una fuerte carga nacionalista en que política y economía se encuentran en constante relación (González Morales, 2003). El turismo, en efecto, es entendido como instrumento de regeneración orgánica de la ciudad, como un canal para la captación de capital económico y cultural y un factor de prestigio y competitividad (Palou Rubio, 2012). La aparición del fomento turístico en Barcelona y en Cataluña coincide con un momento de renovación de los planteamientos históricos del territorio y una consecuente toma de conciencia nacional; la burguesía catalana estrena una nueva arquitectura, y, junto con el reconocimiento lingüístico del catalán, el turismo parece destinado a convertirse en un movimiento formado por múltiples elementos que tienen que beneficiar a la construcción de la ciudad y del país (González Morales, 2005). Durante las tres primeras décadas del XX se crean dos entidades de promoción turística en Barcelona: la primera aparece en el año 1906 y pervive hasta 1909; se trata de la Comisión de Atracción de Forasteros y Turistas, impulsada por el alcalde Domènec Sanllehy, que en un breve lapso de tiempo desarrollará una tarea pionera en materia de promoción (promoverá la creación del primer cartel turístico de la ciudad con el lema 'Barcelona, ciudad de invierno', convocará la primera plaza de *cicerone* municipal y abrirá la primera oficina de atención a los visitantes). En 1908 se constituirá una nueva entidad de fomento turístico que aglutinará las llamadas fuerzas vivas de la ciudad: se trata de la Sociedad de Atracción de Forasteros (SAF), un sindicato de iniciativa (siguiendo la fórmula del modelo francés) financiado por el sector público y privado barcelonés y catalán que actuará hasta el verano del 36. Si bien se presentará siempre como un ente desligado de los asuntos políticos de la ciudad, lo cierto es que en su sustrato no deja de ser un organismo político, ya que incorpora toda una ideología de ciudad; de hecho, la SAF está directamente interesada en el progreso económico de los agentes que la subvencionan e inspirada por los valores del catalanismo conservador, de modo que actuará, claramente, como estructura de poder al servicio de la Lliga (Blasco, 2016).

Una de las principales estrategias de promoción turística impulsada por la SAF consiste en divulgar una narrativa positiva sobre la ciudad que pondrá en valor sus referentes culturales, naturales, industriales y comerciales; la SAF desempeñará una tarea ingente en la divulgación de la imagen de ciudad con la intención de atraer a

visitantes procedentes de países desarrollados económicamente. En esta imagen urbana, la arquitectura, el urbanismo y el patrimonio cultural adquieren un papel nuclear. La obra modernista se empieza a erigir como símbolo del nuevo mapa turístico de Barcelona y, de hecho, se debe a la SAF la consolidación de templo de la Sagrada Familia como primer icono turístico de Barcelona (García Espuche, 1995). Se pone en valor el entorno natural de la ciudad, así como su desarrollo industrial; de hecho, algunos de los itinerarios turísticos propuestos por la SAF invitaban al forastero a conocer las poblaciones vecinas, combinando miradas urbanas y metropolitanas. La nueva imagen de ciudad pretende incidir tanto en los imaginarios de los potenciales visitantes como en la propia ciudadanía; se trata de una imagen que evoca los cánones estéticos y los regímenes de valor en boga en la Europa contemporánea, y reproduce los ideales de sus élites. La destinación Barcelona es, de algún modo, un mito de sí misma, una proyección de los ideales de una parte de su sociedad (Chadefaud, 1987). A principios de siglo, pues, la activación patrimonial y la promoción turística de Barcelona se conjugan y se sostienen tanto en un plano discursivo como pragmático: la imagen creada induce nuevas realidades.

El turismo es siempre una cuestión política, hecho que cobra mayor contundencia en la España franquista (Pack, 2009). A partir de 1939, la reconstrucción de las zonas afectadas por la guerra propicia que el gobierno del estado reinvente monumentos orientados a ensalzar una determinada idea de la historia del país: se identifica a los íberos, la Reconquista y a los Reyes Católicos como los periodos auténticos en los que se habría forjado la nación española (Cócola-Gant, 2010). Paradójicamente, se fomenta una imagen de país que mira al pasado ante un conjunto de prácticas culturales relacionadas con la modernidad (Afinoguénova, 2010). Durante la autarquía española se vincula estrechamente la repatrimonialización cultural, la propaganda política y el desarrollo turístico. La intervención patrimonial prioriza la invención frente a la conservación (Afinoguénova, 2010); prueba de ello es el hecho de que en Barcelona se da continuidad a la construcción del Barrio Gótico iniciado en los años veinte, recreando una narrativa hegemónica de la historiografía urbana. En esta ocasión, obviamente, se exalta la historia medieval sin vincularla a planteamientos vindicativos ni asociados al catalanismo político (Fabre, 2016).

Durante el periodo franquista el desarrollo turístico de Barcelona irá supeditado a los intereses del gobierno central y a las dinámicas de los mercados exteriores, de modo que todas las acciones en materia de promoción serán una respuesta o reacción al nuevo contexto político y económico. En 1952 se celebra el XXXV Congreso Eucarístico Internacional, que también va ligado a una serie de cambios urbanísticos de notable trascendencia. El verano de 1955 se celebran los Juegos Mediterráneos, y a partir de 1957, con la entrada de Josep M. de Porcioles en el Ayuntamiento, se estrena una nueva etapa de impulso de acontecimientos vinculados al crecimiento territorial, económico y turístico de la ciudad. Se lleva a cabo una política urbana que se parece a los proyectos iniciados a principios del XX (hay que recordar que Porcioles es antiguo militante de la Lliga Regionalista). A partir de los sesenta se favorece la expansión metropolitana de la ciudad a la vez que se olvida el patrimonio modernista de su interior. La imagen turística de Barcelona se sustenta en un discurso ligado a los estereotipos y cánones

estéticos y simbólicos del franquismo; se trata, lógicamente, de una imagen artificiosa e impuesta que no representa ni el cuerpo urbano ni la realidad sociocultural de la ciudad, cuya herencia todavía pesa en los imaginarios del turismo contemporáneo. Durante el fordismo, los visitantes extranjeros que llegan a Barcelona se concentran en lugares, imágenes y momentos concretos de la ciudad, consumiéndola solo a través de los filtros impuestos por el régimen franquista y fordista.

En los ochenta Barcelona se reequipa y reorganiza. El contexto político ha cambiado y abre nuevas expectativas para la vida de la ciudad y del turismo. Se promueve un plan de usos, cuyo primer objeto es Ciutat Vella. Se practica un urbanismo *regenerativo*, que consiste en *zurcir* la ciudad. Durante los primeros años democráticos también se activa una fase de recuperación monumental y estética considerablemente importante, a la vez que se desarrollan nuevas actuaciones a través de encargos municipales a varios artistas; la idea pasa por introducir nuevas referencias simbólicas y estéticas para dignificar el espacio urbano. A todo ello se suma una tendencia masiva de plantación de árboles y de creación de jardines. Según Roca (2009), Barcelona se vuelve una ciudad más historicista, pero menos histórica, ya que la memoración que deben propiciar los elementos patrimoniales incorporados a la nueva arquitectura no remiten tanto a su trayectoria concreta, sino a una identidad histórica genérica. Así, la generalización de esta práctica patrimonial es objeto de un debate social todavía minoritario, ya que el objetivo es, sobre todo, la plaza, el equipamiento y la democratización del espacio público. Tanto el Ayuntamiento postfranquista como la Generalitat restablecida, y en la línea de la constante redefinición del significado de la historia, volverán a hacer uso del pasado medieval como continuación del mensaje político creado durante la *Renaixença* (Cócola-Gant, 2010). Se realizará de formas diferentes en cada caso: en Barcelona, por ejemplo, la tendencia general sigue la línea de la modernización, que en términos urbanísticos se expresará en las actuaciones en los espacios públicos, si bien no se abandonará la potenciación del Barrio Gótico como referente de una determinada idea de pasado y como valor y recurso comercial del propio paisaje. La preparación olímpica iniciada a finales de los ochenta potenciará y justificará un nuevo modelo urbano y urbanístico, a la vez que será el punto de partida para un nuevo impulso turístico de la mano del sector público y privado. Todo ello viene acompañado por una profunda transformación urbana y una retórica institucional que legitima los cambios morfológicos que se practican en la ciudad (Benach, 1997). Las obras y remodelaciones en el espacio urbano son consideradas como factores positivos en un discurso de ciudad que versa sobre el progreso, la modernidad, la vanguardia y el cosmopolitismo –ideas que recuerdan a los principios inspiradores de la Lliga Regionalista, el Novecentismo y los valores hegemónicos de la Barcelona de principios del XX. El sector privado también participa de esta euforia. Un tiempo antes de las Olimpiadas, los hoteleros de la ciudad ya empiezan a encarecer los precios de las habitaciones y de los servicios; de hecho, en 1990 la planta hotelera había crecido significativamente (se contabilizaban un total de 118 hoteles). Después del éxito de los Juegos, los hoteleros y el sector público se alían y crean un nuevo organismo de promoción turística, el consorcio Turismo de Barcelona, con el objetivo de potenciar el turismo en la ciudad. En la década de los

noventa se produce un cambio de paradigma turístico en el plano internacional, que resituará las destinaciones urbanas como centros de interés. Una vez superada una cierta crisis económica y *resaca animica*, a finales de los noventa la ciudad de Barcelona empezará a escalar posiciones en los *rankings* turísticos internacionales. Inaugurará el nuevo siglo con cifras de visitantes hasta entonces inéditas; en el año 2000 se contabilizarán más de 3 millones de turistas alojados en hoteles y más de 19 millones de pasajeros en el aeropuerto del Prat. El incremento de los datos cuantitativos alimenta la *euforia institucional*. Entra de nuevo en juego el patrimonio urbano y cultural como nodo preeminente de interés turístico. Gaudí es potenciado y ensalzado como icono central de la destinación al compás de una promoción intensa del llamado ‘turismo cultural y urbano’ (en el año 2002 se celebra el Año Internacional Gaudí, que impulsará y consolidará la obra y la figura de Gaudí en los imaginarios internacionales). Se produce una renovada valoración social y política de la actividad turística y de sus contenidos culturales (López Palomeque, 2006), hecho que explica y *justifica* la *obsesión* por determinados iconos del paisaje urbano barcelonés. Se ponen en valor y construyen nuevos iconos y nuevos patrimonios para la imagen y proyección de la ciudad, la mayoría de los cuales ligados al urbanismo y a la monumentalidad arquitectónica (Smith, 2007). Al fin y al cabo, sin embargo, no está exento de crítica, ya que la apuesta por el valor modernista de la ciudad no solo carga excesivamente su imagen, sino que *destituye* y *destruye* otras formas y posibilidades; en todo esto se da una gran contradicción, afirma Delgado (2005): mientras que, por un lado, se organiza un auténtico culto a los maestros del Modernismo, por el otro, se olvida el nombre y la obra de igualmente magníficos exponentes del movimiento modernista. Por otra parte, y según ha manifestado Capel (2005), parece como si la *vorágine* de la ola postindustrial hubiera olvidado que los edificios fabriles también forman también parte de esta memoria colectiva y de la identidad de Barcelona.

Es importante señalar que, además de los dispositivos utilizados para la promoción turística oficial y la creación del relato hegemónico, a lo largo de las décadas también han aparecido otros y múltiples referentes y patrimonios que han alimentado varias versiones de la imagen de la ciudad, conflictivas, críticas o incómodas (Reventós Gil de Biedma, 2007) en tensión con el imaginario oficial. Además, también cabe hacer referencia a todo el cuerpo del denominado ‘patrimonio subyacente’ o ‘silencioso’ (Rubio-Ardanz, 2014), integrado por expresiones que aparecen, se muestran y permanecen con cierto grado de espontaneidad, sin el apoyo institucional. Se trata de referentes que, sin formar parte del *branding* oficial, tienen un papel importante en los imaginarios y experiencias del turista. Lugares e imágenes como el Barrio Chino, a principios y finales del XX, y los sombreros mexicanos o los arquetipos y tópicos relacionados con el folclore español, hoy en día, evocan representaciones disonantes y a la vez presentes en los imaginarios internacionales de la imagen de la ciudad. Se trata de imágenes de la ciudad *contra* la imagen oficial de la ciudad.

5. Retos de la gestión turística del patrimonio: tres casos, tres conflictos

Actualmente Barcelona recibe una media anual de más de 28 millones de visitantes. Según datos oficiales, y considerando el número de visitantes, el templo expiatorio de la Sagrada Familia se ha convertido en la

principal atracción turística de la ciudad (con 4,5 millones anuales de entradas vendidas; se estima que la visita exterior es de entre 10 y 12 millones anuales), seguida del Park Güell (con 3,12 millones de entradas a la zona monumental de pago; se estima un total de 9 millones de visitas al interior del recinto definido por la UNESCO). Sin embargo, el espacio público (la calle, la plaza...) podría considerarse el principal icono de la ciudad, debido al uso intensivo y continuado que realizan todos los visitantes. Monumentos y calles turistizadas que requieren soluciones particulares en el marco de un planteamiento y una gestión urbana integral.

Históricamente, la promoción y el consumo turístico del patrimonio no han ido acompañados de medidas de gestión, por la misma razón que el desarrollo turístico de Barcelona se ha producido por la inercia de los mercados y las estrategias de fomento turístico; aun así, en los últimos años se ha impulsado una política pública de gestión turística que, entre otros aspectos, está atenta al tema patrimonial. Este escenario implica que ciudadanía, agentes privados, públicos y visitantes deben compartir responsabilidades y compromisos y asumir límites. La gestión turística del patrimonio tiene que hacer compatibles los objetivos de la preservación, la interpretación y la recreación, teniendo siempre en cuenta la relación con su entorno. A continuación se presentan tres casos concretos de patrimonios culturales que reciben una gran densidad de visitas turísticas, observando las estrategias de gestión que se aplican –o su ausencia y necesidad.

El caso de la Sagrada Familia es relevante en muchos sentidos. Las tensiones vecinales son contundentes y claras desde hace años: críticas por las dificultades de movilidad en el espacio público, congestión de tráfico, cambio del tejido comercial y especulación económica. La reacción pública para hacer frente a estas problemáticas pone en evidencia que, en parte, la gestión del patrimonio tiene que ver con la gestión de su entorno inmediato. El modelo de gestión impulsado por la administración municipal –que debe realizarse de manera conjunta o al menos consensuada con la Fundación Junta Constructora del Templo Expiatorio de la Sagrada Familia– recoge una serie de medidas adaptativas destinadas a corregir situaciones problemáticas, como, por ejemplo, la modificación de las zonas de estacionamiento del transporte turístico. También se prevé abrir un acceso al templo desde el metro, lo que podría minimizar los problemas de colas de visitantes en la calle. El Patronato y el Ayuntamiento han acordado destinar recursos económicos a mejorar los accesos al metro y la urbanización de varios tramos del entorno del templo y el mantenimiento del espacio público. Si bien estas y otras acciones se aplican con la finalidad de corregir situaciones de saturación turística y mejorar la calidad de vida de los vecinos, no se plantea ninguna actuación que tenga como fin el decrecimiento turístico.

El caso del Park Güell no es menos controvertido. En esta ocasión, en cambio, las medidas de gestión que se han ejecutado en los últimos años sí que han tenido en cuenta el decrecimiento de visitas y usos en el parque. En el año 2013 se delimita el acceso al parque y este se convierte en una especie de ‘museo abierto’ (Arias, 2016); a pesar de la oposición vecinal, esta medida municipal está destinada a minimizar la afluencia de visitantes y evitar problemas de degradación y accidentes. En los últimos años se han sucedido un conjunto de

debates vecinales, técnico-políticos y mediáticos a propósito de las medidas de gestión del parque, en una tensión constante entre la restricción de usos y su apertura. La situación es compleja debido, precisamente, al valor vecinal de este parque urbano, declarado Patrimonio Universal de la UNESCO en 1984. En este caso, uno de los principales retos consiste en hacer compatibles los usos vecinales y turísticos en un parque urbano frágil desde un punto de vista patrimonial.

Finalmente se destaca el caso del Turó de la Rovira en el barrio del Carmel, actualmente inmerso en una situación tanto o más crítica y controvertida que los dos casos anteriores. Los vestigios de las baterías antiaéreas construidas durante la Guerra Civil que sirvieron para prevenir la ciudad de los bombardeos de la aviación franquista y, posteriormente, y hasta exactamente la década de los noventa, como espacio de vivienda autoconstruida, hoy día se han convertido en piezas *decorativas* de un mirador panorámico excepcional. El Turó de la Rovira es, por encima de todo, un patrimonio vinculado a la memoria histórica de la ciudad; la museización y señalización a cargo del MUHBA ayudan a comprender y valorar los hechos que sucedieron, si bien la mayoría de los visitantes que acuden prescinden de este interés y reconocimiento. A todo ello hay que añadir la queja vecinal debida al cambio de usos de un lugar *propio* y las consecuencias que tiene en las calles del entorno. A diferencia de los dos casos tratados anteriormente, el Turó de la Rovira nunca ha ocupado un lugar céntrico en las estrategias de promoción institucional y las imágenes de marca de la ciudad; hoy por hoy, su magnetismo turístico es causado por las inercias y dinámicas de los mercados actuales, sedientos de conquistar nuevos centros al margen de los iconos centrales de una destinación. El Turó es, pues, un *nuevo centro no céntrico* en emergencia y tensión vecinal. El conflicto inherente a los vestigios patrimoniales y a la memoria asociada a su pasado es obviado por la mayoría de sus visitantes, que al mismo tiempo participan en un nuevo conflicto socioespacial. La transformación de la memoria patrimonial debida al cambio de usos del lugar pone en evidencia la vulnerabilidad del patrimonio cuando no es *adecuadamente* expuesto al turismo.

6. Recapitulación

El presente artículo se ha estructurado a partir de tres ejes o planos de diálogo: una reflexión sucinta y teórica a propósito de los conceptos de imagen y patrimonio ligados al turismo urbano; una descripción analítica y crítica sobre la evolución del turismo en Barcelona y el papel que el patrimonio cultural, el paisaje urbano y las imágenes han tenido en esta historia; y, finalmente, un análisis, si bien más breve, sobre tres casos que requieren medidas de gestión específicas. En conjunto, el artículo ha pretendido poner en evidencia la emergencia de actuar y no abandonar la vida de los patrimonios, y de la ciudad, a las lógicas e inercias del mercado, demasiado a menudo permitidas y entendidas como una especie de beneficio colectivo. En su conjunto, el texto pretende alertar sobre las consecuencias de un desarrollo económico urbano que utiliza el patrimonio como recurso de mercado, sin el establecimiento de medidas de gestión y planificación adecuadas y variables según las exigencias de cada lugar y momento. Asimismo, el artículo también ha planteado una crítica a la globalización de los referentes culturales como consecuencia de las estrategias de *marketing* urbano de la ciudad desarrolladas

a lo largo de los últimos cien años. La promoción y globalización del patrimonio local a través de unas imágenes de marca que a menudo no han representado al ciudadano, destinadas sobre todo a satisfacer al visitante, han tenido por efecto sentimientos de desafección del barcelonés respecto a Barcelona, y es por ello que, paradójicamente, las imágenes turísticas de la ciudad también pueden terminar siendo imágenes *contra la ciudad*.

LOS RETOS DEL PLANEAMIENTO URBANÍSTICO METROPOLITANO FRENTE AL TURISMO

RICARD PIÉ Y JOSEP M. VILANOVA

Instituto Habitat, Turismo y Territorio (UPC-UMA) y Equip BCpN

Resumen

El objetivo de este artículo es evaluar cuáles son los retos urbanísticos que tiene planteados el turismo barcelonés en un momento en que están cambiando algunos de los paradigmas que han impulsado el extraordinario desarrollo del turismo vacacional. La ciudad industrial, el espacio social destinado al trabajo, el lugar de donde se huía durante las vacaciones, se ha convertido en un destino turístico de primer orden, en uno de los lugares preferentes para el ocio y el turismo contemporáneo. En este artículo nos preguntaremos sobre este cambio dando un repaso a la historia urbanística barcelonesa desde la perspectiva del turismo, y plantearemos una reflexión final sobre algunos aspectos que no tienen fácil solución si no se replantean el marco legislativo y la relación entre el urbanismo y la actividad turística actual. En definitiva, nos preguntaremos sobre cuáles han sido las transformaciones urbanísticas de la ciudad postindustrial en relación con el turismo, en el área metropolitana de Barcelona, interrogándonos sobre cómo se ha reconstruido el espacio turístico de la ciudad postindustrial para que haya terminado atrayendo a sus detractores.

Palabras clave: Barcelona, turismo, urbanismo, ciudad postindustrial, área metropolitana.

1. Introducción

Tal y como decíamos en un artículo publicado recientemente, tenemos que admitir que la ordenación del turismo catalán ha ido ‘de prestado’ (Pié i Vilanova, 2017). En Cataluña no ha habido ninguna operación como la emprendida por el gobierno francés para el frente costero del Languedoc-Rousillon, ni ninguna iniciativa privada que organizara un concurso de arquitectura internacional como el de Maspalomas o que promoviera una operación como la de La Manga del Mar Menor. Tal vez la única intervención que se puede comparar a todas ellas sea la marina de Ampuriabrava del maquetés de Sant Mori y Miquel Arpa o, si retrocedemos en el tiempo, la urbanización de S’Agaró promovida por la familia Ensesa. La ordenación de Port Aventura en los años noventa y la actual con la opción de los casinos son estrategias muy discutibles de operaciones extraordinarias a manera de salvavidas del sector.

Para preguntarse sobre lo que está pasando y cómo tenemos que encarar los retos de futuro, nos proponemos revisar algunos

de los episodios urbanísticos de la Barcelona metropolitana con la pretensión de entender por qué el turismo no ha tenido voz propia y suficiente para imponer un relato alternativo o, como mínimo, ser tenido en cuenta en los momentos de la planificación de la ciudad y el territorio metropolitano. Que el turismo 'haya ido de prestado' en relación con estos procesos es, quizás, uno de sus pecados originales y, por lo tanto, uno de los problemas que habría que afrontar.

Esta revisión del urbanismo metropolitano desde la óptica de lo que hoy denominamos 'turismo' la planteamos en tres apartados: los antecedentes hasta el Plan General Metropolitano de 1976 (PGM-76), las modificaciones que han comportado la reordenación y la transformación de la costa metropolitana, y, finalmente, las experiencias iniciales y actuales en relación con la regulación urbanística de los usos, y específicamente con el actual debate y regulación de las diversas formas del alojamiento turístico.

Finalmente, se plantean cuáles son, según nuestra opinión, los retos a los que se enfrenta la planificación urbanística y territorial ante la intensa expansión del turismo en el centro del sistema urbano metropolitano y las expectativas de consolidación, extensión y mejora de estas actividades en un ámbito urbano y metropolitano postindustrial.

2. Los debates previos sobre el ocio y el esparcimiento en el sistema urbano y la ordenación del litoral. De la Ciudad Obrera de Reposo y Vacaciones al Plan General Metropolitano de Barcelona

En el primer tercio del siglo XX por primera vez se planteó la necesidad de hacer una reserva urbanística de suelo para el ocio y el deporte a escala metropolitana. La conquista de las vacaciones pagadas y la reivindicación del descanso semanal fueron los argumentos que marcaron los primeros pasos del turismo social. Por un lado, la aparición de los parques de atracciones en las grandes concentraciones urbano-industriales y, por el otro, los grandes parques urbanos reivindicados tanto por los defensores del movimiento racionalista como por los antiurbanistas de principios del XX. El debate internacional de aquellos momentos pasaba por proyectos como el del Parque de la Cultura y el Reposo, de M. Kirov, en Moscú, o el artículo-manifiesto de M. Ginzburg i Bars de 1930 (Donato, 2007).

Las primeras propuestas urbanísticas se interesaron en la vocación 'turística' de las playas de poniente en el delta del Llobregat. A finales del siglo XIX, Pere Garcia Faria aprovechó el encargo del proyecto de alcantarillado de Barcelona para extender el levantamiento topográfico hasta el Garraf y dibujar un posible encauzamiento del lecho del Llobregat que pusiera las bases para futuros usos diferentes de las agrícolas.

Posteriormente, en 1930 el Grupo de Arquitectos y Técnicos Catalanes para el Progreso de la Arquitectura Contemporánea (GATCPAC) propuso la ordenación detallada de la zona del delta más próxima a la costa para cubrir las necesidades de ocio y vacaciones de las clases populares (la Ciudad Obrera de Reposo y Vacaciones, CORV), un proyecto cooperativo que excedía la pura cualificación urbanística para presentarse como un proyecto con un fuerte contenido social. El proyecto de la CORV era un desarrollo urbanístico para el disfrute del tiempo libre de las clases populares, de acceso a la cultura, a la educación y al deporte que, además, servía

para recuperar fuerzas para volver al trabajo. No era un proyecto turístico *stricto sensu*, sino una alternativa a la forma en que se estaban desarrollando los balnearios exclusivos de la costa.

Emili Donato, en el Seminario celebrado en el Institut d'Estudis Catalans sobre las "Aportaciones catalanas en el campo de la urbanística y de la ordenación del territorio, desde Cerdà a nuestros días", defendió el proyecto con estas palabras:

"El único (proyecto) que influyó de manera concreta y decisiva en las conclusiones de los IV y V Congresos Internacionales de Arquitectura Moderna (CIAM) y, por lo tanto, en la redacción de la Carta de Atenas, dentro del tema de las 'zonas de Salud Pública' de la Ciudad Funcional, así como en el desarrollo posterior del urbanismo racionalista del ocio" (Donato, 2007, p. 166).

Un año antes de que los arquitectos del GATCPAC presentaran el proyecto de la CORV, los servicios municipales de Barcelona mostraron en el pabellón del Ayuntamiento en la Exposición Universal de 1929 la maqueta a escala 1/25.000 de la *Gross Barcelona*, el modelo territorial de la Barcelona del futuro y sus entornos. En este documento, Nicolau M. Rubió i Tudurí proponía centrar un gran parque metropolitano en la sierra de Collserola, pasando del modelo lineal paralelo a la costa formulado sucesivamente por el Plan Cerdà, el Proyecto de saneamiento del subsuelo de Barcelona de Garcia Faria o el esquema del Plan Macià, a una estructura en anillo, tal y como se incorporará posteriormente en el Plan de distribución en zonas del territorio catalán de 1932 (conocido como *Regional Planning*) redactado también por los dos hermanos Rubió y donde la CORV pasará a ser una "zona de barrios de habitación y jardín", sin más.

