BARCELONA NO TIENE VACACIONES Análisis del turismo urbano en Barcelona y su interacción con las medidas implementadas en el Raval

Cynthia PÉREZ BAZÁN / Joaquín SABATÉ BEL

El turismo es un fenómeno mundial, analizado y discutido por economistas, geógrafos, urbanistas, antropólogos y sociólogos, debido a sus considerables repercusiones en la economía de un país o de una ciudad, en su desarrollo urbano o en la vida de sus habitantes. Su reciente y notable crecimiento en todo el mundo le convierte en objeto imprescindible de estudio, que precisa además de nuevas herramientas que le permitan mejorar, por ejemplo, la relación entre turistas y residentes.

Interesa estudiar el impacto que el turismo urbano puede tener en una ciudad como Barcelona, particularmente en el ámbito más tensionado, su centro histórico y, concretamente en el que más modificaciones ha soportado en las últimas décadas, el barrio del Raval, analizando impactos, medidas sectoriales e intervenciones físicas. Los antecedentes históricos y urbanísticos de este barrio lo caracterizan como un laboratorio urbano privilegiado. Nuestro estudio arranca en la Barcelona preolímpica, donde la renovación de la imagen de Barcelona es base de aquello que aún se promociona.

Turismo urbano, Barcelona, Raval

BARCELONA, THE CITY THAT NEVER RESTS Analysis of urban tourism in Barcelona and its interaction with the newly implemented measures in the Raval

Tourism is a global phenomenon studied and discussed among others by economists, geographers, urban planners, anthropologists, and sociologist, due to its considerable repercussions in the economy of a country or a city in its urban development or in its citizen's life. The recent and extensive growth all over the world has turned it into an essential object of study, that requires new tools, that may improve, for example, the relationship between residents and tourists.

The importance of the impact of urban tourism over a city like Barcelona is extremely interesting, particularly on its most stressed area: the city center concretely The Raval. This neighborhood suffered considerable modifications through time, specially over the last decades. analyzing impacts, sectorial measures and physical interventions. The historical and urban background of this neighborhood considered it as a privileged urban laboratory. Our study starts from a pre-Olympic Barcelona, where the work of renovation of Barcelona's image is the base of what the city still promotes.

Urban tourism, Barcelona, Raval

1. El turismo urbano en Barcelona y las medidas implementadas en el Raval

Barcelona pertenece al grupo de ciudades europeas con mayor volumen de turistas; en diversos informes se sitúa en cuarto lugar, después de Londres, París y Roma, y este flujo sigue aumentando. En 2015 la ciudad alcanzó un record de 29'103.863 de visitantes internacionales,¹ y este año se esperan aún más.

La presión que estas cifras representan en la ciudad, así como diversas intervenciones, ha dado lugar a resultados duramente cuestionados por economistas, residentes, empresarios y periodistas, pero asimismo por los propios visitantes; que han convertido la ciudad en icono turístico. Esto se debe a que su presencia es capaz de mejorar barrios, sostener economías, reactivar y dinamizar ciudades, pero que también provoca impactos negativos.

El incremento continuo de visitantes supone importantes desafíos para las ciudades turísticas, que afrontan grandes retos debido a su identidad histórica, a su configuración y a las expectativas que despiertan. La constante sobreexposición y masificación a las que se ven sometidas, demandan soluciones innovadoras, y exigen a la ciudad grandes cambios que superan frecuentemente la capacidad de los ayuntamientos. Es en este contexto, la administración busca gestionar el bienestar tanto de residentes, como de visitantes, utilizando diversos proyectos como medio para alcanzarlo. Pero, ¿cómo gestiona Barcelona esta notable presión?

Para muchos estudiosos Barcelona sigue siendo un modelo de desarrollo turístico que pauta aquello que los arquitectos y planificadores urbanos imitan o citan (DELGADO, 2007). Su crecimiento provoca presiones, impactos y flujos. Hoy más que antes. Pero ser considerada como modelo, no es lo único que la caracteriza. Ciudades como Barcelona responden a diversos factores externos que les obliga a adaptarse, factores derivados de sus características únicas, y de las oportunidades que se les presentan.

Sabemos que Barcelona se ha desarrollado de manera exponencial en pocos años. Desde su primera exposición universal, utilizó los grandes eventos como impulso para su desarrollo, ya que mostraban a la ciudad como pionera, cosmopolita, y dentro de las más avanzadas a nivel mundial. Grandes eventos que atraen a miles de personas, resulta la mejor manera de llamar la

¹ Datos del reporte *Professional Barcelona Turisme, 2015*, <http://professional.barcelonaturisme.com/imgfiles/estad/Est2015.pdf>

atención y de consolidarse como marca. Para ello, la ciudad debe adaptarse y mejorar. Esto nos permite intuir que el incremento del turismo en Barcelona va a la par con las medidas físicas y urbanísticas implementadas.

