



BARCELONA

Ciutat líder • cultura 21

Ciutat Líder de l'Agenda 21 de la cultura
Ciutats i Governes Locals Units (CGLU)

ESTAT DE LA QÜESTIÓ SOBRE LA RELACIÓ ENTRE CULTURA I TURISME A LA CIUTAT DE BARCELONA

Anàlisi i propostes inicials

RESUM EXECUTIU

INTRODUCCIÓ

Aquest informe s'ha elaborat en el marc d'un projecte específic sobre la relació entre cultura i turisme a la ciutat de Barcelona en el període 2017-2018, una iniciativa de l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) en col·laboració amb el Secretariat de la Comissió de Cultura de Ciutats i Governns Locals Units (CGLU) orientada a l'estudi de l'impacte del turisme en el sistema cultural de la ciutat i els seus diferents agents, amb l'objectiu d'identificar els components del debat actual en aquest àmbit, analitzar els reptes a afrontar i determinar línies d'acció i propostes a seguir.

L'acord entre l'ICUB i el Secretariat de la Comissió de Cultura de CGLU, el qual s'encarrega de cooperar per visibilitzar la relació entre cultura i sostenibilitat a través de la promoció de l'Agenda 21 de la cultura i la guia "Cultura 21: Accions" en ciutats d'arreu del món i que actualment treballa en la implementació del programa "Ciutats Líders" a Barcelona, respon a la necessitat d'abastir aquest treball específic amb els processos de reflexió que suscita aquest debat en l'àmbit internacional i la seva vinculació amb les polítiques de desenvolupament sostenible.

ESTRUCTURA I CONTINGUTS

L'estructura de l'informe, elaborada per l'equip de la Comissió de Cultura de CGLU, compta amb un marc inicial basat en els compromisos i accions de "Cultura 21: Accions" que tenen relació evident entre cultura i turisme (apartat 1), la presentació de dades i un context institucional sobre el paper de la cultura en les polítiques de turisme de la ciutat (apartat 2), l'anàlisi dels principals reptes identificats (apartat 3) i la formulació de possibles línies de treball i propostes per a l'acció política en aquest àmbit (apartat 4).

Els continguts es basen en l'anàlisi de "Cultura 21: Accions" i altres fonts bibliogràfiques relacionades amb la dimensió cultural del turisme, principalment en el context de Barcelona; el document de treball sobre cultura i turisme a Barcelona elaborat per Xavier Fina per a la reunió d'experts celebrada el dia 28 de novembre de 2017, i l'anàlisi de les aportacions fetes pels participants en la dita reunió. L'informe inclou descripcions de casos dirigides sobretot als lectors no familiaritzats amb el context local.

DIAGNOSI ESTRATÈGICA

L'anàlisi de l'estat actual de la relació entre cultura i turisme a Barcelona posa de manifest la voluntat l'Ajuntament de Barcelona d'orientar l'activitat turística de la ciutat cap al desenvolupament sostenible, amb un nou model de turisme responsable basat en l'equilibri territorial i els pilars de l'Agenda 21 de la cultura. Actualment, la pressió que causa l'increment progressiu del nombre de visitants a la ciutat fa que sigui necessari un replantejament de la gestió de l'activitat turística. El *Pla Estratègic de Turisme (PET) 2020* formula reptes i proposa noves polítiques pel que fa a seva la governança equilibrada i compartida, considerant especialment la relació intrínseca entre els fluxos turístics i les dinàmiques del sistema cultural a la ciutat.

Les propostes principals de l'estratègia turística de la ciutat en relació amb la seva dimensió cultural es delimiten sobre la base de tres criteris que ja va formular el *PET 2015* i que són els fonaments del *PET 2020*:

1. La relació indissoluble entre turisme i ciutat

El turisme és un element estructurant de la ciutat que incideix transversalment en els àmbits econòmic, social, cultural i territorial i en el conjunt de la societat. Turisme i ciutat es construeixen mútuament: "la salut de l'activitat turística a la ciutat passa pel benestar de la seva població." La planificació urbana i la mobilitat són alguns dels punts més evidents d'aquesta confluència.

2. La visió integral del turisme

El turisme és una qüestió col·lectiva que implica tots els actors del sistema cultural de la ciutat. No es tracta d'una indústria aïllada i independent, sinó que és part d'una realitat múltiple i transversal que incideix en tota la societat.

3. El nou paradigma de turista i visitant

Els criteris de complexitat que demana el turisme fan que calgui ampliar el concepte de turista, considerant els visitants com a "ciudadans temporals" que fan un ús i un consum determinat en funció dels seus interessos i de la durada de la seva estada a la ciutat.

REPTES I LÍNIES DE REFLEXIÓ

Els principals reptes identificats pel que fa a la relació entre cultura i turisme a Barcelona tenen a veure amb la contextualització de la relació entre cultura i turisme en el marc de la globalització i la pluralitat d'agents que hi intervenen, i també amb els efectes del turisme en la vida ciutadana, especialment en la seva dimensió cultural:

- La relació entre cultura i turisme en el marc de la globalització i els seus efectes
- Reconeixement de la diversitat i la complexitat de la relació entre cultura i turisme
- El turisme com a debat ciutadà: dimensió cultural
- Efectes en l'estructuració del sector cultural i la seva dimensió econòmica
- La dimensió de drets, element de debat
- Vida cultural de la població turística
- La relació entre cultura i turisme, indestruïble de la definició del model de ciutat

Finalment, s'apunta la necessitat de reformular la relació entre turisme i cultura en el marc d'un debat més ampli sobre el model de ciutat i la seva estratègia de desenvolupament, considerant quatre disjuntives: equipaments culturals, regeneració urbana i barris; descentralització del turisme i governança metropolitana; valors de la ciutat, imaginari local i turisme, i finalment turisme i polítiques culturals "normalitzades".

PROPOSTA INICIAL DE LÍNIES DE TREBALL

Les possibles línies de treball per repensar la relació entre cultura i turisme a Barcelona, sobretot des del marc de les polítiques culturals, es concreten en els punts següents:

- **Abordar des de les polítiques culturals i el desenvolupament sostenible els elements crítics de la relació cultura-turisme.**

Seria convenient aplicar una lògica que prioritzés el drets culturals i el desenvolupament sostenible local, considerant qüestions com la promoció de l'espai públic com a àmbit d'accés i participació activa en la vida cultural, la reflexió sobre la complexitat de l'imaginari que projecta la ciutat pel que fa a la influència en les expectatives i pràctiques de les persones que la visiten, i el reforç dels recursos culturals de la ciutat a través del foment de la transversalitat de la cultura en les polítiques públiques com la planificació urbana, l'educació o la cohesió social.

- **Fomentar una reflexió sobre el “model de ciutat” des de la creació i la producció cultural.**

Alguns centres de creació i producció cultural podrien aprofundir en les aportacions inspirades des de les instàncies acadèmiques i culturals, sovint “alternatives”, pel que fa als escenaris de futur de la ciutat amb relació a la dimensió turística, estructurant espais de cooperació amb altres ciutats europees que també debaten el model de ciutat que volen esdevenir.

- **Generar espais de trobada al voltant de la participació activa en la vida cultural.**

El foment de l'anomenat “turisme creatiu” o la implicació activa dels turistes en processos creatius, que podrien ser compartits amb la població local, contribuiria a diversificar l'oferta de pràctiques culturals per als residents i els visitants de la ciutat i a transformar els imaginaris de cada col·lectiu en relació amb l'altre, facilitant la transmissió de coneixement i la generació de noves narratives entorn del turisme.

- **Incidir en l'oferta turística a través de la mediació i la promoció.**

Donant suport als promotors turístics que ofereixin activitats culturals innovadores, diverses i atractives es podria afavorir l'entesa amb els operadors del sector turístic, abordada conjuntament amb altres agents municipals implicats en la definició de l'oferta turística, i necessària per tal d'orientar les pràctiques culturals associades als fluxos turístics cap a la diversificació i descentralització.

- **Reinvertir les plusvàlues del turisme en la sostenibilitat de l'ecosistema cultural.**

El fet que els recursos culturals de Barcelona siguin un element decisiu a l'hora d'atraure turistes proporciona un sòlid argument per destinar els beneficis derivats de les visites turístiques al sistema cultural de la ciutat, reinvertint aquests ingressos en elements poc visibles però imprescindibles per a la sostenibilitat de l'ecosistema cultural com ara la creació emergent, els equipaments culturals de barri i els programes d'educació artística, entre d'altres.

- **Establir nous espais de governança de les relacions entre cultura i turisme, a Barcelona i a nivell metropolità.**

La complexitat de les interaccions entre els agents públics i privats de Barcelona i de l'exterior, a més de la ciutadania, pel que fa a la relació entre cultura i turisme, fa necessari crear espais específics d'interlocució però també enfortir els espais existents per a la reflexió compartida i la definició de prioritats. En aquest sentit, ampliar el debat a nivell metropolità establint espais que afavoreixin sinergies entre municipis, així com assegurar més presència de l'àmbit cultural en el Consell de Turisme i Ciutat i facilitar les reflexions sobre el fet turístic en el Consell de Cultura de Barcelona són mesures que cal considerar.

Les propostes i línies de treball esmentades aquí sorgeixen de les reflexions recollides en etapes anteriors a la redacció d'aquest informe i de l'estudi de la bibliografia disponible. En totes elles hi ha la determinació d'integrar la cultura en el desenvolupament sostenible local seguint l'Agenda 21 de la cultura i d'inspirar processos de reflexió en altres ciutats que afronten situacions similars, els quals seran compartits en fases posteriors d'aquest treball específic, iniciant relacions d'intercanvi i aprenentatge sobre la relació entre cultura i turisme a les ciutats.