Aquel ámbito de la maqueta de la *Gross Barcelona*, veinte años más tarde, y a pesar del esfuerzo de borrar cualquier rastro del pasado republicano, fue la base del Plan de ordenación de Barcelona y su zona de influencia de 1953 (PC-53), un plan de zonificación dibujado a 1/10.000, muy distinto de aquellos planes arquitectónicos que lo habían precedido, donde no se decía nada sobre el ocio y el esparcimiento. El ámbito de la propuesta de la CORV cambió de contenido, no solo porque perdió el carácter social del proyecto, sino también por la ordenación interna del recinto. El frente de playa quedó en manos de los privados, mientras que el centro deportivo se arrinconaba al lado del aeropuerto, entre las lagunas de la Ricarda y el Remolà.

El PC-53 era un documento con menos peso específico que los episodios anteriores, aunque comportó la promulgación de la primera legislación urbanística del país y la creación de un órgano de gestión supramunicipal que, con más o menos obstáculos, llegará hasta nuestros días: la Comisión de Urbanismo y Servicios Comunes de la Comarca de Barcelona, disuelta en 1986 y recuperada actualmente en el Área Metropolitana de Barcelona. Según Juli Esteban (1997), el PC-53 es un documento con una definición viaria muy insuficiente y una zonificación muy simple, incapaz de regular el desarrollo urbanístico que se producirá posteriormente.

A partir de los años sesenta se toma conciencia de los cambios económicos que vive el país y de la necesidad de revisar las herramientas urbanísticas aplicadas, visto su resultado. El primer plan a revisar, vista la

situación, es el PC-53. Dos equipos inician los estudios desde dos perspectivas distintas. Uno, respaldado por la Diputación de Barcelona, tenía el encargo de reformular la planificación en un ámbito territorial más extenso, la Región Metropolitana de Barcelona, y el otro, desde dentro de la Comisión de Urbanismo y Servicios Comunes, el órgano responsable de gestionar el PC-53, tenía el de revisarlo por mandato legal.

El proyecto del primer grupo era esquemático, preocupado por definir un modelo inclusivo que resolviera los problemas de Barcelona por 'elevación'. El Plan Director del Área Metropolitana de Barcelona de 1966 (PD-66) resultó ser el escenario de un debate mucho más allá del PC-53, un debate sobre el alcance y el modelo territorial metropolitano de Barcelona (sobre la forma -mancha de aceite, estrella, lineal, etc.- o sobre la estructura -ciudad-región, ciudad y territorio, megalópolis, etc.-), siguiendo las pisadas de lo que se estaba haciendo en los países europeos más avanzados.

El proyecto del segundo grupo quería parar la hemorragia que se producía a través de los planes parciales. Para ellos, la revisión tenía que ser un gran plan parcial que evitara las fugas o las pérdidas del día a día que se producían en la *Comisión*. El resultado de esta controversia se resolvió a favor de los segundos, dando lugar a un plan *collage*, minucioso, de equipamiento de las ciudades y de redistribución y reducción de densidades (Pié, 1997; Esteban, 1997).

En este contexto se produce un episodio de gran relevancia con respecto a la costa de Barcelona. En 1966 se presenta el Plan de la Ribera, un proyecto promovido por un conjunto de empresas situadas en la fachada marítima del Poblenou y La Barceloneta, redactado por el arquitecto Antoni Bonet Castellana, para transformar aquel tramo de costa en una 'Copacabana' local, trasladando la futura autovía de circunvalación a la calle Llacuna, construyendo una barrera entre el barrio residencial-industrial interior y el litoral, convertido en una gran urbanización. La parte marítima se proyectaba como un sistema tridimensional en que se sobreponían vías y edificación en un modelo inspirado en soluciones promovidas por Archigram o los arquitectos del TEAM X.

La respuesta popular, a la que se sumaron ciertos colectivos profesionales, fue un NO rotundo a un proyecto especulativo y descartado que privatizaba la zona maritimoterrestre y no se escondía de la segregación que perseguía dividiendo los barrios en dos. El Concurso para el Contraplán de la Ribera fue una iniciativa del Colegio de Arquitectos para contrarrestar el proyecto presentado, y el ganador fue el Laboratorio de Urbanismo de la Escuela de Arquitectura de Barcelona, liderado por Manuel de Solà-Morales con un documento-manifiesto en la línea de los movimientos *anti-renewal* norteamericanos, que no hacía una propuesta concreta sino una reivindicación del lugar, de la construcción del espacio (de las formas de crecimiento urbano) señalando algunas posibles líneas de trabajo. El resultado del concurso, celebrado durante los años de revisión del PC-53, planteó muchas dudas a sus redactores, entre otras razones por las repercusiones sociales y políticas que podían producirse. Por ello, finalmente se decidió mantener la ordenación prevista en el PC-53.

La revisión de 1976, dibujada a 1/5.000, ordena el mismo ámbito que el del PC-53

—obviando el alcance que ya había adquirido el área metropolitana real— e intenta reducir la presión especulativa: en las zonas urbanizadas de alta densidad, proponiendo un acabado menos intenso y una mejora en su equipamiento; en las suburbanas, su conservación, y en las zonas con cambios de uso, por obsolescencia o traslado de la actividad, aprovechar las oportunidades que se plantean para reordenar el sistema desde nuevas centralidades. A escala territorial, se recogían las propuestas de 1929, oficializadas en el PC-53, la red arterial metropolitana de 1963, y se intenta contener la mancha urbana en los territorios más frágiles: los márgenes de las cordilleras, los entornos fluviales y el delta del Llobregat.

La costa es ignorada, tal y como sucedió en 1953, con una diferencia: el turismo había eclosionado y las playas se habían urbanizado y edificado por todas partes. El turismo en los setenta era un fenómeno básicamente localizado en la costa, lejos de los centros industriales y que, en el ámbito del sistema metropolitano, se había desarrollado intensamente en las playas del delta del Llobregat. El cambio más importante con respecto a lo que había sucedido anteriormente era la transformación de las villas y casas de veraneo de las capas más acomodadas en el fenómeno de la segunda residencia, dirigido a las clases populares que podían acceder a ella aprovechando la creciente capacidad de ahorro y que buscaban resolver en esta segunda residencia las importantes carencias de la residencia permanente.

El PGM-76 no recogió el Plande la Ribera debido a la contestación popular y cívica que generó y mantuvo las infraestructuras ferroviarias y los asentamientos industriales y portuarios y aeroportuarios en el litoral metropolitano. No había proyecto para el frente marítimo, a pesar de la crisis industrial y urbanística que vivía el Poble Nou. El PGM-76 fue un plan contra el déficit y la especulación, no hubo un proyecto territorial propio detrás, únicamente la incorporación acrítica de la red arterial metropolitana de autopistas formulada desde el Ministerio con criterios de red de alta capacidad.

El valor del PGM-76 rae tanto en sus aportaciones disciplinarias como en el debate ciudadano al que dio pie. La aprobación inicial de 1974 fue una decisión personal del alcalde Enric Masó como un gesto para terminar con los diecisiete años de “porciolismo” (los mandatos de los notarios Josep M. Porcioles, de 1957 a 1973, y Joaquim Viola, en 1973-1974) que lo precedían. La aprobación definitiva de 1976 cerrará un periodo especialmente movido que se completará con la gestión del último Ayuntamiento predemocrático del alcalde Josep Maria Socías Humbert y del delegado de Urbanismo Joan Antoni Solans (de 1976 a 1979), en el que se comparará un patrimonio de suelo que será estratégico para el primer ayuntamiento democrático de los alcaldes Narcís Serra y Pascual Maragall.

El acierto de aquel tándem fue aprovechar la crisis económica y política del momento para comprar y apalabrar la compra de terrenos estratégicos que permitieron posteriormente las actuaciones del primer Ayuntamiento democrático en temas de espacio público y equipamientos. Socías utilizó la estructura gerencial de la legislación municipal franquista para agilizar los trámites y Solans, los conocimientos que tenía del mercado del suelo como exdirector técnico de la redacción del PGM-76, para constituir aquel patrimonio público de suelo.

La herencia recibida por el primer ayuntamiento democrático barcelonés fue decisiva: la revisión del PC-53 y un patrimonio de suelo para ejecutarlo. Madrid empezó un paso atrás. El alcalde Tierno Galván tuvo que afrontar la revisión de su plan general consumiendo gran parte de la energía que emanaba del ‘cambio político’ para racionalizar el futuro de la ciudad. En Barcelona la revisión se realizó antes, durante la transición.

El PGM-76 era un documento difícil de entender, pero combinado con los terrenos para ejecutarlo, una oportunidad que Oriol Bohigas supo aprovechar. El Ayuntamiento de Socías consiguió formar un patrimonio de suelo estratégico que Bohigas supo convertir en pequeñas joyas monumentales para recuperar la autoestima de los barrios y empezar su reconstrucción. A Oriol Bohigas le gustaba polemizar entre el Plan y el Proyecto. Para él el Plan era una entelequia, el Proyecto, una realidad. Cuando defendía la victoria del Proyecto, sin embargo, tenía que reconocer la importancia del Plan, la importancia de la gestión del Plan, en la medida en que hacía posible el Proyecto.

La decisión de ‘monumentalizar’ la periferia llevó a Bohigas a centrarse en el espacio público como pieza clave del debate. Este será el espacio por el que se empezará la reconstrucción de la ciudad democrática y el lugar donde se recuperará el espacio de convivencia cívica, primero, de sus habitantes y, más tarde, cuando los visitantes descubran los valores de lo urbano, de los turistas. Barcelona empieza a ser turística a partir de aquel momento, cuando la ciudad es atractiva como ciudad. Más tarde se redescubrirán otros atractivos, pero erraríamos si no reconociéramos que el cambio empieza con el proyecto democrático, cuando la población recupera su ciudad.

3. La transformación de la costa de Barcelona. Ordenación, saneamiento y usos con dos grandes acontecimientos: los Juegos Olímpicos y el Fórum

Prácticamente al día siguiente de la aprobación del PGM-76, se plantea la urgencia de ordenar la costa desde una visión general. Albert Vilalta (2007) recuerda en la conferencia que imparte en el Institut d’Estudis Catalans la preocupación de la administración predemocrática por el tema, y se presenta como el heredero de Garca Faria y a quien le toca redactar el Plan de Saneamiento de 1978 (Plan de Ordenación de la Costa de Levante de Barcelona) y dirigir su ejecución. La novedad de este proyecto será según sus palabras: “A) la construcción de grandes obras de colectores de aguas pluviales; b) la descontaminación de las aguas del mar en la costa de la ciudad, y c) detener la erosión del frente marítimo del Poble Nou” (Vilalta, 2007, p. 81).

Este es el primer documento que se plantea la costa como un espacio enfermo a sanar por culpa del estrangulamiento de las aportaciones sedimentarias, la mala gestión de la dinámica litoral y la mala calidad de las aguas. En base a este plan (1978), en 1983 se elabora el Proyecto de Plan Especial de Infraestructura de las Playas de Levante de Barcelona que dirigirá Carles Grau, con participación de Vilalta como máximo responsable desde la Generalitat.

Paralelamente, el órgano gestor del nuevo PGM-76, la Corporación Metropolitana de Barcelona, en 1983 encarga al arquitecto Lluís Cantalalls una propuesta global de ordenación de la costa metropolitana. La Modificación de PGM de la Zona Costera Metropolitana, conocida como el Plan de Costas (publicación de la CMB, junio 1987) fue aprobada provisionalmente en junio de

1986, el mismo día que se aprobó el Plan especial de ordenación urbana de la fachada al mar de Barcelona en el sector de Carlos I - Avinguda Icaria (ámbito de implantación del futuro Puerto y Villa Olímpica), redactado por el equipo de arquitectos dirigido por Oriol Bohigas y que fue el que finalmente tuvo la aprobación definitiva en diciembre de aquel año.

El nonato Plan de Costas Metropolitanas proponía un cambio radical respecto al PGM-76, a saber:

1. La apertura al mar de los asentamientos urbanos de la comunidad metropolitana.
2. La restauración y la redefinición de los tejidos urbanos costeros con el fin de hacer posible dicha apertura.
3. Lograr que las operaciones a emprender permitieran la realización de los equipamientos necesarios para los Juegos Olímpicos de 1992, programados en el ámbito costero.

El desarrollo del documento se organizaba en 111 actuaciones, formuladas como programas de actuación urbanística y planes parciales, planes especiales de infraestructuras, equipamientos y servicios, planes especiales de reforma interior, unidades de actuación, proyectos de urbanización y proyectos de infraestructuras, a realizar a lo largo de más de 40 Km de costa en los ocho municipios metropolitanos costeros, más el tramo de les Botigues de Sitges. El cambio que se proponía era de grandes dimensiones y necesitaba un arsenal urbanístico considerable.

Tal y como se manifiesta en los objetivos de este documento, la recuperación de la costa será uno de los objetivos principales para los Juegos Olímpicos de 1992 (JOO-92). En 1982 había un 22% de paro en la ciudad de Barcelona y los presupuestos municipales estaban en números rojos.

A finales del siglo XIX, Barcelona era una ciudad gris, la fábrica de España, que había entendido hasta entonces que se iba más deprisa a trancas y barrancas que caminando. Las exposiciones de 1888 y la de 1929 fueron la prueba de dicha táctica. El Eixample, tal y como decía Manuel de Solà-Morales, era El Dorado catalán, el territorio donde se invertían los excedentes agrícolas e industriales de toda Cataluña pero que, a pesar del esfuerzo, no bastaba para dar algunos saltos cualitativos que requerían contar con las aportaciones extraordinarias del gobierno central. Las exposiciones universales tenían más de fórmulas de inversiones urbanas extraordinarias, para poner la ciudad en el escaparate internacional, que de proyecto de futuro. En las dos exposiciones de 1888 y 1929, los hoteles abiertos dentro de los recintos feriales cerraron poco después de las celebraciones. Las exposiciones de Barcelona fueron unos episodios extraordinarios pero ‘menores’ en una ciudad que se estaba extendiendo como una mancha de aceite, sin orden ni concierto.

La propuesta de organización de un gran acontecimiento para conseguir la ejecución de las grandes infraestructuras que Barcelona necesitaba para remontar la crisis económica se enmarcaba en la misma fórmula que sirvió para promover las dos exposiciones universales. El cambio de una hipotética tercera exposición universal por unos juegos olímpicos venía dado por la llegada a la presidencia del Comité Olímpico Internacional de un barcelonés, Juan Antonio Samaranch, que había heredado una estructura en quiebra y un acontecimiento

con tres boicots políticos consecutivos, Montreal (1976), Moscú (1980) y Los Ángeles (1984). Puesto que no había muchas expectativas deportivas –a pesar de los buenos resultados que hubo al final–, los esfuerzos se centraron en reformar la ciudad, en pensar en el día siguiente a los juegos, evitando repetir los errores económicos de las celebraciones anteriores.

La transformación urbanística de Barcelona para la celebración de los juegos se basó en una serie de episodios como el saneamiento de la costa, la apertura de nueve kilómetros de playas urbanas, la configuración de una anilla interna especializada de accesibilidad vial urbana y regional –las rondas– y el inicio de la transformación de los espacios industriales obsoletos del Poblenou con la implantación de la Vila Olímpica. Las rondas son el mejor ejemplo de integración urbana de grandes infraestructuras de comunicación, que en el PGM-76 se preveían como operaciones de cirugía urbana intrusiva, tal y como todavía se puede ver en el tramo que pasa por la Vall d’Hebron, y que tan bien se resolvieron en otros tramos. Muchas de estas transformaciones no estaban previstas en el entonces reciente plan urbanístico y, a pesar de su relevancia, no fueron consideradas de suficiente peso para plantearse un cambio de modelo metropolitano, que hubiera requerido de una revisión del planeamiento. La estrategia, finalmente, fue hacerlo en base de modificaciones ‘puntuales’.

El nombramiento olímpico puso de relieve otro problema endémico, las carencias hoteleras de la ciudad. Barcelona era una centro de ferias y congresos que no incluía las actividades relacionadas con el ocio. De hecho, algunos hoteles cerraban los fines de semana. La situación era insostenible desde la perspectiva de los JJOO. La oferta de alojamiento era fundamental, dejando a un lado la Vila Olímpica de la costa y la de Vall d’Hebron.

Aunque en el PGM-76 se admitían estos usos de manera generalizada, excepto en las zonas industriales, el interés por la promoción de nuevos establecimientos era muy escasa. Las cadenas hoteleras no veían razón alguna que justificara mantener abiertos dichos establecimientos una vez finalizados los JJOO. Ante esta situación, el Ayuntamiento de Barcelona tuvo que buscar un incentivo urbanístico para atraer a inversores y cadenas internacionales. El Plan de Hoteles fue una modificación del PGM-76 para recalificar una serie de equipamientos comunitarios en “zona de dotación hotelera” (clave 10) con la siguiente definición:

Se califica como zona de dotación hotelera el suelo urbano del municipio de Barcelona destinado a instalaciones hoteleras con una capacidad mínima de 150 habitaciones que tengan la categoría de tres estrellas según las condiciones específicas de la normativa hotelera vigente, estratégicamente situadas en relación con los ejes principales de la ciudad y que cuenten con instalaciones complementarias para usos colectivos como congresos, convenciones, exposiciones, espectáculos, actividades culturales, recreativas y similares.

En las “Áreas de Nueva Centralidad”, otra de las piezas fundamentales del proyecto de ciudad preolímpica, se previó la construcción de edificios hoteleros como elementos clave para extender los valores de centralidad urbana más allá del Eixample y de algunas partes de Ciutat Vella. Los resultados de la modificación del PGM-76 fueron limitados, por culpa del clúster

hotelero barcelonés que hizo todos los posibles para mantener el control del sector.

La eclosión hotelera de Barcelona es posterior a los JJOO, a partir del éxito turístico en el que intervinieron otros factores como el éxito del Año Gaudí de 2002. Una iniciativa promovida por el historiador del arte, Daniel Giralt-Miracle, que supuso finalizar el pastel turístico con una guinda espectacular. El Año Gaudí era el atractivo monumental que necesitaba la ciudad para ser una visita obligada de los turistas.

Los Juegos Olímpicos de 1992 situaron a Barcelona en el mapa mundial. La ciudad se convirtió en un referente internacional, en un magnífico plató televisivo gracias al acierto en el emplazamiento de las instalaciones, la implicación de la ciudadanía a través de los voluntarios olímpicos y el éxito de las ceremonias de apertura y clausura de los juegos. Pero lo mejor de los JJOO-92 de Barcelona fue aquello que no estaba previsto en el programa, el espíritu olímpico que capturó a la población.

El Fòrum, celebrado en 2004, fue un acontecimiento nuevo –que se inició en Barcelona y que posteriormente se repetiría en Monterrey en 2007, en Valparaíso en 2010 y en Nápoles en 2014– que no supo cómo dar continuidad al éxito de los JJOO-92. De hecho, el Fòrum surge, tal y como explican algunos miembros, de la comitiva barcelonesa invitada por el Comité Olímpico americano a los JJOO de Atlanta de 1996. En Atlanta la televisión tomó el mando de la celebración deportiva. Todo fue un acontecimiento publicitario y una competición sin tregua, en la que no hubo lugar para lo que en Barcelona se denominó ‘el espíritu olímpico’. Los JJOO de Barcelona habían tenido un plus que no formaba parte de la celebración americana.

Este descubrimiento animará al alcalde Pasqual Maragall a lanzar una iniciativa que completaba su apuesta por las eurociudades, por el papel que podían jugar las ciudades “no capital”, por un acontecimiento internacional donde realizar un debate transversal sobre las culturas del mundo. En aquel momento, España y Barcelona podían desempeñar un papel internacionalmente importante gracias al prestigio acumulado desde la transición política hasta los JJOO. El Fòrum Universal de las Culturas podía ser un espacio de diálogo entre los pueblos, un espacio de intercambio de ideas, para avanzar en temas como la sostenibilidad, la paz o la convivencia, dentro del marco de la globalización. En 1991 se había celebrado en Madrid la Conferencia de Paz para emprender un proceso de paz en Oriente Medio entre Israel y la Organización para la Liberación de Palestina, Siria, el Líbano y Jordania, promovida por el gobierno español con el apoyo de los EE.UU. y la URSS. El mapa del mundo estaba cambiando, Bill Clinton ganó las elecciones presidenciales en 1993 y, a pesar de la crisis de desintegración que vivía la URSS, parecía que se encaminaba hacia nuevas democracias liberales. Estábamos ante un cambio de época que podía culminar en Barcelona.

Desgraciadamente, las circunstancias cambiaron abruptamente con los acontecimientos de septiembre de 2001 y posteriores, y lo que tenía que ser una gran celebración de la Cultura, con distintos actos por todas partes, para discutir de inmigración en la Mina, de ciencia en las universidades, de técnica en la Zona Franca o de drogas en Can Tunis, quedó en una gran operación urbanística que finalizaba las obras que habían quedado inacabadas en los JJOO-92. Desde el punto de vista urbano, lo más importante fue finalizar las

obras de apertura de la ciudad al mar y transformar las infraestructuras ‘sucias’ (depuradoras, incineradoras y similares) en un gran espacio público para la celebración de grandes acontecimientos. En otras palabras, construir una gran sala de estar sobre el retrete donde llegan y se depuran las aguas negras de toda ciudad.

Las grandes actuaciones territoriales sobre la ampliación del puerto de Barcelona y el desvío del río Llobregat, el frente marítimo del Poblenou –primero con la villa y puerto olímpicos y posteriormente con la zona del puerto de Sant Adrià, construido en el periodo del Fòrum 2004– y, finalmente, la marina de Badalona –que transforma un espacio industrial histórico–, configuraron, entre otras actuaciones, un litoral metropolitano completamente distinto al previsto en el PGM-76. La apertura de la Barcelona metropolitana al mar dio lugar a un proyecto excepcional por su tamaño y complejidad, que puso en valor un espacio históricamente marginal, convirtiéndolo en uno de los grandes atractivos ciudadanos y, sin duda, en uno gran atractivo turístico.

4. La regulación de los usos y actividades en el PGM-76, los planes de usos, y el plan especial para la ordenación de los establecimientos de alojamiento turísticos de Barcelona

En el PGM-76, para reordenar el desbarajuste urbanístico heredado del periodo franquista, se rehizo toda la normativa urbanística sobre el suelo, las edificabilidades y los usos. La nueva normativa se articulaba en tres grandes bloques: los procesos de transformación que vivían los distintos tejidos urbanísticos –de conservación, densificación o remodelación–; los parámetros reguladores de los cuatro tipos de ordenación de la edificación, y el tercero, el régimen de los usos, generales y por zonas.

Los usos relacionados con el turismo –los alojamientos hoteleros como uso residencial, los usos comerciales, incluyendo la restauración, o los usos culturales, recreativos y deportivos– se admitían en todas las zonas, con restricciones dimensionales en las zonas con ordenación en edificación aislada, y prohibidos en las zonas industriales. Los usos que tenían un despliegue normativo más amplio eran los industriales, los extractivos y los de estacionamiento y aparcamiento.

A mediados de los años ochenta, se planteó una cuestión poco tratada en la Ley del suelo: la ordenación urbanística de los usos. La figura escogida fue la de un plan especial para subrayar la importancia y novedad del tema frente al planeamiento tradicional, más preocupado por la *forma urbis* que por el uso que se hace de la ciudad. La ordenación y regulación urbanística de determinados usos, más allá de las regulaciones sectoriales, tenía que ser ajustada a las características morfológicas de cada lugar. La regulación de los usos aparece como la herramienta para afrontar procesos urbanos complejos derivados de los incrementos de las actividades urbanas y otras conflictivas inexistentes hasta entonces.

La primera experiencia en la ordenación de los usos se produjo en el distrito de Ciutat Vella a finales de los ochenta. Aprobada la declaración de Área de Rehabilitación Integrada en 1986, y una vez creada la empresa Promoció Ciutat Vella S. A., que tenía que llevar a cabo el programa de rehabilitación, se hizo necesario afrontar el conflicto entre y con los usos marginales (droga y prostitución). La perspectiva de los JJOO-92 desencadenó la actuación

municipal en temas disciplinarios y la aprobación del primer 'plan de usos' (formalmente Plan especial urbanístico de establecimientos de concurrencia pública y hostelería) destinado a la ordenación de bares y pensiones –los lugares donde se retroalimentaban las actividades marginales con graves incidencias en el uso y la seguridad de calles y plazas.

La técnica utilizada en la ordenación de este nuevo planeamiento fue la de poner en relación los usos con las cuestiones morfológicas de cada tejido. Para ello se articularon cuatro tipos de instrumentos reguladores:

- 1) las 'secciones' del espacio público como un primer umbral, es decir, la regulación de los usos en planta baja (más sótanos y altillos) en función de las anchuras de las calles (umbrales a 7, 10,5 y 20 m);
- 2) las 'situaciones' con relación al espacio privado, es decir, de acuerdo con la forma de la parcela, el edificio y posición en la manzana de casas (características del patio de manzana y/o parcela y parcelas en esquina);
- 3) las 'situaciones' en relación con otros usos (distancia a recintos o edificios institucionales, religiosos, sanitarios o docentes), y también en relación con la contigüidad con la vivienda;
- 4) la delimitación de 'áreas de restricción de usos', a partir de la mapificación detallada de conceptos como la densidad de establecimientos de restauración por longitud de frente de calle, o la densidad de hostelería por manzana (en superficie y en número de establecimientos).

Los últimos planes de usos aprobados por el Ayuntamiento de Barcelona para otras áreas urbanas han establecido 'zonas receptoras' y 'zonas interiores', clasificando los usos en admitidos, no admitidos, o condicionados en función de cuestiones como la densidad (en radios de 50 o 100 m, zonal, de las plazas hoteleras o de superficie de uso público), la anchura de la calle (restricción única por debajo de los 7 m), la complementariedad de los usos, u otras condiciones funcionales (aforo máximo) o administrativos (bajas de licencia).

Con respecto a la regulación urbanística de los usos relacionados con el turismo se ha vivido recientemente un nuevo episodio con la aprobación del Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT), un plan que cubre todo el término municipal de Barcelona. En dicho plan, se establecen las condiciones de regulación comunes a toda la ciudad y para todo tipo de alojamientos turísticos (véase el artículo de Font et al. en este volumen).

En este plan se delimitan zonas de decrecimiento, mantenimiento y de crecimiento contenido en función de indicadores como el grado de concentración de establecimientos turísticos (según varias tipologías), la población flotante *versus* residente, la presión sobre los espacios públicos, la continuidad con barrios de alta saturación, o la sensibilidad a la presión turística. Finalmente, se definen ciertas áreas que necesitan un tratamiento especial.