Estas intuiciones nos plantean diversos interrogantes: ¿Cómo han contribuido las estrategias urbanas al crecimiento de los flujos turísticos en la Barcelona actual? ¿Son estos cambios positivos para el resto de barrios, por ejemplo para el Raval? Para responder a estas cuestiones, resulta imprescindible analizar la relación del turismo urbano con las medidas implementadas en el Raval. Para ello, comenzamos analizando los cambios físicos en dicho ámbito.

1.1. Let's get physical. Episodios en la transformación del Raval

Tras la llegada de los ayuntamientos democráticos se empieza a gestar lo que más tarde daría lugar al PERI del Raval; con el estudio del Liceo al Seminario. El encargo arranca en 1980, cuando el Ayuntamiento estudia nuevos usos para los edificios del convento de los Ángeles, la antigua Casa de la Caridad y la Casa de la Misericordia. Si bien no llega a tramitarse como plan, resulta una base innegable de futuros proyectos, permite precisar necesidades y cambios y revalorizar lo existente.

Cabe recordar, que durante la primera mitad del siglo XX el Raval es foco de atracción por su carácter bohemio, pero con el tiempo pasa a ser un ámbito degradado y peligroso. Ya en los noventa se reconoce su gran potencial y se plantea la regeneración del barrio. El Plan Especial de Reforma Interior muestra la importancia de atender no tan solo a los atributos físicos de los barrios, sino además a su gente. Sus aciertos y desaciertos confirman como las intervenciones no siempre mejoran áreas obsoletas o abandonadas, y cómo los proyectos no siempre alcanzan los resultados esperados. Pone en evidencia además, los impactos negativos del esponjamiento que se traduce en tantas ocasiones, en espacios ambiguos, que deben cerrarse por la noche, a fin de evitar “usos indeseados”.

El PERI no es la única estrategia urbanística en el Raval, que atraviesa un periodo de grandes cambios. Además de abrir grandes espacios para “higienizar” el barrio y mejorar la calidad de vida de la gente, se apuesta por introducir dotaciones para activarlo. La idea de la revitalización mediante grandes equipamientos ya aparece en el estudio Del Liceo al Seminario.

En los años ochenta se plantean estas piezas a partir de la aprobación en 1985 del plan de Museos de Barcelona; de donde nace la idea del Museo de Arte contemporáneo de Barcelona (MACBA) encargado a Richard Meier, el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB), obra de Albert Viaplana, entre otras grandes intervenciones que consolidan la idea de un cluster cultural. La intención final es que los edificios y plazas públicas devengan elementos de identidad del barrio (HEEREN, 2002).

Las primeras piezas ocupan una pequeña franja del sector norte del Raval, e impulsan la progresiva instalación de otros organismos culturales: Centro de Información y Documentación Internacional en Barcelona (CIDOB), Fomento de las Artes Decorativas (FAD), Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Barcelona y la facultad de Periodismo de la Universidad Ramón Llull. Además, el barrio empieza 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. Estas modificaciones convierten el barrio en referencia para toda la ciudad y para el turismo (CORREA, 2010).

Cabe pensar que el CCCB y el MACBA tienen un doble efecto: equipar al barrio y al conjunto de la ciudad y a la vez crear una estrategia dinamizadora de su entorno. Sea por la inconfundible arquitectura y singularidad del MACBA, por su conexión con el CCCB, o por la presencia de numerosos skaters venidos de todo el mundo en la plaza de los Angeles, estos equipamientos han sido objeto de críticas a favor y en contra. Para unos ha sido el detonante que el barrio necesitaba; puesto que han sabido generar tensiones y conexiones, aprovechando su cercanía a la Plaza Catalunya y a las Ramblas. Para otros, esto no es más que otro intento (bastante acertado) de internacionalización de la ciudad en relación a su transformación urbanística (CORREA, 2010).

Acertada o no, la introducción de estas piezas en la zona norte del Raval, acompañada de su carácter único, ha generado grandes cambios. Su presencia ha logrado atraer nuevos usuarios, modificar las condiciones existentes, regenerar una zona conflictiva y mejorar la seguridad de su entorno. Además, visto en conjunto con otros comercios del Raval, la cuestionada adaptación del MACBA al entorno, ha probado su eficacia y valor agregado.

El noreste del Raval ha ido especializándose en tiendas de diseño, galerías de arte, estudios de arquitectura, bares y restaurantes (SUBIRATS & RIUS, 2006), y ha impulsado el cambio del resto. La distribución del comercio nos muestra un barrio no solo dividido horizontalmente (norte, centro y sur), sino con marcadas diferencias entre el sector oriental y occidental. Las intervenciones recientes demuestran como las grandes dotaciones han generado una notable actividad.

Con el tiempo el cluster cultural ha demostrado ser beneficioso para todo el Raval, y de actuar como motor del cambio. La confluencia de nuevos comercios en su entorno es una respuesta a los nuevos flujos turísticos en la zona norte del barrio. El incremento del turismo en la ciudad de Barcelona, y en este caso en el barrio del Raval, va a la par con las medidas físicas, urbanísticas y estratégicas implementadas.

