

## Presentació



El número monogràfic de DAG que el lector té a les mans respon a la creixent rellevància del fenomen turístic a Barcelona. La ciutat s'ha convertit en un referent turístic internacional de primera magnitud. Aquesta projecció ha estat fruit de dos elements clau, com es destaca a l'article de Francesc López Palomeque. El primer, els Jocs Olímpics de 1992, que situen Barcelona a l'imaginari turístic internacional i la promocionen com una ciutat mediterrània amb una forta personalitat i amb un patrimoni cultural molt potent. El segon, la col·laboració conjunta entre els organismes publicoprivats per a la promoció de la ciutat a través del consorci Turisme de Barcelona.

El monogràfic recull els elements clau d'aquest procés de turisticació de Barcelona i analitza i qüestiona el model turístic de la ciutat. Les diferents aportacions pretenen reflexionar i alhora donar a conèixer el debat urbà i turístic que es produeix a Barcelona i contribuir a donar resposta a reflexions sobre el model turístic de Barcelona. En conjunt, el monogràfic ens ha plantejat reflexions que ens permetem resumir aquí. Com hem de compatibilitzar la vida ciutadana amb les demandes dels turistes? Com harmonitzem la presència temporal dels turistes i visitants amb els residents? Quines estratègies cal dissenyar per, a partir de l'atractiu de Barcelona, expandir aquest flux turístic a tot Catalunya? Existeix el perill de morir d'èxit? Com es pot resoldre la hiperconcentració de turistes en determinats barris de la ciutat? Com hem de repartir la riquesa permeabilitzant i posant en valor altres zones de la ciutat, per evitar la massificació i degradació i no sobrepassar la capacitat de càrrega?

Aquestes preguntes i estratègies s'analitzen en els vuit articles que componen el monogràfic. Seguint l'ordre d'aparició, l'article d'Agustín Cocola i Saida Palou, sota el títol «Tourism promotion and urban space in Barcelona. Historic perspective and critical review, 1900-1936», posa de manifest la mirada històrica del turisme a la ciutat i destaca com el turisme ha adquirit

un valor estratègic per a la conformació urbana, urbanística i monumental de Barcelona. Els inicis del turisme a Barcelona se situen a principis del segle xx, en un escenari marcat per importants canvis polítics, econòmics i socioculturals. La construcció turística de Barcelona es va plantejar en el marc d'una ideologia hegemònica, burgesa, que anteposava els principis estètics i els valors culturals com a eixos del seu discurs, de manera que l'ordenació urbanística i la construcció monumental de la ciutat van ser requisits i, al mateix temps, resultats d'aquesta estratègia. Després d'aquesta pinzellada històrica que permet entendre les bases de la imatge turística inicial de la ciutat de Barcelona, es presenta l'article de Francesc López Palomeque, sota el suggeridor títol de «Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado». En aquest article es repassen els canvis recents de la ciutat en l'àmbit turístic i s'explica el vertiginós creixement que ha comportat passar d'una ciutat amb turisme a una ciutat turística com és ara Barcelona. López Palomeque afirma que Barcelona està de moda, una afirmació recurrent als mitjans de comunicació i referida a tots els àmbits, i destaca la seva projecció internacional. Òbviament, aquesta condició no s'ha assolit per casualitat i el turisme hi té molt a veure. A priori, el paper del turisme no hauria d'estranyar, ja que Barcelona és avui dia una ciutat turística i una destinació urbana de primer ordre a escala internacional, resultat d'un llarg procés d'evolució de les activitats turístiques. La relativa novetat deriva de la intensificació del procés en les dues últimes dècades (perspectiva temporal) i dels canvis a la ciutat (dinàmiques urbanes), que conformen la doble realitat assenyalada: destinació de primer ordre i ciutat turística. Conciliar de forma harmònica la vida dels ciutadans amb la dels turistes és ara un repte important per a una ciutat que, encara que no para d'assolir fites de popularitat com a destinació turística, ha d'evitar morir d'èxit. Les dades d'aquest creixement les aporta l'article de Juan Antonio Duro i David Rodríguez. Aquests autors analitzen l'evolució de Barcelona com a municipi turístic en els darrers anys a partir dels indicadors quantitius disponibles, tant de demanda com d'oferta. A més, constaten que l'expansió s'ha materialitzat en termes de la demanda (en particular, pernoctacions i estada mitjana) i de l'oferta (places i la seva qualitat i distribució territorial) i subratllen la progressiva internacionalització de la demanda i l'avanç cap a la diversificació dels mercats internacionals, especialment el nord-americà, el rus i el xinès. En aquest sentit, també avisen que aquests avenços i progressos mostren senyals d'alerta en la sostenibilitat d'aquest creixement i que cal reclamar una política pública adequada per al sosteniment del model turístic de Barcelona. La contribució d'Inmaculada Díaz-Soria visualitza l'aparició de diverses empreses que han identificat postes turístiques adreçades principalment als habitants de Barcelona i de Catalunya. Aquest article analitza l'oferta de rutes culturals dirigides principalment a un públic de proximitat i valoritza els atractius «desconeguts però propers» que són o poden ser explotats turísticament. Una estratègia molt interessant per descongestionar els espais turístics clàssics i posar en valor nous espais i noves rutes.