Lo que se intenta resolver a través de esta herramienta urbanística es de enorme importancia social y económica. Bajo la máscara de una economía colaborativa se promueve una oferta de alojamientos que no cumplen los requisitos establecidos, a pesar de ofrecerse como "alojamientos de

anfitriones locales en más de 191 países" y para "disfrutar de la ciudad como un habitante más" tal y como se autodefine la plataforma Airbnb en su página web. La opción para hacer frente a estas malas prácticas depende de regular estos tipos de vivienda y reforzar la disciplina, actuando sobre las viviendas de uso turístico (VUT) que funcionan fuera de la legalidad (Arias y Quagliari, 2016).

Tras estas plataformas se esconde la especulación con la vivienda para obtener rendimientos económicos tres o cuatro veces superiores a los del alquiler residencial. Estos portales ofrecen un alojamiento mayoritariamente gestionado por empresas que no tienen nada que ver con la economía colaborativa. El anfitrión individual, que ofrece una habitación o una vivienda de forma temporal, es minoritario.

Los efectos de la irrupción de falsos alojamientos de economía colaborativa son demoledores. No solo en términos de competencia económica con la vivienda residencial, sino también en términos de convivencia, por la forma cómo penetra en el tejido residencial y la vivienda colectiva.

5. Tres retos a considerar

5.1 El urbanismo como instrumento para ordenar el turismo

La ordenación del turismo a través del planeamiento urbanístico y territorial es posible según la legislación europea gracias al trato excepcional que la Directiva de Servicios da al urbanismo y a la ordenación del territorio. Sin embargo, sería un error pensar que se puede utilizar esta posibilidad sin reconocer la crisis que se está viviendo, no solo en la regulación turística sino también en la urbanística. La ordenación del turismo según esta directiva no puede incorporar regulaciones que limiten el libre funcionamiento del mercado. El uso del planeamiento urbanístico no deja de ser un subterfugio para actuar sobre aquel con regulaciones indirectas difíciles de evaluar. Al margen de las limitaciones que pueda tener esta aplicación, es evidente que hay dudas sobre la eficacia de la misma.

El planeamiento urbanístico español está basado en un régimen del suelo en que se reconoce el carácter colectivo de las plusvalías generadas por el planeamiento, pero en que se acepta la apropiación privada a cambio de unas determinadas compensaciones. Una parte se utilizan para transformar el suelo rústico en urbano –la cesión de calles, parques, plazas y equipamientos–, otra, para ejecutar la urbanización, y una pequeña parte final, para compartir los beneficios del promotor con la comunidad que lo ha hecho posible. Este sistema es relativamente fácil de controlar en áreas de crecimiento de nueva planta, pero es difícil de controlar en los de renovación interna de las ciudades.

En el artículo 47 de la Constitución Española, se establece el derecho a disfrutar de una vivienda digna y adecuada y la obligación de impedir la especulación del suelo, y en el 33.2, la función social de la propiedad. A tales efectos, los poderes públicos tienen que promover las condiciones y normas necesarias para hacerlo efectivo. Impedir la especulación del suelo requiere modificar el marco jurídico urbanístico español: los derechos urbanísticos (urbanización, edificación y usos) tendrían que ser públicos; y los privados, tendrían que regularse en función de la aportación real de cada uno. Mientras esto no sea así, habría que desarrollar las previsiones de la ley en relación con la función social de la propiedad privada y la

obligación de esta en la conservación y el buen uso (y no desuso) de sus bienes inmuebles.

La aplicación de estas reglas de juego a las actividades turísticas no es fácil. Estamos operando con dos sectores económicos muy distintos: uno hace referencia a bienes y el otro, a servicios. Los bienes son de carácter físico y, por lo tanto, son más fáciles de controlar. Los servicios son intangibles y se definen como la actividad proporcionada por un prestador de servicios. El tiempo no es decisivo para el uso y perpetuación de un bien, mientras que los servicios caducan cuando se ha superado el tiempo de vida del mismo.

Esta diferencia plantea uno de los problemas más difíciles de resolver en el campo del turismo. El urbanismo define los parámetros de un bien urbanístico como puede ser un edificio, y establece las fórmulas para recuperar una parte de las plusvalías generadas por esta operación. La recuperación de las plusvalías generadas por un cambio de uso es más complicada. El permiso para desarrollar alguna actividad no se puede aplicar de igual manera, sobre todo si tenemos restricciones que provienen del desarrollo de una actuación parecida, que por aplicación de una densidad limita nuestro desarrollo. La libertad para hacer una actividad no estaría limitada por unas restricciones genéricas, sino por la competencia de un tercero que habría llegado antes y habría consumido una parte de aquellas actividades.

En la primera Ley del Suelo (LS-56) los derechos urbanísticos caducaban en las sucesivas revisiones del planeamiento; los aprovechamientos del suelo urbanizable o suelo urbano no ejecutado también, y los ejecutados quedaban fuera de ordenación si había un cambio de ordenación que fuera incompatible con la obra ejecutada en aquel momento (abrir una calle o simplemente tener un piso más de los permitidos por el nuevo plan). Actualmente esto ha cambiado. La caducidad de la obra ejecutada solamente queda fuera de ordenación si pasa de zona a sistema. Las diferencias entre el edificado y el planeado se resuelve como volumen disconforme cuando está afectado por el cambio de algún parámetro arquitectónico.

Seguramente, ante los problemas generados por las VUT, una buena solución podría ser considerar que el permiso es una concesión administrativa temporal, evitando que las licencias acaben siendo una fórmula para patrimonializar el derecho a ejercer algunos usos que estén limitados por el planeamiento.

5.2 El derecho a la vivienda (LDH) y las viviendas de uso turístico (VUT)

La consideración del impacto del turismo en la cuestión de la vivienda es fundamental. La crisis social que vive la vivienda es lo bastante grave como para ser especialmente cuidadosos en relación con los efectos que tenga el turismo en esta problemática. No se puede desatarse la presión de las VUT en el mercado inmobiliario y la crisis de los desahucios. Cuando esto se produce en un mismo espacio urbano, el problema que ha planteado es de emergencia habitacional.

La primera cuestión es poner el alojamiento turístico –tanto el que toma las formas regladas tradicionales como las viviendas de uso turístico (VUT)– en relación con la función residencial de las ciudades. En Cataluña, para regular correctamente las VUT, estas tendrían que volver a la Ley del derecho a la Vivienda (LDH), donde

aparecieron por primera vez en 2007 y de la que se fueron en 2010.

En la LDH se determina cómo se conforma este derecho y se fijan las condiciones para la creación de un parque de viviendas asequibles que permitiera atender a la población que necesita alojamiento. Su objetivo principal es que en un plazo de veinte años (2027) el 15% de las viviendas principales sean destinadas a políticas sociales.

El conflicto entre las VUT y el derecho a la vivienda es un problema de carácter general, que se ha agravado con la desregulación introducida en la normativa de los alojamientos turísticos de 2011. Al excluir las VUT de la LDH se ha diluido el carácter habitacional de los tejidos urbanos residenciales, introduciendo unos elementos ajenos –las viviendas con actividades económicas– sin una regulación que fije las normas de convivencia y compatibilidad, tanto de las viviendas dedicadas al alojamiento turístico como de cualquier otro actividad económica.

Ante la presión del turismo en el mercado inmobiliario y la falta de una *stock* residencial suficiente que modere los precios del alquiler, se hace necesario actuar con todas las herramientas disponibles, entre ellas el derecho de tanteo-retracto en las transmisiones de viviendas, especialmente cuando el comprador y/o el vendedor es una entidad mercantil o financiera. El parque de viviendas públicas para intervenir en el funcionamiento del mercado tiene que ser suficiente para afrontar las situaciones de emergencia social, pero también las necesidades de otros colectivos como las clases medias y los jóvenes, que en este momento no pueden acceder a la vivienda por culpa de unos alquileres excesivos.

La vivienda es la pieza central del sistema de alojamiento de la población, y los hoteles, los apartamentos y los cámpings (y más recientemente, los alojamientos rurales) lo son en relación con la oferta clásica de alojamiento turístico). Actualmente estamos en un escenario de cambio y de evolución acelerada de la vivienda, resultado de una mayor fragmentación de las formas tradicionales de tenencia y uso, y de la penetración del alojamiento turístico en el ámbito de la vivienda de uso permanente (primera residencia) o temporal (segunda residencia) desde una 'economía colaborativa' (real o ficticia), en parte vinculado a ofertas agregadas de alojamiento turístico a través de portales de contratación que es necesario tener bajo regulación y control. No es posible considerar cada demanda por separado. La vivienda más o menos permanente y los alojamientos más o menos temporales forman parte de la oferta residencial de las ciudades, siendo una realidad que se interaccionan y condicionan entre sí (Trilla y Vilanova, 2019).

5.3 Un modelo turístico metropolitano por construir

El relato que ha precedido estas conclusiones ha intentado recordar los retos turísticos que se han planteado y cómo han sido contestados desde la práctica urbanística. La pregunta sobre cómo ha cambiado la ciudad para convertirse en un destino turístico de primer orden ha estado siempre presente. En definitiva, nos hemos preguntado cuáles han sido las transformaciones urbanísticas de la ciudad postindustrial en relación con el turismo, en el área metropolitana de Barcelona, interrogándonos sobre cómo se ha reconstruido el espacio turístico de la ciudad postindustrial para que haya terminado atrayendo a sus detractores.

Por otro lado, hemos analizado la poca importancia dada al turismo a lo largo de los sucesivos planeamientos. Parece que se ha impuesto una división funcional de Cataluña en que la residencia y la actividad se encuentran en el sistema metropolitano de Barcelona con algunas coetillas externas y el turismo vacacional, en la costa. Antes de la explosión del turismo barcelonés, la actividad turística metropolitana se limitaba a las playas de poniente. No existe proyecto turístico para la metrópolis. Según Amat (2016), solamente hay siete municipios de los 36 del AMB (el 19%) que dispongan de Oficina de Información Turística. Cada organismo clasifica los atractivos en diferentes categorías y nombres. La Diputación de Barcelona habla de "ideas de viaje"; el Consorcio de Turismo del Baix Llobregat dice "no te lo pierdas"; el Consorcio de Turismo del Vallès Occidental los lista por categorías dentro del apartado "Destacamos", y el Consorcio del Maresme los agrupa directamente sin ponerles ningún nombre. La categoría que recoge un número de atractivos mayores son los "Monumentos". El espacio urbano, en ningún caso, se considera un atractivo. Para formar parte de ellos es preciso gozar de un *status* especial, ser un lugar excepcional.

El AMB no tiene un proyecto turístico a pesar de la existencia de diferentes organismos dedicados al tema. El problema no es contar con un inventario de recursos actuales y posibles que cubra todo el territorio metropolitano, sino construir un relato comprensible que dé sentido al conjunto.

Sin embargo, la situación actual es muy distinta. Barcelona se ha transformado en un grande atractivo turístico, que amenaza con agotar la capacidad de acogida y disfrute de la propia ciudad. Es preciso que estas circunstancias no se produzcan desordenadamente. De hecho, el turismo no podrá incorporarse en la planificación futura si no se dan algunas condiciones: que se reconozca como un vector fundamental en las dinámicas económicas y sociales, y, por lo tanto, territoriales; que se aprovechen los aprendizajes de las amplias experiencias, tanto en Cataluña y España como en el resto de la mediterránea y Europa, para formular modelos adaptados a las diversas realidades metropolitanas, y que se configure un relato coherente en relación con el despliegue de las actividades en torno al turismo a escala metropolitana, donde cada particularidad reconozca su función en el conjunto.

EL PLAN ESPECIAL URBANÍSTICO DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS (PEUAT). UNA HERRAMIENTA CONTINGENTE PARA REGULAR EL TURISMO

TONET FONT
UPC-ETSAB

AURORA LÓPEZ
Ayuntamiento de Barcelona

ROGER CLOT
Arquitecto

Resumen

Este artículo expone los detalles del Plan Especial Urbanístico de Alojamientos

Turísticos (PEUAT) así como los límites de su aplicación en el marco urbanístico metropolitano. El PEUAT, iniciado en 2015 y aprobado en 2017 ha sido uno de los instrumentos más innovadores y controvertidos que se han realizado en Barcelona para regular la actividad turística, en concreto los alojamientos turísticos. Sin embargo, las limitaciones que impone el marco de un Plan General Metropolitano ya desfasado a las demandas de la ciudad actual, así como un marco jurídico controvertido, convierten al PEUAT en una herramienta contingente que aborda insuficientemente una dinámica transformadora clave para la ciudad. El Plan Director Urbanístico, actualmente en redacción, se convierte en el marco necesario para superar las limitaciones y dar un mejor encaje a las actividades y prácticas turísticas en Barcelona y su entorno metropolitano.

Palabras clave: PEUAT, turismo, alojamientos turísticos, urbanismo.

1. Introducción: Barcelona, ciudad turística sin un encaje urbanístico actualizado

La transformación de Barcelona en ciudad turística es uno de los rasgos más definitorios de la evolución de la ciudad en los tres últimos decenios: Barcelona pasó de ser la destinación de un millón setecientos mil turistas en 1990 hasta los diecisiete millones y pico actuales (Ayuntamiento de Barcelona, 2017a). Los alojamientos turísticos, todavía muy escasos en la ciudad cuando en 1986 presentaba su candidatura olímpica, representaban, en 2018, 154.300 plazas reguladas de alojamiento (Ayuntamiento de Barcelona, 2019).

No se puede decir que el enorme crecimiento de la actividad turística en la ciudad y de sus impactos haya sido ajeno a la voluntad pública. El proyecto urbano pre y post olímpico que configuró la transformación de una ciudad industrial, actuando ante los síntomas claros de crisis y obsolescencia de la estructura productiva desde mediados de la década de los 70, convierte el sector servicios, y en concreto la actividad turística, en piedra angular del nuevo modelo urbano (López Palomeque, 1995, 2015; y Palou, 2012). La apuesta política de convertir Barcelona en una destinación urbana se concreta tanto en las transformaciones urbanísticas, como en la promoción exterior de la ciudad, en la renovación y el aumento de capacidad de viajeros del aeropuerto y el puerto, o la especialización y atención a la 'economía del visitante' en las áreas centrales de la ciudad, y en la renovación y aumento de los espacios destinados a ferias y congresos.

La Barcelona actual no se podría entender sin las políticas de promoción económica y las enormes inversiones, mayoritariamente públicas, que las han acompañado y todavía las acompañan –ampliación aeroportuaria y portuaria, ampliación de espacios feriales, etc.–, reforzadas a nivel global por el crecimiento actual y previsto del número de turistas. Sin embargo, durante décadas, estas políticas de promoción económica y de atracción de visitantes y de inversiones no han ido acompañadas de una reflexión urbanística integral (e integradora) en torno al turismo, y en especial de los alojamientos (véase el artículo de Pié y Vilanova en este mismo número). Una reflexión que aparece en los últimos años surgida en buena parte por el debate público en torno a las externalidades del turismo, así como de la movilización social de rechazo a los efectos de la *gentrificación turística* (Arias Sans, 2018; Cocola-Gant, 2018), la masificación

del espacio público, o la sustitución del tejido comercial.

La respuesta desde las herramientas urbanísticas, en particular con respecto a la regulación de las actividades turísticas y a su peso en el equilibrio urbano, están limitadas por un marco regulador controvertido y por la especificidad barcelonesa de un planeamiento general –el Plan General Metropolitano–, con 43 años ya de vigencia en 2019, que es poco adecuado para dar respuesta a dichas cuestiones de forma integral. La metrópolis de Barcelona, que redactaba en 1974 lo que tenía que ser su planeamiento general, poco podía sospechar el peso que adquiriría el turismo a partir de los años 90 como hecho distintivo del futuro que pretendía esbozar. Hoy, la planificación urbana y metropolitana no puede dejar de considerar las actividades turísticas como hechos centrales para garantizar la cohesión, sostenibilidad, redistribución y gobernanza democrática del nuevo modelo urbano.

Adaptarse a los retos que impone la nueva realidad urbana reclama poder disponer de instrumentos urbanísticos con capacidad de dar encaje a las actividades turísticas, superar la presente fase de contingencia y alinearse con los retos estratégicos del futuro metropolitano. El presente artículo pretende repasar las limitaciones que tanto el actual marco jurídico como el planeamiento vigente imponen a quien tiene que planificar la ciudad y regular los usos, así como abordar aquellos cambios imprescindibles que deberían ser tenidos en cuenta en la actual redacción del Plan Director de Urbanismo Metropolitano (PDUM) –y el POUM que lo despliegue– para abordar la ordenación física de la ciudad y garantizar los equilibrios de usos y actividades.

2. (Re)conocer el turismo desde el urbanismo

Los instrumentos urbanísticos –ya sean planes generales, planes parciales o especiales, ordenanzas, etc.– deben abordar la ordenación física de la ciudad y promover el desarrollo sostenible, garantizando así los equilibrios de usos y actividades que cada vez son más variables, temporales e híbridas, y que no requieren tipologías de edificios concretas ni de condiciones específicas para poder ser desplegadas. La amplitud de las actividades turísticas que, a diferencia de otras actividades, tienen la capacidad de definir y transformar por sí solas ciudades enteras, suponen un enorme reto en su definición y regulación para garantizar los objetivos propios de las herramientas urbanísticas.

La regulación de los alojamientos turísticos es un aspecto clave en el despliegue del nuevo Plan Estratégico de Turismo 2020 de la ciudad, que se concreta en 10 programas, 30 líneas de actuación y cerca de 100 medidas, una de las cuales es el mismo PEUAT. El enfoque integral del Plan Estratégico de Turismo (Ayuntamiento de Barcelona, 2017c) modula y complementa las limitaciones propias de las herramientas urbanísticas al abordar la complejidad y la riqueza, pero también la difícil definición en clave urbanística, de las actividades turísticas.

El PEUAT tiene como objeto elaborar un modelo de ordenación y de gestión integral de los alojamientos turísticos. Por primera vez el conjunto de los alojamientos turísticos de la ciudad han sido censados y analizados en su conjunto, visto su peso específico y sus impactos en la ciudad –con la excepción de las habitaciones de alquiler turístico, todavía pendientes en 2019 de su regulación por parte de la Generalitat de

Catalunya. El PEUAT supone, pues, la superación de otras herramientas parciales de regulación de los alojamientos turísticos formuladas anteriormente, ya sea referidas a tipos concretos de alojamiento –como el caso del Plan Especial Urbanístico para la ordenación de las Viviendas de Uso Turístico en la ciudad de Barcelona (PEUHUT) aprobado inicialmente en octubre de 2014–, ya sea referidas solo a algunos ámbitos centrales de la ciudad como en el caso de Ciutat Vella, que incorporaría la regulación en sus sucesivos planes de usos.

En buena medida, la recuperación del crecimiento económico posterior a la crisis de 2008 se basó en el fortalecimiento de la ‘economía del visitante’ y en las ventajas por parte de inversores de toda una serie de cambios legislativos diseñados para favorecer las nuevas actividades e inversiones, como las llamadas leyes ómnibus (9, 10 y 11/2011 y 2, 3 /2012), que facilitaron la obtención de licencias de actividades sin control previo por parte de la Administración a través de comunicados, o los cambios en la fiscalidad de las herramientas de inversión inmobiliaria (SOCIMIs, SICAVs, Golden Visa, etc.). Así, la multitud de iniciativas privadas –concentrada sobre todo en los barrios de mayor afluencia turística de la ciudad– se verían beneficiadas por la desregulación urbanística en pro de la simplificación y la agilización administrativa de los trámites.

Aunque el malestar era creciente en numerosos barrios, la administración Trias (2011-2015) se resistió a introducir cambios con el fin de modular el inédito crecimiento de los alojamientos turísticos, siendo la regulación parcial en 2014 a través del PEUHUT la única respuesta (Ayuntamiento de Barcelona, 2014).

El PEUHUT procuraba dar una respuesta, aunque parcial y tardía, al incremento inédito del otorgamiento de nuevas licencias de actividades de viviendas de usos turísticos entre 2011 y 2014 y al cambio de percepción por parte de la opinión pública mayoritaria de los impactos del turismo sobre la vida cotidiana en los barrios. Más allá de las evidentes molestias que generaban las viviendas de uso turístico sobre el vecindario, el debate se situó, ya a partir de 2012, en los impactos del turismo sobre el mercado de alquiler de la vivienda, la masificación del espacio público y los intensos cambios que se observaban en los barrios más centrales de la ciudad.

Por primera vez en 2015 el turismo apareció entre las primeras preocupaciones de la ciudadanía en el conjunto de la ciudad. Ya entonces, el 50% de las plazas de alojamiento se concentraban en tan solo el 17% del territorio, donde la población flotante ya superaba a la residente; las licencias en trámite pretendían aumentar en un 20% el número de alojamientos existentes, ubicándose mayoritariamente en los barrios y entornos más saturados; en buena parte los nuevos alojamientos turísticos estaban suponiendo la sustitución de viviendas mayoritariamente de alquiler, en barrios que estaban experimentando a la vez un declive poblacional y un aumento sostenido y sin precedentes de los precios de alquiler, que había crecido el 15% anual en los tres años anteriores (2012-2015). Aunque el PEUHUT aprobado inicialmente en 2014 había congelado el número de licencias de viviendas de uso turístico, la ciudad no disponía todavía de un sistema efectivo de detección, inspección y sanción de las viviendas de uso turístico ilegales que se contaban por miles.

Durante la campaña de las elecciones municipales de 2015, el cuestionamiento

del ‘modelo turístico’ en general y la limitación y las nuevas condiciones que habría que imponer a los alojamientos turísticos adquirió protagonismo; como resultado del cambio de gobierno municipal, las demandas vecinales y de movimientos asociativos se pusieron en el centro del debate político. Era preciso superar una visión *business friendly* con un nuevo enfoque centrado en la vida cotidiana de los vecinos y de los barrios. Con todo, en julio de 2015, el gobierno municipal entrante aprobó una suspensión de licencias para iniciar la redacción del PEUAT y presentó la Medida de Gobierno sobre el impulso del proceso participativo sobre el modelo turístico de Barcelona, que proponía abordar el problema del turismo de una forma global, iniciando la reflexión que desembocaría en el Plan Estratégico de Turismo y desplegaría tanto el plan de choque de inspección de alojamientos turísticos como el mismo PEUAT.

La suspensión de licencias fue recibida con fuertes críticas por parte de sectores económicos y algunos grupos políticos de la oposición, que vieron la medida excesiva con respecto al impacto atribuido a la economía de la ciudad. Durante el proceso de formulación previo a la aprobación inicial, el rechazo frontal inicial evolucionó y se concretó en los detalles sobre cómo tenía que ser dicha regulación, fruto en buena parte del impulso del debate ciudadano y de la innegable presión ciudadana en numerosos barrios, y de la opinión pública a favor de gobernar el turismo.

3. Equilibrio, controversia y contingencia: los planes especiales de usos

La elección de la figura del plan especial como herramienta para la generación de un modelo de ordenación y de gestión integral de los alojamientos turísticos supone una mayor agilidad en la formulación, aprobación y puesta en marcha del plan respecto a una modificación y/o revisión de Plan General Metropolitano, pero también evidentes limitaciones tanto en relación con su alcance como con la posibilidad de definir reglas de retorno social y de compensación urbanística de los nuevos usos. En tanto que herramienta de planeamiento derivado, de acuerdo con la definición que hace la legislación urbanística vigente, los planes especiales de usos solo pueden ‘acotar’ y ‘precisar’ la implantación de actividades (usos) por razones de interés general con más detalle que el planeamiento general que despliegan.

La ciudad dispone de una amplia experiencia en la redacción de planes de usos –como es el PEUAT–, que han sido redactados desde los principios de los años 2000 como despliegue y concreción del Plan General Metropolitano de 1976, bajo el paraguas de la Carta de Barcelona, que reconoce esta figura específica del plan especial. Esto responde en buena parte a la naturaleza misma del Plan General Metropolitano, que si bien define con mucho detalle las características volumétricas de la edificación y de delimitación de los espacios y sistemas públicos, es bastante impreciso en la definición de los usos privados no industriales, y permite, de hecho, en la mayoría de las claves urbanísticas destinadas principalmente a vivienda los usos comerciales, de oficinas y de alojamiento turístico como usos complementarios. Esta deseada flexibilidad diferencia el planeamiento general barcelonés de la mayoría de los planes generales del resto de ciudades del estado y europeas, todos ellos posteriores y, por lo tanto, concebidos ya bajo una percepción distinta de la ciudad postindustrial y del rol e

impacto de las oficinas, el comercio y el alojamiento turístico dentro de los tejidos principalmente residenciales (terciarización de los tejidos residenciales).

Con el objetivo de regular y ordenar la ubicación de los establecimientos de concurrencia pública y hostelería, distintos distritos, de forma independiente, han ido redactando y aprobando sucesivos planes especiales que, atendiendo a las características de las actividades económicas objeto de regulación, así como a la problemática propia de cada tejido urbano, establecen las condiciones de implantación de las actividades, sopesando las condiciones de equilibrio entre buscar la dinamización y la renovación del sector económico implicado, y redistribuir y equilibrar los usos en el territorio y respetar, cuando no reforzar, la vida diaria de vecinos y vecinas de los tejidos que tienen que mantener su carácter residencial de manera preferente.

Ya a nivel del conjunto de la ciudad, la concesión acelerada de licencias vía comunicado para el establecimiento de nuevas viviendas de uso turístico, que en solo 3 años pasaron de 824 (2011) a las actuales 9.606 (vigentes desde 2014), impuso una primera reflexión sobre los impactos que la acumulación de esta tipología de alojamiento generaba, tanto sobre las viviendas, como en los tejidos donde más habían proliferado, y que concluyó en la congelación total de la concesión de nuevas licencias con la aprobación del PEUHUT. Esta primera aproximación sectorial al conjunto de la ciudad, aunque centrada solo en un tipo de alojamiento, resultó claramente insuficiente ante una expansión también sin precedentes de las otras fórmulas de alojamiento y dio pie al PEUAT como primera aproximación a un modelo integral de análisis, de ordenación y, en menor medida, de gestión del conjunto de los alojamientos turísticos.

La historia y la evolución de los planes de usos en la ciudad han sido azarosas: si bien, por un lado, han sido cada vez más comunes y se han extendido a más territorios, como respuesta recurrente a la incapacidad del PGM de concretar un equilibrio entre usos y derechos debido a su indefinición de partida, también, por el otro, han sido fuente de numerosos litigios entre privados y administración pública, ya que procuran definir un equilibrio entre derechos –el de libre empresa, el de descanso de los vecinos, el derecho a la vivienda, etc.– siempre abiertos a interpretaciones y a redefiniciones vía sentencia judicial. Son numerosas las sentencias en ambos sentidos –favorables y contrarias a las disposiciones de los planes de usos– que han ido estableciendo jurisprudencia en relación con las herramientas y medidas que dichos planes pueden aplicar. De forma general, se podría afirmar que, en la mayoría de los casos, la jurisprudencia admite la capacidad de regular la ubicación y la ‘densidad’ de las actividades reguladas en el conjunto, pero ha ido invalidando otras herramientas incorporadas en los planes de usos, como el traslado condicionado de licencias desde zonas saturadas a zonas menos saturadas, o condiciones añadidas a ciertas licencias de obras y actividades. Así, la promesa de redistribuir y equilibrar en el territorio y poder, por lo tanto, corregir las saturaciones excesivas preexistentes va quedando fuera del alcance de los planes de usos, cuyo papel es, pues, preventivo, pero muy difícilmente correctivo o redistributivo.