INFORME

CONTINGUTS

1. CONTEXT GENERAL

- 1.1. Marc de referència inicial. Cultura 21: Accions
- 1.2. Marc específic i procés de treball

2. CULTURA I TURISME A BARCELONA. DIAGNOSI ESTRATÈGICA

- 2.1. La condició indissoluble entre turisme i ciutat
- 2.2. La visió integral del turisme
- 2.3. El nou paradigma de turista i visitant

3. REPTES I LÍNIES DE REFLEXIÓ

4. LÍNIES DE TREBALL: PROPOSTA INICIAL

1. CONTEXT GENERAL

Barcelona experimenta, des de fa temps, un creixement progressiu i accentuat en el nombre de turistes que acull cada any. Aquest fet té un impacte en el sistema cultural de la ciutat i en els diversos agents que en formen part, des del punt de vista de la creació i programació cultural, la gestió dels equipaments i les polítiques públiques.

Per aquest motiu, i amb l'objectiu d'identificar els components del debat actual entre cultura i turisme a Barcelona, d'analitzar els reptes als quals s'enfronta la ciutat i d'identificar línies d'acció i propostes a seguir, l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) va pensar en la possibilitat d'elaborar un treball específic sobre la relació entre cultura i turisme, a desenvolupar entre 2017 i 2018.

Atesa la dimensió internacional del debat i la seva relació amb les polítiques de desenvolupament sostenible, l'ICUB va proposar al Secretariat de la Comissió de Cultura de Ciutats i Governos Locals Units (CGLU) d'explorar conjuntament l'estat de la qüestió relativa a la relació entre cultura i turisme a Barcelona, i de col·laborar en l'elaboració d'un treball específic, en el marc de la implementació del programa "**Ciutats Líders**" de la Comissió de Cultura a la ciutat.

Ciutats i Governos Locals Units (CGLU) és l'organització mundial de governs locals i regionals, creada el 2004 per representar i defensar els seus interessos en l'àmbit global. Actualment representa el 70% de la població mundial, i és l'associació de ciutats amb més membres i amb major capacitat d'influència davant de les Nacions Unides. La seu del Secretariat Mundial és a Barcelona.

CGLU té un programa cultural important, basat en l'Agenda 21 de la cultura —aprovada a Barcelona el maig de 2004—, la Declaració "La cultura és el quart pilar del desenvolupament sostenible"—aprovada a Mèxic el novembre de 2010—, i la guia pràctica "Cultura 21: Accions"—aprovada a Bilbao el març de 2015.

La Comissió de Cultura de CGLU, una plataforma global única de més de 800 ciutats, governs locals i organitzacions, s'encarrega de cooperar per reforçar el paper de la cultura en el desenvolupament sostenible a través d'activitats d'aprenentatge entre iguals, programes d'avaluació a mida, campanyes d'incidència global i publicacions i cimeres biennals que fomenten la implementació de l'Agenda 21 de la cultura i Cultura 21 Accions i la reflexió sobre la relació entre cultura i desenvolupament sostenible.

Les ciutats líders de la Comissió de Cultura de CGLU són ciutats amb una sòlida experiència conceptual i pràctica amb relació a la centralitat de la cultura a les ciutats sostenibles, i amb una àmplia trajectòria pel que fa a la implementació de l'Agenda 21 de la cultura.

Barcelona és una ciutat líder de la Comissió de Cultura de CGLU. Com a tal, Barcelona rep suport del Secretariat de la Comissió de Cultura, anualment, en els àmbits de "Lideratge i Promoció", "Comunicació" i "Cooperació i Aprenentatge", així com formes específiques d'assistència adaptades a les seves necessitats i demandes, dissenyades a través del diàleg amb el Secretariat de la Comissió.

1.1. MARC DE REFERÈNCIA INICIAL. CULTURA 21: ACCIONS

El binomi cultura-turisme apareix en diversos moments de la guia “Cultura 21: Accions” que ajuda les ciutats de l’Agenda 21 de la cultura a enfortir el vincle entre cultura i desenvolupament sostenible i fer-lo tangible.. En concret, diversos dels compromisos i accions inclosos a Cultura 21 Accions incideixen en la relació entre cultura i turisme de manera implícita, tenint en compte que els fluxos turístics afecten i alhora són condicionats per les dinàmiques del sistema cultural a la ciutat.

Els compromisos i accions de “Cultura 21: Accions” que es mencionen a continuació són els que es relacionen més visiblement amb aquest binomi, i constitueixen un marc o aproximació inicial de cara a la concreció de la relació entre cultura i turisme a la ciutat de Barcelona.

1. DRETS CULTURALS. CIUTADANIA ACTIVA I PLE RECONeixEMENT DELS DRETS CULTURALS

Aquest compromís suscita la reflexió sobre la convivència entre ciutadans i turistes a la ciutat, i el seu accés i implicació en la vida cultural. Entre les accions rellevants en aquest sentit hi hauria:

- Anàlisi dels obstacles existents perquè els ciutadans accedeixin i participin a la vida cultural.
- Polítiques i programes que tenen com a objectiu la implicació més àmplia i més activa dels habitants en les pràctiques culturals i en la creació cultural.

2. PATRIMONI, DIVERSITAT I CREATIVITAT. EL PATRIMONI, LA DIVERSITAT I LA CREATIVITAT SÓN ELEMENTS CONSTITUTIUS DE LA VIDA CULTURAL

Aquest compromís se centra en el desenvolupament de polítiques al voltant dels valors intrínsecs de la cultura. Les arts i el patrimoni són elements a partir dels quals es configura la identitat local; una projecció adequada d’aquesta identitat, considerant imatges i relats sota criteris de diversitat, ha de poder permetre el desenvolupament de polítiques sostenibles en relació amb el turisme i l’enriquiment de les expressions culturals dels ciutadans, en comptes de la seva simplificació o tergiversació, les quals també satisfacin les expectatives dels visitants.

- Polítiques i programes que construeixen l’excel·lència a partir de la proximitat amb els habitants i les seves iniciatives.
- Polítiques i programes que fomenten de manera explícita el reconeixement mutu entre la diversitat de les expressions culturals i els projectes interculturals.
- Hi ha polítiques de suport a les arts, amb atenció a les seves diverses disciplines.
- Hi ha polítiques relatives a la protecció del patrimoni cultural en totes les seves dimensions, material i immaterial.
- Les produccions locals tenen una presència significativa i equilibrada en el conjunt d’activitats culturals de la ciutat.

3. **CULTURA I EDUCACIÓ. PROMOURE LA CIUTADANIA ACTIVA A TRAVÉS DE LA CONSTRUCCIÓ DE CAPACITATS CULTURALS**

Aquest compromís posa en relleu el paper de les institucions i els agents culturals per capacitar culturalment els ciutadans i els visitants a través de programes educatius, en espais formals i informals, que projectin els valors que formen part de l'imaginari col·lectiu de la ciutat i encoratgin la construcció de nous relats reflexius i crítics, també al voltant de l'activitat mateixa del turisme.

- Les institucions culturals que reben suport públic generen activitats educatives per a entorns formals i no formals i hi dediquen una part significativa del seu pressupost.
- Hi ha dispositius que permeten compartir informació sobre les activitats culturals i les oportunitats d'educació cultural (per exemple, portals en línia, centres d'informació, etc.).

4. **CULTURA I MEDI AMBIENT. ELS FACTORS CULTURALS COM A ACCELERADORS DE LA RESPONSABILITAT AMBIENTAL**

Aquest compromís comporta abordar, entre d'altres, el desenvolupament sostenible de l'activitat turística a la ciutat tenint en compte l'aposta conscient i respectuosa amb el medi ambient pels productes locals.

- La història i la cultura apareixen en la promoció d'unes pautes de producció i consum basades en el coneixement dels productes locals.

5. **CULTURA I ECONOMIA. TOTA ECONOMIA SOSTENIBLE EXIGEIX UNA RESPONSABILITAT CULTURAL**

Aquest compromís posa en relleu el valor econòmic del turisme en relació amb els factors culturals. El model turístic de la ciutat s'ha de formular a partir de la implicació activa dels agents que conformen el sistema cultural per esdevenir sostenible i equilibrat; l'activitat econòmica que genera la interrelació entre cultura i turisme en els diversos àmbits que comprèn, com ara l'oci o els negocis, ha de formar part de l'estratègia de desenvolupament sostenible de la ciutat.

- Les estratègies de desenvolupament econòmic local comprenen les lògiques específiques de l'economia de la cultura i treballen amb els seus actors per tal que puguin ser un dels sectors econòmics clau de la ciutat o el territori.
- La contribució econòmica dels actors culturals (públics, cívics i privats) en l'economia local, inclòs el seu impacte directe i indirecte en la creació de riquesa i l'ocupació, és analitzada periòdicament.
- Es reconeix el valor de mantenir els oficis implantats al territori, alhora que s'hi desenvolupa la innovació que requereixin.

- El model turístic és sostenible: equilibrat al territori, connectat amb la comunitat local i interactiu amb l'ecosistema cultural.
- Els programes de Responsabilitat Social de les empreses inclouen de manera explícita els temes i els projectes en l'àmbit de la cultura, així com els valors culturals de la població i la cultura local.
- Les organitzacions empresarials locals, com ara les Cambres de Comerç, compten amb polítiques i programes específics en l'àmbit de la cultura.

7. CULTURA, PLANIFICACIÓ URBANA I ESPAI PÚBLIC. PLANIFICAR LA CIUTAT I EL TERRITORI AMB CONSCIÈNCIA I SENTIT CULTURAL

Aquest compromís incideix, entre d'altres, en la relació entre cultura, planificació urbana i turisme. Els espais de la ciutat s'han de pensar tenint en compte tant l'impacte com la capacitat dels factors turístics i culturals d'afavorir la interacció entre ciutadans i visitants al territori. Es tracta d'un compromís amb un gran component de transversalitat: el patrimoni, l'accés a la cultura i a l'educació, el desenvolupament econòmic o el coneixement compartit són també punts que es relacionen directament amb la construcció de la ciutat a partir d'aquesta interacció entre turistes i ciutadans.

- Hi ha un document model d'avaluació de l'impacte cultural.
- Hi ha mesures per promoure el paper de la cultura en la renovació dels centres històrics i en els plans de desenvolupament a nivell del territori, dels barris o dels districtes.
- Les noves infraestructures culturals es planifiquen com a peces d'un ecosistema cultural ampli, i preveuen l'impacte de la seva aparició.
- El govern local considera explícitament la noció de paisatge en les seves polítiques, tot integrant-ne els aspectes naturals i culturals.
- El govern local reconeix l'espai públic (per exemple, carrers, places i altres àrees comunes a la ciutat) com un recurs clau per a la interacció i la participació cultural.
- Hi ha un repertori dels espais que, per la seva funció simbòlica, constitueixen un bé comú per als seus habitants.
- Hi ha programes per promoure el desenvolupament i la conservació de l'art públic.