Pero esta dinámica no se da en todo el barrio por igual. La extensión de actividad a la zona sur, se impulsa con la apertura de un inmenso espacio

Imagen 1: Elaboración propia a partir de los datos de Hovig Ter Minassian y J. Subirats. Fuente: Minassian, H. T., 2014, *Cambiar Barcelona entre 1980 y 2008. Una vuelta a una Tesis de geografía*, y Subirats, J. & Rius, J., 2006, *Del Chino al Raval. Cultura y transformación social en la Barcelona central*.

público en el corazón del barrio, que enlaza las calles Sant Pau y Hospital. El proyecto de una gran rambla arbolada, acotada por dos rotondas elípticas en sus extremos, conecta en vertical vías históricas tradicionalmente horizontales. La nueva rambla se origina a partir de la demolición de cinco manzanas de notable densidad y nivel de degradación. Plantea la creación de un espacio público de dimensiones poco comunes en un centro histórico que pretende resolver la falta de espacio colectivo y a su vez suturar las divisiones del barrio.

No sólo se plantea la construcción de dicha rambla, sino también la construcción de un hotel como elemento dinamizador. El diseño de planta elíptica y fachada de cristal de Pere Puig, se presenta como “la lámpara que iluminará el Raval” (DELGADO, 2007). Además del hotel, y a fin de rehabilitar el sector y eliminar la marginación, se decide implantar en la zona más conflictiva la Filmoteca de Catalunya. Ambos proyectos, si bien han generado nuevas dinámicas de uso, tanto por las actividades de la filmoteca como por la presencia de flujos de turistas provenientes del hotel, no han alimentado aún una diversificación de las actividades económicas tan intensa como en la franja superior. La mayor parte de los negocios abiertos en torno a la filmoteca son bares, restaurantes, y locutorios, con horarios dilatados, pero que responden a otras demandas. Las dinámicas del barrio son fruto de las transformaciones físicas, pero también generadas por la creciente demanda de la inmigración y por los constantes y crecientes flujos turísticos que van adentrándose en las calles más concurridas del Raval. Estos componentes son la clave para entender la configuración actual del barrio.

Han pasado dieciséis años desde la inauguración de la Rambla del Raval, y las transformaciones a su alrededor continúan. Si bien se ha regenerado la

Imagen 2: La transformación del barrio del Raval desde los años ochenta. Elaboración propia en base a imagen de Renovación de calles, vivienda, patrimonio y espacio público, de Hovig Ter Minassian. Fuente: Minassian, H. T., 2014, *Cambiar Barcelona entre 1980 y 2008. Una vuelta a una Tesis de geografía*.

actividad de la zona, aún no se ha consolidado el impacto del hotel de lujo y la filmoteca, hacia la zona norte o el resto de la zona sur. Como el resto de las transformaciones del Raval, ésta pretende ser el germen para nuevas actuaciones en el tejido circundante, con espacios que buscan atraer nuevos usuarios, utilizando a la Rambla como soporte. Desde el punto de vista de su funcionamiento, más que una rambla o un recorrido vertical mar-montaña, puede decirse que funciona como una plaza o un salón.

Los diversos estados por los que ha pasado el barrio, nos muestran no solo los cambios y mejoras, y el impacto de las intervenciones. Nos llevan además a reflexionar sobre la habilidad de los agentes encargados de idear, desarrollar y dirigir planes y proyectos, pensando no solo en la calidad arquitectónica y urbanística, sino en una visión integral de hacia dónde dirigir la transformación, estrategia que transformó el tejido del Raval.

1.1.1. El Raval en 20 años

El Raval es el barrio de Barcelona que más modificaciones ha soportado en las últimas décadas, resultando en un laboratorio urbano privilegiado. El tejido rehabilitado abarca una buena parte del barrio. Visto en conjunto, y en base al estudio de Hovig Ter Minassian, hemos intentado a través del dibujo destacar su relevancia. En el plano diferenciamos los principales cambios mediante el color: vías (amarillo), vivienda (rojo), rehabilitación de patrimonio o construcción de nuevos equipamientos (azul) y áreas verdes espacios públicos (verde).

La gran cantidad de intervenciones evidencia la intención de dinamizar el barrio, siendo notable la presencia de un mayor número de vías rehabilitadas en la parte norte. Esta estrategia facilita la consolidación de estas calles como

Imagen 3: Imagen que muestran los diversos comercios étnicos en la zona del Raval, y la formación de ejes, a partir de los datos de Hovig Ter Minassian y Pau Serra del Pozo, 2006. Fuente: Minassian, H. T., 2014, Cambiar Barcelona entre 1980 y 2008. Una vuelta a una Tesis de geografía, y Pozo, P. S. d., 2006. "El comercio de los inmigrantes en el centro histórico de Barcelona en 2004", s.l.: Universitat Internacional de Catalunya. Fuente: Elaboración propia.

atractivos ejes comerciales; apoyando la consolidación del cluster. Vemos además, como las vías afectadas nacen mayormente de la Rambla (nexo con la plaza Catalunya, por el Este), o desde el Mercado de Sant Antoni (por el Oeste), mostrando como la rehabilitación del barrio va de la mano del tratamiento de ejes conectores.