Seguramente la aprobación de la Directiva de Servicios Bolkenstein (Directiva 2006/123/CE) y sus correspondientes

transposiciones estatales y autonómicas hayan representado el momento más significativo en el cambio de concepción de las competencias, capacidades y herramientas que se pueden desplegar desde un plan de usos, las cuales no son definidas y reguladas como otras herramientas urbanísticas en la legislación y reglamentación sectorial (Ley de Urbanismo y Reglamento de Urbanismo). Esta querida flexibilidad en cuanto a los objetivos y elementos que puede precisar un plan especial termina debilitándose cuando concurren otras legislaciones sectoriales, como es el caso.

La Directiva de Servicios, en una visión amplia, admite que la protección del medio ambiente y del entorno urbano pueden ser razones imperiosas que prevalezcan por encima de la libertad económica, pero en sus transposiciones e interpretaciones dicho principio no siempre ha sido recogido. Sirva como ejemplo el posicionamiento de la Autoridad Catalana de la Competencia (ACCO) en su *Nota sobre la aprobación definitiva del PEUAT de Barcelona*, de 13 de julio de 2017, en la que parte de la consideración de que el PEUAT “aunque sea formalmente un instrumento urbanístico, es materialmente una regulación de carácter económico del sector del alojamiento turístico”. Su conclusión es, pues, previsible: la nueva regulación de la implantación de establecimientos de alojamiento turístico supone levantar barreras a la entrada para potenciales nuevos agentes en el mercado barcelonés, y, limitando la oferta, comportará un aumento de los precios del alojamiento turístico. Con respecto a la incidencia de los alojamientos turísticos en el precio de la vivienda, la ACCO no niega tajantemente que puedan incidir en la conformación de los precios de la vivienda, y particularmente de alquiler, pero considera que no está lo suficientemente acreditado que el aumento de los alojamientos turísticos sea causa directa y ‘única’ del incremento de las rentas del alquiler de Barcelona.

Si bien no es objeto de la Autoridad Catalana de la Competencia razonar sobre el equilibrio de los diferentes derechos concurrentes a los cuales tiene que dar respuesta todo documento urbanístico, sí que representa bien el desafío que se le presenta a la autoridad municipal y al planificador a la hora de justificar limitaciones de carácter técnico a actividades económicas, que son a menudo entendidas como barreras y límites a la libre competencia y no como condiciones ‘imprescindibles’ para su correcta inserción urbana. De hecho, por bien que el considerando noveno de la misma Directiva de Servicios exime parcialmente a las herramientas urbanísticas de la aplicación de la propia directiva, el Manual sobre la transposición de la Directiva elaborado por la Comisión Europea argumenta que “el mero hecho de que se dé a tales normas una denominación específica, por ejemplo, como normas urbanísticas, o que los requisitos se formulen de un modo general, es decir, que no se dirijan de forma específica a los prestadores de servicios, no basta para excluirlas del ámbito de aplicación de la Directiva [de Servicios]. Así, al transponer la Directiva, los Estados Miembros deberán tener en cuenta que las *normas urbanísticas* o las *ordenanzas de construcción* pueden contener requisitos que regulen de forma específica actividades de servicios y que, por lo tanto, están afectados por la Directiva de Servicios” (apartado 2.3.2). Así pues, existe una difícil delimitación ‘material’ entre norma urbanística y regulación de la actividad económica, fuente de creciente litigiosidad, ya que es objeto de la regulación de unidad

de mercado “fiscalizar toda actuación administrativa –incluida la urbanística– que establezca límites al acceso o al ejercicio de actividades económicas” (artículo 27 de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de Garantía de la Unidad de Mercado).

Cabe decir que si bien la legislación sectorial económica y de la competencia no es fuente ni única ni suficiente para interpretar y regular los planes urbanísticos –ya que los planes urbanísticos contienen, por habilitación legal, determinaciones urbanísticas que especifican las obligaciones o, por el contrario, prohibiciones que deben respetar los particulares– difícilmente los planes de usos pueden ir más allá de la mera decisión de permitir (o no) la implantación de una actividad económica concreta en un punto determinado, sin poder establecer otras condiciones o reglas de juego –que permitan el traslado de una licencia para reducir la saturación en un entorno, por ejemplo, o acotar de forma específica tipologías o modalidades de actividades turísticas que favorezcan prácticas más sostenibles. Por otro lado, habrá que acreditar de manera fehaciente, y sin ningún tipo de duda, la relación entre la actividad económica y el efecto adverso que se pretende evitar, lo que requiere un análisis exhaustivo y el establecimiento de relaciones, causas y consecuencias precisas en un entorno complejo y multifactorial como lo es necesariamente la ciudad.

4. Objetivos y propuesta de regulación del PEUAT

Los objetivos del documento final del PEUAT se concretan en el mantenimiento de una mixtura de usos equilibrada, en todos los tejidos de la ciudad, mediante la intervención de los poderes públicos que aseguren el necesario equilibrio entre usos residenciales y turísticos; favorecer el derecho a la vivienda, evitando que los usos de alojamiento turístico (y otros) puedan sustituir el uso de la vivienda, garantizando de este modo que el parque de viviendas existente se destine exclusivamente a la población permanente; sumar en la mejora de la calidad del espacio público y minimizar la presión del turismo sobre dicho espacio; evitar distorsiones en la convivencia ciudadana y en el descanso de los residentes; favorecer los objetivos de movilidad sostenible; atender a las características físicas y morfológicas de los tejidos urbanos y sus capacidades, modulando la implantación de los establecimientos de alojamiento urbanístico de acuerdo con las características de cada trama urbana; y, finalmente, fomentar el desarrollo económico sostenible de las actividades, preservando los derechos de libertad de establecimiento promovidos por las directivas europeas y las leyes estatales y autonómicas que las despliegan, haciéndolas compatibles con condiciones urbanísticas de implantación que garanticen el interés general.

La amplitud de los objetivos del plan así como la necesidad de definir de forma precisa los impactos del alojamiento turístico y acotar de forma rigurosa las condiciones de implantación urbanística fue una condición necesaria, con el fin de no contradecir los mandatos comunitarios de libertad de establecimiento de empresa de las directivas europeas y sus transposiciones ya desgranadas anteriormente. Además, el documento impone un marco de análisis muy exhaustivo en relación con la incidencia de la población ‘flotante’, la incidencia del turismo sobre el espacio público y, finalmente, la comprensión de los efectos de los alojamientos turísticos en relación

con las características morfológicas de los tejidos urbanos. Con todo, hay que tener presente que la regulación de la implementación de nuevos alojamientos no era el objetivo en sí mismo, sino que se convertía en una condición necesaria por garantizar otros objetivos generales de la ciudad.

Desde estas premisas 'restringidas' sobre la potestad y capacidades de un plan de usos, el PEUAT determina la existencia de cuatro zonas específicas en la ciudad delimitadas de acuerdo con los factores especificados en el análisis y que, en definitiva, valoran la capacidad de los tejidos urbanos de acoger, o no, nuevos establecimientos de alojamiento turístico en función de la intensidad de la oferta ya presente, de la saturación del espacio público, de la morfología urbana o bien de la destinación urbanística preferente del correspondiente ámbito (figura 1).

Con respecto a la división de la ciudad por zonas en relación con la densidad ya presente de alojamientos turísticos, los ámbitos más centrales de la ciudad se agrupan en torno a la idea del 'decrecimiento natural'. La Zona Específica 1 (ZE-1), en terminología del PEUAT, integra el distrito de Ciutat Vella, los barrios de las antiguas Izquierda y Derecha del Eixample, Sant Antoni, el Poble Sec y la Vila de Gracia. En esta zona no se admite la implantación de nuevos establecimientos ni tampoco la ampliación de plazas de los establecimientos existentes.

La primera corona perimetral en relación con el anterior ámbito se configura como zona de 'mantenimiento' o equilibrio, donde la implantación de un nuevo establecimiento requerirá el cumplimiento de forma conjunta de determinadas condiciones, puesto que son ámbitos ya muy próximos a su saturación. Esta zona, la Zona Específica 2, incluye buena parte de los barrios de Barcelona: Nova Esquerra del Eixample, Sagrada Família, Fort Pienc, la Font de la Guatlla, Hostafrancs, Sants, les Corts, Sant Gervasi-Galvany, parte de los barrios del Putxet y el Farró y de Vallcarca y els Penitents, la Salut, el Camp d'en Grassot y Gràcia Nova, el Baix Guinardó, los barrios de la Vila Olímpica del Poblenou, el Parc y la Llacuna del Poblenou, el Poblenou y Diagonal Mar y el Frente Marítimo del Poblenou, excluyendo el ámbito de la MPGM para la renovación de las zonas industriales del Poblenou - distrito de actividades 22@ BCN.

La segunda corona perimetral, ya más alejada del centro de la ciudad y con menor presión de las actividades turísticas, se configura como zona de 'crecimiento sostenido', donde la implantación de un nuevo establecimiento o ampliación de uno existente se somete a una condición de densidad máxima de plazas en esta zona, admitiendo un incremento moderado de la densidad. Esta zona, la 'Zona Específica 3', corresponde al resto de suelo urbano no incluido en las zonas ZE1 y ZE2, aparte de las zonas de actuación específica 4 (ZE-4) de la Marina del Prat Vermell (subzona 4a), la Sagrera (subzona 4b) y el ámbito del 22@ (subzona 4c).

Por último, la Zona Específica 4 (ZE4) incorpora tres ámbitos –la Marina del Prat Vermell, la Sagrera y el 22@– que han sido objeto de planeamiento urbanístico derivado específico y que se encuentran en proceso de desarrollo. En tanto que las tres se despliegan a través de modificaciones de Plan General Metropolitano que pueden determinar de forma más precisa las condiciones de los alojamientos turísticos y, por lo tanto, sus impactos, merecen un

tratamiento especial, que se concreta en el caso de la Marina añadiendo condiciones de implantación que aseguran el equilibrio entre población flotante y población residente; en la Sagrera se respetan las determinaciones de planeamiento vigente respecto al techo máximo con uso exclusivo hotelero (en este caso previsto de forma diferenciada del techo de oficinas y de viviendas, a diferencia de lo que sucede en buena parte del suelo urbano consolidado de la ciudad). En el 22@ se establecen condiciones de densidad máxima de plazas en función del tamaño del establecimiento.

Por otro lado, el Plan Especial Urbanístico delimita unas Áreas de Tratamiento Específico (ATE) en función de características específicas de los tejidos de los cascos antiguos de Sants, les Corts, Sarrià, Horta, Sant Andreu, Camp del Arpa, Poblenou, Farró, Sant Ramon Nonat y Vilapicina. La singularidad de sus características urbanísticas comporta un tratamiento especial dentro de la zona donde se ubican, que consiste en unas condiciones de implantación más restrictivas que en el resto de sus respectivas zonas específicas, en atención a las características morfológicas de estos tejidos.

El PEUAT regula de forma específica las condiciones urbanísticas de emplazamiento de los establecimientos destinados a alojamiento turístico, albergues de juventud, residencias colectivas de alojamiento temporal y viviendas de uso turístico, en relación en las condiciones aplicables en cada zona específica (ZE) y a cada Área de Tratamiento Específico (ATE) en su normativa. Ya que la consideración de ampliaciones y/o nuevos alojamientos dependerá de la densidad ya presente en cada entorno, resulta imprescindible la creación de un censo para cada una de las zonas, que debe mantenerse constantemente actualizado y que tiene que estar disponible *online* con el fin de que sea de conocimiento público.

Por último, se establecen una serie de disposiciones transitorias, adicionales y finales. Las disposiciones transitorias hacen referencia al régimen aplicable a las solicitudes en trámite en el momento de aprobación definitiva del Plan, así como a aquellos establecimientos de alojamiento turístico y viviendas de uso turístico existentes previamente a la suspensión de licencias que resulten disconformes con las determinaciones del PEUAT. Las disposiciones adicionales hacen referencia a casos específicos heredados de planeamientos parciales y sectoriales que quedan sin aplicación con la aprobación del Plan, así como a las actividades excluidas, a la adecuación del censo y a las actividades complementarias.

La disposición final primera prevé que con la entrada en vigor del Plan Especial Urbanístico quedarán sin aplicación las determinaciones establecidas en los diferentes planes especiales y planes de usos de establecimientos de concurrencia pública que hayan sido aprobados con anterioridad a su publicación en aquello que regulan las actividades que son objeto del PEUAT.

El PEUAT incorpora, asimismo, una serie de causas que motivarán su revisión: cuando proceda ajustar sus determinaciones en función de las previsiones que resulten de planes estratégicos, como el Plan de la Vivienda o el Plan Estratégico de Turismo; cuando así lo aconseje la valoración de sus efectos en el plazo de cuatro años de su entrada en vigor; y, finalmente, cuando en el plazo máximo de dos años desde su entrada

en vigor se hayan alcanzado las tres cuartas partes de la previsión de crecimiento para la Zona Específica ZE3.

A pesar de las limitaciones que impone el formato de plan especial, debe destacarse la importancia del hecho de que el PEUAT proteja todas las viviendas preexistentes a fecha 1 de julio de 2015, lo cual es un hecho inédito desde la entrada en vigor del Plan General Metropolitano y supone una inflexión en la protección efectiva desde las herramientas urbanísticas del derecho a la vivienda. Si bien ha recibido algunas críticas por la insuficiencia del ámbito –todo el término municipal de Barcelona– respecto a un fenómeno que desborda los límites municipales, resulta poco creíble, vista la multiplicidad de identidades, situaciones concretas y proyectos políticos del conjunto de los municipios del Área Metropolitana de Barcelona, que se reclame una regulación única para el conjunto de los municipios, aparte que atentaría contra el principio de autonomía local.

En definitiva, el PEUAT es una herramienta útil para impulsar el modelo de ciudad que se propugna desde el gobierno municipal y desde la mayoría progresista que le ha dado apoyo, pero contingente, aunque ha agotado al máximo las capacidades de una herramienta urbanística como es un plan especial. Quedan pendientes, tanto disponer de mecanismos efectivos para poder abordar el decrecimiento real de los alojamientos en las zonas más saturadas, como poder recuperar las plusvalías de unos usos urbanísticos (y de unas actividades) mucho más rentables que la vivienda. Esto, sin embargo, no es posible en el marco del PGM: es necesario superar la contingencia y abordar de forma decidida la formulación de un nuevo planeamiento general (PDU y POUM que lo despliegue) para poder disponer de instrumentos urbanísticos con capacidad de dar encaje a las actividades turísticas y alinearse con los retos estratégicos del nuevo 'modelo urbano'.

5. Superar el PEUAT: apuntes y aprendizajes para el nuevo PDU metropolitano

Si bien el PEUAT representa una práctica innovadora y potente como modelo integral de análisis, de ordenación y, en menor medida, de gestión del conjunto de los alojamientos turísticos, y ha demostrado ya su solidez jurídica en dos sentencias ya dictadas, es innegable que presenta limitaciones relevantes para dar el mejor encaje posible a la contribución de los alojamientos turísticos en el nuevo modelo urbano barcelonés. Este hecho tiene mucho que ver con la naturaleza de urbanismo 'defensivo', que no proactivo, de la figura de los planes de usos, pero sobre todo con la obsolescencia del Plan General Metropolitano, claramente desfasado 43 años después de su entrada en vigor, para poder definir a un modelo urbano ajustado a las necesidades y demandas actuales.

La redacción y aprobación del nuevo Plan Director Urbanístico del Área Metropolitana (PDUM) de Barcelona y su despliegue en planes de ordenación urbanística municipal para cada uno de los municipios de su ámbito, que tienen que dar reliev de forma urgente al Plan General Metropolitano, se convierten pues en piezas clave al repensar, también, el encaje de las actividades turísticas en el modelo contemporáneo de ciudad. Hay que aprovechar, pues, la oportunidad para decidir cuál puede ser su contribución a la diversidad urbana, a la convivencia de usos y a la coexistencia de las diferentes actividades económicas, así como al blindaje de los derechos

ciudadanos a la vivienda, al descanso y a la intimidad, a la movilidad sostenible, a un espacio público equilibrado y de calidad y a un medio ambiente saludable.

El nuevo PDU Metropolitano deberá ser capaz de dar encaje, cuando menos, a tres temas centrales: la ordenación y la gestión de los espacios abiertos metropolitanos, que tienen que ser concebidos como elementos estructurantes y finalistas y no elementos relativamente ajenos a lo urbano, incluso expectantes frente a crecimientos previstos; la revisión del papel de las infraestructuras, trascendiendo la priorización de la movilidad rodada privada en favor de modas sostenibles de movilidad, y aumentando la resiliencia y sostenibilidad del conjunto del territorio, reduciendo los impactos y los consumos materiales, energéticos y de agua; y por último, la redefinición de los asentamientos urbanos, que no pueden basar las soluciones a sus necesidades en la extensión urbana, sino en la regeneración estableciendo elementos y proyectos urbanos de reequilibrio territorial basados en ciudades y pueblos que preserven el derecho a la vivienda, la diversidad urbana y la convivencia de usos en tejidos urbanos con mixtura de usos. Visto el peso presente y previsible a futuro de las actividades turísticas y de ocio como prácticas estructurantes en la forma de habitar territorio y ciudad –y consecuentemente de los alojamientos turísticos–, su contribución a la conformación, funcionamiento y financiación de este nuevo modelo territorial no puede ser de nuevo ‘asimilada’ a los usos de vivienda y de oficinas como establecía el PGM. La calidad y el futuro tanto de los espacios abiertos metropolitanos, como de las infraestructuras, como de los asentamientos, dependen de ello.

El nuevo POUM, aparte de desplegar los objetivos y determinaciones que le vengán indicadas por parte del PDU, tendrá que repensar en profundidad las claves urbanísticas frente a actividades cada vez más variables, temporales e híbridas, que no requieren tipologías de edificios concretas ni condiciones específicas para poder ser desplegadas, en particular con respecto al uso residencial y la garantía del derecho a la vivienda; también tendrá que determinar dónde se ubican dichas actividades, cómo se reduce su impacto y cómo se incrementa su retorno social, en definitiva cómo recuperar las plusvalías de estos usos urbanísticos. Con el fin de garantizar el modelo urbano deseado también será necesario establecer las condiciones precisas para la transformación urbanística, los equilibrios territoriales, la calidad de los espacios y servicios públicos y la recuperación de las plusvalías urbanísticas en las transformaciones hacia usos de la ‘economía del visitante’, complementadas necesariamente desde la diversificación económica, y las prácticas conexas en un mundo en creciente escasez de recursos. Será necesario, también, abordar con mayor detalle las características de cada tipo de alojamiento turístico en relación con su medida, modelo e inserción urbana, y pensar en clave de cohesión y retorno social, recogiendo tanto como sea posible el hecho de maximizar los efectos positivos de la actividad turística y minimizar las externalidades negativas, contribuir a desarrollar un turismo responsable y sostenible que incida en la mejora tanto de la calidad de vida de la ciudadanía como de la experiencia de los visitantes e impulsar el proceso participativo sobre el modelo turístico y de los alojamientos turísticos de Barcelona con menos limitaciones que las que impone la figura del plan de usos.

Está en juego la forma de gobernar una ciudad que se ha vuelto turística en muy pocos años, una metrópolis que no está exenta de los retos asociados. Ser una destinación global no tendría que contraponerse a la calidad de la vida de los residentes. Barcelona no puede permitirse poner en riesgo el derecho a la vivienda frente a la sustitución de usos más rentables en el mercado, los turísticos, que transforman de forma irreversible la ciudad y sus prácticas. El urbanismo, en definitiva, debe adaptar el marco jurídico y la práctica de sus herramientas para hacer frente a las dinámicas globales de manera decidida para preservar la vida en la ciudad.

LOS RETOS AMBIENTALES DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE BARCELONA

MARC MONTLLÉ, GUSTAVO RODRÍGUEZ Y NUNO TAVARES

Barcelona Regional

Resumen

Desde los Juegos Olímpicos de 1992, Barcelona ha registrado un crecimiento continuo del turismo. El número de turistas se ha multiplicado por 5, y ha llegado a los 17 millones; y según la Estrategia de Movilidad Turística se calcula que el número de visitantes (turistas y excursionistas) suma 28 millones. Este volumen de viajeros y la actividad asociada comportan, inevitablemente, impactos ambientales y un coste económico para los servicios públicos más afectados, como la seguridad, la limpieza o el transporte público. Este artículo presenta una primera aproximación, con una cuantificación, de los impactos más significativos del turismo en la ciudad de Barcelona. Se estima que el consumo de agua de las plazas turísticas se sitúa entre el 8% y el 12% del consumo total de la ciudad, y el consumo de energía final, en el 7,6% del consumo energético total. En cuanto a los residuos generados por los alojamientos turísticos, se estima que representan el 9,1% de los residuos totales de la ciudad. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que existe una falta de datos ambientales vinculada a la actividad turística, especialmente en el caso de los residuos. El artículo hace referencia, también, al primer cálculo de la huella de carbono del turismo en un entorno urbano, y estima en 96,9 kg/CO_{2eq} la huella de cada visitante por día en Barcelona.

Palabras clave: Turismo, externalidades ambientales, Barcelona, huella de carbono.

1. Introducción

1.1. Objetivo

El presente artículo pretende poner el foco en los impactos ambientales del turismo en la ciudad de Barcelona e identificar los principales retos ambientales de la destinación. Por un lado, intenta contribuir con una cuantificación, a partir de los datos disponibles, de las principales externalidades ambientales del turismo urbano en Barcelona. Por otro lado, intenta poner luz en los vacíos de conocimiento y en los flujos ambientales más problemáticos, y contribuir así con una diagnosis más fiable en la construcción de propuestas más concretas y específicas.

El artículo está dividido en cuatro partes. La primera parte, introductoria, que define

el objetivo y delimita el ámbito de estudio, va seguida de una segunda parte que contextualiza el fenómeno turístico en Barcelona acompañada de una reflexión sobre el concepto de ‘turismo sostenible’ y el impacto del cambio climático en el turismo global. La tercera parte trata de las externalidades ambientales del turismo relativas al consumo de agua, consumo de energía, generación de residuos, ruido, espacio público, huella de carbono, aeropuerto y cruceros. El artículo finaliza con las principales conclusiones del estudio.

1.2. Definición del ámbito

La definición de los límites del objeto de estudio es una tarea esencial para una comprensión plena de los resultados y de las conclusiones de cualquier investigación. Si esta premisa se aplica al caso del turismo, todavía se vuelve más evidente. El turismo presenta un carácter difuso, pero al mismo tiempo se encuentra simultáneamente interrelacionado con muchos otros ámbitos y sectores, lo que dificulta su delimitación. Así, las actividades turísticas no son exclusivas de los visitantes, ni las infraestructuras por donde transcurre el fenómeno turístico son exclusivamente turísticas. Ciertamente, la frontera entre una actividad turística y otra no turística puede resultar poco clara. Este hecho resulta especialmente difícil en la cuantificación de las externalidades ambientales, así como de sus impactos directos, indirectos o inducidos. La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (WTO) define como ‘visitante’ a una persona que viaja a una destinación principal distinta de su entorno habitual, por un tiempo inferior a un año y que no está empleada por ninguna entidad del país receptor (World Tourism Organization of United Nations, 2008, p. 110). Además, distingue entre ‘turista’ si pernocta en la destinación, y ‘excursionista’ en el caso de que visite la destinación sin pernoctar. Para la definición de los límites de los productos (o actividades) turísticos, se adoptarán dos criterios, también definidos por la WTO, en que:

1. “El gasto turístico en el producto debe representar una parte importante del gasto total turístico”, y
2. “El gasto turístico en el producto debe representar una parte importante de la oferta del producto en la economía. Este criterio supone que la oferta de un producto turístico se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes” (World Tourism Organization of United Nations, 2008, p. 108).

1.3. Metodología

La elaboración del presente artículo se ha basado en investigación bibliográfica a partir de documentos de referencia tanto locales como internacionales, así como de bibliografía más específica de acuerdo con los temas tratados. El artículo presenta los resultados obtenidos del Estudio sobre las externalidades ambientales del turismo en la ciudad de Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2019), en el marco del Plan Estratégico del Turismo de Barcelona 2020.

Dentro de este estudio se ha elaborado una encuesta a los alojamientos turísticos sobre aspectos ambientales impulsada por la Dirección de Turismo con la colaboración de la Agencia de Energía de Barcelona para identificar y poder estimar de forma más afinada los consumos metabólicos de las diferentes categorías. La encuesta se ha realizado en 53 viviendas de uso turístico (VUT) y 86 establecimientos turísticos representativos del número real de las

diferentes categorías. Se estima que la encuesta presenta un error inferior al 20%.

Todavía dentro del marco del Plan Estratégico del Turismo, se ha elaborado por primera vez una aproximación a la huella de carbono del sector turístico de la ciudad de Barcelona. La metodología aplicada es la definida por la norma ISO 14040:2006 para el Análisis de Ciclo de Vida (ACV) de productos, procesos y sistemas. Dicha metodología se ha adaptado al ámbito del turismo en la ciudad de Barcelona, en línea con otros marcos metodológicos existentes para el cálculo de la huella de carbono en el ámbito de la ciudad (GHG Protocolo y PAS 2070:2013) y de la organización (ISO 14064-1:2006).

Aparte de las delimitaciones conceptuales y metodológicas, es preciso advertir sobre la falta de datos y fuentes bibliográficas sobre los flujos metabólicos. Esta carencia sobre los indicadores de sostenibilidad del sector turístico más básicos condicionan la extensión del estudio del comportamiento ambiental. Aunque existe un conjunto de indicadores publicados periódicamente en torno al análisis económico, en el caso de las externalidades ambientales, todavía falta una sistematización regular de datos de los indicadores metabólicos que sirvan de base de análisis del sector hacia el camino de la sostenibilidad.

2. Turismo y medio ambiente

2.1. La evolución del turismo en Barcelona

Barcelona consolida su rol prominente como destinación urbana en el circuito mundial a raíz del posicionamiento que le otorgaron los Juegos Olímpicos en 1992. El acontecimiento olímpico simboliza toda la transformación que se inició antes de los Juegos y que se prolongó mucho después, y culminó en una redefinición del discurso y la imagen de la nueva ciudad emergente (Benach, 1993).