8. CULTURA, INFORMACIÓ I CONEIXEMENT. LES TECNOLOGIES CONTRIBUEIXEN A LA PLURALITAT I LA CONSTRUCCIÓ DE CIUTADANIA

Aquest compromís motiva la reflexió sobre l'avaluació de les polítiques culturals amb relació al turisme. Tots els actors que formen part del sistema cultural han de tenir accés al coneixement que en garanteixi la implicació activa en la construcció i l'anàlisi de l'activitat cultural i turística a la ciutat.

- Hi ha sistemes d'observació, investigació o anàlisi de la realitat cultural i la seva interacció amb altres àmbits del desenvolupament humà, que vinculen les universitats, el govern i la societat civil.

9. GOVERNANÇA DE LA CULTURA. CAP A UNA GOVERNANÇA EQUILIBRADA I COMPARTIDA DE LES POLÍTIQUES CULTURALS LOCALS

Aquest compromís posa de manifest la necessitat de comptar amb plans culturals que contemplin, per exemple, la dimensió del turisme a la ciutat, considerant noves aproximacions que incloguin diferents ens públics i privats i la societat civil en la seva elaboració, regulació i debat.

- El govern local promou l'existència de plans culturals locals i/o a nivell de barri o de districte.
- Hi ha espais permanents de concertació, negociació i regulació dels seus objectius i els seus mètodes, amb la participació de tots els actors implicats.

Aquests compromisos temàtics de “Cultura 21: Accions” es poden relacionar amb el context específic de la cultura i el turisme a Barcelona, tal com s'evidencia en documents com el *Pla Estratègic de Turisme 2020*; *Estadístiques de Turisme. Barcelona: ciutat i entorn, 2016*; *Activitat turística a la ciutat de Barcelona, Enquesta 2016*; *L'estat turístic en dades, 2017* (elaborat pel Festival de les Arts i el Disseny), i també altres informes que tracten sobre la percepció de la ciutat com l'*Enquesta sobre la Marca Barcelona, 2015-2016* (elaborat pel Barcelona Centre de Disseny); l'*Enquesta de Serveis Municipals, 2016*, i l'enquesta de la Comissió Europea *Quality of life in cities, 2015*.

1.2. MARC ESPECÍFIC I PROCÉS DE TREBALL

Aquest informe té com a principal objectiu ajudar l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) a reflexionar sobre la relació entre cultura i turisme a Barcelona des de l'òptica de les polítiques culturals i el desenvolupament sostenible local, i a definir possibles aproximacions i mesures en aquest àmbit. La reflexió se situa en el marc dels treballs de l'Agenda 21 de la cultura i Cultura 21: Accions i la seva implementació a Barcelona i, alhora, té relació amb processos de reflexió paral·lels que viuen altres ciutats, un fet que podria afavorir la translació d'aquest exercici a altres contextos, així com la possibilitat que Barcelona observi dinàmiques similars en altres ciutats, especialment del context europeu.

L'informe es nodreix dels resultats de diverses activitats:

- l'anàlisi del marc de l'Agenda 21 de la cultura i Cultura 21: Accions en allò que fa referència a la relació entre cultura i turisme;
- l'anàlisi d'informes i altres fonts bibliogràfiques relacionades amb la dimensió cultural del turisme, principalment en el context de Barcelona;
- el document de treball sobre cultura i turisme a Barcelona elaborat per Xavier Fina per a la reunió d'experts celebrada el dia 28 de novembre de 2017; i
- l'anàlisi de les aportacions fetes pels participants a la reunió esmentada.

A partir d'aquests elements, l'equip de la Comissió de Cultura de CGLU ha estructurat el document, que compta amb un marc inicial (apartat 1), la presentació de dades i un context institucional sobre el paper de la cultura en les polítiques de turisme de la ciutat (apartat 2), l'anàlisi dels principals reptes identificats (apartat 3) i la formulació de possibles línies de treball i propostes per a l'acció política en aquest àmbit (apartat 4). S'han inclòs en alguns d'aquests apartats requadres amb descripcions de casos, a mode d'il·lustració d'exemples pensada sobretot per al lector aliè a la ciutat.

En una fase posterior a aquesta anàlisi s'han d'identificar els actors rellevants en els àmbits de cultura i turisme a les ciutats que tenen un debat similar al que actualment es planteja a Barcelona, com ara París, Londres, Roma, Lisboa, Amsterdam o Nova York, amb l'objectiu d'obtenir informació sobre els polítics, els programes i els projectes que s'hi duen a terme i d'iniciar-hi relacions d'intercanvi i aprenentatge.

2. CULTURA I TURISME A BARCELONA. DIAGNOSI ESTRATÈGICA

Les bases de l'actual pla de turisme de Barcelona, el *Pla Estratègic de Turisme 2020*, es fonamenten en els criteris i compromisos de sostenibilitat turística que la ciutat ha anat adquirint en els darrers anys i que també figuraven en el *Pla Estratègic de Turisme 2010-2015*. La voluntat de l'Ajuntament de Barcelona d'orientar l'activitat turística de la ciutat cap al desenvolupament turístic sostenible, avançant cap a un nou model turístic basat en el respecte per al medi ambient, la responsabilitat social i la dimensió econòmica es fa explícita en la Carta de Turisme Responsable, signada en col·laboració amb la UNESCO i el Instituto de Turismo Responsable (ITR) l'any 2010, que va permetre l'obtenció de la certificació Biosphere World Class Destination l'any següent.

Una altra fita rellevant en aquest sentit és el document *La visió pel turisme responsable de Catalunya 2020: la Declaració de Barcelona* (2013), en què es planteja el turisme com a activitat transversal que incideix en els àmbits econòmic, social, territorial i cultural, i en què es consideren factors d'accessibilitat, inclusió i sostenibilitat ambiental que han de ser responsabilitat de governança de tots els actors rellevants del territori, a banda de formar part de nous modes d'avaluar l'impacte del turisme a la ciutat, més enllà de l'ús d'indicadors quantitatius convencionals.

Pel que fa al concepte de turisme responsable, el programa «Destinació Barcelona» té el propòsit de construir una destinació turística que garanteixi un desenvolupament territorial equilibrat, compromès amb els quatre pilars de la sostenibilitat que promou l'Agenda 21 de la cultura i capaç de millorar la competitivitat de l'activitat turística mateixa i la gestió dels seus efectes. L'impuls de la destinació sostenible comprèn, així mateix, tres elements clau: el màrqueting, l'estratègia territorial i els atractius de visita i els productes turístics.

Altres criteris decisius en l'actual diagnosi estratègica en matèria de turisme i cultura són els que s'assenyalen el *Pla Estratègic de Turisme de la ciutat de Barcelona 2010-2015*, en el qual:

- a) s'hi afirma la relació indissoluble entre turisme i ciutat, destacant la seva construcció mútua perquè «la salut de l'activitat turística a la ciutat passa pel benestar de la seva població»;
- b) s'hi evidencia que el turisme no és una indústria tancada i independent sinó que forma part d'una realitat múltiple i transversal que incideix «en el conjunt de la societat, i afecta la seva vida econòmica, social, cultural i territorial»;
- c) s'hi amplia el concepte de turista i visitant, considerats com a «ciutadans temporals» que fan un ús i un consum determinat en funció dels seus interessos i de la durada de la seva estada a la ciutat.

A partir d'aquests criteris es poden traçar les directrius essencials de l'estratègia turística a Barcelona en relació amb la dimensió cultural de la ciutat.

2.1. LA RELACIÓ INDISSOLUBLE ENTRE TURISME I CIUTAT

La *Visió 2020 per a la planificació estratègica turística* de Barcelona i Catalunya explicita la relació constitutiva del turisme i Barcelona. S'hi constata la «voluntat de trencar les posicions dicotòmiques que separen clarament “el turisme” i la “resta de la ciutat”». Aquest posicionament ja es va adoptar a les disposicions inicials del *Pla Estratègic de Turisme 2015*, en què es presentava el turisme com a element estructurant de la ciutat que incideix transversalment en els àmbits econòmic, social, cultural i territorial i en el conjunt de la societat, i alhora es refermava la idea de ciutat com a espai facilitador dels marcs de possibilitat de les activitats turístiques.

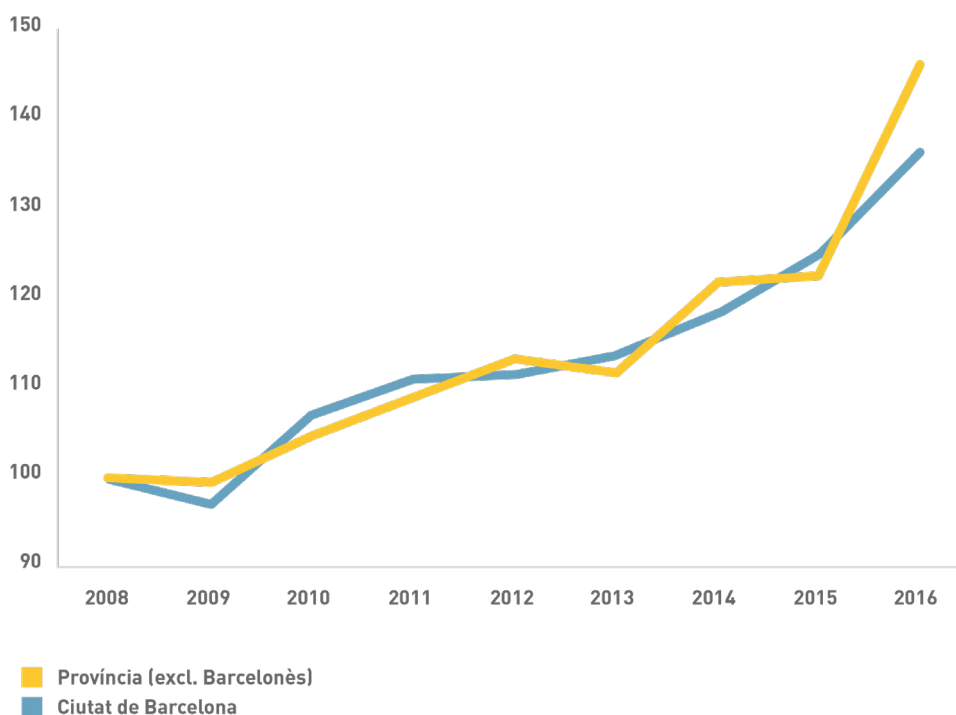
La construcció mútua de la ciutat i el turisme troba en la planificació urbana un dels punts més evidents de confluència, sobretot pel que fa a les polítiques públiques. L'anàlisi de la distribució territorial d'actius, serveis i usos turístics fa palès que hi ha una massificació d'alguns espais quant a allotjament (concentrat als districtes de Ciutat Vella, l'Eixample i Sant Martí), quant a comerç i restauració especialitzada en turisme (focalitzat en els eixos comercials del centre de la ciutat com Barri Centre, Cor Eixample, el passeig de Gràcia, la Rambla, la rambla de Catalunya i el Raval) i quant a oferta d'oci i entreteniment cultural (localitzada sobretot en districtes com Ciutat Vella, Eixample i Sants-Montjuïc).