Las rehabilitaciones patrimoniales y las nuevas construcciones se concentran con más fuerza en la parte noreste (cluster cultural), seguidas por el grupo ubicado en el Sur (conexión con el mar). Pero pese a considerarlas en la misma categoría, el análisis nos muestra que su peso no es idéntico. En la zona norte no solo han conseguido atraer más visitantes, sino que tienen una mayor relación y efecto en su entorno, efecto sumamente importante.

1.1.2. Los nuevos dueños del Barrio Chino

Algún estudio (Subirats) destaca el impacto del cluster en la transformación del barrio, minusvalorando el efecto de otros elementos como bazares, comercios de alimentos, o peluquerías, aspectos que si se consideran en el posterior estudio de Pau Serra del Pozo, que ofrece una nueva mirada al Raval, con un enfoque intencionado que destaca la relevancia de los comercios étni-

Imagen 4: Evolución de los comercios étnicos (1996, 1999, 2001). Fuente: Jordi Moreras, "Empresariado étnico en España. Iniciativas comerciales inmigrantes en un contexto urbano en transformación: el caso de Ciutat Vella (Barcelona)". Fuente: http://www.cidob.org/media2/publicacions/monografias/empresariado_etnico_espana/06_moreras, pág. 151

cos en el barrio. Según Serra del Pozo² por comercio étnico se entiende aquel cuyos propietarios son extranjeros, independientemente de la nacionalidad de la clientela y del status jurídico del dueño (extranjero con permiso de residencia o nacionalizado español) (Pozo, 2006).

Dispuestos sobre el plano, estos negocios marcan unos ejes, que muestran como los comercios étnicos no dependen del cluster, ni están ligados a los principales flujos turísticos, sino a cubrir las necesidades de los residentes.

El estudio evolutivo de Jordi Moreras complementa aquello analizado por Pau Serra del Pozo; mostrando ambos la relevancia de los comercios étnicos en el Raval, como éste se ha extendido tanto a lo largo de los ejes principales,

² Cita de Serra del Pozo, 2006, que hace referencia a los estudios de Beltrán y Saiz López 2003.

como sobre el resto del barrio. El plano resultante nos permite verificar no solo su evolución en el tiempo, y su localización espacial, sino también su trascendencia como categoría. Al igual que el estudio de Pau Serra del Pozo permite observar además, como los comercios van concentrándose especialmente en ejes que se prolongan por bordes acentuados sobre calles de interés, u otras que van tomando relevancia y se van activando con nuevos negocios, reafirmando que a mayor concentración de elementos atractivos y vías rehabilitadas, mayor es la apuesta por ubicarse en torno a ellos.

Es evidente cómo la distribución de los nodos culturales ha evolucionado y se ha descentralizado por el conjunto del barrio. Asimismo se han podido identificar ejes de comercios étnicos, que nos permiten alimentar ciertas intuiciones. El Raval y sus características singulares exigen analizar el continuo incremento de la población inmigrante (29.354 personas en 1996 (el 1,9% de los residentes) a 260.058 empadronadas en 2006 (el 15,9%).

Este cambio sustancial no sólo significa una alteración en la percepción de la ciudad por parte de los propios residentes, sino también en las prácticas culturales y en las estrategias de los agentes.³ Este crecimiento llega a su punto más alto en 2013, con 280.047 personas; y se detiene con la última crisis (2015), retrocediendo a 262.333 personas. Pese a la disminución, esta situación no ha afectado de manera significativa el proceso de migración que se sigue dando en el barrio. Los cambios que esto genera (donde la población inmigrante casi ha superado a los residentes nacionales, 47.9%),⁴ influyen, en el tipo de comercio que se promueve. Y esto tiene claros impactos. Mientras los planes y proyectos planteaban mejoras de dotaciones para el desarrollo cultural, y por ende el comercial; la situación del barrio y su relación con la inmigración implican el establecimiento de grupos étnicos y un nuevo tipo de comercios.

1.1.3. Hovig y Subirats, diez años después

Un análisis evolutivo nos permite entender la evolución del Raval, y ver el impacto del cluster 10 años después del estudio de Subirats; verificar cómo, si bien inicialmente la presencia del cluster cultural resulta fundamental para la evolución del barrio, con el tiempo esta relación ha ido diluyéndose, permitiendo a los comercios establecerse sobre otras calles y beneficiarse de otro tipo de flujos y demandas.