Barcelona presentaba características propias que la configuraban con un gran potencial turístico: un clima mediterráneo benevolente, patrimonio histórico con elementos singulares y monumentales, además de ejercer de centro universitario, deportivo y económico del Arco Mediterráneo. La decisión de la administración pública de apostar por el turismo desplegó todo un conjunto de inversiones e iniciativas que catalizaron el desarrollo del turismo con Barcelona como centro gravitacional. Desde entonces, el turismo ha pasado de ser un sector complementario a convertirse en una actividad central para la economía de la ciudad, así como para la misma definición del modelo y la construcción de la metrópolis (López Palomeque, 2015).

Barcelona ha registrado un crecimiento casi constante con respecto al número de turistas en hoteles. En el período reciente (2000-2017), el número de turistas solo ha decaído en los años de más impacto de la crisis económico-financiera, entre 2008 y 2009 y, recientemente, en 2017, el año del atentado terrorista y los hechos del 1 de octubre.

Coincidente con el crecimiento de los turistas en hoteles, ha sido el crecimiento de los pasajeros en el aeropuerto de Barcelona. En 1990 el aeropuerto registró 9 millones de pasajeros y en el año 2018, 50 millones: cinco veces más. La figura 1 muestra la fuerte correlación entre pasajeros en el aeropuerto y turistas en hoteles ($r^2=0,95$, entre 1990 y 2017). De acuerdo con la correlación, se prevé que los 50 millones de pasajeros en 2018 (dato

publicado) corresponderán a 10,7 millones de turistas en hoteles (estimación). No obstante, esta previsión puede estar desviada por la diversidad de oferta en otras tipologías de alojamiento u otros factores coyunturales.

Según la Estrategia de Movilidad Turística (EMT), en 2016, el 82% de los visitantes llegaron en avión. El aeropuerto es la puerta principal del turismo a la gran metrópolis. Estos valores culminan un modelo de internacionalización del turismo que presenta Barcelona como la destinación principal, que los últimos años, sin embargo, ha iniciado un proceso de expansión hacia la región metropolitana, como es el caso de 'Barcelona és molt més'. Estas estrategias visan continuar el mismo modelo de crecimiento del número de turistas, pero ramificado por la gran metrópolis.

2.2 El turismo sostenible

La Organización Mundial del Turismo, organización de promoción turística a nivel mundial, define el turismo sostenible como: el turismo que tenga plenamente en cuenta sus impactos económicos, sociales, y ambientales actuales y futuros, atendiendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida.

Se trata de una definición plana, que no prioriza unos valores sobre otros y que equipara todas las necesidades de cada grupo de interés. Es así, una definición inocua, que probablemente no ayuda suficientemente cuando los distintos intereses entran en conflicto o, incluso, en disputa por los mismos recursos.

El concepto de 'desarrollo sostenible', fuente primaria de la definición de 'turismo sostenible', tiene su origen en los movimientos ecologistas y en la crítica de un crecimiento económico continuo sin respeto a los ciclos biogeoquímicos o ecológicos, que altera los ciclos naturales de forma irreversible y, de este modo, compromete la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras. El concepto inicial de desarrollo sostenible emerge como contraposición a los modelos económicos expansionistas y de economía lineal. Dentro de esta óptica, no se puede entender el turismo sostenible como el continuo aumento del número de turistas de una destinación, o la continua expansión del fenómeno turístico, sin comprometer el desarrollo ambiental o social. Es necesario, pues, conocer los ciclos ecológicos, las condiciones ambientales, los flujos metabólicos, las necesidades sociales y la estructura económica de un territorio para construir un modelo turístico que aporte valor económico, que respete los recursos naturales y las condiciones de las comunidades. Además, hay que tener presente el carácter volátil del turismo, que puede cambiar su demanda por otra destinación por múltiples variables (seguridad, condiciones climáticas, costes). Así, un territorio demasiado dependiente del turismo es un territorio con una baja capacidad de resiliencia, expuesto a un conjunto variado de factores, muchos de los cuales son externos.

Aunque el turismo genera importantes ingresos económicos y alimenta otros sectores productivos –como, por ejemplo, el sector alimentario–, todavía presenta una dificultad para distribuir y fijar la riqueza que genera en el territorio. Casi la mitad del presupuesto de un turista se destina al transporte que, en el caso de Barcelona, corresponde prácticamente todo al transporte aéreo en más de un 53% (Consorcio de Turismo de Barcelona, 2018).

El sector alojamiento, que representa el 19% del gasto del turista, todavía presenta una alta precariedad laboral, con salarios medios más bajos que todos los sectores económicos.

No obstante, el turismo es un importante motor económico tanto local como regional, y sus impactos pueden ser absorbidos o mitigados por el medio receptor, siempre y cuando la intensidad de las actividades turísticas no superen los límites del propio sistema ni alteren sus dinámicas de forma irreversible. Así pues, nos encontramos con la gran paradoja del turismo, en la que el crecimiento constante de visitantes pone en riesgo la competitividad de la destinación debido a sus externalidades.

2.3. Cambio climático y turismo

El 'cambio climático' es la designación atribuida a la variación global del clima de la Tierra. A lo largo de la historia ha habido varios cambios climáticos, pero todos debidos a causas naturales, como variaciones en los parámetros orbitales de la Tierra, impactos de meteoritos o variaciones de la radiación incidente. En las últimas décadas, se ha registrado un aumento de la temperatura media global que ha llevado a la comunidad científica a hablar de un nuevo cambio climático, pero esta vez por causas antrópicas. El aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEH), provenientes esencialmente del uso de combustibles fósiles, es el principal factor que explica esta subida en las temperaturas registradas en las últimas décadas (IPCC, 2014).

El turismo, y en especial el turismo urbano, con un uso intensivo del avión como principal medio de transporte, contribuye de una forma inequívoca al cambio climático. La gran dependencia del avión y sus altas emisiones por cápita comporta que el sector aéreo sea el principal responsable de la huella de carbono dentro de las actividades turísticas, tal y como lo reconoce el estudio de la huella de carbono del turismo en Barcelona que se presentará más adelante.

Por otro lado, el turismo tiene una relación muy estrecha con el clima. Aunque la elección de la destinación turística depende de muchos factores, como la seguridad, los períodos de vacaciones, el coste económico o, incluso, la promoción turística, las condiciones climáticas tienen un papel muy relevante. Así, es muy probable que alteraciones de las condiciones climáticas puedan desencadenar una redefinición del mercado turístico en el ámbito global y un desplazamiento temporal de la demanda en la misma destinación.

Los modelos climáticos actuales indican una subida global de la temperatura que supondría, como consecuencia, un desplazamiento de las condiciones óptimas para el turismo hacia latitudes más altas durante en los meses de verano (figura 2). De acuerdo con el *tourism climatic index* (TCI), índice reconocido por la Agencia Europea de Medio Ambiente, después de la segunda mitad del siglo, las condiciones óptimas para el turismo en la cuenca mediterránea se situarían en la primavera y otoño, y en los meses de verano, las condiciones óptimas se desplazarían hacia el centro y norte de Europa. Este escenario, puede significar, en el caso de Barcelona, una disminución de turistas en los meses de verano y un aumento en primavera u otoño. Tal previsión, implicaría una adaptación de la oferta turística a fin de gestionar esta demanda fuera del período habitual, así como un esfuerzo de la misma ciudad al reducirse los posibles impactos de los visitantes.

Recientemente el Ayuntamiento de Barcelona ha publicado el Plan Clima para hacer frente a los posibles impactos del cambio climático. En dicho plan se prevé un aumento de la temperatura, en todos los escenarios climáticos, que puede llegar a subir +3 °C en un escenario pasivo (sin medidas), o +1,7 °C en un escenario dentro del acuerdo de París. También se pronostica una disminución de la precipitación (sobre todo a finales de siglo), mayor frecuencia de periodos secos, y lluvias más intensas y concentración de episodios extremos. Esto puede comportar menos recursos hídricos, más inundaciones, más probabilidad de incendios, incremento del nivel del mar, más olas de calor y una posible menor calidad del aire debido a los cambios en las demandas energéticas, entre otras afectaciones paralelas (Ayuntamiento de Barcelona, 2018a).

3. Externalidades ambientales del turismo en Barcelona

A continuación se presenta el análisis de las externalidades ambientales del turismo que se han considerado más relevantes en el caso de Barcelona. Los cuatro primeros subapartados corresponden a los impactos asociados a los vectores ambientales del agua, la energía, el ruido y el residuos. El quinto aborda las externalidades del uso del espacio público; el sexto y séptimo corresponden al impacto de las grandes infraestructuras de acceso a la destinación como son el aeropuerto y el puerto. Por último, en el último subapartado se resumen los resultados del estudio específico sobre la huella de carbono del turismo en Barcelona (Rico et al., 2018).

3.1. Agua

Estimación del consumo de agua según la bibliografía

El suministro y el saneamiento del agua en Barcelona está incluido en el marco de la gestión del ciclo de agua del Área Metropolitana de Barcelona (AMB). El agua que llega al AMB proviene del sistema Ter-Llobregat, que representa el 78% (aproximadamente un 30% del Ter y un 48% del Llobregat), el 17% es agua subterránea, y el 5% desalinizada (5%), según datos de 2018 (AMB, 2019).

El consumo de agua en Barcelona registra una disminución casi continua desde 1992. Actualmente, la ciudad presenta un consumo de agua del sector doméstico considerablemente bajo, de 106,98 litros/habitante y día, (2018), muy parecido al consumo medio del AMB, de 104,27 litros/habitante y día (AMB, 2019).

Una aproximación al consumo de agua total del turismo en Barcelona implica un conocimiento muy extenso de todas las ramificaciones de las actividades turísticas. Desde los alojamientos turísticos, de todas las tipologías, hasta los restaurantes, lugares de ocio, equipamientos culturales, parques, ferias y congresos, acontecimientos culturales o deportivos, así como infraestructuras como el aeropuerto y el puerto en relación con los cruceros.

En este artículo se presentan los resultados de una estimación solo de los alojamientos turísticos por dos motivos: a) es la parte más significativa del consumo de agua y b) la disponibilidad de información. Además, se ha calculado por dos metodologías distintas: una por datos bibliográficos y otra por la elaboración de una encuesta en los alojamientos turísticos. La encuesta se realizó con el apoyo de la Dirección de Turismo de Barcelona y la Agencia de Energía de Barcelona, dentro del

marco del Plan Estratégico de Turismo de Barcelona.

Uno de los primeros estudios sobre el consumo de agua, donde ya se hacía referencia esta problemática es el Estudio del consumo de agua en los edificios de la Región Metropolitana de Barcelona de 2004. Aunque no hacía una referencia explícita al turismo, el estudio presentaba ratios de consumo de 18 hoteles de la RMB (Domene et al., 2004).

Más recientemente, en 2015, se publicó un artículo sobre el patrón de consumo de agua de los hoteles que presentaba valores de consumos por tipologías (Dinarès y Saurí, 2015). Así, se recogieron los consumos de agua entre 1999 y 2008 de 262 hoteles (de un total de 310 hoteles en 2008) solicitados a la compañía de suministro Aguas de Barcelona. En el presente artículo se han utilizado las ratios del trabajo de 2015, ya que se centraba exclusivamente en hoteles de Barcelona, disponía de valores de facturación y es posterior a la sequía de 2007-2008, que introdujo una sensibilidad en la reducción del consumo de agua en los alojamientos turísticos. El año de referencia para el cálculo es 2016, en consonancia con el censo de alojamientos turísticos (CEAT). En relación con la tipología de hostales, pensiones y albergues de juventud, se ha adaptado el ratio de la tipología de 1 estrella; y a los aparthoteles, apartamentos turísticos y VUT (con licencia y sin licencia), el mismo consumo por cápita de la ciudad de Barcelona del año 2016 (107,6 l/hab y día).

Para el cálculo de la estimación se utilizó el censo de establecimientos turísticos publicado en el Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT) (Ayuntamiento de Barcelona, 2017c) sumando las VUT sin entrada en el Registro de Turismo de Cataluña (RTC) y la ocupación de las plazas turísticas de acuerdo con el informe anual del Consorcio Turismo de Barcelona en lo referente al año 2016. Conforme a estos datos, se calcula que en 2016 el sector alojamiento turístico consumió 95 hm³, que corresponden al 8,3% del consumo de agua total de Barcelona en el año 2016.

Estimación del consumo de agua de los alojamientos turísticos a partir de la encuesta de la Dirección de Turismo de Barcelona

En el marco del Plan Estratégico de Turismo de Barcelona, la Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Barcelona ha impulsado una encuesta de aspectos ambientales en el sector de alojamientos turísticos. Para el vector agua, se han pedido consumos mensuales de los alojamientos turísticos a partir de los cuales se ha calculado las ratios por tipología y categoría. Para mantener un muestreo significativo (error inferior al 20%) se han agrupado los hoteles de cinco estrellas y cinco estrellas gran lujo, los de cuatro estrellas y cuatro estrellas superior, los apartamentos turísticos y las VUT, y las tipologías pensiones, hostales, albergues y residencias, en un solo grupo.

En la tabla 1, de acuerdo con las ratios calculadas a partir de la encuesta, el consumo total de agua de los alojamientos turísticos sería aproximadamente unos 11,5 hm³, lo que significaría el 12% del consumo de agua total de la ciudad.

Estos resultados, por dos metodologías diferentes, pueden señalar que el consumo de agua de los alojamientos turísticos en Barcelona se podría situar entre el 8 y el 12% del consumo de agua total de la ciudad. Esto equivale al consumo de agua

de la comarca del Garraf, con un consumo de 11.243.100 m³ (Instituto de Estadística de Cataluña, 2017).

3.2. Energía

Consumo de energía por superficie de los alojamientos turísticos

Para una aproximación al consumo de energía del sector turístico, la Agencia de Energía de Barcelona y la Dirección de Turismo en el marco del Plan Estratégico de Turismo han impulsado una encuesta de aspectos energéticos del sector de alojamientos turísticos, donde se han recogido los consumos de electricidad y gas. Según la encuesta se calcularon las ratios por superficie de cada categoría.

Aplicando las ratios obtenidas al censo de alojamientos turísticos publicados en el PEUAT en lo referente al año 2016, se calcula, como se observa en la tabla 2, que el consumo de electricidad sería de 383 GWh, y el de gas, de 254 GWh (apartamentos turísticos y VUT incluidos).

A partir de una estimación de las VUT sin entrada en el RTC, realizada por el Ayuntamiento de Barcelona, se estimó que estas viviendas implicarían un consumo adicional de electricidad de 51.018.751 kWh/año, y de gas, de 14.144.016 kWh/año. Por lo tanto, el consumo de energía final del sector alojamientos turísticos fue de unos 434 GWh/año de electricidad y 268 GWh/año de gas. Este consumo de energía final representaría el 5,6% del consumo de energía total de Barcelona y el 37% del consumo terciario de la ciudad.

Aunque de la encuesta solo se pueden sacar datos fiables con respecto al consumo de gas y de electricidad, a partir de los inventarios expuestos en la encuesta y del comportamiento mensual de los consumos se ha procurado realizar una estimación de los patrones de consumo con respecto a su uso y según la categoría. De forma genérica, el uso principal de energía es para iluminación, que oscila entre el 49% de los hoteles de 5 estrellas o gran lujo y el 29% en las VUT. Seguidamente, el uso mayoritario es para agua caliente sanitaria (ACS), entre el 37% (hoteles de 3 estrellas) y el 23% (hoteles de 5 estrellas o gran lujo). Posteriormente, el uso para calefacción que se sitúa entre el 29% y el 12%, y la refrigeración entre el 20% y el 9% completan la distribución del consumo de energía por usos.

Consumo de energía por pernoctación en los alojamientos turísticos

Analizando el consumo agregado de energía final (gas y electricidad) por pernoctación, se constata que una persona pernoctando en un hotel de 5* o GL puede llegar a consumir 6 veces más energía que un residente de la ciudad (8 kWh/día, para el año de referencia 2013).

La proporción entre gas y electricidad es bastante constante en todas las categorías excepto en albergues, hostales, pensiones y residencias y VUT, donde se verifica una presencia más elevada de tecnología eléctrica (bombas de calor, termo). Si se compara la proporción electricidad/gas de los alojamientos turísticos con la del sector residencial, se observa que los alojamientos de 4* son los que obtienen una distribución por vector energético más parecida a la de los residentes. Esta distribución atribuye un peso de la electricidad ligeramente superior al del gas (55% y 45% respectivamente).

Consumo de energía global del sector turístico en Barcelona

Es difícil realizar una valoración global del consumo energético del sector turístico de Barcelona, ya que existes muchas actividades difusas y no exclusivas del turismo, pero con el fin de realizar una aproximación más esmerada se han valorado aquellas actividades que son eminentemente asignables a la actividad turística: alojamientos, desplazamientos internos y los puntos de interés de ciudad. Para los desplazamientos internos se han utilizado los datos de las encuestas de movilidad de la actividad turística, y en el caso de los puntos de interés de ciudad (PICs) se han recogido los datos de los principales elementos y se ha asignado la parte proporcional en función de las visitas que se pueden asignar al turismo.

Los desplazamientos internos de los visitantes supusieron un consumo de energía final de unos 166 GWh a lo largo de 2013, que supuso el 4,2% del consumo en transporte interno de la ciudad de Barcelona. Los que más contribuyeron a este consumo son los turistas, con casi un 80%, y los que menos, los cruceristas con un 1,5% (por disponibilidad de datos y por motivo de análisis se ha diferenciado entre crucerista y turista). Hay que destacar que mayoritariamente los desplazamientos se realizan en transporte público, en que el metro y otros medios ferroviarios son los mayoritarios.

El consumo de energía final de 2015 derivado de las actividades turísticas a los PICs se cuantifica del orden de unos 85 GWh. Con respecto a la distribución, el 55% fue en forma de electricidad, el 16% fue gas natural, el 24% de gasóleo, y el 4% fue calor y frío de las redes de climatización centralizada.

El consumo de energía final total asignable al sector turístico es de unos 952 GWh, de los cuales el 73,7% corresponde a los alojamientos turísticos (incluye VUT sin RTC), el 8,9% se atribuye a los PICs y el 17,4% al transporte interno. Este consumo de energía final corresponde a un consumo de energía primaria de aproximadamente 1.574 GWh y a unas emisiones de gases de efecto invernadero de 229.861 toneladas.

3.3. Ruido

Los flujos diarios de visitantes, que entran y salen de la ciudad por los diferentes medios de transporte, y las actividades turísticas, principalmente las relacionadas con el ocio nocturno y la reciente conflictividad entre turistas alojados en VUT y residentes, comportan un cuadro totalmente nuevo a la problemática del ruido en la ciudad. El éxito reciente de las plataformas de alquiler turístico ha provocado un fuerte aumento de las quejas relacionadas con el ruido, ya que, gran parte de las VUT comparten el edificio con usos residenciales.

La proliferación de las VUT es un fenómeno reciente; precisamente, en el año 2016, la Guardia Urbana definió un nuevo código para designar las quejas relacionadas específicamente con VUT, independientemente de la causa. De este modo, se registraron 2.249 quejas relacionadas con VUT en 2016.

Con respecto al número de quejas, los distritos que destacan más son los de Ciutat Vella y el Eixample, que conjuntamente aglutinan el 66% de denuncias. A mucha distancia les siguen los distritos de Sants-Montjuïc, Sant Martí y Gràcia, que conjuntamente aglutinan el 28% de las quejas. En los 5 distritos restantes el

número de quejas es puntual, y solo aglutinan el 6%.

En el ámbito de barrios destacan la Derecha del Eixample (10,7%); el Barrio Gótico (9%); el Raval (8,4%); Sant Pere, Santa Caterina y la Ribera (7,7%), y la Sagrada Família (7%), como los barrios con más quejas. Además, hay que referir dos barrios singulares que se sitúan por encima de la media de sus distritos: el Poble Sec y la Vila de Gràcia. Poble Sec registra 147 (62%) quejas de un total de 239 del distrito de Sants-Montjuïc, y el barrio de la Vila de Gràcia 102 (63%) quejas de un total de 162 del distrito de Gràcia.

En relación con el ocio nocturno, los principales impactos se concentran en la Vila de Gràcia y en el distrito de Ciutat Vella, más concretamente, en la zona de la plaza Real, la Rambla del Raval y la zona próxima a la calle Argenteria y el paseo del Born. Estas zonas presentan los valores más altos de contaminación acústica en el periodo nocturno (entre las 23:00 y las 7:00), entre 60-75 dB_(A), valores muy por encima de los valores recomendados (50 dB_(A)).

En el marco del Plan de Usos de Ciutat Vella, se ha realizado el *Estudio de valoración del impacto del ruido procedente de actividades relacionadas con el ocio nocturno sobre la salud de las personas en Ciutat Vella* elaborado por la Agencia de Salud Pública de Barcelona (ASPB), que concluye que durante las noches del viernes y el sábado se superan los umbrales de bienestar. Los valores más elevados se sitúan en el Arc del Teatre y en la calle Escudellers. En el barrio del Raval también se destacan la plaza dels Àngels, la calle Sitges y la parte baja del barrio. En el caso del Barrio Gótico destacan las calles Escudellers, Avinyó, Ferran y la plaza George Orwell. El turismo ha sido identificado como una fuente principal del ruido por todos los participantes del estudio, tanto debido a las molestias generadas por los pisos turísticos como por los paseos en grandes grupos y por su comportamiento incívico (Agencia de Salud Pública de Barcelona, 2017).

Por otro lado, una extensa parte del distrito del Eixample también alberga parte del ocio nocturno de la ciudad, pero con distintas afectaciones de ruido, que va de los 60-65 dB_(A) en las zonas situadas en los alrededores de las calles Balmes, Enric Granados y Aribau, hasta unos niveles más bajos de 50-55 dB_(A) en el barrio de Sant Antoni o los alrededores de la calle Bailén. Otra parte de la ciudad que acoge ocio nocturno se situa en el barrio de Sant Gervasi-Galvany, que por la zona de Santaló-Amigó y Tusset-Travessera de Gràcia tiene unos niveles de ruido nocturno de 60-65 dB_(A).

Aunque es difícil cuantificar la implicación de los visitantes en el ruido del ocio nocturno, es consensual su importante aportación económica para el sector del ocio y considerarlo, de acuerdo con el segundo criterio de la WTO (citado en el apartado 1.2), como una actividad turística, ya que los turistas representan un porcentaje importante para el sector.

Dentro de esta visión, más que entender el ocio nocturno como una componente más de la oferta turística, se trata de un subproducto de un modelo de crecimiento del número de turistas sin una estrategia de segmentación de la demanda. Esto comporta que una parte sustancial de los visitantes sea joven, con bajo poder adquisitivo y que sus actividades se concentren en el ocio nocturno, con consecuencias en la calidad acústica

del espacio público. Más que una componente de la oferta, es una derivada indisociable del crecimiento indiscriminado del número de turistas.

3.4. Residuos

La gestión de los residuos de Barcelona está dentro del marco organizacional del AMB. Esto significa que los residuos producidos en Barcelona se tratan en las diferentes infraestructuras ubicadas en diferentes municipios del AMB. En 2016, Barcelona generó 745.922 toneladas de residuos urbanos, un dato que confirma la tendencia creciente desde 2013. La generación de residuos tiene una relación directa con la actividad económica y parece que esta tendencia creciente, posterior a la crisis económica, confirma el aumento de residuos en momentos de crecimiento económico.

La estimativa sobre la generación de residuos del sector turístico está muy condicionada por la falta de datos y de estudios publicados. Si bien en el caso del consumo de agua se publicó un estudio con datos locales, en el caso de los residuos, la ausencia completa de datos, obliga a recurrir a bibliografía del ámbito europeo.

Para el cálculo de la estimación de la generación de residuos del sector alojamientos turísticos se ha utilizado el censo de establecimientos de alojamientos turísticos de 2016, los datos de ocupación y las ratios (kg por pernoctación) de acuerdo con la bibliografía disponible. Conformemente con esta información se estima que el sector alojamientos turísticos en Barcelona ha generado 68.921 toneladas de residuos, lo que significa, para el año 2016, el 9,1% de los residuos totales en la ciudad, tal y como se observa en la tabla 3.

Limpeza vial

El factor turístico añade una componente más a la limpieza vial. Variables como la topografía, la anchura de la calle, el comportamiento cívico o el uso del espacio público condicionan los recursos que se utilizan para la limpieza del espacio público. En base a información de la Dirección de Servicios de Limpieza y Gestión de los Residuos del Ayuntamiento de Barcelona, se ha podido producir un índice de intensidad de recursos aplicados a la limpieza de las calles. Este índice utiliza el número de operaciones y de operarios por superficie. La figura 5 identifica claramente el distrito de Ciutat Vella como el distrito con más recursos dedicados. A pesar de ello, no se puede cuantificar la vinculación del turismo en cuanto a los recursos utilizados, ya que otras variables también entran en juego, como la anchura de la acera, la imposibilidad de utilización de vehículos de grandes dimensiones y una alta actividad comercial. Sin embargo, parece evidente que el factor turístico es una variable a tener en cuenta por comparativa con otros distritos con una presencia residual del turismo y con morfología parecida, como los centros históricos de otros distritos.

3.5. Espacio público

El turismo urbano tiene una notable expresión espacial en lo que respecta a las rutas turísticas. Las guías turísticas, los iconos arquitectónicos, las zonas comerciales o de ocio, los museos y otras variables conforman trayectos por donde se dibujan las rutas turísticas, que normalmente presentan un alto grado de rigidez. Esto comporta impactos que, debido a su intensidad, pueden provocar alteraciones significativas de los barrios y en

la percepción de sus residentes. El caso más visible puede ser Ciutat Vella, en general, y las Ramblas, en especial, donde solo el 21% de los usuarios son residentes (Asociación de Amigos, Vecinos y Comerciantes de la Rambla, 2007).

Este dominio de los usos turísticos implica una cierta artificialidad en la vida urbana y un desplazamiento de los usos más vecinales. Aunque la relación entre turismo y gentrificación es relativamente reciente en la literatura académica, varios autores apuntan que el turismo urbano intensifica procesos de gentrificación y provoca en última instancia la propia sustitución de los residentes, afectando más rápidamente a los de menores ingresos. Tal y como apunta Arias, la gentrificación y el turismo urbano son fenómenos co-constitutivos, en que los barrios gentrificados son objeto de deseo para los turistas y, al mismo tiempo, el turismo intensifica los procesos de gentrificación (Arias, 2018, p. 137).