Les dades sobre allotjament turístic i habitatge proporcionades per *L'estat turístic en dades* (elaborat pel Festival de les Arts i el Disseny el 2017) indiquen que les places dels habitatges d'ús turístic (HUT) suposen un 55% de l'oferta de places d'allotjament turístic de la ciutat; a Ciutat Vella, l'Eixample i Sant Martí es concentren el 70% de les places d'allotjament per a turistes de tota la ciutat; en zones com el Barri Gòtic i la Dreta de l'Eixample hi ha gairebé 7 places d'allotjament turístic per cada 10 habitants; un 67.4% de l'augment del parc d'habitatge s'ha destinat a nodrir la demanda turística, i finalment, la presència d'habitatges d'ús turístic encareix entre un 31.3% i 50.6% el preu de lloguer dels pisos segons el barri, i entre un 34.3% i un 71% el preu de compra. Tenint en compte criteris mediambientals, Ciutat Vella i l'Eixample acumulen més del 60% de les queixes per soroll provinent d'habitatges d'ús turístic, i els turistes allotjats en hotels de 4 estrelles consumeixen 4 vegades més aigua que els residents, mentre que els que s'allotgen en hotels de 5 estrelles generen 4.3 vegades més residus que els residents.

Pel que fa a les places hoteleres, malgrat la moratòria adoptada el juliol de 2015 pel Govern local, la qual pretenia frenar el creixement hoteler a Barcelona a través de l'aturada de llicències durant el 2016 i el 2017 fins l'aprovació del *Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics* (PEUAT), les dades mostren que l'evolució de l'oferta ha seguit creixent, tant a la ciutat com a l'Àrea Metropolitana i el conjunt de la província de Barcelona, tal com es pot observar en el gràfic següent.

Gràfic 1: Turistes allotjats en hotels a Barcelona (ciutat i entorn)¹

(Índex 2008=100)



Sobre la mobilitat turística, *L'estat turístic en dades 2017* assenyalava que el 59% dels turistes es desplacen per la ciutat fent servir el metro, i que els dos operadors de bus turístic de la ciutat mouen més de 3 milions de passatgers a l'any. Considerant l'impacte ambiental de la mobilitat turística, les dades indiquen que al voltant del Port de Barcelona la contaminació és 14 vegades superior a la d'una avinguda congestionada com la Meridiana, que el combustible de cada creuer contamina 100 vegades més que el dièsel dels cotxes, i que la contaminació d'un creuer s'escampa fins a 400 kilòmetres de distància del port. El compromís amb el medi ambient, doncs, és un altre dels punts d'intersecció en la construcció mútua de turisme i ciutat.

Pel que fa als espais d'oci i entreteniment cultural que reben més afluència de turistes, es fa necessari obtenir dades concretes sobre el nombre de visitants turistes als principals llocs d'interès de la ciutat, perquè les dades disponibles a les *Estadístiques de Turisme. Barcelona: ciutat i entorn, 2016* parlen de visitants en general, però no específicament de turistes.

¹ Font: [Informe de l'activitat turística a Barcelona 2016](#)

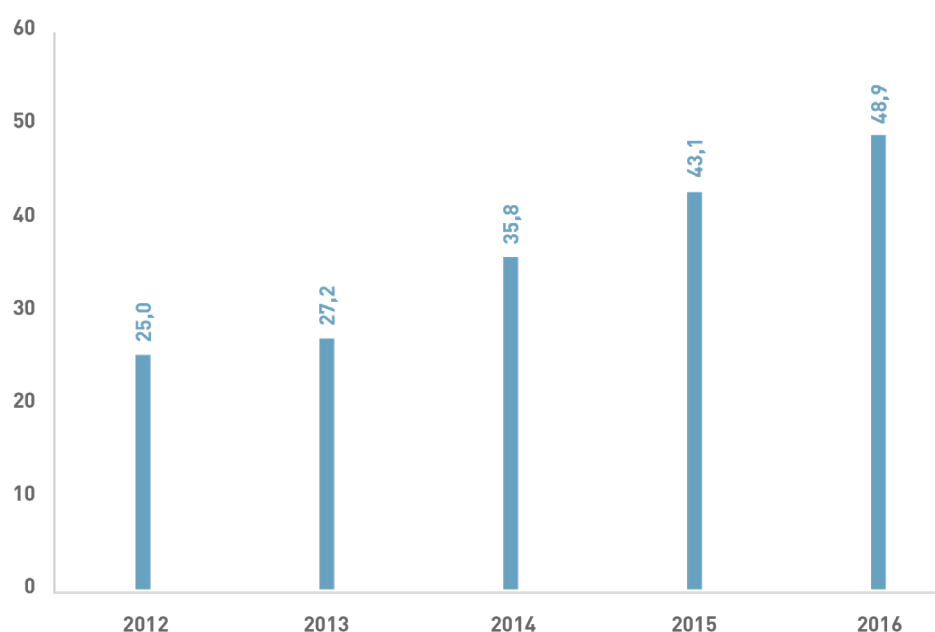
Semblantment, entre aquests llocs d'interès convindria especificar-hi el conjunt de l'oferta dels equipaments culturals i el consum cultural a Barcelona present en els *Indicadors culturals del 2015 i 2016* de l'Institut de Cultura de Barcelona, categoritzada segons els 10 grans grups següents: a) els museus i espais d'exposicions, b) els arxius i biblioteques patrimonials, c) els espais d'arts escèniques, d) els espais de concerts, e) les sales de cinema, f) les fàbriques de creació, g) les biblioteques de Barcelona, h) els centres cívics, i) els festivals, i j) les festes.

Els atractius culturals per al turisme a Barcelona

Entre els principals llocs de visita per a la població turística que visita Barcelona hi ha nombrosos elements de patrimoni cultural així com alguns equipaments culturals. Hi destaquen especialment els edificis del període modernista, com ara la Sagrada Família, el Parc Güell, la Casa Milà ("La Pedrera") o la Casa Batlló, obres d'Antoni Gaudí; i el Palau de la Música Catalana i l'Hospital de Sant Pau, obres de Lluís Domènech i Montaner; així com el Museu Picasso, la Fundació Miró i el Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC).

Aquesta tendència fa que la pressió turística en determinades zones de la ciutat s'hagi de pensar en termes d'una estratègia territorial que permeti una bona convivència entre turistes i ciutadans i afavoreixi el benestar de la població. Segons el Baròmetre Semestral de Barcelona del mes de juny del 2017, el turisme ja és el principal problema de la ciutat, i ha passat d'una valoració del 0.8, el desembre del 2011, a una valoració de 19.0, el juny del 2017. Es tracta d'una percepció del turisme que mostra que per primer cop hi ha més barcelonins que creuen que la ciutat està arribant al límit per acollir turistes (48.9%), que els que opinen que se n'ha de seguir atraient.

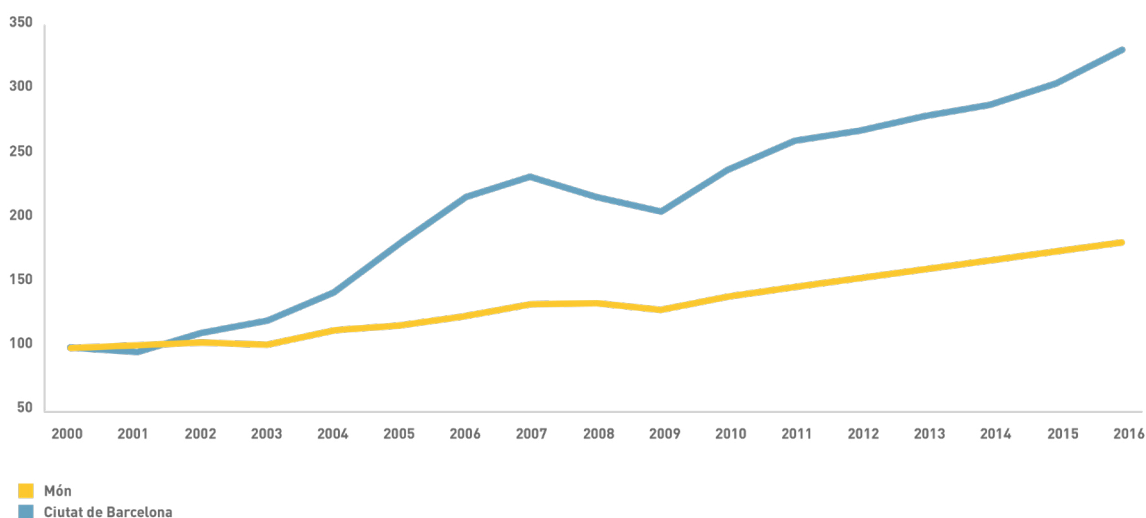
Gràfic 2: Percentatge de barcelonins que opinen que la ciutat està al límit de la capacitat per donar serveis als turistes²



² Font: [Informe de l'activitat turística a Barcelona 2016](#)

I és que Barcelona va tancar l'any 2016 amb uns registres màxims d'activitat turística, per sobre del creixement del turisme mundial, gràcies a factors com la recuperació de la demanda interna però també de l'evolució ascendent dels mercats emissors internacionals. La ciutat consolida i fa créixer la seva capacitat d'atracció de turisme internacional any rere any, tal com es mostra a continuació.