Los diversos planos elaborados hacen reconocible un cambio en la distribución de los comercios. La tendencia que reconoce J. Subirats de galerías de arte, estudios de diseño de arquitectura, bares y restaurantes, ha variado en estos últimos años. Estos negocios dejan de centrarse en la zona norte del barrio y pasan

3 Bcn.cat, Plan Estratégico De Cultura De Barcelona, 2006, http://www.bcn.cat/plaestrategicdecultura/pdf/Plan_Estrategico_CulturaBCN.pdf pg. 13.

4 Porcentaje de población extranjera en el Raval, 2015, cifra de porcentaje sobre la población, Ayuntamiento de Barcelona, <http://www.bcn.cat/estadistica/castella/dades/inf/pobest/pobest15/part1/t43.htm>

Imagen 5 Remodelación de vivienda, patrimonio, espacio público, y vías, así como la ubicación de bares y restaurantes en 2004 y 2014, a partir de los datos de Hovig Ter Minassian y J. Subirats. Fuente: Minassian, H. T., 2014, *Cambiar Barcelona entre 1980 y 2008. Una vuelta a una Tesis de geografía*, y Subirats, J. & Riús, J., 2006, *Del Chino al Raval. Cultura y transformación social en la Barcelona central*. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 6 Remodelación de vivienda, patrimonio, espacio público, y vías, así como la ubicación de tiendas de diseño y estudios de arquitectura en 2004 y 2014, a partir de los datos de Hovig Ter Minassian y J. Subirats. Fuente: Minassian, H. T., 2014, *Cambiar Barcelona entre 1980 y 2008. Una vuelta a una Tesis de geografía*, y Subirats, J. & Riús, J., 2006, *Del Chino al Raval. Cultura y transformación social en la Barcelona central*. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 7: Remodelación de vivienda, patrimonio, espacio público, y vías, así como la ubicación de instituciones culturales, y galerías de arte en 2004 y 2014, a partir de los datos de Hovig Ter Minassian y J. Subirats. Fuente: Minassian, H. T., 2014, *Cambiar Barcelona entre 1980 y 2008. Una vuelta a una Tesis de geografía*, y Subirats, J. & Rius, J., 2006, *Del Chino al Raval. Cultura y transformación social en la Barcelona central*. Fuente: Elaboración propia.

a extenderse por el resto del mismo; demostrando que ya no son resultado del efecto del MACBA o del CCCB.

Si sólo consideramos estas categorías, dejando de lado la presencia de comercios étnicos, se evidencia como este crecimiento de la oferta especializada (galerías de arte y estudios de arquitectura) responde a un aprovechamiento de los ejes comerciales del Raval. Los nuevos negocios culturales y la presencia de bares y restaurantes muestran como la presencia de flujos turísticos provenientes de los principales puntos de interés, de la mano de vías y espacios remodelados, van generando oportunidades de desarrollo en todo el barrio. Es decir, a mayor concentración de elementos atractivos y vías rehabilitadas, mayor es la apuesta por ubicarse en torno a ellos.

Pero éstos no son los únicos factores que intervienen en el desarrollo del barrio. Las estrategias y políticas sectoriales pensadas desde el turismo, aportan también gran valor a la rehabilitación y evolución de la ciudad y sus barrios, resultando estrategias fundamentales.

1.2. Políticas sectoriales, estrategias pensadas desde el turismo

Además de los diversos planes y proyectos planteados desde los años ochenta a fin de conseguir poner a la ciudad en el mapa, Barcelona viene respondien-

do a la presión turística con distintas medidas que pretenden hacer frente a un creciente y variable mercado. La expansión y diversificación de zonas atractivas, reclama de la administración diversas respuestas e intenciones para trabajar con tantas estrategias o dinámicas como sean necesarias. Y éstas no afectan solo a los turistas, sino también a los residentes.

Para hacerle frente a los retos del turismo urbano, la ciudad plantea diversas estrategias: gestión territorial, de flujos, de capacidad de acogida y de información.⁵ Cada cual enfoca sus propuestas desde una mirada intencionada; ya sea espacial, o sobre la relación entre visitantes, lugares, residentes, controles y comunicación con los turistas.

La gestión territorial parte de la intervención como idea de preservación, lo que produce piezas dispersas que intentan mantener la identidad de la ciudad sin una función clara.⁶ Un ejemplo de este tipo de gestión la vemos en el Plan de Museos, donde se propone el desarrollo de cinco zonas para fomentar la cultura.

Además de la gestión territorial, la gestión de los destinos se centra en dos puntos: flujos y capacidad de acogida. La gestión de flujos es un tema constante en los debates, e incluye medidas de tipo disuasorio o restrictivo, tales como cerrar monumentos, restringir el acceso a visitantes, limitar horarios, etc. El caso más conocido en la ciudad es el de las restricciones en el Parque Güell, iniciadas en 2013. El Ayuntamiento propuso regular la Zona Monumental con el objetivo de preservar este espacio emblemático y mantener su estado de conservación. Los vecinos de los barrios adyacentes (Coll, Vallcarca-Penitents, Salut, Carmel y Can Baró) disfrutaban de libre acceso todos los días del año mediante una tarjeta personal.⁷

El segundo plan, asimismo controvertido debido a las restricciones planteadas, es el implementado en verano de 2016 en el mercado de la Boquería. Dicho plan busca controlar y restringir las licencias de las terrazas ubicadas en los laterales del mercado, debido al conflicto de éstas con las medidas de seguridad necesarias para una posible evacuación.