Otro impacto derivado de este proceso de turistificación es la homogeneización de los centros históricos o de las zonas más atractivas para el turismo. Esta pérdida de singularidad urbana, traducida en un monocultivo turístico, donde la vinculación con el territorio es nula o insignificante, como pueden ser la compra de sombreros mexicanos al lado del Museo Picasso, de trajes de sevillanas al lado de la Sagrada Familia, o una fotografía del "puente gótico" del Palau de la Generalitat construido en 1928. Este fenómeno, si se lleva a su máxima expresión, puede significar una segregación del espacio turístico en relación con el resto de la ciudad y la transformación en auténticos parques temáticos.

En el Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT) se ha publicado un mapa de intensidad de uso del espacio público (figura 6), con ponderación de determinadas variables morfológicas, como la anchura de la acera, puntos de interés de la ciudad, paradas de bus turístico, entre otros. En este mapa se pueden confirmar el Park Güell, la Sagrada Familia, el paseo de Gràcia y las Ramblas como los lugares con más presión. También se observa una intensidad significativa en los cascos antiguos de Gràcia, Sarrià y en el Barrio Gótico.

Movilidad interna

Los turistas se desplazan mayoritariamente a pie (45%) o en metro (33%). Los restantes medios de transporte presentan utilidades mucho más reducidas: el autobús público, el 5%; el taxi, el 5%, o el autobús turístico, con el 4% (Ayuntamiento de Barcelona, 2017a).

Este reparto modal es extremadamente favorable, ya que implica menores impactos, en relación con el consumo de combustibles fósiles y las emisiones de contaminantes y de GEH. No obstante, supone problemas de aforo en algunas líneas de autobús público, principalmente en las que transcurren por los elementos turísticos más alejados del centro, como es el caso del Park Güell. Para minimizar esta afectación particular, el Ayuntamiento de Barcelona ha modificado la ruta de la línea 24 y ha añadido un servicio de bus lanzadera para los visitantes del Park Güell, desde la parada de metro Alfons X.

Otro factor que debe tenerse en cuenta es la preferencia del visitante por el título de transporte T-10, lo que provoca un impacto significativo en los balances económicos anuales, ya que este título está subvencionado para garantizar el derecho a la movilidad, aunque un servicio

exclusivamente turístico, como el bus turístico, minimiza la pérdida económica debido a la utilización de la T-10 por parte del visitante. A pesar de ello, genera impactos en el espacio público, como consecuencia de la duplicidad de líneas y paradas. Actualmente, funcionan dos operadores (TMB y Barcelona City Tours) con 5 rutas, 116 autocares y 124 km de red en total. Además, el bus turístico genera nuevas rutas turísticas entre las paradas y los PICs, que favorecen el surgimiento de tiendas exclusivamente turísticas (como las de *souvenirs*), en detrimento de un comercio de uso residencial. Este fenómeno se puede observar en los alrededores del Park Güell, con más visibilidad en las calles Larrard y Baixada de la Glòria, la avenida Vallcarca y la Travessera de Dalt (Ayuntamiento de Barcelona, 2017b).

Todavía en relación con la movilidad turística, los autocares discrecionales representan un flujo continuo de vehículos con impactos sobre la movilidad, las emisiones atmosféricas y el espacio público. Esta modalidad da servicio a los excursionistas que se alojan mayoritariamente en la costa de la Región Metropolitana, a los cruceristas que piden una visita rápida por la ciudad y también a grupos de turistas que visitan la ciudad desde Barcelona. Se calcula que durante los meses de temporada alta, los autocares discrecionales pueden llegar a los 200-250 e incluso superar los 300 en días de punta de demanda (Ayuntamiento de Barcelona, 2017a).

Playas

En 2018 se registró un descenso generalizado en prácticamente todas las playas, con tres excepciones: Bogatell, Llevant y Llevant perros. El informe bienal del Ayuntamiento de Barcelona sobre el número de usuarios en las playas indica que la inestabilidad climatológica, la disminución de turistas extranjeros y residentes en Barcelona y la disminución de la valoración de las playas contribuyeron a dicho descenso. Aunque el verano de 2018 registró una temperatura media superior a 2016 en 0,7 °C (2016: 25,4 °C; 2018: 26,1 °C), también aumentó el número de días con más inestabilidad y lluvias, coincidiendo en muchos casos con el fin de semana. No obstante, se indica que no se puede atribuir a una sola causa este descenso, sino a una multiplicidad de factores. Una disminución de la valoración media, asociada a una sensación de sobreexplotación del espacio, también se indican como factores explicativos. El descenso también se verifica en todos los meses del estudio, con más evidencia en los meses de mayo y septiembre. El mes de julio continúa como el mes con mayor ocupación a pesar de una disminución del 12%. En todo caso, los meses de julio y agosto presentan cerca de 60% de la ocupación (Ayuntamiento de Barcelona, 2018b).

3.6. Aeropuerto

El aeropuerto de Barcelona recibió a 50 millones de pasajeros en 2018, cerca del límite de su capacidad proyectada de 55 millones. Si consideramos que el 82% de los visitantes llegan en avión (Ayuntamiento de Barcelona, 2017a), esto significa que cerca de 23 millones de visitantes son usuarios del aeropuerto, el 46% del pasaje aéreo. Si, por un lado, el turismo tiene una gran dependencia del avión, también es cierto que el turismo representa prácticamente la mitad de los pasajeros del aeropuerto de Barcelona. La dependencia es, así, recíproca.

Las variaciones en el número de turistas tienen también implicaciones económicas en el aeropuerto y en las compañías. Otra dependencia que hay que señalar es la concentración de cerca del 60% de la cuota de mercado en tres compañías *low-cost*: Vueling, con el 38,3%; Ryanair, con el 14,9%, y Easyjet, con el 7,0% (AENA, 2019).

Son diversos los factores que explican el aumento de pasajeros en el aeropuerto, pero el surgimiento de las compañías *low-cost*, que abarataron los precios de los viajes aéreos, a costa en gran parte, de las condiciones laborales, marcó una ruptura en la situación anterior de precios de viaje más altos. Posteriormente, la apertura de la T1 y el aumento de rutas aéreas culminaron una estrategia de transformar el aeropuerto en un *hub* internacional. Esta nueva coyuntura, que actualmente concentra el 60% de la cuota de mercado en tres compañías *low-cost* y en la que el 46% de los pasajeros son turísticos, convierte el aeropuerto en un elemento clave en la definición del número de turistas en Barcelona y en un escenario propicio para situaciones reivindicativas de mejoras laborales, que pueden comportar un posible desgaste de la destinación.

La apertura de la terminal T1, en junio de 2009, representó un salto significativo en el consumo de todos los vectores ambientales. Aunque la última memoria ambiental disponible en la web de AENA sea del año 2015, se observa una tendencia, desde el año 2010, a una disminución progresiva de los consumos de agua y de energía. En relación con la generación de residuos se verifica un aumento continuo desde 2010, con un 68%, de fracción restos (2015). No obstante, los residuos especiales siguen la tendencia a la baja. En cuanto al ruido generado, y en virtud del aumento del número de vuelos, la memoria ambiental de 2015 verifica un aumento de los niveles acústicos del periodo de día y atardecer (2010-2015), pero una estabilización o disminución en el periodo nocturno (AENA, 2015).

3.7. Cruceros

El transporte marítimo y en particular los cruceros generan impactos a dos escalas. Por un lado, se generan impactos a escala global, como las emisiones atmosféricas de gases con efecto invernadero (GEH) provenientes de los motores de propulsión y de las incineradoras a bordo, y, por otro, impactos a una escala local, como las emisiones de gases asociados a episodios de contaminación (cuando los barcos están amarrados en el muelle) o impactos por accidentes, que pueden tener una incidencia elevada. Además, hay que referir impactos en la ocupación del espacio público y de los lugares más emblemáticos, a consecuencia de un volumen muy alto de turistas con poco tiempo para visitar una ciudad. Esta característica de los cruceros causa perturbaciones en la gestión del espacio público en seguridad y movilidad, e interfiere en la calidad urbana de los residentes y de los mismos turistas.

Se pueden agrupar los principales impactos de los cruceros en:

- Producción de aguas negras: las aguas negras o fecales son un tipo de agua residual que está contaminada con sustancias fecales y orina, procedentes de desperdicios orgánicos humanos.
- Producción de aguas grises: procedentes de las piscinas, lavabos, duchas, lavadoras y otros. Generan esencialmente aguas con cloro y flúor, así como materia orgánica.

- Producción de aguas aceitosas procedentes de las sentinas: la sentina es el espacio en la parte más baja de la sala de máquinas, justo por encima del doble fondo. Tiene por objeto recoger todos los líquidos aceitosos procedentes de pequeñas pérdidas en cañerías, juntas, o bombas que puedan derramarse en este espacio como consecuencia del funcionamiento normal de la planta propulsora.
- Generación de residuos sólidos: papel y cartón, vidrio, plásticos, materia orgánica, envases u otros residuos domésticos o comerciales.
- Producción de residuos peligrosos: baterías, pilas, aparatos con CFC, fluorescentes y lámparas, pinturas, disolventes, entre otros.
- Contaminación atmosférica: producción de monóxido de carbono (CO), óxidos de nitrógeno (NO_x), óxidos de azufre (SO_x), partículas (PM), gases resultantes de la incineración de residuos, VOC y otros gases.
- Impactos derivados de la ampliación o saturación de las infraestructuras portuarias.
- Impactos originados por accidentes.

Este artículo se centra en las emisiones de dióxido de nitrógeno (NO₂), partículas del puerto y dióxido de azufre (SO₂). La Red Meteorológica y de Vigilancia de la Calidad del Aire del Puerto (XMVQA) integra 10 estaciones fijas y una unidad móvil. Según el Plan de Mejora de la Calidad del Aire del Puerto de Barcelona (2016) existen ocho estaciones dotadas de captadores para PM₁₀, tres estaciones para PM_{2,5}, dos para óxidos de nitrógeno (NO_x) y óxidos de azufre (SO_x) y una para ozono (O₃) y benceno (C₆H₆). Adicionalmente, y de acuerdo con la Declaración Ambiental de 2015-2016, en la estación del Port Vell se ha instalado un analizador de benceno, tolueno y xileno. Los datos disponibles son del año 2015.

NO₂

En relación con los valores de dióxido de nitrógeno (NO₂) y en cuanto a los valores límite anuales (40 µg/m³), el puerto solo cumplió con los límites establecidos en 2008 y 2015. En cuanto a los límites horarios (límites de 18 superaciones a una concentración de 200 µg/m³ diarios), el puerto supera los límites legales desde 2012, a pesar de la tendencia a la baja de las superaciones. En 2015, la unidad móvil del muelle de los pescadores superó en 21 veces el límite establecido.

PM₁₀

Desde 2012 se observa una estabilización de los valores anuales entre los 40 µg/m³ (valor límite anual) y los 20 µg/m³ (valor recomendado por la Organización Mundial de la Salud, OMS). En cuanto a las superaciones del valor límite diario (VLD) de 50 µg/m³, parecen también coincidir con una tendencia a la baja. Desde 2013 hasta 2015 se superaron en dos estaciones: Porta Coeli en 45 veces y la Dársena Sur en 39 veces (el máximo permitido es de 35 superaciones).

PM_{2,5}

Desde 2009 las estaciones del puerto registran valores dentro de los límites legales (25 µg/m³), pero superiores a los valores recomendados por la OMS (10 µg/m³).

SO₂

Desde la entrada en vigor en 2010 de la obligación de utilizar gasóleo marino con un contenido máximo de azufre del 0,1% en masa en los barcos atracados en el puerto (Directiva 2005/33/UE), las concentraciones han bajado considerablemente (Autoridad Portuaria de Barcelona, 2016). Desde entonces, las concentraciones registran valores inferiores a 5 µg/m³, muy por debajo del límite legal de 125 µg/m³ (VLD) o el límite recomendado por la OMS de 20 µg/m³ (VLD). Desde 2009 no se ha registrado ninguna superación en las estaciones del puerto en relación con el valor límite horario (VLH) de 125 µg/m³.

Recientemente, se ha publicado (en 2016) el estudio *Impact of harbour emissions on ambient PM₁₀ and PM_{2,5} in Barcelona*, que concluye que las principales actividades de emisión de partículas del puerto son la construcción de las nuevas terminales, el tráfico vial interno y la combustión de combustible de los barcos. El artículo detalla que la contribución local del puerto con influencia en la ciudad está entre el 9%-12% para las PM₁₀ y el 11%-15% en el caso de las PM_{2,5}, directamente relacionadas con la combustión de gasóleo usado por los barcos. El artículo también hace referencia a los altos valores de contaminantes secundarios en el medio urbano en comparación con el entorno del puerto y atribuyen a la emisión de SO₂ de los barcos la formación de sulfato de amonio ((NH₄)₂SO₄) en una atmósfera rica en NH₃, como es el caso de Barcelona (Pérez et al., 2016). A raíz de esta problemática, ha crecido la demanda para la creación de una zona de control de emisiones para el Mediterráneo (Emission Control Areas - ECA), que podría reducir significativamente las emisiones actuales.

3.8. La huella de carbono del turismo en Barcelona

Recientemente, se ha publicado dentro del marco del Plan Estratégico del Turismo de la Ciudad de Barcelona un estudio del cálculo de la huella de carbono del turismo en Barcelona. El trabajo de Rico et al. (2019) es pionero en el ámbito mundial por lo que respecta a su objeto de estudio, centrado en una ciudad. El estudio calcula que la huella de carbono total de la actividad turística de un año en la ciudad de Barcelona es de 9.578.359 t CO_{2eq}, lo que representa una emisión de 96,9 kg CO_{2eq}/visitante/día (Rico et al., 2019).

El transporte de llegada o de salida es la principal fuente de emisiones generadas y representa el 95,9% del total de emisiones de carbono (tabla 4). El avión representa el 88,3% del total de las emisiones de CO_{2eq} y dentro del ámbito del transporte de llegada y salida, el 96,7%. Estos valores indican la gran desproporción entre el avión y los restantes medios de transporte u otros sectores de actividad. De este modo, cualquier medida en la reducción de la huella tiene que pasar, por un lado, por un sistema de reducción de las emisiones del sector aéreo, o mecanismos de compensación y, por el otro, por la definición de la promoción turística, junto con mercados con menos huella de carbono.

En relación con las emisiones en destinación, el alojamiento es el sector que más contribuye a la huella interna, principalmente debido al consumo de electricidad, pero representa el 3,1% del total. Entre las categorías, la de 5 estrellas y gran lujo es la que presenta las ratios mayores (21,9 kg CO_{2eq}/pernoctación), aunque la categoría 4 estrellas es la que

presenta el porcentaje mayor en virtud de su presencia mayoritaria en la ciudad (Rico et al., 2019).

En relación con las actividades culturales, de ocio, ferias y congresos y PICs, son las que presentan un impacto más elevado, con el 68,8% dentro de este ámbito (0,34% del total). La visita a un PIC representa una emisión media de 1,34 kg CO_{2eq}/visita, mientras que un trayecto en transportes singulares es de 1,49 kg CO_{2eq}/trayecto, y la participación en una feria o congreso comporta 5,86 kg CO_{2eq}/participante. Este valor en lo referente a ferias y congresos puede estar sobreestimado, ya que solo se ha contabilizado cada participante una vez, independientemente del número de días que asista a un congreso o feria (Rico et al. 2019).

El metro (24.610 t CO_{2eq}) y el taxi (14.223 t CO_{2eq}) son los transportes internos que generan más emisiones en valor absoluto, seguidos del tren (Renfe) y del vehículo privado. Aun así, el metro (0,2 kg CO_{2eq}/viaje y persona) y el tranvía (0,1 kg CO_{2eq}/viaje y persona) son los dos modos con una huella de carbono unitaria más baja. La huella de carbono media del desplazamiento en los transportes internos de la ciudad es de 0,34 kg CO_{2eq}/viaje y persona (Rico et al., 2019).

4. Conclusiones

El turismo es una actividad en crecimiento. La OMT prevé que en 2030 se hayan superado los 1.800 millones de turistas internacionales (World Tourism Organization of United Nations, 2011). Esta magnitud del turismo internacional, soportada por el incremento del turismo urbano de los últimos años, implica impactos ambientales y una adaptación de los medios receptores, que por un lado, compiten para atraer a estos visitantes, y, por el otro, tienen que minimizar los impactos en sus territorios. Impactos que no se restringen específicamente a la destinación turística, pero que se extienden a una escala metropolitana (aumento del consumo de energía de las infraestructuras ambientales, aumento del volumen de agua residual a tratar, aumento del transporte de residuos, aumento de las emisiones atmosféricas y de GEH asociadas al transporte, por citar algunos ejemplos). Aunque en las grandes metrópolis, las infraestructuras de gestión ambiental están proyectadas en base a la población estacional y a puntas de demanda, y por ello cuentan con capacidad de mitigar los impactos de una población flotante turística, no se evitan las afectaciones indirectas por un incremento de visitantes a nivel metropolitano.

En este artículo se han analizado las principales externalidades ambientales del turismo en Barcelona donde se destaca:

1. El avión, que transporta al 82% de los visitantes de Barcelona, es responsable del 85,5% de la huella de carbono del turismo.
2. Los alojamientos turísticos consumen entre el 8% y el 12% del agua total de la ciudad, y pueden llegar a los 500 l/pernoctación; en el caso de los hoteles de 5 estrellas o gran lujo, representan 5 veces más que un residente.
3. En general, los alojamientos turísticos consumen el 5,6% de la energía total en Barcelona, unas 2,4 veces más que un residente, pero según la categoría del alojamiento el consumo puede llegar a ser 6 veces la de un residente por cada pernoctación (como es el caso de los hoteles de 5 estrellas o GL). Este

consumo se eleva al 7,6% del consumo total de energía de Barcelona, si se contabiliza el transporte interno y las excursiones (17%), el consumo de los PICs, transportes singulares y actividades profesionales (9%) y los alojamientos (74%).

4. A pesar de la falta de datos locales, se estima que el sector alojamiento puede generar el 9,2% de los residuos totales en Barcelona. Además, hay que añadir los recursos utilizados para la limpieza vial que concentra Ciutat Vella, polo gravitacional de las rutas turísticas.
5. Por otro lado, hay que seguir estudiando la afectación del puerto en la calidad del aire, en un contexto de continuo crecimiento del sector crucero, principalmente en los barrios más próximos. Se ha estimado que el puerto puede tener una influencia en la ciudad de entre el 9% y el 12% para las PM₁₀ y entre el 11% y el 15% en el caso de las PM_{2,5}, directamente relacionadas con la combustión de gasóleo usado por los barcos.

A pesar de todo, Barcelona ha realizado un importante avance, que ha culminado con la obtención de la primera ciudad con certificación Biosphere. Dentro de las diversas acciones, se destaca el nuevo Plan Estratégico de Turismo 2020, que servirá de encuadre general a la transformación del modelo turístico, pero también el Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT) que define los límites máximos de plazas turísticas en determinados ámbitos. Asimismo, el Plan Clima (Ayuntamiento de Barcelona, 2018a), el Plan del Verde y de la Biodiversidad, el Plan Director de Iluminación, la introducción de energía renovable en los mercados, o la compensación de las emisiones de CO₂ en determinados acontecimientos son otras medidas que se han puesto en marcha y que a buen seguro afectarán a la actividad turística.

Así, a partir de este estudio se puede agrupar algunos de los principales retos de futuro con respecto a la gestión de las externalidades ambientales de la actividad turística de Barcelona:

- Disponer de mejores datos ambientales, principalmente en indicadores de sector y generar más conocimiento para disponer de una diagnosis más real.
- Disminución de las emisiones del sector aéreo, así como el cambio de combustible de los cruceros por combustibles más limpios. Cambios en las políticas de promoción turística enfocados a mercados con menor huella de carbono.
- Reducción del consumo de recursos, con mayor relevancia para el agua y la energía. Apoyo al suministro de energía a partir de fuentes renovables.
- Promoción de una movilidad turística limpia.
- Reducción de los residuos generados y políticas de compensación de emisiones en ferias y congresos.
- Coparticipación en los costes de los servicios e infraestructuras públicas y cofinanciación de nuevas estructuras o equipamientos públicos de soporte a las actividades turísticas.
- Evaluación de los efectos del sector turístico sobre las infraestructuras

ambientales en la escala metropolitana y minimización o compensación de sus impactos.

Así, en un contexto de cambio climático y cambio tecnológico, las administraciones públicas y los agentes privados deberán encontrar puntos de consenso para adaptar el turismo a un nuevo modelo que no suponga una superación de los límites de los recursos, alteraciones irreversibles de los procesos ecológicos, o impactos sociales que supongan una fractura entre visitante y residente, ni una pérdida de competitividad de la destinación.

LA INTEGRACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA PLANIFICACIÓN Y LA GESTIÓN DE LA MOVILIDAD. APUNTES DESDE LA DESTINACIÓN BARCELONA

CRISTINA JIMÉNEZ ROIG, JOANA LLINÀS, ADRIÀ ORTIZ

Barcelona Regional

AINA PEDRET

Ayuntamiento de Barcelona, Dirección de Turismo

Resumen

En este artículo se reflexiona sobre las características y las particularidades de la movilidad turística y sobre su importancia en la configuración de la realidad urbana y del territorio metropolitano, y se hace a través del análisis global realizado en el marco de la Estrategia de Movilidad Turística (EMT), impulsada por el Ayuntamiento de Barcelona. Así pues, se presentan los principales resultados de este ejercicio inédito de conocimiento de la movilidad turística y se presentan las estrategias que tienen que dar respuesta a los principales retos detectados, con el fin de alcanzar un modo de visita responsable y compatible con la movilidad cotidiana, que garantice el uso racional y coherente de los sistemas de transporte y que, al mismo tiempo, dé respuesta a la estrategia de gestión de la destinación.

Palabras clave: Movilidad turística, destinación Barcelona, equilibrio, retos territoriales.

1. Hacia la generación de conocimiento de movilidad turística

Nos encontramos en un contexto general de aumento de la movilidad, ya sea en el ámbito cotidiano como en el no cotidiano. Es en este último donde tiene lugar el turismo. El turismo existe en tanto que hay personas que se desplazan libremente de un lugar a otro, de forma ocasional, en un tiempo y a un lugar fuera de lo cotidiano, y lo hacen motivadas por la búsqueda de unas experiencias, así como por la consecución de unas expectativas mediadas por una percepción y unas vivencias inherentes al hecho de viajar. Estas particularidades son las que distinguen el turismo de otras formas de movilidad que han sido mucho más estudiadas. Así pues, si bien años atrás el estudio de la movilidad quedaba incompleto al obviar la movilidad personal y considerar solo la movilidad ocupacional, hoy, el estudio de la movilidad urbana queda incompleto si no se incorporan los usos turísticos de la movilidad.

Ante esta convicción, y la certeza de que Barcelona es una ciudad turística y no dejará de serlo en un futuro próximo, el Plan Estratégico de Turismo de Barcelona 2020 (PET20) se propuso estructurar un análisis profundo y global de las pautas de movilidad turística encaminado a diseñar políticas urbanas. La intensificación y la expansión de la movilidad turística requería repensar, rediseñar y gestionar esta práctica específica. Este ejercicio inédito se materializó en la Estrategia de Movilidad Turística, que fue presentada como medida de gobierno del Ayuntamiento de Barcelona en noviembre de 2017 (Ayuntamiento de Barcelona, 2017).

2. Aspectos clave y retos de la movilidad turística-

La extensa y profunda diagnosis realizada en el marco de la Estrategia de Movilidad Turística permite evidenciar los retos que la movilidad turística plantea a la ciudad (Ayuntamiento de Barcelona, 2017). En este apartado se exponen los más destacados.

2.1. Un gran volumen de turistas desplazándose por la ciudad

Un paso previo a explorar por primera vez los hábitos de movilidad de los visitantes era determinar su volumen. Así, la Estrategia de Movilidad Turística ha actualizado los datos de visitantes de la ciudad de Barcelona del año 2013 que provenían de la estimación del *Estudio de impacto económico de la actividad turística. Escenario intermedio 2013* (Insetur, 2016). Estas estimaciones otorgaban a Barcelona 30 millones de visitantes para el año 2013, la mitad de los cuales turistas, y la otra mitad, visitantes. La nueva estimación de visitantes para el año 2016 se aproxima bastante a la anterior en relación con el número de visitantes en la ciudad, pero cambia sustancialmente las proporciones de los distintos colectivos. Así pues, se habla de 28,1 millones de visitantes por motivos de ocio en Barcelona (muy próximo a los 30 millones de la anterior estimación) pero aumenta el número de turistas hasta 17,4 millones y disminuye la cantidad de excursionistas de carácter eminentemente turístico hasta los 5,6 millones (figura 1). La población residente fuera de la Región Metropolitana de Barcelona (RMB) que visita Barcelona por motivos de ocio, y que se ha estimado en 5,1 millones de personas, ha quedado fuera del objeto de estudio de la Estrategia de Movilidad Turística, ya que se presupone que sus patrones de movilidad responden más a los patrones de la movilidad cotidiana que a la propiamente turística.

Al estimar la población flotante de carácter turístico se pone de manifiesto la importancia de introducir la variable temporal en el análisis, ya que se trata de población que está vinculada a la ciudad durante un tiempo determinado. Así, si bien los datos precedentes nos permiten indicar que en Barcelona hay una media de 47.000 llegadas diarias de turistas y una media de 15.000 llegadas diarias de excursionistas y cruceristas, para conocer realmente la intensidad de uso de la ciudad hay que pasar a analizar las pernoctaciones y conocer cuál es el uso temporal del territorio. Incuestionablemente, los impactos sobre la ciudad no serán los mismos si hablamos de 17,4 millones de turistas anuales que usan la ciudad durante un par días o si lo hacen a lo largo de una semana. Introducir la variable temporal nos pedía pues estimar un nuevo dato: las 'visitas/diarias anuales', que hemos cifrado en 56 millones para el 2016. Este indicador corresponde al número de turistas multiplicado por las noches de estancia y

sumado al número de excursionistas, y nos permite conocer la presión turística sobre la ciudad. En este indicador, por lo tanto, un turista es contabilizado tantas veces como noches de estancia realiza en la ciudad, mientras que el excursionista es contabilizado una sola vez, dando así el total de visitas (diario) a la ciudad.

Este nuevo valor de 56 millones de visitas/diarias anuales nos permite realizar el ejercicio de estimar a cuántos visitantes teníamos, diariamente, en 2016 por las calles de Barcelona. Esta cifra era de una media de 154.000 visitantes diarios de carácter turístico, lo que representa casi un 10% de la población residente de la ciudad. Estas cifras ponen en evidencia los retos que supone gestionar la movilidad turística y al mismo tiempo la imperiosa necesidad de hacerlo.