Gràfic 3: Creixement del nombre de turistes internacionals a Barcelona i al món³
(Índex 2000=100)



Per tant, els reptes que el *Pla Estratègic de Turisme 2020* assenyala, pel que fa a criteris de planificació urbana i ambientals, són la desconcentració de les àrees saturades del centre de Barcelona i l'expansió dels fluxos de turistes als barris, tenint en compte la capacitat de càrrega dels punts d'interès turístic i reconduint l'estratègia territorial de la promoció turística d'acord amb les característiques i infraestructures del territori (ampliant l'escala territorial de la destinació més enllà dels límits municipals, a tres nivells: metropolitana, provincial i catalana), i la promoció activa de l'arrelament de la població per assegurar un balanç sociodemogràfic, i també per evitar que les àrees centrals acabin esdevenint exclusivament contenidors per a usos turístics, i perdin, alhora, la singularitat que les fa atractives. Per implementar aquestes accions, el 2013 es va aprovar la Mesura de Govern «Desconcentració territorial de l'activitat Turística Plans de Turisme de Districte» per vertebrar de manera equilibrada els atractius de visita dels districtes.

Pel que fa a la mobilitat i l'allotjament turístic, els reptes a afrontar són l'anàlisi i disseny dels usos turístics de la mobilitat per a la seva millora, implementant pràctiques específiques que estiguin alineades amb les directrius de la gestió de la mobilitat de la ciutat, i la dotació de coherència conceptual del PEUAT en el marc de la gestió integrada del turisme, dissenyant polítiques actives sobre allotjament turístic que assegurin el benestar dels ciutadans i turistes, i fomentin la responsabilitat social i ambiental i posant en valor les bones pràctiques empresarials.

³ Font: [Informe de l'activitat turística a Barcelona 2016](#)

2.2. LA VISIÓ INTEGRAL DEL TURISME

A Barcelona, el Consell de Turisme i Ciutat, posat en marxa el 2 de maig de 2016 amb una composició heterogènia d'agents del sector empresarial i entitats veïnals, sindicals i culturals, dona resposta a una demanda històrica tant del *Pla Estratègic de Turisme 2015* com del document *Barcelona, turisme i ciutat*. El turisme s'enfoca com una qüestió col·lectiva que implica tots els actors del sistema cultural de la ciutat, i amb una visió integral que inclou els àmbits econòmic, social, cultural i territorial. El compromís per una governança equilibrada i compartida de les polítiques turístiques locals, doncs, és un dels aspectes essencials que aborda aquesta visió, que sota el criteri de la innovació dona impuls a noves formes de gestió que generen valor compartit.

El Consell de Turisme i Ciutat

El Consell de Turisme i Ciutat és un òrgan de participació ciutadana, establert el maig de 2016, creat amb l'objectiu de debatre el model de ciutat i el desenvolupament turístic que més s'hi adequa. En formen part entitats ciutadanes, associacions i representants polítics. El Consell adopta resolucions no vinculants però que serveixen de base per a la presa de decisions polítiques del Ple de l'Ajuntament de la ciutat. La designació de les entitats i institucions que formen part del Consell es va fer a partir d'un procés electoral obert a propostes externes. Entre els diversos àmbits sectorials que s'hi inclouen (ciutadà i veïnal, turístic empresarial, comerç i restauració, sindicats, entitats ambientals, etc.) hi ha els sectors "cultural i esportiu". En aquest àmbit, actualment formen part del Consell la Fundació Joan Miró i l'Associació d'Empreses de Teatre de Barcelona.

Les dades de l'*Activitat turística a la ciutat de Barcelona, Enquesta 2016*, mostren que els turistes visiten Barcelona en un 65% per les vacances i l'oci (incloent-hi els esdeveniments culturals), en un 23.4% per motius professionals i en un 11.6% per motius personals o d'altres. La motivació d'assistència a esdeveniments culturals era, el 2016, només d'un 1.7%. Pel que fa a la motivació secundària de la visita a Barcelona cal tenir en compte que, si el 2015 l'assistència a un esdeveniment cultural significava el 2.3% del global de les activitats secundàries, el 2016 aquesta xifra va davallar fins a l'1%.

Tenint en compte tot l'anterior, es fa necessari que els canals i òrgans de gestió de la destinació adaptin els atractius i productes turístics als criteris de sostenibilitat de la ciutat amb rigor, potenciant la diversitat i la pluralitat a través del reforç dels trets diferencials de cada districte per enriquir els seus relats i fer-los atractius. Cal "vetllar per compatibilitzar la visita turística amb el valor patrimonial dels espais, garantint-ne els usos socials comunitaris i el seu valor dinamitzador de l'economia local", desenvolupant el potencial descentralitzador d'una oferta coherent i estructurada que posi en valor els atractius culturals, de lleure, l'oferta comercial i gastronòmica i els esdeveniments culturals i esportius al llarg de l'any, preveient sempre els efectes de la seva activitat per evitar generar situacions de desestabilització als barris, els quals poden experimentar canvis en la transformació del seu paisatge comercial, per exemple, que perjudiquin la seva quotidianitat.

En aquest sentit, les dades que aporta l'*Enquesta sobre la Marca Barcelona del 2015-2016* del Barcelona Centre de Disseny feta a directors, fundadors i comissaris de les Design Weeks i Design Festivals d'àmbit internacional que s'organitzen actualment, mostren que el concepte *cultural* es troba dins dels deu adjectius que defineixen Barcelona (concretament, en cinquena posició). Els deu adjectius escollits pels enquestats per definir la ciutat són: *creativa, dinàmica, vibrant, cosmopolita, cultural, diversa, bonica, innovadora, històrica i inspiradora*. L'enquesta també revela que Barcelona es troba en el quart lloc de les ciutats més creatives del món, per darrere de Londres, Nova York i Berlín. Segons els enquestats, Barcelona és "la ciutat creativa més emergent", i pel que fa als sectors estratègics que hi destaquen, els escollits són, per aquest ordre, el turisme, l'oci i la cultura, i la innovació, la creativitat i el disseny.

Precisament, enfortir els vincles de les activitats turístiques amb altres àmbits econòmics i agents socials i culturals del territori com poden ser la innovació, la creativitat i el disseny és un dels objectius de l'actual estratègia turística de Barcelona per generar oportunitats. El valor del turisme com a dinamitzador de l'economia local s'ha de compatibilitzar amb la sostenibilitat territorial i ambiental de la ciutat, "integrant l'activitat turística a l'estratègia de desenvolupament econòmic local" a fi de formar part de la xarxa local de producció i serveis per abastir les necessitats de les empreses turístiques.

Les dades de *L'estat turístic en dades 2017* mostren que el turisme a Barcelona suposa el 14% del PIB, aproximadament. Les compres dels turistes representen el 18% de la facturació total dels comerços de la ciutat (un 38% als barris més turístics i un 8% als que ho són menys). Els turistes es gasten al dia 60,7 euros per persona en allotjament, i 76,6 euros en altres despeses, de mitjana. El 45% de la seva despesa es destina a menjar i beguda, fet que atorga un paper clau al sector de la restauració. A més, Barcelona va recaptar més de 22 milions d'euros de l'Impost sobre les estades en establiments turístics catalans, la major part dels quals, un 83%, va ser recaptat pels hotels. D'aquests 22 milions d'euros, la Generalitat en va retornar a l'Ajuntament de Barcelona 7,5. Aquestes xifres donen una idea de la magnitud del sector turístic en clau econòmica, i alhora de la complexitat de la seva gestió.

Atenent a aquests criteris de complexitat, l'educació és un dels compromisos que també forma part de la visió integral del turisme a Barcelona. El *Pla Estratègic de Turisme 2020* proposa l'adopció d'estratègies comunicatives divulgatives i pedagògiques adreçades a diferents públics, que suscitin en la ciutadania i les entitats públiques i privades la reflexió crítica i el debat sobre la realitat complexa del turisme. El programa "El turisme a les escoles" té l'objectiu de fer conèixer l'entorn social, econòmic i històric del turisme a la ciutat, explicant-ne l'evolució històrica, el potencial transformador i la complexitat de la seva gestió, cultivant una mirada crítica al voltant de les actuals formes d'organització del fet turístic a la ciutat.

Explicar Barcelona com a destinació, alhora que com a emissora de turistes, demana comprendre que les persones que resideixen a la ciutat també són turistes en determinats moments de les seves vides, i que els visitants són també ciutadans en el seu lloc d'origen.

2.3. EL NOU PARADIGMA DE TURISTA I VISITANT

En la visió 2020 per a la planificació estratègica turística de Barcelona, així com en el *Pla Estratègic de Turisme 2010-2015*, té una especial rellevància el concepte de turista com a ciutadà temporal i al seu torn internacional, reconegut per la ciutadania com a visitant que gaudeix dels serveis, les infraestructures, els equipaments, i els esdeveniments de la ciutat durant un temps determinat. Els visitants i residents han de conviure a Barcelona de manera harmoniosa i amable, construint entre ambdós els relats i les imatges que caracteritzen la ciutat sense oblidar la reflexió crítica.

L'exercici dels drets culturals de ciutadans i turistes és essencial per al desenvolupament d'una ciutat sostenible. Les polítiques locals de Barcelona han de fomentar el lliure exercici de les capacitats creatives i l'expressió de la identitat cultural pròpia i aliena, i reconèixer totes les persones com a actors implicats en la vida cultural local, fent atenció als col·lectius més vulnerables perquè puguin desenvolupar també els seus drets, llibertats i responsabilitats a la ciutat.