Otro tipo de medidas son las de tipo incremental, centradas en aumentar el número de nodos y dispersarlos por espacios turísticamente menos densos de la ciudad. La estrategia funciona potenciando recorridos, como el Barcelona Shopping Line, un eje de más de cinco kilómetros, que discurre desde el mar hasta la zona alta de Diagonal, y está considerado hoy en día como el mayor eje comercial de Europa. Reconocido así por la Cámara de Comercio, tiene como peculiaridad un modelo donde conviven arquitect-

⁵ Gonzales Reverté, Francesc; Morales Pérez, Soledad, 2009, "Ciudades efímeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos", UOC Barcelona, pág. 83, 84.

⁶ Gonzales, Morales, op.cit., 2009, pág. 82.

⁷ Parc Güell Barcelona, Zona para vecinos, <http://www.parguell.cat/es/vecinos/>

Imagen 8: Detalle de tiendas, organizado por zonas, que son promovidas por el Shopping Line. Fuente: Planos de Barcelona Shopping Line. Fuente: <http://barcelonashoppingline.com/barcelona-shopping-city/>

tura, arte, cultura y comercio. Su organización sigue la visión de la ciudad planteada, años atrás, en el Plan de Museos.

Independientemente de la zona, o del hincapié en el tipo de comercio que se impulsa, el desarrollo del Shopping Line permite a los negocios promocionarse y buscar destacar entre los demás. Su presencia y aceptación en la ciudad consolida la intención de la administración de atraer a un nuevo tipo de turismo: el de compras, y a su vez gestionar flujos mediante un desarrollo incremental, pero organizado. Este plan, de la mano de una adecuada gestión de la información, permite a los visitantes prolongar sus recorridos, descentralizando las rutas y extendiendo la repercusión económica del turismo al resto de la ciudad.

También existen medidas de gestión de tráfico, centradas en la creación de redes de aparcamiento, restricción de accesos de autobuses, fomento del uso del transporte público, creación de calles peatonales, establecimiento de sistemas de información para visitantes y residentes, etc.⁸ Estas medidas de gestión de tráfico han demostrado ser un gran aporte en las zonas de mayor concentración de turismo, puesto que liberan la carga sobre los atractivos turísticos y sus espacios aledaños. Vemos por ejemplo, como la peatonalización de gran parte del centro histórico contribuye al desarrollo de ejes comerciales consolidados, demostrando que este tipo de gestión tiene más alcance que la reorganización del tráfico.

⁸ Gonzales Reverté, Francesc; Morales Pérez, Soledad, 2009, "Ciudades efímeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos", UOC Barcelona, pág. 83

Otras estrategias gestionan la capacidad de acogida, partiendo de la idea de que el crecimiento indefinido acaba por crear efectos negativos, por lo que conviene delimitar un umbral de capacidad que no sea rebasado. Lo complicado es definir dicho umbral. Unas aproximaciones se interesan por las repercusiones que la sobrecarga tiene sobre la degradación del territorio, y otras se enfocan más bien en la degradación de la propia experiencia turística.⁹

A modo de ejemplo, no sólo es importante controlar el número de turistas que pueden ingresar a la Sagrada Familia cada hora, sino también gestionar el entorno de la iglesia. De esta manera se evita degradar el espacio o la experiencia de aquellos que la visitan. Para gestionar las medidas de capacidad de acogida, se crean indicadores de capacidad ambiental, económica y sociocultural, y herramientas de gestión para evitar superar los umbrales. Ambas herramientas trabajan con mecanismos de regulación (zonificación, limitación de accesos, planificación de usos del suelo), herramientas económicas (políticas de precios, incentivos, estudios), y organizativas (sistemas de reserva, gestión de la información, control de mercados).¹⁰

Una última estrategia es la gestión pública de la información que reciben los visitantes sobre los destinos, ya que ésta condiciona su comportamiento en la visita. Para ello se crean modelos que buscan atraer a turistas potenciales. Esta estrategia va de la mano de la promoción de la imagen que la ciudad promueve desde hace años, y permite que atraiga tanto a turistas que la visitan por vez primera, como a aquellos que lo hacen frecuentemente.

En los últimos 35 años la ciudad de Barcelona ha utilizado estas estrategias de corto, medio y largo plazo, y ha implementado diversas maneras de gestionarlas. Las más relevantes, si bien no se llevan a cabo sólo en el barrio del Raval, son importantes en éste, por su manera de influir sobre la percepción de los visitantes.

