

## Presentación

El número monográfico de DAG que el lector tiene en sus manos responde a la creciente relevancia del fenómeno turístico en Barcelona. La ciudad se ha convertido en un referente turístico internacional de primera magnitud. Esta proyección ha sido fruto de dos elementos clave, como se destaca en el artículo de Francesc López Palomeque. El primero, los Juegos Olímpicos de 1992, que sitúan a Barcelona en el imaginario turístico internacional y la promocionan como una ciudad mediterránea con una fuerte personalidad y con un patrimonio cultural muy potente. El segundo, la colaboración conjunta entre los organismos público-privados para la promoción de la ciudad a través del consorcio Turismo de Barcelona.

El monográfico recoge los elementos clave de este proceso de turistificación de Barcelona y analiza y cuestiona el modelo turístico de la ciudad. Las diferentes aportaciones pretenden reflexionar y a la vez dar a conocer el debate urbano y turístico que se produce en Barcelona y contribuir a dar respuesta a reflexiones sobre el modelo turístico de Barcelona. En su conjunto, el monográfico nos ha planteado reflexiones que nos permitimos resumir aquí. ¿Cómo debemos compatibilizar la vida ciudadana con las demandas de los turistas? ¿Cómo armonizamos la presencia temporal de los turistas y visitantes con los residentes? ¿Qué estrategias hay que diseñar para, a partir del atractivo de Barcelona, expandir este flujo turístico a toda Cataluña? ¿Existe el peligro de morir de éxito? Y ¿Cómo resolver la hiperconcentración de turistas en determinados barrios de la ciudad? ¿Cómo debemos repartir la riqueza permeabilizando y poniendo en valor otras zonas de la ciudad, para evitar la masificación y degradación y no sobrepasar la capacidad de carga?

Estas preguntas y estrategias se analizan en los ocho artículos que componen el monográfico. Siguiendo su orden de aparición, el artículo de Agustín Cócola y Saida Palou, bajo el título «Tourism promotion and urban space in Barcelona. Historic perspective and critical review, 1900-1936», pone de

manifiesto la mirada histórica del turismo en la ciudad y destaca cómo el turismo ha adquirido un valor estratégico en la conformación urbana, urbanística y monumental de Barcelona. Los inicios del turismo en Barcelona se sitúan a principios del siglo xx, en un escenario marcado por importantes cambios políticos, económicos y socioculturales. La construcción turística de Barcelona se planteó en el marco de una ideología hegemónica, burguesa, que antepone los principios estéticos y los valores culturales como ejes de su discurso, de modo que la ordenación urbanística y la construcción monumental de la ciudad fueron requisitos y, al mismo tiempo, resultados de dicha estrategia. Tras esta pincelada histórica que permite entender las bases de la imagen turística inicial de la ciudad de Barcelona, se presenta el artículo de Francesc López Palomeque bajo el sugerente título de «Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado», en que se repasan los cambios recientes de la ciudad en el ámbito turístico y se explica el vertiginoso crecimiento que ha comportado el pasar de una ciudad con turismo a una ciudad turística como es ahora Barcelona. López Palomeque afirma que Barcelona está de moda, una afirmación recurrente en los medios de comunicación y referida a todos los ámbitos, y destaca su proyección internacional. Obviamente, esta condición no se ha alcanzado por casualidad, y en este estatus el turismo tiene mucho que ver. A priori, el papel del turismo no debería extrañar, puesto que Barcelona es hoy día una ciudad turística y un destino urbano de primer orden a escala internacional, resultado de un largo proceso de evolución de las actividades turísticas. La relativa novedad deriva de la intensificación del proceso en las dos últimas décadas (perspectiva temporal) y de los cambios en la ciudad (dinámicas urbanas), que conforman la doble realidad señalada: destino de primer orden y ciudad turística. Conciliar de forma armónica la vida de los ciudadanos con la de los turistas es ahora un reto importante para una ciudad que, aunque no para de alcanzar hitos de popularidad como destino turístico, debe evitar morir de éxito. Los datos de este crecimiento los aporta el artículo de Juan Antonio Duro y David Rodríguez. Estos autores analizan la evolución de Barcelona como municipio turístico en los últimos años basándose en indicadores cuantitativos disponibles, tanto de demanda como de oferta. Además, constatan que la expansión se ha materializado en términos de la demanda (en particular, pernoctaciones y estancia media) y de la oferta (plazas y su calidad y distribución territorial) y subrayan la progresiva internacionalización de la demanda y el avance hacia la diversificación de los mercados internacionales, especialmente el norteamericano, el ruso y el chino. En este sentido, también avisan de que estos avances y progresos muestran señales de alerta en la sostenibilidad de este crecimiento y que hay que reclamar una política pública adecuada para el sostenimiento del modelo turístico de Barcelona. La contribución de Inmaculada Díaz-Soria visualiza cómo están apareciendo diversas empresas que han identificado propuestas turísticas dirigidas principalmente a los habitantes de Barcelona y de Cataluña. Este artículo analiza la oferta de rutas culturales dirigidas principalmente a un público de proximidad que valoriza los atractivos «desconocidos pero cercanos» que son o pueden ser explotados turísticamente.

Una estrategia muy interesante para descongestionar los espacios turísticos clásicos y poner en valor nuevos espacios y nuevas rutas.