Más de 600.000 desplazamientos realizados por turistas cada día

De estos 154.000 visitantes (turistas y excursionistas) que se estima que hay diariamente en la ciudad, más de la mitad (el 63,5%) realizan 4 o más desplazamientos al día por Barcelona, según la encuesta de la Estrategia de Movilidad Turística (figura 2). Por término medio, son 3,9, número que, aplicado al volumen de visitantes, se traduce en más de 600.000 desplazamientos diarios.

Según la Encuesta de Movilidad en Día Laborable (EMEF) de 2015 (ATM, 2015), los residentes en Barcelona y su región metropolitana realizan cada día (laborable) unos 6,6 millones de desplazamientos con origen y/o destino en la ciudad, de los cuales 4,9 millones son internos en la propia ciudad. Si a estos 4,9 millones de desplazamientos internos realizados por los residentes se suman los 600.000 desplazamientos turísticos, hace un total de 5,5 millones de desplazamientos diarios realizados internamente en la ciudad, de los cuales la movilidad turística representaría en torno al 10%.

La ciudad turística en movimiento: patrones temporales y concentración espacial

Pero la incidencia de la movilidad turística en el sistema de movilidad puede ser todavía mayor debido a la elevada estacionalidad y a la concentración espacial en la ciudad, ya que durante los meses de julio y agosto el número de turistas llega a ser el doble que en enero.

De hecho, como resultado de esta estacionalidad se detectan picos de mayor demanda en julio y en agosto que podrían llegar a los 200.000 visitantes/día por término medio, número que puede incrementarse todavía más los días que llegan cruceros. Estos 200.000 visitantes generarían, aplicando la ratio de 3,9 desplazamientos/día por visitante, casi unos 800.000 desplazamientos/día en días punta.

También se detecta un incremento muy importante de los desplazamientos los días con acontecimientos importantes en la ciudad, en los que puede haber picos destacados de hasta más de 100.000 visitantes en un solo día, que se suman a los visitantes por motivo de ocio o personal, incrementando por lo tanto todavía más la movilidad turística y global en la ciudad.

A la concentración temporal se le añade la concentración espacial de las visitas. En Barcelona existe una innegable concentración territorial de la visita. Los turistas se mueven principalmente por el centro de la ciudad y los iconos turísticos.

Uno de los distritos más visitados de la ciudad es el de Ciutat Vella, con una centralidad histórica y geográfica que lo convierten en un territorio clave. La alta concentración de alojamientos turísticos, tanto de hoteles como de VUT, junto con la de establecimientos de restauración, de comercios, de actividades y usos turísticos, es especialmente visible. El distrito cuenta, además, con el espacio más visitado de la ciudad, la Rambla, con unas estimaciones que superan los cien millones de peatones anuales (Ayuntamiento de Barcelona, 2014). Otro espacio altamente utilizado son las playas y el frente marítimo, que, como espacios emblemáticos, son capaces de atraer a una gran cantidad de usuarios, tanto residentes como visitantes y turistas. La Sagrada Familia o el Park Güell son algunos ejemplos de espacios de gran afluencia (EGA).

Los diferentes atractivos de visita de la ciudad se activan y desactivan en función de la capacidad de atracción que tienen en determinados momentos. Así, en función de la propia naturaleza de la actividad, variará el uso a lo largo del día.

2.2. El puerto y el aeropuerto, las principales puertas de entrada a la ciudad

La mayoría de las llegadas diarias de turistas son en avión, el 82%, un porcentaje que queda muy alejado del siguiente medio de acceso, que es el tren con el 8% (figura 3). El abaratamiento de los vuelos, con el *low cost* como modelo de negocio predominante, y el aumento de conexiones con otras capitales europeas, así como la mejora y la ampliación de las infraestructuras del aeropuerto lo consolidan como la gran puerta de entrada del turismo a la ciudad, que superó los 50 millones de pasajeros en el año 2018 (AENA), tras un fuerte aumento en los últimos años.

A mucha distancia del avión están los turistas que llegan a la ciudad en tren (8%), principalmente en AVE provenientes del resto del Estado español y a través del corredor Barcelona-Madrid y de los servicios internacionales del corredor mediterráneo, con las nuevas conexiones con Francia (París, Tolosa, Marsella y Lyon). La demanda de viajeros en los dos corredores no ha dejado de crecer en los últimos años.

Los cruceros en el puerto de Barcelona, una fuente creciente de visitantes con una fuerte estacionalidad

Por otro lado, la llegada de cruceros a Barcelona se ha duplicado en los últimos 10 años, superando los 3 millones de cruceristas en el año 2018, consolidando Barcelona como líder de cruceros de Europa y del Mediterráneo, y posicionándose como cuarto puerto del *ranking* mundial (Puerto de Barcelona).

Una de las principales características de los cruceros es su fuerte estacionalidad (figura 4). Con una temporada alta que va de mayo a octubre con determinados días punta en que pueden llegar a concentrarse casi 30.000 cruceristas en un solo día.

Al puerto de Barcelona llegan navíos íntegramente en operativa *tumaround* – cuyos pasajeros inician y/o finalizan el viaje en Barcelona–, navíos íntegramente con operativa ‘en tránsito’ y navíos mixtos que combinan los dos tipos de operativa. Esta diferente operativa de los cruceros en el puerto de Barcelona determina la relación de los cruceristas con Barcelona. En los últimos años, el crecimiento de los cruceristas en tránsito ha sido constante, siendo del 8% respecto a 2017, mientras

que el puerto base se ha estabilizado entorno al millón seiscientos mil cruceristas.

Esta fuerte concentración de operaciones en determinados días y en determinadas horas del día supone para la ciudad situaciones de aglomeración de visitantes en las zonas adyacentes del puerto de Barcelona, principalmente en las Ramblas, así como en las infraestructuras de movilidad que más emplean.

2.3. Los turistas se mueven principalmente a pie y en transporte público

En sus desplazamientos por la ciudad, los turistas emplean mayoritariamente el transporte público (48,9%) y los modos no motorizados, preferentemente a pie (45,0%) (figura 5). Por lo tanto, su comportamiento responde a un modelo de movilidad bastante sostenible que respeta la calidad del entorno urbano y el medio ambiente, porque libera el espacio público de la movilidad privada y de los transportes a motor; pero al mismo tiempo plantea otros retos para la ciudad, tales como la capacidad del sistema de transporte público de absorber el aumento de demanda, o la equidad del sistema de tarificación y bonificación del transporte público.

Una ciudad que invita a pasear

Si una cosa caracteriza el modelo de movilidad turística de Barcelona, es el elevado peso de la movilidad a pie, que representa el 45% de los desplazamientos turísticos (figura 6). Las dimensiones de Barcelona, la configuración compacta de su tejido urbano y del espacio público en general, su clima, y su frente litoral, así como otros aspectos como la seguridad o la actividad comercial invitan a moverse andando por sus calles, ya sea para desplazarse de un sitio a otro o para pasear.

En zonas y barrios como el entorno de la Rambla, el Barrio Gótico, el paseo Marítimo o en torno a la Sagrada Familia, se concentra un alto volumen de visitantes. Esta alta densidad en algunos lugares coincide con otras actividades relacionadas con el turismo como son las esperas en las proximidades a las paradas del bus turístico o en las zonas de parada de los autocares, la ocupación de las aceras por grupos guiados de visitantes, o la coincidencia con la circulación de grupos turísticos en bicicleta u otros vehículos de movilidad personal.

El uso turístico creciente de bicicletas y vehículos de movilidad personal

Aunque el volumen total de desplazamientos representa menos del 2%, la bicicleta y los vehículos de movilidad personal también se utilizan como atracción turística y de ocio. En los últimos años, el uso de la bicicleta y los vehículos de movilidad personal (VMP) ha ido aumentando entre los visitantes. Actualmente se detecta una fuerte concentración de usuarios y de empresas de alquiler en algunas zonas de la ciudad como el Frente Marítimo, Ciutat Vella o el entorno de algunos EGA. Esta concentración en el espacio público de bicicletas, VMP y otros artilugios con conductor ha supuesto la aparición de problemas de convivencia y de pugna por el espacio público, sobre todo cuando los desplazamientos se realizan en grupo, un fenómeno ante el cual el Ayuntamiento de Barcelona ha regulado las condiciones de movilidad.

Además del alquiler de bicicletas y VMP en establecimientos, en la ciudad han

empezado a operar flotas privadas de bicicletas, VMP y sobre todo motocicletas, que permiten alquilar dichos vehículos para realizar un solo desplazamiento sin tener que devolver el vehículo al mismo lugar de origen del desplazamiento. Se trata de flotas que hacen uso del espacio público para aparcar y que son alquiladas por los usuarios a través de aplicaciones móvil. Este tipo de servicios tienen buena acogida entre los turistas, ya que se trata de un medio de transporte muy flexible y, en algunos casos, con aplicaciones móviles válidas también en otras ciudades europeas.

El alquiler de estos tipos de vehículos puede ser beneficioso desde el punto de vista de la sostenibilidad y la eficiencia, pero también puede generar tensiones de sobreocupación de los aparcamientos públicos de bicicletas, alta concentración de vehículos aparcados en aceras, o conflictos con la movilidad de los peatones si desde la Administración no se regula a tiempo este tipo de movilidad.

El metro, el medio de transporte preferido por los turistas con más de 71 millones de desplazamientos anuales

La elevada capacidad de transporte del metro y la extensión de su red en el ámbito central de la ciudad permiten canalizar un volumen de desplazamientos de visitantes difícilmente asumible por cualquier otra alternativa de transporte mecanizada.

En total se estima que los turistas realizan unos 196.000 desplazamientos por término medio al día en metro, lo que representa aproximadamente el 15% del total de usuarios de la red de metro y una demanda anual de unos 71 millones de desplazamientos. En agosto, con mayor afluencia turística y en días puntas con presencia de cruceros, se estima que el número de desplazamientos se eleva hasta los 240.000.

En este sentido, los elevados niveles de saturación que sufren actualmente algunos tramos centrales de la red, como consecuencia de los recortes de inversiones y de mantenimiento del sistema durante los años de crisis económica, se pueden ver agravados por los importantes aumentos de demanda turística de los últimos años, que han duplicado el número de visitantes en la ciudad en menos de 15 años. El 66% de los trayectos en metro de los turistas se concentran en solo 15 estaciones de la red. (figura 7)

Saturación de líneas de autobús que dan servicio a los principales centros turísticos

Desde el punto de vista del reparto modal, el autobús urbano asume un papel secundario con respecto al metro, complementando y facilitando los desplazamientos a determinadas áreas de interés turístico donde la red de metro no llega.

No obstante, se observa que las líneas que conectan el centro con las principales zonas turísticas como las playas, la plaza de Cataluña, la Sagrada Familia, el Park Güell o Montjuïc registran una proporción bastante mayor de visitantes (figura 8), con tramos de la línea en que la carga de pasaje es muy alta, y en que se detectan conflictos y quejas entre los usuarios sobre la calidad del servicio en términos de congestión y masificación en determinadas líneas.

La acusada estacionalidad de la demanda turística y su concentración en solo algunas líneas se ve agravada por la disminución de la frecuencia de paso del autobús en fines de semana y en período de vacaciones estivales.

Poca penetración de los títulos de transporte público específicos para el turista

Pese a disponer de una amplia oferta de títulos de transporte que se adaptan a la movilidad turística, como son el abono Hola BCN, la Barcelona Card o la tarjeta T-Esdeveniment, su penetración es baja y el principal título de transporte empleado por el visitante es la tarjeta integrada T-10, con una participación del 63% (figura 9).

En este sentido, hay que remarcar que el elevado uso del sistema de transporte público por parte de los turistas está impactando negativamente en la recaudación como consecuencia de un modelo tarifario que favorece el uso de la T-10, un título de transporte fuertemente subvencionado.

La conjunción de los bajos niveles de la tasa de cobertura de la tarifa del transporte público y el intenso uso de la tarjeta T-10 comporta la destinación de considerables recursos de las administraciones a la financiación de la movilidad de los visitantes.

El taxi, un elemento clave en los acontecimientos

Por término medio, el 5% de la movilidad turística diaria en Barcelona se realiza en taxi, una proporción que se eleva a más del 10% entre los turistas que visitan la ciudad por motivos profesionales. Destaca, por lo tanto, el papel del taxi en el desarrollo de ferias y congresos, en el que es un modo de uso habitual entre los delegados y delegadas para trasladarse entre la sede del congreso, el aeropuerto y los hoteles.

Este porcentaje muestra que el taxi no es utilizado de forma recurrente por los turistas, pero, aun así, destaca que el 38,9% declaran que lo han empleado en alguno de sus trayectos durante su estancia en Barcelona, tal y como recoge la Encuesta de la Actividad Turística en la Ciudad de Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2016) realizada anualmente, y es en los desplazamientos entre el aeropuerto y la ciudad donde el taxi ocupa una proporción muy importante (35%).

Actualmente, uno de los principales retos del sector del taxi es que requiere un proceso de adaptación a la demanda global, que reclama el uso de aplicaciones y plataformas de reserva por Internet, como ya han hecho los servicios globales de movilidad privada (VTC). Se trata de una modernización del sector que se añade a la operativa tradicional y exclusiva del taxi de contratación de vehículos que circulan por la vía pública o estacionados en las numerosas paradas distribuidas por la ciudad.

2.4. La visita panorámica a la ciudad

Excursiones panorámicas en autocar, un modelo extendido en Barcelona

Las excursiones en autocar son un modelo de visita de éxito por su comodidad. En Barcelona es un modelo extendido ya que, por un lado, la costa catalana aporta un gran número de excursionistas de un día, algunos de los cuales realizan una visita panorámica en autocar, y, por el otro, el puerto de Barcelona aporta también un gran número de cruceristas en tránsito de muy corta duración que encuentran en la visita panorámica en autocar la forma más cómoda para visitar la ciudad. Por último, diferentes operadores ofrecen visita en autocar por los principales iconos de la ciudad a personas alojadas en hoteles dentro de la ciudad, una práctica que está adquiriendo cierta importancia.

Se estima que en temporada alta circulan diariamente por la ciudad unos 250-300 autocares, con días punta en que se puede llegar a los 400 autocares (Barcelona Regional 2014). Esta alta afluencia, si bien no es importante desde el punto de vista de volumen circulatorio metropolitano, sí que afecta a determinados lugares de la ciudad, con ocupaciones de la calzada tanto en paradas de encochamiento y desencochoamiento, como por estacionamiento de mayor duración a la permitida mientras sus viajeros realizan la visita al punto turístico. Además, los autocares llevan implícito en muchos casos el guiado de grupo. La circulación por las aceras de grandes grupos guiados en torno a las paradas y en los desplazamientos hasta el lugar de visita generan dificultades en la convivencia entre residentes y visitantes debido a la saturación del espacio público.

El modelo actual de gestión de la movilidad turística en autocar se realiza a través de la regulación del aparcamiento en calzada (Zona Bus), con plazas de aparcamiento y parada exclusivas para autocares próximas a los lugares de mayor afluencia. Se trata de un modelo de regulación exitoso, que en los últimos años ha introducido mejoras, como una zona de exclusión de autocares en el entorno de la Sagrada Familia, un sistema de información de disponibilidad de plazas o un sistema de reserva de aparcamiento en el Park Güell, pero que todavía tiene potencial de mejora, ya que su implantación no ha logrado resolver los conflictos de ocupación de la vía pública en los nodos con más presión turística. Se detectan zonas sin plazas de aparcamiento, operaciones de estacionamiento en zonas no autorizadas, etapas de circulación en vacío, y el no pago de la tasa de aparcamiento. Además, la actual configuración del modelo de regulación del estacionamiento de autocares tiene poca capacidad para incidir y modelar la demanda con parámetros de capacidad de carga del sistema o parámetros ambientales.

El bus turístico, un servicio con alta intensidad en temporada alta

El bus turístico de Barcelona es un servicio de transporte urbano de viajeros concebido con finalidad cultural y turística, que opera con 5 rutas (4 en invierno) reguladas bajo concesión administrativa del Área Metropolitana de Barcelona (AMB): 3 de TMB con Barcelona Bus Turístic, y 2 del Grupo Julià con Barcelona City Tour.

Con una participación del 4%-5% de los desplazamientos que realizan los turistas, el bus turístico tiene una cuota similar a la del taxi. El bus turístico ha dejado atrás el período de fuerte crecimiento, que se inició a finales de los años 90, y ha entrado un período de estancamiento, y da los primeros síntomas de estar en un mercado ya muy saturado. En el año 2016 se vendieron entre los dos operadores más de 2,82 millones de billetes y es utilizado en temporada alta por unos 8.000-10.000 usuarios (TMB y Julià).

En líneas generales, los servicios de bus turístico más populares en las principales ciudades turísticas del mundo presentan unos intervalos de paso en temporada alta que oscilan entre los 10' y 30', con la excepción de la ciudad de Barcelona, donde los operadores ofrecen unos servicios que circulan con unas frecuencias mucho más elevadas, de entre 5' y 8' (figura 10).

En una ciudad con las características de densidad y movilidad de Barcelona, las elevadas frecuencias del servicio (hasta 46 pasos por hora en ejes centrales como paseo de Gràcia, Via Laietana y avenida

Diagonal) provocan ineficiencias en la gestión del servicio e impactos en la vía pública. Se observan fenómenos tales como la acumulación de autobuses en tramos de líneas o el efecto 'acordeón' en paradas, lo que provoca incidencias que comportan pérdidas de tiempo y de regularidad del servicio.

Buena parte de la presión que ejerce el bus turístico en la vía pública se concentra en los puntos de parada (mayores tiempos de subida y bajada del pasaje y ocupación de la vía pública, efecto acordeón con la coincidencia de más de un vehículo), que en el caso de Barcelona suman un total de 76 paradas distribuidas por las zonas más turísticas de la ciudad.

El empleo dichas paradas por parte de los usuarios es muy desigual. De hecho, el 80% de la demanda (bajadas y subidas) se concentra en solo 13 zonas. El resto presenta una demanda mucho más residual.

3. Objetivos estratégicos en la planificación de la movilidad turística

Con 23 millones de visitantes anuales, el turismo es ya parte inherente de la ciudad. Su asunción y la acción pública planificada se convierten en una necesidad para abordar su incidencia en aspectos urbanos relevantes como la movilidad urbana y los usos que se hacen de los espacios públicos.

La tendencia al aumento de visitantes va acompañada de una ampliación de la temporada alta, en la que existe un incremento de la presión sobre la vida cotidiana de muchos residentes, al intensificarse el uso del espacio público así como los servicios e infraestructuras de movilidad. Una realidad donde termina produciéndose una competencia por los recursos básicos compartidos entre las diferentes formas de vivir y practicar la ciudad. En este contexto, los instrumentos de planificación deben ayudarnos a responder de forma clara y adecuada a los retos y conflictos que cada vez con más intensidad planteará la ciudad metropolitana, entre ellos la creciente demanda de movilidad turística.

Por lo tanto, si se asume que la movilidad de los visitantes de carácter turístico es hoy un elemento estructurador de la ciudad y, por lo tanto, del sistema de movilidad de la ciudad, es necesario que se integre en la gestión y la planificación de la movilidad, tanto a escala urbana como metropolitana. Todavía más si tenemos en cuenta que en los últimos años se ha observado un fenómeno de metropolización del turismo y una apuesta clara de varias ciudades, como Amsterdam, París, Lisboa o la misma Barcelona, por promover esta dinámica territorial.

Para dar respuesta a estos retos, y teniendo presente que el objetivo es que el modelo de visita sea compatible con la movilidad cotidiana y que se garantice el uso racional y coherente del sistema de transporte públicos, se han definido cinco objetivos estratégicos de carácter general para definir la actuación en materia de movilidad turística. Los siguientes apartados detallan dichos objetivos.

a) *Máxima integración de la demanda turística en la planificación de la movilidad en la ciudad*

En total, son más de 154.000 personas que por término medio se mueven diariamente en Barcelona con un comportamiento específico, ya sea por los medios de transporte utilizado, por los trayectos

recurrentes, por los lugares frecuentados o por los ritmos o temporalidades. En este sentido, es ineludible la asunción de las actividades turísticas como inherentes a la condición metropolitana actual, dejando de tratar la movilidad turística como un hecho excepcional. Al contrario, es preciso incorporarla a los diferentes instrumentos de planificación y gobernanza con que se planifican las moviidades urbana y metropolitana.

Se trata, pues, de gestionar la movilidad turística como un elemento más que se integra en unas pautas de movilidad urbana en la ciudad de Barcelona cada vez más complejas y diversas. Esta apuesta por la normalización de los usos turísticos de la movilidad significa dejar de tratarla como si fuera excepcional e incorporar los usos, las dinámicas, las demandas y las prácticas como propias de la ciudad.

b) *Mayor equidad en el reparto de los costes directos y sociales*

El aumento de la movilidad turística obliga a los territorios a disponer de una dotación de más y mejores infraestructuras y servicios de movilidad. Los turistas que visitan Barcelona utilizan intensivamente unas infraestructuras y unos servicios de transporte, seguridad o mantenimiento que requieren importantes recursos económicos, que en gran parte están subvencionados por las administraciones públicas. A los costes directos se añaden unas externalidades negativas de los sistemas, asociados a una demanda de movilidad turística creciente y de elevada concentración, que compete con los residentes por unos recursos y bienes públicos limitados (costes ambientales, de congestión, etc.).

Por lo tanto, debe plantearse un análisis riguroso para contabilizar los costes totales de la movilidad turística y apostar por un sistema que reparta dichos costes de una manera más equitativa entre los visitantes y los residentes, y que garantice la viabilidad económica del sistema a través del sistema de tarificación general o de la tasación específica de algunas prácticas. Con todo, se podría incidir en la tasación sobre el uso esporádico en tanto que condición inherente de la visita turística.

c) *Garantía de sostenibilidad ambiental*

El volumen y crecimiento de la movilidad turística experimentado en la ciudad obliga a apostar de manera ineludible por un modelo que priorice la movilidad sostenible, tal y como se aplica en los desplazamientos realizados por la población residente de la ciudad.

Para hacerlo, sería necesario priorizar los flujos turísticos a pie y en sistemas de transporte público de gran capacidad y bajas emisiones (ferrocarril) en detrimento de modos motorizados privados, no colectivos o de gran impacto en el espacio urbano.

Con respecto a los desplazamientos de conexión, actualmente el 81,7% de los turistas llegan a la ciudad en avión, que es uno de los medios con más peso en la huella de carbono; por lo tanto, habrá que abordar medidas para mitigar este impacto.

d) *La necesidad de plantear políticas de gestión de la demanda*

A nivel global, la ciudad de Barcelona tiene un sistema de transporte potente y de calidad, pero su respuesta ante los crecimientos continuos de demanda turística no es infinita.

Así, en una ciudad tan densa como Barcelona y en que el número de visitantes crece año tras año, hay que poner énfasis en la gestión de los flujos y de los espacios de gran afluencia, con el fin de reducir su impacto sobre el espacio público y la movilidad cotidiana.

e) *Abordar el carácter territorial de la movilidad turística*

Resulta paradójico que el fenómeno turístico no se haya abordado con profundidad como uno de los factores de comprensión y de producción de los procesos de metropolización en una ciudad como Barcelona. Asumir que la destinación Barcelona rebasa con creces sus límites administrativos permite integrar la idea de que el turismo toma una dimensión metropolitana y la ciudad turística se convierte en centro emisor y receptor de estos nuevos flujos turísticos metropolitanos. Por lo tanto, hoy, resulta necesario abordar la gestión de la movilidad turística también desde el ámbito metropolitano. La destinación Barcelona, integrada por la ciudad de Barcelona y su entorno territorial, amplía las posibilidades de gestión de los impactos del turismo en la ciudad. En el año 2016, la provincia de Barcelona (sin el Barcelonès) recibió 4.704.308 turistas, de los cuales el 45% visitaron Barcelona o pernoctaron allí. En sentido inverso, el 4,5% de los turistas de Barcelona han visitado un lugar de la provincia de Barcelona sin pernoctar. Así pues, se pone de manifiesto que existe una clara asimetría entre los sentidos de los flujos Barcelona - resto del territorio metropolitano, siendo Barcelona mucho más atractora de visitantes, y que, por lo tanto, existe una clara oportunidad de potenciar la visita al resto del territorio metropolitano por parte de los turistas que pernoctan en Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2017).

Este fenómeno de metropolización del turismo se contempla, por una parte, como una oportunidad para construir una destinación turística que traspase los límites de la ciudad de Barcelona, que es uno de los objetivos del PET20, y por la otra, como una gran ocasión para reforzar el imaginario metropolitano. En definitiva, la gestión de la movilidad turística, que integra planificación, fiscalidad y comunicación, entre otros elementos, es un factor más de la estrategia global que tiene que dar respuesta a los intereses colectivos de la destinación Barcelona.

4. Propuestas de actuación para abordar los retos de la movilidad turística

Para dar respuesta a los retos de la movilidad turística y de acuerdo con los objetivos definidos se proponen a continuación una serie de actuaciones.

1. *Elaborar planes de movilidad específicos para los espacios de gran afluencia*

Los espacios de gran afluencia necesitan planes específicos que contengan las herramientas necesarias para facilitar la acción desde los territorios con el fin de responder a los retos que estos ámbitos plantean. Dichos planes tendrán que integrar diferentes vectores, como la movilidad y especialmente la movilidad turística, el espacio público, el patrimonio, el alojamiento, los acontecimientos o la comunicación, siempre con una perspectiva de integración en la planificación de distrito y de ciudad y con la estrategia metropolitana.

En el ámbito de la movilidad, los planes deberán realizar una diagnosis de dichos

espacios, identificando las trayectorias, la temporalidad y los medios de movilidad de los visitantes, detectando los espacios y momentos de mayor saturación, y evaluando las medidas de gestión implementadas.

De manera específica, es preciso incorporar actuaciones en materia de movilidad en la gestión integrada de los espacios de gran afluencia; implicar a los operadores turísticos con el fin de integrar los diferentes ritmos, estaciones y temporalidades en la gestión de los espacios más frecuentados, y minimizar los impactos negativos en colaboración con los agentes privados y comunitarios, como las colas en los iconos turísticos o el flujo de grupos de visitantes, con el fin de mejorar la convivencia turística y residencial.

2. Favorecer los desplazamientos a pie de los visitantes

Es necesario seguir extendiendo las medidas de optimización del reparto del espacio urbano que priorizan la figura del peatón frente a la ocupación del espacio por motos y ciclomotores, contenedores y otro mobiliario urbano, o terrazas y veladores, como ya se ha hecho en los lugares de la ciudad más solicitados. También hay que revisar los itinerarios de peatones entre los diferentes nodos turísticos, las paradas y estaciones de transporte público desde el punto de vista de la seguridad vial, la accesibilidad de peatones y la reducción del impacto sobre la movilidad residencial. Asimismo, es necesario realizar una revisión de la coherencia, la continuidad y la posición de la señalística actual.