Una lectura detenida de diversos planes estratégicos, permite verificar la intencionalidad de la ciudad en fortalecer su oferta para dinamizar resultados. La riqueza de alternativas, además de alumbrar nuevos proyectos, sirve de documento marco, a partir del cual se crean planes de acción y planes directores. Asimismo, observamos como las diversas políticas sectoriales implementadas han mantenido una intención descentralizadora, a fin de extender los flujos turísticos por el resto de la ciudad, e incluso de Cataluña. Para conseguirlo ha sido necesario el desarrollo de proyectos como los de Gracia y la avenida Diagonal; un Plan de Museos y el Barcelona Shopping Line, o el Plan de Marketing.

En el caso del Raval, el Plan de Museos, el cluster cultural, la tematización de la ciudad como imagen cultural y gastronómica y la remodelación de la

⁹ Ibidem

¹⁰ Ibidem

Imagen 9: Fora turisme de borratxera. Fuente: <http://www.20minutos.es/noticia/2220007/0/turismo-borrachera/ciudades-espanolas/verano/>.

Plaza de la Gardunya, contribuyen no solo a su remodelación física, sino también al impulso de su imagen. Una imagen que depende de la percepción de residentes y turistas, y que gracias a estas iniciativas ha ido mejorando con el tiempo. Es evidente que las transformaciones han logrado una revalorización del suelo. En combinación con los nuevos espacios van dando pie a la regeneración del barrio; traducándose en mejores espacios para los residentes y visitantes, y atrayendo consigo más comercios.

Pero, ¿se puede decir que todas estas estrategias han resultado exitosas?

Es ahí cuando recordamos que el papel lo aguanta todo. Aguanta estadísticas, diseño de ejes, palabras prometedoras y buenas intenciones. Es cierto que la gestión de los flujos turísticos ha sido trabajada a través de zonas y ejes comerciales, que han conseguido descentralizar la presión sobre el centro histórico; extendiendo las miradas a otros barrios; pero con esto no han solucionado el exceso de demanda, ni el desbordamiento de la capacidad de acogida de la ciudad.

Tal y como manifestó el director de Turisme Barcelona, Jordi William Carnes, las estrategias descentralizadoras solo se pueden aplicar en el turista reincidente (que asciende a un 42%). “Quien acude por primera vez a Barcelona querrá ver la Sagrada Familia y el Parque Güell, aunque nosotros le propongamos otros destinos. En cambio hay que buscar atractivos para quienes visitan la ciudad por segunda o tercera vez: a estos sí que hay que mandarles a descubrir nuevos barrios, a esquiar al

Imagen 10: Apartaments turístics no. Fuente: <http://www.lavanguardia.com/vida/20140829/54414422799/alquiler-pisos-turisticos-barcelona-airbnb.html>

Pirineo o a Port Aventura”.¹¹ Y según los datos, es ahí donde los programas van tomando fuerza.

Visto desde fuera, Barcelona, el centro histórico y el Raval necesitan estrategias diversas y dinámicas; que sean de corto, medio y largo plazo, que generen efectos positivos, aprovechen economías de aglomeración y revaloricen las zonas urbanas; todo ello con una mirada concienzuda, que evalúe aquello que el turismo supone. Debe ser consciente que las estrategias planteadas no son tan simples como sus enunciados prometen, y que usualmente generan impactos no siempre previsibles. Estos impactos, que indiscutiblemente afectan los objetivos planteados, se convierten en nuevas presiones y provocan, en ocasiones, quejas a la administración, que busca resolverlas con apremio y propone nuevas medidas, de choque, para intentar mitigar los problemas mientras apaga fuegos.

Las quejas y reclamos de los vecinos aparecen con fuerza en el barrio de la Barceloneta, a partir del verano del 2014. Y son, fundamentalmente, resultado de la descoordinación entre agentes y políticas urbanísticas y sectoriales, de la mano de la falta de interés en equilibrar beneficios para los turistas y vida de barrio. Los resultados alcanzados confirman que la ciudad necesita de nuevas dinámicas e instrumentos para hacer frente a los impactos del turismo.

Es innegable que las ordenanzas vigentes a día de hoy solo han conseguido el enfrentamiento entre bandos, y pocas veces se ha llegado a una solución final.

¹¹ Nuria Cuadrado y Marta Monedero, 2015, “El sueño de Barcelona ¿Una ciudad para vivir o para ver?”, Editorial UOC (Universitat Oberta De Catalunya), pág. 58

Iniciativas más flexibles como las instauradas en París o Ámsterdam (relacionadas a la interacción del turista y la ciudad), han demostrado permitir una evolución natural de la ciudad, más acorde con las necesidades de los usuarios y residentes. Las excesivas ordenanzas en las ciudades no consiguen los resultados esperados; más bien hostigan y maltratan al residente, al visitante y a los agentes que trabajan las diversas facetas del turismo.