El trabajo de Luis Alfonso Garay incide en el análisis del turismo de cruceros, un fenómeno reciente y que ha situado a Barcelona como el principal puerto europeo de cruceros del Mediterráneo y el cuarto a escala internacional, sobrepasado únicamente por los de Miami, Port Canaveral y Port Everglades, todos ellos en Florida (Estados Unidos de América). En 2014 Barcelona recibió a 2,7 millones de cruceristas (Hosteltur, 2014) y las perspectivas para 2015 son de mantener e incluso aumentar el número. El crecimiento que ha experimentado este turismo en Barcelona en las últimas décadas ha provocado una serie de impactos. Por ejemplo, ha ayudado a modificar algunas de las pautas tradicionales, especialmente en el sector comercial, con decisiones más o menos controvertidas como la apertura de los establecimientos comerciales en días festivos. Por ello, una de las críticas a este producto es que su desarrollo debería asentarse en unas bases sostenibles, con una oferta de calidad —no solo preocupada por el beneficio económico inmediato— y con criterios de responsabilidad social y ambiental cuantificables y demostrables. Indiscutiblemente, el turismo de cruceros es una oportunidad para Barcelona, pero debe enmarcarse en criterios de calidad y excelencia tanto en producto como en servicios. Esta internacionalización de la ciudad también se pone de manifiesto con el artículo de Aureli Lojo y Gemma Cànoves, que exponen el fenómeno reciente del turismo chino en la ciudad. Un turismo que destaca por su continuo crecimiento, por la capacidad de gasto de sus turistas y por su interés en el patrimonio cultural de la ciudad. Aunque por ahora se trata de un turismo minoritario en cuanto a número de turistas, la entidad municipal de gestión del turismo de Barcelona y los medios de comunicación ya se han percatado de su presencia creciente. El artículo muestra, a partir de las ofertas de los turoperadores chinos y el análisis de la blogosfera china, cómo se presenta y se percibe la ciudad de Barcelona como destino turístico.

Barcelona también se está posicionando como una ciudad en donde el turismo homosexual se está consolidando. El artículo de Josep M. Prat Forga analiza el fenómeno y la valoración de los turistas homosexuales a partir de encuestas realizadas a una muestra de los asistentes al Festival Circuit y a una segunda muestra de un grupo de turistas homosexuales ajenos a dicho evento. Así se destaca que hay diferencias significativas entre la valoración que muestran estos dos grupos de turistas en relación con las diferentes variables que influyen en su viaje. El autor concluye que el aspecto afectivo es el más valorado por los turistas que realizan el viaje sin el reclamo de un gran evento homosexual, aunque el componente lúdico tiene un gran atractivo para el colectivo homosexual que asiste a un macroevento.

El artículo de Marta Dinarès y David Saurí nos muestra un tema crucial en la ciudad de Barcelona, como es el de los patrones de consumo de agua de los hoteles y su respuesta ante la sequía y la demanda social de conservación de agua, refiriéndose al episodio de sequía de 2007-2008. Tal como puntualizan los autores, el suministro de agua es un factor limitante en muchos

destinos turísticos cálidos y soleados, como los de la región del Mediterráneo. La intensificación y la frecuencia de las sequías, en el contexto del cambio climático, plantean dudas acerca de la sostenibilidad del sector turístico. ¿Responde el sector hotelero a esas dudas?, y en caso afirmativo, ¿cómo? ¿Cómo afecta la sequía en la adopción de prácticas de ahorro de agua? ¿Difieren las respuestas adaptativas de acuerdo a las características de los establecimientos hoteleros? Ante estas preguntas el artículo analiza el consumo anual de agua del sector hotelero de la ciudad de Barcelona, durante un período de diez años, incluyendo cuatro episodios de sequía. Los resultados muestran que la sequía promueve cambios técnicos y de conducta, primordialmente en los hoteles de categoría superior. Los decretos de sequía emitidos por el Gobierno parecen influenciar en la adopción de medidas de ahorro, aunque la heterogeneidad del sector hotelero es un factor que hay que tener muy en cuenta en los futuros análisis y en el diseño de políticas sostenibles y de consumo responsable.

Finalmente, el monográfico recoge cuatro reseñas bibliográficas de publicaciones recientes en torno al turismo que muestran temáticas de amplia actualidad y las principales problemáticas en las que incide el turismo desde una perspectiva transversal.

En síntesis, este monográfico sobre turismo en Barcelona incide en un tema de rabiosa actualidad y ha sido elaborado con el objetivo de contribuir al debate, la reflexión y el análisis y de generar propuestas para una ciudad que ha alcanzado cotas muy elevadas de popularidad en el competitivo mercado turístico global. Sin embargo, la identidad de sus habitantes, la cultura, el patrimonio, la historia, la gastronomía, los valores y, en definitiva, la idiosincrasia de la ciudad son y serán lo que la hacen única, irrepetible e inigualable. Conservar, preservar y mantener estos hechos diferenciales y no globalizables es la apuesta más segura para seguir creciendo de forma sostenible: respetando el equilibrio entre turistas y residentes de la ciudad de Barcelona.

La edición de este monográfico ha recibido el apoyo del Grupo de Investigación en Turismo, Territorio y Patrimonio (Tudistar), Grup de Recerca Consolidat (2014 SGR217), y del proyecto del Plan Nacional I+D del Ministerio de Economía y Competitividad (CSO2013-41374-R). Para finalizar, queremos agradecer a todos los autores y autoras su buen hacer y su disposición a colaborar en este proyecto.

*Gemma Cànoves\**  
*Josep M. Prat*

Universitat Autònoma de Barcelona  
Editores del monográfico

\* Como investigadora principal de Tudistar, me gustaría agradecer muy especialmente a mi colega Josep M. Prat su esfuerzo y contribución para que este monográfico salga a la luz. No habría sido posible su publicación sin su trabajo y dedicación.