Per tant, és important que la percepció de la imatge ciutat es valori pels turistes però també pels ciutadans. L'enquesta de la Comissió Europea *Quality of life in cities 2015* indica que Barcelona és la quarta ciutat, de les 79 enquestades, en la qual es respon que s'està molt d'acord o d'acord amb l'afirmació "estic satisfet de viure a la meua ciutat". Barcelona també obté millors resultats que la mitjana de les ciutats europees en 8 dels 12 àmbits considerats a l'enquesta. La puntuació en el camp «Educació, cultura i esports» (66.8%) se situa lleugerament per sota de la mitjana de les ciutats (67.3%) i ha patit una davallada respecte el 2013 (70.0%), tendència que també s'observa a nivell de mitjana del conjunt de les ciutats. La puntuació més alta s'obté en l'apartat "Instal·lacions culturals" (76.4%), amb valoracions inferiors per a les instal·lacions esportives i educatives.

3. REPTES I LÍNIES DE REFLEXIÓ

Aquest apartat resumeix les principals reflexions al voltant de la relació entre cultura i turisme a Barcelona recollides en la primera fase del projecte. Es basa principalment en la recerca bibliogràfica realitzada, el document de treball elaborat per Xavier Fina per a la reunió d'experts celebrada el dia 28 de novembre i les aportacions fetes pels participants en aquesta reunió.

Dues observacions inicials sorgeixen de l'anàlisi realitzada, relatives a la contextualització de la relació entre cultura i turisme en la globalització i a la pluralitat d'agents que intervenen en aquest marc, i la consegüent complexitat que té definir possibles respostes.

a) Situar la relació entre cultura i turisme en el marc de la globalització i els seus efectes

Les actuals tendències en matèria de turisme s'han d'entendre com a element constituent dels processos de globalització, i com a tals tenen una relació directa amb les dimensions econòmiques, socials, mediambientals i culturals que en formen part. Així, la reflexió al voltant del turisme i els seus efectes a la ciutat no es pot desvincular, com s'observarà,

d'aspectes relacionats amb el model econòmic de la ciutat, les condicions laborals o l'accés a l'habitatge, entre d'altres. En termes de polítiques, així, calen aproximacions integrals, que entenguin i abordin la interrelació entre l'acció cultural, els fluxos turístics i nombroses altres dinàmiques territorials.

A més, el turisme contribueix a accelerar algunes de les externalitats negatives associades amb la globalització, com ara el canvi climàtic, i alhora se'n pot veure afectat: alguns participants a la reunió d'experts van alertar de la possibilitat que la reacció als efectes del canvi climàtic pogués conduir a un encariment del transport internacional, un fet que podria comportar a la llarga una atenuació del volum dels fluxos turístics a nivell internacional.

Per últim, és important esmentar que la reflexió sobre l'impacte del turisme en la ciutat, inclosa la seva dimensió cultural, és present simultàniament a diverses ciutats, especialment d'Europa: Amsterdam, Lisboa o París, entre d'altres, viuen una situació relativament equiparable a la de Barcelona, que alhora té referents a altres escales en moltes altres ciutats del món. En aquest sentit, una part de la reflexió iniciada a Barcelona es podria compartir amb altres ciutats, i també es podrien intercanviar models i aproximacions.

b) Reconèixer la diversitat i complexitat de la relació entre cultura i turisme

Una de les constatacions de la recerca realitzada i dels debats mantinguts fins ara té a veure amb la necessitat de reconèixer la pluralitat de formes i motivacions que hi ha darrere el turisme que visita la ciutat, un fet que també es transmet a la dimensió cultural del fenomen turístic i que fa que aportar-hi solucions sigui especialment complex.

En aquest sentit, es fa necessari anar més enllà dels estereotips tradicionals (el "turisme de masses" vs. el "turisme de qualitat"), que d'altra banda poden tenir alguns punts de contacte, i reconèixer que hi ha altres models de turisme que comporten diferents usos del temps: el visitant que es troba a Barcelona per motius professionals i disposa d'un temps limitat per a algunes activitats culturals, el visitant que ja ha estat anteriorment a la ciutat i pot tenir interès a descobrir-ne altres vessants, així com públics amb edats, motivacions i interessos molt particulars, que poden comportar o no pràctiques culturals distintives. Reconèixer aquesta realitat diversa i complexa passa, en primer lloc, per millorar les eines d'anàlisi i comprensió dels fluxos turístics i, segonament, per entendre que les respostes que es puguin donar a la relació entre cultura i turisme hauran d'intervenir a diversos nivells, implicar diversos agents i incorporar accions basades en la pluralitat i la diversitat.

Més enllà d'aquestes dues observacions inicials de context, en sorgeixen d'altres que tenen a veure amb els efectes del turisme en la vida ciutadana, i especialment la seva dimensió cultural.

c) El turisme com a debat ciutadà: dimensió cultural

Com s'ha explicat a l'apartat 2 de l'informe, diverses enquestes al voltant de les principals preocupacions de la població de Barcelona en els darrers anys han situat el turisme en una de les principals posicions. Entre els factors que ho expliquen n'hi ha diverses que tenen a veure amb els efectes directes o indirectes que el turisme té en aspectes lligats amb

la vida social i econòmica a la ciutat (l'encariment en el preu de l'habitatge especialment en alguns barris i districtes, els canvis en la morfologia del teixit comercial, els sorolls, etc.), així com d'altres que afecten de manera més directa la vida cultural a la ciutat, com ara els usos de l'espai públic (la "sobresaturació" i possible "privatització" d'espais que perden una part de les seves finalitats habituals o les dificulten, entre les quals aquelles que podrien tenir a veure amb la vida cultural), la reorientació d'algunes programacions i activitats culturals cap a aspectes propis de l'imaginari que s'atribueix al públic turístic, o els possibles efectes en la percepció de la identitat pròpia i el que n'esperen els visitants.

La regulació de l'accés al Parc Güell

L'any 2013 es van establir mesures per regular l'accés al Parc Güell, una de les obres d'Antoni Gaudí que atreu més públic turístic, i que fins llavors tenia accés gratuït. D'aquesta manera, l'entrada al Parc està limitada a 400 persones cada mitja hora i cal pagar una entrada per accedir-hi. Queden exempts del pagament de l'entrada els veïns dels barris que envolten el Parc, així com la resta de la població de Barcelona si es registra en un web específic. La decisió adoptada el 2013 ha comportat crítiques de diversos col·lectius, per bé que alhora pot haver contribuït a una millor gestió de l'accés a aquest espai.

En un sentit cultural més profund, es pot entendre que el turisme i el conjunt de percepcions que en deriven incideixen en la manera com la ciutat s'imagina, i poden conduir a climes de major o menor obertura envers els visitants, així com a reflexions sobre la manera com la ciutat es vol presentar de cara a l'exterior. Apareix aquí un espai, probablement poc explorat més enllà d'algunes veus dels àmbits de l'antropologia, per tal que veus del sector cultural contribueixin a reimaginar la relació amb la realitat turística a la ciutat, que com s'esmentarà podria ser objecte de línies de treball futur.

d) Efectes en l'estructuració del sector cultural i la seva dimensió econòmica

La reflexió sobre els efectes que l'enfortiment de la indústria turística té sobre el model econòmic i social de la ciutat té derivades també en alguns aspectes propis de la configuració del sector cultural i la situació de les persones que hi treballen. En aquest sentit, cal tenir present qüestions com l'externalització de serveis culturals i les condicions laborals d'una part del personal que treballa en institucions culturals públiques de la ciutat, inclosos alguns dels equipaments que es poden identificar de manera més directa amb els públics turístics (el MACBA, per exemple).

Per bé que el model econòmic dels equipaments culturals públics (nivell de finançament públic, estructura de personal, condicions laborals, etc.) sigui un aspecte independent de la realitat turística de la ciutat, l'increment dels fluxos turístics pot reforçar la percepció de creixent desigualtat i de distància entre públic turístic i personal que l'atén i els seus respectius estatus social i econòmic. Com s'explicarà després, una de les qüestions de fons que apareix en aquest debat és la capacitat que té la ciutat d'aprofitar les plusvàlues derivades del turisme per generar un ecosistema cultural més sostenible, una cosa que hauria de passar, entre d'altres, per millorar les condicions laborals i el reconeixement dels elements més fràgils de la cadena de valor.

e) La dimensió de drets, element de debat

En el transcurs de la reunió d'experts celebrada el 28 de novembre es van debatre diversos aspectes vinculats amb la dimensió de drets que afecta la relació entre cultura i turisme.

El document inicial de Xavier Fina, fent-se ressò d'alguns dels elements presents en els instruments de planificació turística de Barcelona que s'han presentat a l'apartat 2, plantejava reconèixer el turista com a "ciutadà subjecte de drets" i, en aquest sentit, suggeria que "en un món global, en un món on reivindiquem la universalització dels drets, no hi ha lloc per a una jerarquització que converteixi els turistes en ciutadans de segona". Caldria en canvi aprofundir en conceptes com el de "nova ciutadania internacional", i alhora entendre que els turistes serien "ciutadans temporals de la ciutat". En traslladar aquesta reflexió sobre els drets a l'àmbit de les polítiques, se'n desprendria la idea que, més que polítiques culturals específiques, el públic turista, divers i subjecte de drets com la resta de la ciutadania, requeriria polítiques culturals tan diverses i variades com el conjunt de la població local; hi hauria només matisos derivats de la condició de temporalitat en la presència a la ciutat.

Diverses intervencions realitzades durant el debat van plantejar dubtes al voltant d'aquestes afirmacions, en considerar que, malgrat que l'analogia podria ser suggerent, la presència temporal del turista a la ciutat no el converteix automàticament en subjecte de drets en pràctica igualtat de condicions amb la població resident.