Conclusiones

El análisis de los proyectos, planes urbanísticos y estratégicos y políticas sectoriales implementadas en el ámbito estudiado, nos permite valorar el trabajo de la administración y de diversos agentes relacionados con el turismo. Las intervenciones propuestas muestran la voluntad de la administración de hacer frente a los retos que surgen desde la gestación de los juegos olímpicos hasta los últimos planes de choque. Pero además, la investigación en curso permite verificar cómo las dinámicas de cambio de la ciudad, desde los años ochenta han sido más rápidas que la capacidad del ayuntamiento para hacerles frente. La presión turística continúa batiendo records y generando notables impactos, pero se continúa afrontando los nuevos problemas con los mismos viejos instrumentos.

El Raval ha ido evolucionando y transformándose a la par del incremento de las cifras del turismo. Sin embargo a diferencia de aquello que sucede en el resto del centro histórico, en el Raval esta relación no resulta tan evidente. La continua inmigración genera nuevas y diversas dinámicas de uso del espacio, donde el turismo es importante, pero no tan definitorio. Decimos diversas, dado que las dinámicas del cluster cultural no son iguales que en la Rambla del Raval o en el entorno a la Filmoteca; donde la singularidad de cada espacio repercute sobre los impactos generados.

Esta singularidad del Raval, y de Barcelona en general, evidencia la urgente necesidad de buscar nuevas técnicas e instrumentos para enfrentar los nuevos retos e impactos del turismo. Restringir o negar las nuevas dinámicas y desatender el efecto de las tecnologías que las acompañan, es limitar las posibilidades de la ciudad de construir una mejor relación entre actividades y usuarios de la misma.

Si bien el interés prioritario de la investigación es la dimensión urbanística del problema, diversas manifestaciones del fenómeno del turismo urbano, como el marketing, la geografía o la sociología del turismo, muestran su complejidad, y el impacto considerable que tiene sobre los diversos aspectos de la ciudad, sus barrios y su gente. No son los turistas quienes han convertido barrios y ciudades en parques temáticos, sino la propia gestión de la ciudad como negocio. El proceso de sustitución de clases populares por la nueva clase turista sucede contra los intereses de una buena parte de esos mismos turistas, que es probable que hayan ido al encuentro de una realidad humana y urbana que se les escamotea (DELGADO, 2016).

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (1983). *"Plans i projectes per a Barcelona"*. 1981/1982. Barcelona: Ajuntament. Àrea d'Urbanisme.
- Ajuntament de Barcelona, 1987. *"Urbanismo de Barcelona"*. Plans cap al 92. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Àrea d'Urbanisme i Obres Públiques. Planejament Urbanístic.
- Busquets, J. et al. (2003). *"La Ciutat vella de Barcelona", un passat amb futur. El centre històric de Barcelona : un pasat amb futur. "The old town of Barcelona". a past with a future.* Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Foment de Ciutat Vella : Universitat Politècnica de Catalunya. Laboratori d'Urbanisme de Barcelona.
- Correa, A., (2010). *"Ciudades, turismo y cultura"*. Buenos Aires: La Crujía.
- Delgado, M., (2007). *"La Ciudad mentirosa". fraude y miseria del "modelo Barcelona"*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Delgado, M., (2016). Blog El Cor de les Aparençes. 20 Mayo.
- Francesc, G. R. & Soledad, M. P., (2009). *"Ciudades Efímeras". El turismo urbano a través de la producción de eventos.* Barcelona: UOC (Universitat Oberta de Catalunya).
- Heeren, S. V., (2002). *"La Remodelación de Ciutat Vella". un análisis crítico del modelo Barcelona.* Barcelona: Veïns en Defensa de la Barcelona Vella.
- Massamés, P. C. i., (2007). *"Ciutat Vella de Barcelona". memòria d'un procés urbà. memòria de un proceso urbano.* Badalona: Ara Llibres.
- Monedero, N. C. y. M., (2015). *"El sueño de Barcelona" ¿Una ciudad para vivir o para ver?.* Barcelona: UOC (UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA).
- Navarro, E., 2015. *"La saturación de los destinos turísticos". Barcelona exporta su modelo al sur.* 15 Septiembre.
- Pinassi, C. A. & Ercolani, P. S., (2012). *"El Turismo Urbano-Metropolitano Y Su Configuración Espacial En Las Ciudades". Análisis De La Focalidad Urbana En Bahía Blanca (Argentina).* Argentina: s.n.
- Pozo, P. S. d., 2006. *"El comercio de los inmigrantes en el centro histórico de Barcelona en 2004"*, s.l.: Universitat Internacional de Catalunya.
- Subirats, J. & Rius, J., 2006. *"Del Chino al Raval". Cultura y transformación social en la Barcelona central.* Barcelona: Centro de Cultura Contemporània.

Cynthia Pérez Bazán. Arquitecta
Estudiante del Programa de Doctorado en Urbanismo
Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori · Universitat Politècnica de Catalunya
cynthiaperez.arq@gmail.com

Joaquín Sabaté Bel. Dr. Arquitecto.
Coordinador Programa Máster y Doctorado en Urbanismo
joaquin.sabate@upc.edu