3. Soluciones específicas a los problemas de congestión de la red de autobús urbano debido al gran volumen de visitantes en algunos servicios

Con el fin de reducir el impacto de la elevada afluencia de visitantes en algunas líneas de transporte público y de hacer compatible la actividad turística con la vida cotidiana en los barrios, se propone evaluar los niveles de congestión de las líneas de autobús, identificar los tramos y las paradas más saturadas y efectuar las mejoras necesarias en la red de transporte público con el fin de integrar el uso turístico y el uso cotidiano. Las mejoras en la red de autobuses deberán valorarse en cada caso, pero podrían incluir actuaciones como ampliaciones de capacidad con uso de vehículos más grandes, mejora de frecuencias, refuerzo de servicios, o nuevos servicios lanzadera como el implementado recientemente en el Park Güell. También hay que valorar medidas encaminadas a reducir el número de turistas que utilizan determinadas líneas de autobús, con cambios en los recorridos o desplazamiento de paradas, o favoreciendo el uso alternativo de otros modos de transporte público de mayor capacidad, así como la limitación de acceso a grandes grupos guiados de turistas.

4. Articular nuevas vías de financiación de las mejoras en la movilidad turística

En línea con lo que dispone la Ley 21/2015, de 29 de julio, de financiación del sistema de transporte público de Cataluña, es preciso encontrar fórmulas de financiación del transporte público que permitan internalizar los costes de la actividad turística y sufragar las mejoras necesarias en el sistema. En este sentido, ya hay experiencia de dedicación de una parte del fondo del impuesto turístico al refuerzo del transporte público entre el centro de la ciudad y las playas de la Barceloneta en los meses de verano.

5. Revisar la política tarifaria del sistema de transporte público

El elevado uso de la T-10 por parte de los visitantes y la baja tasa de cobertura tarifaria de este título de transporte implica que buena parte de la movilidad turística esté subvencionada por la Administración. Se propone revertir esta situación y favorecer la diferenciación de los títulos de transporte público utilizados por residentes y por visitantes, que deberán tener diferente nivel de subsidio. Habrá que revisar la política tarifaria de transporte público con el objetivo de que los usuarios recurrentes (residentes) utilicen títulos de transporte que premien el uso del transporte público y que les resulte más rentable económicamente y en prestaciones, mientras que los usuarios esporádicos, como los visitantes, utilizarían títulos de transporte con tarifas en las que se internalice el coste de su movilidad.

6. Avanzar hacia un modelo de regulación y mejora del transporte discrecional de servicios turísticos

La actual regulación del estacionamiento de autocares turísticos tiene poca capacidad para incidir en la demanda, ya que no permite segmentarla por tipo de usuario, ni desestimarla temporalmente a lo largo de la semana y del día, ni introducir parámetros ambientales en la motorización de los vehículos. Se vuelve necesario avanzar en un modelo progresivo de regulación de la movilidad de autocares turísticos que, mediante un sistema de permisos y reservas, permita modelar la demanda según las necesidades de la ciudad, monitorizándola, segmentándola y limitándola e introduciendo mecanismos de internalización de los costes y externalidades.

El nuevo modelo debe permitir intervenir a nivel global de la ciudad, así como en aquellos lugares de mayor atracción y concentración de autocares, reduciendo tanto la concentración de autocares como de visitantes y favoreciendo la convivencia con el resto de usuarios del espacio público.

De manera complementaria, se propone desarrollar un proceso de ordenación y concentración de las rutas turísticas de autobuses en un nuevo *hub* en la Estación del Norte, que ejerza de base para los servicios como los que van a Port Aventura, la Roca Village, Montserrat, etc., ofreciendo a los viajeros nuevos servicios complementarios en la estación y liberando el espacio público que estos servicios ocupan actualmente en el centro de la ciudad.

7. Repensar el servicio de bus turístico de la ciudad

El bus turístico es un servicio consolidado y muy popular en Barcelona, pero que, después de más de 20 años de funcionamiento, ha alcanzado un nivel de maduración del producto que se está traduciendo en un estancamiento de la demanda.

Con la finalización de la concesión en 2019, se abre la oportunidad de replantear el servicio, innovando, haciéndolo más atractivo de cara al usuario; pero también para ajustar y racionalizar los parámetros de la oferta de un servicio que en temporada alta genera una fuerte presión sobre la vía pública y el espacio urbano de la ciudad.

La revisión de los nuevos contratos debe responder a las estrategias en materia de movilidad turística que se desprenden de la Medida de Gobierno, de noviembre de 2017; de la Estrategia de Movilidad Turística,

y del marco que regula el servicio (Decreto 363/2006), con una clara visión de interés de ciudad.

8. Reducir el impacto del uso turístico de la bicicleta, los vehículos de movilidad personal y el uso de vehículos compartidos

El uso de bicicletas, VMP y motocicletas de alquiler por parte de grupos de visitantes tiene un fuerte impacto en determinados ámbitos de la ciudad como el frente litoral o el entorno de los nodos turísticos más solicitados. A pesar de las modificaciones en la Ordenanza de Circulación de Peatones y Vehículos del Ayuntamiento de Barcelona para introducir elementos de regulación en la circulación de VMP y de grandes grupos de ciclistas, es necesario introducir nuevas medidas reguladoras que garanticen que el aumento del uso del vehículo compartido se hace en condiciones de seguridad y con una afectación asumible de ocupación del espacio público. En este sentido, es preciso internalizar fiscalmente uso que el aparcamiento de estos vehículos hace del espacio público, con otorgamiento limitado de licencias, y asociadas a tasas de ocupación de la vía pública.

9. Reforzar la calidad del servicio de taxi en el uso turístico

Es necesario reforzar el taxi como servicio público, fortaleciendo la capacidad de adaptación del servicio de taxi de Barcelona ante el aumento de servicios globales de movilidad privada como el alquiler de vehículos con conductor (VTC). Dicho fortalecimiento tiene que venir de la mano de la incorporación de las mejoras que favorecen las plataformas tecnológicas y de una modernización en la intermediación que incluya mayores facilidades en el pago de los servicios, unas tarifas más sencillas y previsible antes del inicio del trayecto, nuevos servicios como el taxi compartido o la inclusión del taxi en el catálogo de servicios de transporte integrados en la futura T-Movilidad.

10. Implementar sistemas de monitorización de la movilidad turística

Con el objetivo de disponer de más y mejor información de los flujos de movilidad turística por parte de la administración, de los operadores y de los gestores de los espacios de gran afluencia, se propone establecer un plan de monitorización que permita obtener de forma regular datos relativos al turismo, a sus hábitos y a su movilidad. Dada la especificidad de cada medio de transporte y de cada espacio, se plantea la necesidad de crear un plan específico para cada tipología de uso, estableciendo qué información es necesaria recopilar para cada uno de ellos, cuáles son los instrumentos de monitorización adecuados y qué mecanismos de gestión de la información son necesarios. Es necesario involucrar a los diferentes gestores de los atractivos con más demanda y las diferentes administraciones y operadores implicados en la movilidad urbana y de conexión de la ciudad, teniendo presentes la multitud de actores que a día de hoy la gestionan.

5. Conclusiones

El turismo es uno de los fenómenos más relevantes para la configuración de la ciudad del futuro, es parte inherente de ella, y Barcelona se ha convertido en una ciudad turística en tiempo récord, y se ha consolidado como una de las principales destinaciones urbanas europeas con una clara tendencia al crecimiento. Esta población flotante, que usa la ciudad de formas diversas, se añade a una ciudad que

por las dimensiones físicas y el volumen de población residente es especialmente densa.

Según las estimaciones realizadas a partir de las encuestas oficiales de Turismo y otros datos relacionados, en el año 2016 Barcelona recibió a más de 23 millones de visitantes, de los cuales más del 75% pernoctaron como mínimo una noche. Esto se traduce en una media de unos 154.000 visitantes/día en la ciudad que, según las encuestas de movilidad turística realizadas en el marco de la EMT, realizaron 3,9 desplazamientos/día por término medio. Todos estos desplazamientos representaron más de 600.000 desplazamientos/día, dato que representa en torno al 10% de la movilidad de los residentes de la ciudad.

Tanto la oferta turística como la demanda tienden a distribuirse de manera desigual en el territorio. Unos barrios y zonas registran una alta concentración espacial de la actividad turística mientras que otras zonas de la ciudad no experimentan este fenómeno. La concentración de turistas en

determinadas zonas de la ciudad termina generando problemas de saturación y sobreexplotación del espacio e impactos en la movilidad diaria. En los meses de primavera y verano, cuando además hay fuertes puntas de demanda ocasionadas por la concentración de llegada de cruceristas en poco espacio de tiempo, los problemas de presión sobre el espacio público y los servicios se intensifican.

Para dar servicio a esta demanda, Barcelona cuenta con una buena oferta de infraestructuras y servicios de movilidad de carácter general, y con unos servicios específicos dirigidos a los turistas, que establecen un escenario adecuado para la estancia turística y atractivo para la configuración de la destinación.

No obstante, se trata de un sistema que requiere mejoras en la gestión. Si bien cuenta con recursos infraestructurales, es necesario mejorar la gestión de los servicios (desde el aeropuerto hasta la red de autobuses, pasando por el modelo tarifario), puesto que es preciso tener en cuenta que determinadas prácticas y usos turísticos de

movilidad suponen una amenaza para la calidad de la vida de los residentes, ya sea por el colapso de las líneas o debido a los efectos del volumen y la intensidad de las visitas.

Por lo tanto, es preciso plantearse que la respuesta más adecuada ante la saturación de determinados servicios o lugares no es siempre un problema de la capacidad del sistema, sino también de gestión y de regulación de la demanda turística. Una gestión de la demanda que es evidentemente compleja y que nos obligará a tener datos concretos y actualizados de las pautas de movilidad de los diferentes perfiles de visitantes de la ciudad.

En definitiva, la gestión de los usos turísticos de la movilidad, por su intensidad, su excepcionalidad o por el volumen de usuarios, requiere repensar, rediseñar, gestionar o regular prácticas específicas, y hacerlo alineadamente con las directrices de la gestión de la movilidad de la ciudad y con las directrices de la gestión de la visita turística, sin perder de vista en ningún momento la escala metropolitana.

Regió Metropolitana de Barcelona Territori-Estratègies-Planejament

1. Planejament estratègic i actuació urbanística

(Amb treballs de Jordi Borja, Josep Roig, Juli Esteban, Joan Busquets i Manel Herce. *Maig 1991*)

2. Planejament i àmbit territorial

(Amb treballs de Juli Esteban, Lluís Casassas, Manuel Ribas i Amador Ferrer. *Maig 1991*)

3. Economia i territori metropolitana

(Amb treballs d'Amador Ferrer, Oriol Nel·lo, Joan Trullén, Manuel de Forn i Josep M. Pascual. *Juliol 1991*)

4. Las grandes ciudades españolas: datos básicos

(Repertori estadístic realitzat per l'Institut d'Estudis Metropolitans de Barcelona sota la direcció d'Oriol Nel·lo. *Juliol 1991*)

5. Barcelona: la ciutat central

(Amb treballs d'Anna Cabré, Marina Subirats, Alfredo Pastor i Manuel Ribas. *Setembre 1991*)

6. El fet metropolità: interpretacions geogràfiques

(Amb treballs de Jordi Borja, Juli Esteban, Josep Serra, Joan Eugeni Sánchez i Oriol Nel·lo. *Setembre 1991*)

7. Enquesta metropolitana de Barcelona (1990): primers resultats

(Informe realitzat per l'Institut d'Estudis Metropolitans de Barcelona sota la direcció de Marina Subirats. *Desembre 1991*)

8. La residència secundària

(Treball realitzat per l'Institut d'Estudis Metropolitans de Barcelona sota la direcció de Montserrat Pallarès i Pilar Riera. *Novembre 1991*)

9. Política de sòl i habitatge

(Amb treballs d'Agustí Jover, Joan Ràfols, Manuel Herce, Amador Ferrer i la Secció d'Estadística i Anàlisi Territorial de la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona. *Febrer 1992*)

10. Transport i xarxa viària

(Amb treballs de Maria Teresa Carrillo, Anna Matas, Pere Riera, Pelayo Martínez i Alfons Rodríguez. *Febrer 1992*)

11. Els espais no urbanitzats: medi natural, paisatge i lleure

(Amb treballs de Jordi Cañas, Josep M. Carrera, Rosa Barba, Margarida Parés, Carles Pareja, Ramon Arribas, Rosa L. García i Batis Ibarguren. *Abril 1992*)

12. La vertebració de la ciutat metropolitana

(Amb treballs de Joaquim Clusa, Miquel Roa, Amador Ferrer i Juli Esteban. *Abril 1992*)

13. La conurbació barcelonina: realitzacions i projectes

(Amb treballs de Juli Esteban, Amador Ferrer, Constantí Vidal, Antoni Nogués, Joaquim Suñer, Jordi Ferrer, Lluís Cantallops, Manuel Ribas, Estanislau Roca, Imanol Pujana i Francesc Peremiquel. *Juny 1993*)

14. La Regió Metropolitana en el Planejament Territorial de Catalunya

(Informe realitzat pel Servei d'Ordenació Urbanística de la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, sota la direcció de Santiago Juan. *Desembre 1993*)

15. Els teixits edificats: transformació i permanència

(Treball realitzat per César Díaz, Amador Ferrer, Ramon García i Àngels Ulla. *Desembre 1993*)

16. La xarxa ferroviària: encaix urbà i impacte territorial

(Amb treballs de Juli Esteban, Jordi Prat, Jordi Julià, Robert Vergés, Robert Ramírez, Manuel Acero, Manuel Herce i José Aguilera. *Febrer 1994*)

17. El Vallès Occidental: planejament urbanístic i problemàtica territorial

(Amb treballs d'Oriol Civil, Manel Larrosa, Jordi Casso, Francesc Mestres, Pere Montaña, Ricard Pié i Batis Ibarguren. *Febrer 1994*)

18. La ciutat i la indústria

(Amb treballs d'Antoni Lucchetti, Narcisa Salvador, Javier Sáez, Amadeu Petitbó, Ezequiel Baró, Manuel Villalante, Juli García, Oriol Nel·lo i Josep M. Alibés. *Juliol 1994*)

19. El Baix Llobregat: planejament urbanístic i problemàtica territorial

(Amb treballs de Josep Montilla, Miquel Roa, Joan-Antoni Solans, Javier Sáez, Miguel Durbán, Xavier Eizaguirre, Joan López i José Luis Flores. *Setembre 1994*)

20. Els espais oberts: parcs, rius i costes

(Amb treballs d'Àngel Simon, Joaquim Clusa, Albert Serratosa, Juli Esteban, Marià Martí i Jaume Vendrell. *Octubre 1994*)

21. El Vallès Oriental: planejament urbanístic i problemàtica territorial

(Amb treballs de Jordi Terrades, Josep Homs, Jordi Casso, Ramon Torra, Jordi Prat, Jordi Bertran, Joan López i José Luis Flores. *Novembre 1994*)

22. La ciutat i el comerç

(Amb treballs de Marçal Tarragó, Ricard Pié, Amador Ferrer, Josep M. Carrera, Josep M. Bros, Josep Llobet, Francesc Mestres, Juan F. de Mendoza, José I. Galán, Enric Llarch i Marisol Fraile. *Gener 1995*)

23. El Maresme: planejament urbanístic i problemàtica territorial

(Amb treballs d'Agapit Borràs, Montserrat Hosta, Sebastià Jornet, Pere Lleonat, Ramon Roger i Robert Vergés. *Febrer 1995*)

24. Mobilitat urbana i modes de transport

(Amb treballs d'Oriol Nel·lo, Manuel Villalante, Joaquim Clusa, Jacint Soler, Josep M. Aragay, Juli García, Miguel Àngel Dombriz i Ole Thorson. *Abril 1995*)

25. Enquesta metropolitana de Barcelona (1995): primers resultats

(Informe realitzat per l'Institut d'Estudis Metropolitans de Barcelona sota la direcció de Marina Subirats. *Setembre 1996*)

26. Les formes de creixement metropolità

(Amb treballs d'Antoni Font, Manuel de Solà-Morales, Josep Parcerisa i Maria Rubert de Ventós, Carles Llop, Josep M. Vilanova i Amador Ferrer. *Gener 1997*)

27. Las grandes ciudades españolas: dinámicas urbanas e incidencia de las políticas estatales

(Informe realitzat per Oriol Nel·lo. *Juliol 1997*)

28. Els 20 anys del Pla General Metropolità de Barcelona

(Amb treballs d'Albert Serratosa, Ricard Pié, Amador Ferrer, Fernando de Terán, Josep M. Huertas, Juli Esteban i Joan Antoni Solans. *Novembre 1998*)

29. L'habitatge a les àrees centrals

(Amb treballs de Juli Esteban, Josep M. Carrera, Amador Ferrer, Agustí Jover, Ricard Vergés i Borja Carreras-Moysi. *Febrer 1998*)

30. Indicadors estadístics municipals

(Informe realitzat pel Servei d'Estudis Territorials de la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona. *Setembre 1998*)

31. L'Alt Penedès: planejament urbanístic i problemàtica territorial

(Amb treballs d'Enric Mendizabal, Joaquim Clusa, Joan Rosselló, Jordi Casso, Albert Serratosa, Joan López i Joan Miquel Piqué. *Desembre 1998*)

32. L'urbanisme municipal a Catalunya

(Amb treballs d'Amador Ferrer, Joaquim Sabaté i Joan Antoni Solans. *Març 1999*)

33. La renovació urbana als barris fronterers del Barcelonès

(Amb treballs de Jaume Carné, Cèsar Díaz, Emili Mas, Antoni Nogués, Javier Ferrándiz, Jordi Ferrer i Àngela Garcia. *Març 2001*)

34. Enquesta de la Regió de Barcelona 2000: primers resultats

(Informe elaborat per l'Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona, sota la direcció de Salvador Giner. *Octubre 2001*)

35. Estratègia Territorial Europea

(Amb treballs de Joan López, Joan Miquel Piqué, David Shaw i Alexandre Tarroja. *Febrer 2002*)

36. Ciutat compacta, ciutat difusa

(Amb treballs de Josep Maria Carrera, Josep Maria Carreras, Joan Antoni Solans, Salvador Rueda i Oriol Nel·lo. *Maig 2002*)

37. Grans aglomeracions metropolitanes europees

(Trellat realitzat per Josep Serra, Montserrat Otero i Ernest Ruiz, del Servei d'Estudis Territorials de la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona. *Juny 2002*)

38. Els nous reptes de la mobilitat a la regió de Barcelona

(Amb treballs de Joan López, Francesc Robusté, Robert Vergés, Manel Larrosa, Jordi Prat i Juli Esteban. *Març 2003*)

39. Estratègies territorials a les regions catalanes

(Amb treballs d'Alexandre Tarroja, Juli Esteban, Jordi Ludevid, Joan Vicente, Francesc González, Josep Oliveras, Joan Vilagrassa i Joan López. *Juliol 2003*)

40. Estructura del mercat de treball

(Amb treballs de Joaquim Capellades i Mireia Farré, Juan Antonio Santana i José Luis Roig, Francesc Castellana, Antonio Bermejo, Rosa Mur i Joan Miquel Piqué, Narcisa Salvador i Jordi Arderiu. *Novembre 2003*)

41. L'ordenació del litoral català

(Amb treballs de Joan Busquets, Jordi Serra, Elisabet Roca, Joan Alemany, Amador Ferrer i Salvador Antón. *Juliol 2004*)

42. Las grandes ciudades españolas en el umbral del siglo XXI

(Informe realitzat per Oriol Nel·lo. *Setembre 2004*)

43. El urbanismo municipal en España

(Amb treballs d'Amador Ferrer i Manuel de Solà-Morales. *Juny 2005*)

44. Planificación de infraestructuras y territorio. El Arco Mediterráneo

(Amb treballs de Francesc Carbonell, Josep Bàguena, Francesca Governà, Joaquín Farinós, Josep Vicent Boira i Jean-Claude Tourret. *Abril 2007*)

45. Polígons d'activitat econòmica: tendències de localització i accessibilitat

(Amb treballs de Carme Miralles-Guasch, Carles Donat, Àngel Cebollada i Frontera, Margarida Castañer, Antoni Ferran i Mèlich i Juli Esteban i Noguera. *Juny 2007*)

46. Habitatge i mobilitat residencial. Primeres dades de l'Enquesta de condicions de vida i hàbits de la població de Catalunya, 2006

(Informe realitzat per Carme Miralles-Guasch, Carles Donat i Jaume Barnada. *Setembre 2007*)

47. El repte del paisatge en àmbits metropolitans

(Amb treballs de Carles Llop, Francesc Muñoz, Enric Batlle, Fabio Renzi, Ramón Torra, Antoni Farrero, Víctor Ténez i Jaume Busquets. *Febrer 2008*)

48. La mobilitat quotidiana a Catalunya

(Amb treballs de Carme Miralles-Guasch, Laia Oliver Frauca, Obdúlia Gutiérrez, Joan Alberich González, Daniel Polo, Àngel Cebollada, Pilar Riera, Carme Bellet, Josep M. Llop, Antoni F. Tulla, Marta Pallarès-Blanch. *Juliol 2008*)

49. Temps i territori. Les polítiques de temps de les ciutats

(Amb treballs de Teresa Torns, Vicent Borràs, Sara Moreno, Carolina Recio, Ulrich Mückenberger, Sandra Bonfiglioli i Lluç Gwiazdzinski. *Desembre 2008*)

50. Aglomeracions metropolitanes europees

(Amb treballs de Josep M. Carreras, Montserrat Otero i Ernest Ruiz, del Servei d'Informació i Estudis Territorials de la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona. *Març 2009*)

51. Transformacions territorials a l'Àrea Metropolitana de Barcelona

(Amb treballs d'Oriol Nel·lo, Joan Alberich, Carles Donat i Laia Oliver. *Juliol 2010*)

52. La societat metropolitana de Barcelona. Una visió a partir de l'Enquesta de condicions de vida i hàbits de la població

(Amb treballs de Marina Subirats, Pedro López, Cristina Sánchez, Sònia Parella, Lluís Flaquer i Antoni Ramon. *Juliol 2010*)

53. La seguretat ciutana a les metròpolis del segle XXI

(Amb treballs de Jaume Curbet, Francesc Guillén Lasierra, Josep Maria Pascual i Esteve, Marcel Cajelait, James Bennett, Betsy Stanko, Christophe Soullez, Alain Bauer, Carles González Murciano i Marta Murrià Sanguinés. *Gener 2011*)

54. Escenaris territorials per a les regions europees: el cas de Barcelona

(Amb treballs de Roberto Camagni, Roberta Capello, Jacques Robert, Antonio Affuso, Joan Trullén, Rafael Boix i Vittorio Galletto. *Maig 2011*)

55. El Pla Territorial Metropolità de Barcelona

(Amb treballs de Juli Esteban Noguera, Josep Maria Carrera, Alpuente, Antoni Alarcón Puerto, Carles Castell Puig, Martí Domenech Montagut, Marc Montlleó Balsebre, Pere Montaña Josa, Andreu Ulied, Manel Larrosa, Carles Llop, Joan Antoni Solans Huguet, Ricard Pié Ninot, Ramon Roger Casamada, Agustí Jover, Miquel Morell, Manuel De Torres Capell, Antonio Font, Robert Vergés Fernández, Rodrigo Alaminos Rodríguez, Maria Rovira Duran, Alessandro Delpiano, Tim Marshall, Oriol Nel·lo. *Juliol 2012*)

56. L'impacte social de la crisi a l'Àrea Metropolitana de Barcelona i a Catalunya

(Amb treballs de Sebastià Sarasa, Sergio Porcel i Lara Navarro-Varas. *Maig 2013*)

57. Discursos emergents per a un nou urbanisme

(Amb treballs de Joan Trullén, Xavier Boneta, José Fariña, Xavier Matilla, José María Echarte, Guillermo Acero, Jon Aguirre, Jorge Arévalo, Pilar Díaz, Iñaki Romero, Gemma Fernández, Marc Martí-Costa, Alfons Recio, Miquel Pybus, Albert Arias, Pere Suau-Sánchez, Jordi Bonet, Manu Fernández, Maties Serracant, Pau Avellaneda, Marc Montlleó, i Miquel Morell. *Gener 2014*)

58. Megaregions i desenvolupament urbà sostenible. Factors estratègics per a l'àrea metropolitana de Barcelona en el context europeu

(Amb treballs de: Ricard Gomà, Joan Marull, Vittorio Galletto, Elena Domene, Carme Font, Rafael Boix i Joan Trullén, amb la col·laboració de Manel Pons i Francesc Coll. *Novembre 2016*)

59. Nous reptes en la mobilitat quotidiana. Polítiques públiques per a un model més equitatiu i sostenible

(Amb treballs de: Esther Anaya, Àngel Cebollada, Katherine Pérez, Anna Gómez-Gutiérrez, Irene Martín, Rossend Bosch, Carles Conill, Florida de Ciommo, Patxi J, Lamiquiz, Julio Pozueta, Manuel Benito, Javier González, Salvador Rueda, Núria Pérez Sans, Gemma Solé Massó, Manel Ferri, Albert Villalonga, Miquel Estrada, José Magín Campos, Sergi Saurí, Maite Pérez, Carme Fàbregas i Manel Villalante. *Novembre 2017*)

60. Gentrificació i dret a la ciutat

(Amb treballs de: Ricard Gomà, Núria Benach, Abel Albet, Michael Janoschka, Daniel Sorando, Álvaro Ardura, Oriol Nel·lo, Fernando Antón-Alonso, Sergio Porcel, Irene Cruz, Antonio López Gay, Lara Navarro-Varas, Carles Donat, Albert Arias-Sans, Iolanda Fresnillo, David Bravo, Jaime Palomera, Janet Sanz i Gaia Redaelli. *Juny 2018*)

61. Governança metropolitana

(Amb treballs de: Marc Martí-Costa, Karsten Zimmermann, Patricia Feiertag, José María Fera Toribio, Oriol Estela Barnet, Mariona Tomàs Fornés, Paula Salinas, Maite Vilalta, Tomàs Font i Llovet, Jacob Cirera Val, Joan López Redondo, Hèctor Santcovsky, Jordi Bosch Meda, Carles Donat Muñoz, Sergio Porcel, Lara Navarro-Varas i Irene Cruz. *Desembre 2018*)

Papers 62