Com a debat de fons, es pot entendre que la vivència del turisme a la ciutat, sobretot quan se'n perceben els efectes més negatius, expressa en certa manera una tensió entre alguns drets: com ha explicat Saida Palou, s'hi enfronten el "dret al turisme" (o a la mobilitat, i a l'oci) i el dret a la ciutat, és a dir la capacitat d'incidir en la configuració de l'espai urbà i garantir-ne la naturalesa pública, en un context de creixent privatització.⁴ Es podria dir que aquesta tensió té també repercussions en la manera d'entendre les polítiques culturals (entre les visions més orientades a atendre el visitant i aquelles que busquen permetre que la població resident contribueixi a "co-crear" la ciutat) i que en qualsevol cas convindria buscar punts intermedis i de trobada.

f) Vida cultural de la població turística

La reflexió sobre la dimensió cultural dels fluxos turístics passa també per entendre i analitzar les pràctiques culturals que realitzen els turistes durant les seves estades a Barcelona. Més enllà de la ja esmentada diversitat dels públics turístics, que dificulta la generalització, hi ha la constatació que un nombre reduït de llocs vinculats al patrimoni (Sagrada Família, Parc Güell, La Pedrera, Barri Gòtic, Museu Picasso, etc.) acullen una proporció elevada de les persones que visiten la ciutat cada any. D'aquí se'n desprèn la idea que el turista fa un ús cultural molt limitat de la ciutat, tant en termes territorials com conceptuals (és a dir, no visita, o almenys no ho fa de manera massiva, molts altres equipaments i llocs d'interès cultural, que podrien representar altres estètiques, sectors i moments històrics), però que en canvi té un impacte molt visible en l'espai públic, en part perquè passa molt temps al carrer.

⁴ Saida Palou, a FAD Barcelona (2017), "2. Visitants: impacte i volum", video de la sèrie #abecedariurístic, disponible a <https://www.youtube.com/watch?v=wH0UFyx0v8g>

La iniciativa ArticketBCN

Una de les principals iniciatives establertes per promoure les visites del públic turista als equipaments culturals és Articket, la “marca comercial” que agrupa sis grans equipaments de Barcelona: el Museu Picasso, la Fundació Joan Miró, el Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), la Fundació Antoni Tàpies, el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA) i el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB). Des de fa anys, aquests centres ofereixen un abonament conjunt pensat sobretot per als visitants a la ciutat, i també realitzen altres activitats conjuntes (conferències, campanyes, etc.).

Fer front a aquesta concentració de la presència turística podria necessitar, per Xavier Fina, diversificar l'imaginari vinculat al turisme, un procés que fins ara s'ha intentat amb èxit en alguns casos (institucions com el MACBA o el MNAC s'han incorporat en les últimes dècades a l'oferta turística) però que no ha comportat una transformació radical sinó que s'ha integrat en un model predominant que s'ha mantingut estable. Així, Fina suggereix que cal anar més enllà, transformant alhora la imatge i la pràctica: “si entenem que hi ha una Barcelona diversa, innovadora, alternativa; una Barcelona que transcendeix –tot incloent-lo– l'imaginari establert calen estratègies per fer-la visible i per incorporar-la als circuits habituals dels visitants”.

Tant Fina com altres participants a la reunió d'experts van remarcar la necessitat d'incidir en els operadors turístics, atès el seu paper de mediadors i facilitadors dels fluxos i les imatges que s'hi associen. En darrera instància, es tractaria de generar una imatge de la vida cultural de la ciutat que fos més fidel a la realitat cultural de Barcelona, i que alhora permetés diversificar les visites i pràctiques culturals dels visitants, tot reconeixent-ne alhora la seva mateixa diversitat.

Un aspecte que podria facilitar aquesta transició, també apuntat per Fina, seria potenciar la internacionalització del sector cultural, atès que això respondria a la mateixa diversitat de la població resident a la ciutat i permetria desenvolupar una oferta atractiva tant per a residents com per a visitants: “una oferta pensada des de la vocació internacional és la que respon a la pròpia lògica cultural de la ciutat, la que respon al model de ciutat, aquella en la qual els ciutadans permanents i temporals es troben en la seva diversitat.”

g) La relació entre cultura i turisme, indestruïble de la definició del model de ciutat

Finalment, diverses reflexions apunten la necessitat de repensar la relació entre turisme i cultura en el marc d'un debat més ampli sobre el model de ciutat, tot entenent que, al capdavant, el model turístic de la ciutat deriva de les opcions de desenvolupament assumides per la ciutat, i alhora contribueix a reforçar-les. Com van apuntar alguns participants a la reunió, es pot entendre que hi ha una relació circular entre la manera com la ciutat es defineix, allò que els turistes n'esperen i les pràctiques pròpies dels turistes quan són a la ciutat.

En aquest sentit, apareixen diverses disjuntives sobre les quals caldria que Barcelona definís la seva vocació com a ciutat i les implicacions quant a la realitat cultural:

- (ii) **Equipaments culturals, regeneració urbana i barris.** En algunes èpoques,

els equipaments i les iniciatives culturals han estat un element central en les estratègies de dinamització i regeneració urbana, que alhora ha tingut repercussions en els fluxos turístics. Barris com el Raval, amb la implantació als anys 90 d'equipaments com el CCCB o el MACBA i de diverses empreses i projectes culturals i la subsegüent incorporació de la zona en l'oferta turística de la ciutat, en serien un bon exemple. Des de fa anys, però, la relació entre desenvolupament cultural, regeneració urbana i atractivitat del territori s'ha anat desequilibrant i provoca efectes no desitjats tant en termes de desenvolupament local (l'"expulsió" d'una part dels veïns davant l'increment en el preu de l'habitatge, per exemple) com de fluxos turístics (la percepció d'ocupació excessiva de l'espai públic), un fet que també transforma la percepció sobre els equipaments i les activitats culturals i el seu valor públic. En aquest sentit, es fa necessari repensar la relació entre acció cultural i desenvolupament urbà, fet que entre d'altres coses implica determinar noves prioritats en els tipus d'activitat cultural privilegiat, les formes de participació ciutadana i la difusió de l'activitat cultural.

Cultura, regeneració urbana i turisme

El procés de renovació urbanística viscut a Barcelona en les dècades de 1980 i 1990 va tenir en el barri del Raval un dels principals eixos. Entre les estratègies que s'hi van dur a terme hi ha la instal·lació de grans equipaments culturals, com ara el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA) i el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB), un fet que ha facilitat el flux tant de la població local com de grups turístics i que, combinat amb altres intervencions de caire social i urbanístic, ha contribuït a fer aquesta zona més accessible. Progressivament s'ha constatat, tant en aquest barri com en altres zones de la ciutat, un increment en els preus de l'habitatge, derivat en part de l'atracció turística que generen el centre de la ciutat i Barcelona en conjunt, i que fa que una part del parc d'habitatge es destini a usos turístics. D'aquesta manera, s'ha anat transformant la percepció ciutadana relativa al vincle entre equipaments culturals, regeneració urbana i barris.

- (ii) **Descentralització del turisme i governança metropolitana.** Atesa la tendència dels fluxos turístics a concentrar-se en un nombre reduït de llocs i barris de la ciutat, apareix la reflexió sobre la necessitat d'ampliar i diversificar els territoris als quals es dirigeix el turisme. Aquesta voluntat, que és comuna en el conjunt de la gestió del turisme a la ciutat, té implicacions específiques també pel que fa a la seva dimensió cultural: caldria anar envers una descentralització dels referents culturals d'interès per al públic turístic, una intenció que, de fet, no es pot deslligar de la necessitat més general de repensar la vida cultural en clau metropolitana també per al conjunt de la població resident. Per Xavier Fina, "trobar nous espais d'interès, noves centralitats, és un repte cultural de la ciutat. I fer-ho des d'una perspectiva metropolitana, una necessitat. El model de ciutat és el que genera la imatge de ciutat. (...) [Cal] treballar en la posada en valor de determinades icones menystingudes en el relat dominant." Més enllà de la realitat metropolitana, es podria plantejar també la necessitat d'integrar aquesta reflexió en la que fa referència al turisme a Catalunya en conjunt, i la manera com des de Barcelona es

poden afavorir dinàmiques de distribució equilibrada dels fluxos turístics, també pel que fa a la seva dimensió cultural. En darrera instància, la definició de les diverses escales d'abordatge de la relació entre cultura i turisme (Barcelona, àrea metropolitana, Catalunya) també comporta definir models adequats de governança, amb participació de diverses administracions públiques i altres agents rellevants.

La descentralització del turisme: el cas del Turó de la Rovira

Des de fa anys, Barcelona ha fet esforços per oferir nous atractius turístics al públic visitant, per tal de disminuir la densitat dels fluxos al centre de la ciutat i a les zones de major atractiu tradicional i alhora poder beneficiar altres barris dels efectes positius del turisme. Un bon exemple d'això és la recuperació i inauguració d'un espai patrimonial al Turó de la Rovira, que ofereix alhora un mirador natural sobre la ciutat i elements patrimonials vinculats a la defensa de Barcelona durant la Guerra Civil. Així, en l'actualitat s'hi pot trobar un centre d'interpretació que forma part de la xarxa del Museu d'Història de Barcelona (MUHBA). L'interès natural, cultural i turístic de l'espai hi ha multiplicat l'afluència en els darrers anys. Durant el seminari d'experts celebrat el novembre de 2017 es van recollir opinions diverses en relació amb aquest cas: d'una banda, la constatació de l'èxit de la iniciativa pel que fa a l'atracció de turisme a una zona perifèrica de la ciutat; de l'altra, la percepció crítica que en té una part significativa del veïnat, a causa de l'augment de sorolls i brutícia a la zona.

- (iii) **Valors de la ciutat, imaginari local i turisme.** Com ja s'ha explicat, es pot establir una relació bidireccional entre l'imaginari cultural vinculat a una ciutat (que es basa alhora en aspectes objectius i en altres de "creats", tant per la pròpia ciutadania com per altres agents amb capacitat d'incidència en el terreny de les imatges i les narratives) i les expectatives i pràctiques de les persones que la visiten. En aquest sentit, es pot considerar que transformar el vincle entre turisme i cultura a Barcelona requereix incidir en aquest imaginari. Es tracta d'un procés complex, del qual deriven nombroses qüestions: apostar, per exemple, per una ciutat diversa i innovadora, obliga a definir quin tipus de diversitat i quin tipus d'innovació es volen privilegiar: com demanava Nicolás Barbieri a la reunió d'experts, ¿el pla comunitari del barri de Roquetes pot formar part de la Barcelona alternativa i innovadora? També suscita qüestions relacionades amb qui té capacitat per determinar els valors i l'imaginari que defineixen la ciutat. Apareixen aquí de nou temàtiques que van més enllà de la relació entre turisme i cultura i que, malgrat la pràctica impossibilitat de consensuar un imaginari únic, demanen un debat de fons amb participació de nombrosos agents.