El treball de Luis Alfonso Garay incideix en l'anàlisi del turisme de creuers, un fenomen recent i que ha situat Barcelona com el principal port europeu de creuers de la Mediterrània i el quart a escala internacional, sobrepasat únicament pels de Miami, Port Canaveral i Port Everglades, tots ells a Florida (Estats Units d'Amèrica). El 2014, Barcelona va rebre 2,7 milions de creueristes (Hosteltur, 2014) i les perspectives per al 2015 són de mantenir-ne i fins i tot augmentar-ne el nombre. El creixement que ha experimentat aquest turisme a Barcelona en les últimes dècades ha provocat una sèrie d'impactes. Per exemple, ha ajudat a modificar algunes de les pautes tradicionals, especialment en el sector comercial, amb decisions més o menys controvertides com ara l'obertura dels establiments comercials en dies festius. Per això, una de les crítiques a aquest producte és que el seu desenvolupament hauria d'assentar-se en unes bases sostenibles, amb una oferta de qualitat —no només preocupada pel benefici econòmic immediat— i amb criteris de responsabilitat social i ambiental quantificables i demostrables. Indiscutiblement, el turisme de creuers és una oportunitat per a Barcelona, però s'ha d'emmarcar en criteris de qualitat i d'excel·lència tant en producte com en serveis. Aquesta internacionalització de la ciutat també es posa de manifest a l'article d'Aureli Lojo i Gemma Cànoves, que exposen el fenomen recent del turisme xinès a la ciutat. Un turisme que destaca pel seu creixement continu, per la capacitat de despesa dels seus turistes i pel seu interès en el patrimoni cultural de la ciutat. Encara que per ara es tracta d'un turisme minoritari pel que fa a nombre de turistes, l'entitat municipal de gestió del turisme de Barcelona i els mitjans de comunicació ja s'han adonat de la seva presència creixent. L'article mostra, a partir de les ofertes dels operadors turístics xinesos i l'anàlisi de la blogosfera xinesa, com es presenta i es percep la ciutat de Barcelona com a destinació turística.

Barcelona també es posiciona com una ciutat on el turisme homosexual s'està consolidant. L'article de Josep M. Prat Forga analitza el fenomen i la valoració dels turistes homosexuals a partir d'enquestes realitzades a una mostra dels assistents al Festival Circuit i a una segona mostra d'un grup de turistes homosexuals aliens a aquest esdeveniment. Així es destaca que hi ha diferències significatives entre la valoració que mostren aquests dos grups de turistes en relació amb les diferents variables que influeixen en el seu viatge. L'autor conclou que l'aspecte afectiu és el més valorat pels turistes que realitzen el viatge sense el reclam d'un gran esdeveniment homosexual, encara que el component lúdic té un gran atractiu per al col·lectiu homosexual que assisteix a un macroesdeveniment.

L'article de Marta Dinarès i David Saurí ens mostra un tema crucial a la ciutat de Barcelona: el dels patrons de consum d'aigua dels hotels i la seva resposta davant la sequera i la demanda social de conservació d'aigua, tot referint-se al cas de l'episodi de sequera de 2007-2008. Tal com puntualitzen els autors, el subministrament d'aigua és un factor limitant en moltes destinacions turístiques càlides i assolellades, com les de la regió de la Mediterrània. La intensificació i la freqüència de les sequeres, en el context del canvi climàtic, plantegen dubtes sobre la sostenibilitat del sector turístic. ¿Respon el sector

hoteler a aquests dubtes i, en cas afirmatiu, com? Com afecta la sequera en l'adopció de pràctiques d'estalvi d'aigua? Difereixen les respostes adaptatives d'acord amb les característiques dels establiments hotelers? Davant aquestes preguntes, l'article analitza el consum anual d'aigua del sector hoteler de la ciutat de Barcelona, durant un període de deu anys, incloent-hi quatre episodis de sequera. Els resultats mostren que la sequera promou canvis tècnics i de conducta, primordialment als hotels de categoria superior. Els decrets de sequera emesos pel Govern semblen influir en l'adopció de mesures d'estalvi, tot i que l'heterogeneïtat del sector hoteler és un factor que cal tenir molt en compte en les anàlisis futures i en el disseny de polítiques sostenibles i de consum responsable.

Finalment, el monogràfic recull quatre ressenyes bibliogràfiques de publicacions recents al voltant del turisme que mostren temàtiques d'àmplia actualitat i les principals problemàtiques en què incideix el turisme des d'una perspectiva transversal.

En síntesi, aquest monogràfic sobre el turisme a Barcelona incideix en un tema de rabiosa actualitat i ha estat elaborat amb l'objectiu de contribuir al debat, la reflexió i l'anàlisi i de generar propostes per a una ciutat que ha arribat a cotes molt elevades de popularitat en el competitiu mercat turístic global. No obstant això, la identitat dels seus habitants, la cultura, el patrimoni, la història, la gastronomia, els valors i, en definitiva, la idiosincràsia de la ciutat són i seran el que la fan única, irrepetible i inigualable. Conservar, preservar i mantenir aquests fets diferencials i no globalitzables és l'aposta més segura per continuar creixent de forma sostenible: respectant l'equilibri entre turistes i residents de la ciutat de Barcelona.

L'edició d'aquest monogràfic ha rebut el suport del Grup d'Investigació en Turisme, Territori i Patrimoni (Tudistar), Grup de Recerca Consolidat (2014SGR217), i del projecte Plan Nacional I + D del Ministeri d'Economia i Competitivitat (CSO2013-41374-R). Per finalitzar, volem agrair a tots els autors i autores la seva feina i la seva disposició a col·laborar en aquest projecte.

*Gemma Cànoves\**

*Josep M. Prat*

Universitat Autònoma de Barcelona

Editors del monogràfic

\* Com a investigadora principal de Tudistar, m'agradaria agrair molt especialment al meu col·lega Josep M. Prat el seu esforç i contribució perquè aquest monogràfic vegi la llum. Aquesta publicació no hauria estat possible sense el seu treball i dedicació.