Sitesize: Agència de Turisme Popular

En el marc de la reflexió social al voltant del turisme i el seu impacte a la ciutat, el col·lectiu artístic Sitesize ha posat en marxa el projecte "Agència de Turisme Popular", que busca "imaginar una altra forma de relació emocional i econòmica" amb el paisatge

i la ciutat, que s'hauria de recolzar en formes diferents de turisme i de paisatgisme. Per això, l'Agència ofereix visites, rutes i relats sense mediació a diverses zones de la ciutat, adreçades sobretot a la població local, i tot evitant les imatges més reconeixibles i prefigurades. El projecte ha rebut suport de l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) i del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

(iv) Turisme i polítiques culturals “normalitzades”. Finalment, es pot establir també una relació directa entre les polítiques culturals “normalitzades”, aquelles que s'adrecen al conjunt de la població, i les activitats culturals que Barcelona posa a l'abast del públic turístic. En efecte, hi ha coincidències pel que fa als espais i el conjunt d'activitats on la població resident i la població turística tenen accés a la cultura (els museus, alguns barris, alguns festivals, etc.). A més, es pot considerar que les prioritats marcades en les polítiques culturals es poden orientar més o menys a atreure les persones que fan estades curtes a la ciutat (una aposta per festivals, celebracions a l'espai públic i figures internacionals pot atreure més públic forà que no una major atenció als equipaments culturals de barri i a la integració entre cultura i educació, per exemple). En aquest sentit, les decisions adoptades en el marc de les polítiques culturals de ciutat poden impulsar en un sentit o un altre les pràctiques culturals dels públics turístics. Les reflexions i propostes que es plantejaren en el proper apartat incideixen en aquesta línia, tot volent abordar des del marc de les polítiques culturals la relació que s'estableix a Barcelona entre cultura i turisme.

Equipaments culturals d'ús sobretot local

Al costat dels equipaments culturals i llocs patrimonials que atreuen sobretot una població turística, el seminari d'experts celebrat el novembre de 2017 va servir per recordar que una part significativa del teixit cultural de la ciutat és utilitzada principalment per la població resident a Barcelona. En aquest àmbit es poden incloure, per exemple, les més de 40 biblioteques (es calcula que al voltant del 50% de la població de la ciutat té carnet de biblioteca) i els 52 centres cívics que realitzen funcions de centres culturals de proximitat als barris de la ciutat, així com nombrosos espais associatius i escoles o col·lectius veïnals que organitzen activitats culturals de manera freqüent. Cal esmentar també que alguns dels grans equipaments culturals de la ciutat, com ara el CCCB (equipament públic) o els centres CaixaFòrum i CosmoCaixa (ambdós propietat de la fundació bancària “la Caixa” i centrat en les arts i en la ciència respectivament), tenen un públic majoritàriament local.

4. LÍNIES DE TREBALL: PROPOSTA INICIAL

A partir de les reflexions recollides en les etapes anteriors i en la bibliografia disponible, així com de l'aposta de l'Agenda 21 de la cultura per integrar la cultura en les aproximacions al desenvolupament sostenible local, aquest últim apartat formula possibles línies de treball per repensar la relació entre cultura i turisme a Barcelona, sobretot des del marc de les polítiques culturals. Aquestes propostes s'hauran de valorar conjuntament amb l'Institut de Cultura de Barcelona i podrien inspirar la identificació i anàlisi de referents similars en altres ciutats, de cara a la segona fase del treball.

- a) **Abordar des de les polítiques culturals i el desenvolupament sostenible els elements crítics de la relació cultura-turisme.** Com a reflexió general, cal plantejar d'entrada la conveniència d'abordar des de les polítiques culturals alguns dels principals elements crítics de la relació entre cultura i turisme, i buscar donar-hi resposta des d'una lògica que, en consonància amb els plantejaments de l'Agenda 21 de la cultura i Cultura 21 Accions, prioritzi el respecte pels drets culturals i el foment del desenvolupament sostenible a nivell local. En aquest sentit, sembla convenient, per exemple, abordar i promoure l'espai públic com a entorn d'accés i participació activa en la vida cultural, així com reflexionar sobre l'imaginari que projecta la ciutat (i el grau de diversitat i de complexitat que s'hi fa palès), en la mesura que aquest imaginari pot influir en les expectatives i les pràctiques de les persones que visiten la ciutat com a turistes. De manera més general, enfortir el marc de les polítiques culturals per generar més oportunitats d'accés i una millor atenció als aspectes culturals en el conjunt de les polítiques públiques (planificació urbana, educació, cohesió social, etc.) també reforça els recursos culturals de la ciutat en un marc de tensió creixent.
- b) **Fomentar una reflexió sobre el “model de ciutat” des de la creació i la producció cultural.** La reflexió general sobre el “model” o “tipus” de ciutat que Barcelona vol esdevenir, i aquella més específica sobre la seva dimensió turística, han inspirat algunes aportacions des d'instàncies acadèmiques i culturals, sovint des de posicions “alternatives” o poc institucionals. Segurament hi ha marge per aprofundir aquestes reflexions, per exemple instant alguns centres de creació i producció cultural a abordar en els seus programes i iniciatives tant els escenaris de futur de la ciutat com la relació entre cultura, turisme i desenvolupament sostenible. Atesa l'existència de debats similars en altres ciutats, un procés d'aquest tipus podria generar interès a l'estranger, i es podria estructurar també com a espai de cooperació amb altres ciutats europees.
- c) **Generar espais de trobada al voltant de la participació activa en la vida cultural.** En els darrers anys han guanyat pes a nivell internacional les propostes relacionades amb el “turisme creatiu”, que entre d'altres coses promou activitats d'implicació activa en processos creatius per part dels turistes (tallers, cursos, etc.). En el marc de la voluntat de, per una banda, diversificar les pràctiques culturals a l'abast de les persones que visiten la ciutat i, per l'altra, transformar respectivament els imaginaris de la població local sobre els turistes i dels turistes sobre la cultura

local, podria ser convenient afavorir espais de participació cultural i de creació (o “co-creació”) que, tot fugint dels elements més estereotípics de la cultura de Barcelona, afavorissin el coneixement mutu i la generació de noves imatges i narratives i contribuïssin a mostrar altres formes possibles de turisme.

- d) Incidir en l’oferta turística a través de la mediació i la promoció.** Davant la conveniència de diversificar i descentralitzar les pràctiques culturals associades als fluxos turístics, i atesa la seva dependència estreta dels operadors del sector, sembla necessari buscar maneres d’incidir en la mediació i la promoció turística de la ciutat i buscar-hi enteses i aliances. Aquesta línia de treball, que s’hauria de fer de bracet amb altres agents municipals que intervenen en la definició de l’oferta turística, podria incloure el suport a promotors turístics que afavoreixin nous tipus d’activitat cultural, així com la promoció d’un imaginari i una oferta cultural més diversa i que alhora pugui atreure i acollir turistes que visiten Barcelona.
- e) Reinvertir les plusvàlues del turisme en la sostenibilitat de l’ecosistema cultural.** Com s’ha explicat, el turisme que visita Barcelona cada any hi fa una aportació substancial en termes econòmics, una part de la qual es tradueix en ingressos per a l’administració municipal (entrades d’equipaments i activitats, transport públic, taxa turística, etc.). Atès que els recursos culturals de la ciutat són un element molt significatiu a l’hora de definir-ne l’atractiu turístic, hi ha arguments per fer que els beneficis derivats de les visites turístiques contribueixin a la sostenibilitat del sistema cultural de la ciutat. En el passat ja hi ha hagut iniciatives orientades a fer que els ingressos de la taxa turística es reinvertissin en activitats culturals, però sovint s’han adreçat principalment a generar oferta cultural pensada per al turista. En un context de priorització de la sostenibilitat, seria convenient prioritzar en canvi els elements més fràgils, i sovint poc visibles però necessaris, de l’ecosistema cultural, com ara la creació emergent, els equipaments culturals de barri, els programes d’educació artística o les xarxes de professionals i col·lectius informals.
- f) Establir nous espais de governança de les relacions entre cultura i turisme, a Barcelona i a nivell metropolità.** Com ha mostrat aquest informe, nombrosos agents públics i privats de Barcelona i de l’exterior, a més de la ciutadania, juguen un paper en la definició de les relacions entre cultura i turisme a la ciutat. La complexitat d’aquesta relació i el fet que les decisions que hi incideixen es prenguin en diversos àmbits polítics i amb lògiques diverses fan necessari enfortir els espais de reflexió compartida i de definició conjunta de prioritats. Això podria passar per la creació d’espais específics d’interlocució, però també per assegurar una major presència de la reflexió cultural vinculada al desenvolupament sostenible en els principals estaments on té lloc la reflexió sobre turisme i ciutat, com ara el Consell de Turisme i Ciutat. Així mateix, es podria afavorir la reflexió al voltant del turisme i les seves implicacions per a la cultura des del Consell de Cultura de Barcelona. Finalment, atesa la conveniència d’ampliar la reflexió sobre cultura i turisme a nivell metropolità, també es podria considerar la possibilitat d’establir un espai de reflexió compartida entre els diversos municipis de l’àrea metropolitana, que afavorís sinèrgies, permetés incorporar més referents culturals en la gestió del turisme i facilités la coordinació de les respostes.

CONTACTES

Per obtenir més informació sobre aquest informe:

Institut de Cultura de Barcelona (ICUB)

Jaume Muñoz Jofre: jmunozj@bcn.cat

Web: www.lameva.barcelona.cat/barcelonacultura/es

Tw: [@bcncultura](https://twitter.com/abcncultura)

Comissió de cultura de Ciutats i Governes Locals Units (CGLU)

Email: info@agenda21culture.net

Web: www.agenda21culture.net

Tw: [@agenda21culture](https://twitter.com/agenda21culture)

