

PRESENTACIÓN

El número 62 de la revista **Papers** quiere contribuir a la generación de conocimiento en torno a las múltiples dimensiones que configuran la relación cambiante entre el turismo y el territorio y, de forma más específica, entre *el turismo y la metrópolis*. Se trata de una muestra más del compromiso del IERMB con un modelo de análisis académicamente riguroso y socialmente responsable. Un análisis que, en este caso, se proyecta sobre las dinámicas turísticas en contextos espaciales concretos y sobre las políticas públicas con capacidad de gobernar dichas dinámicas. Emerge, por lo tanto, en términos de diagnóstico y de actuación, la cuestión clave: la vinculación del turismo con la construcción cotidiana del derecho a la metrópolis.

El volumen que el lector tiene en sus manos (o en su pantalla) está formado por diez artículos heterogéneos, escritos desde miradas plurales y sobre focos temáticos diversos. Trabajos que, sin embargo, en su conjunto, responden a un objetivo vertebrador: conocer mejor la realidad turística metropolitana y avanzar en la configuración de una agenda integrada de políticas urbanas en torno al turismo.

Papers 62 abre con un conjunto de artículos que presentan, en ejercicios inéditos hasta ahora, tanto las principales vertientes de la metrópolis turística como las reflexiones clave que fundamentan la necesidad de gobernarla, de construir de forma inaplazable una agenda de gobernanza metropolitana del turismo. El bloque central del monográfico lo constituye un conjunto de reflexiones en torno a la relación entre el urbanismo y la actividad turística. No se trata solamente de analizar el potencial de ordenación del turismo mediante los instrumentos establecidos del urbanismo, sino, sobre todo, de innovar y repensar el urbanismo a partir de realidades territoriales emergentes donde el turismo desempeña ya hoy un papel primordial, con potentes impactos sociales. El volumen aborda, finalmente, tres cuestiones básicas para la gobernanza y la gestión de los espacios turísticos metropolitanos: los retos habitacionales (alquiler vacacional y plataformas digitales), ambientales (impactos en los vectores agua, energía, residuos y ruido; y la huella de carbono del turismo) y de movilidad (reparto modal, pautas espaciales, debate tarifario entre usos cotidianos y turísticos, etc.).

La cuestión del turismo es objeto de debate social e institucional, y toma hoy en Barcelona un vuelo extraordinario. Con este volumen pretendemos aportar elementos de conocimiento que ayuden a su abordaje. Es una apuesta que nos identifica: trabajar en el campo de la investigación cerca de lo

que nos sucede en el día a día. Generar herramientas que resulten útiles a la ciudadanía, a las instituciones y a la comunidad científica. Este número de **Papers** es, claramente, el resultado de un trabajo colectivo. Debemos, pues, expresar un agradecimiento sincero al conjunto de las autoras y los autores, y, en especial, a Albert Arias y Helena Cruz como responsables de la edición de este monográfico. A todas y todos gracias por reforzar la apuesta por un conocimiento de calidad y comprometido, y hacer posible, desde estos valores, la entrega del número 62 de **Papers**, la revista del IERMB.

TURISMO Y METRÓPOLIS. APUNTES PARA UNA AGENDA INTEGRADA

ALBERT ARIAS SANS
Universidad Rovira i Virgili - GRATET

Resumen

El presente artículo tiene la voluntad de sintetizar y recopilar los argumentos, las motivaciones y la agenda común de las distintas contribuciones que componen este volumen número 62 de la revista **Papers**. Así, este texto delimita el marco conceptual desde el cual abordar la relación entre el turismo y el territorio metropolitano. Para hacerlo, define, en primer lugar, las disposiciones iniciales que sirven como punto de partida conceptual con el objetivo de romper con una concepción sectorial del turismo a favor de una aproximación integrada por las políticas públicas. A continuación, también se apuntan sintéticamente las principales dinámicas turísticas del territorio metropolitano de Barcelona, y, finalmente, se exponen los contenidos de los nueve artículos y la relación entre ellos, para concluir con unos breves apuntes para definir una agenda futura de las políticas metropolitanas.

Palabras clave: Turismo, territorio metropolitano, agenda integrada, políticas públicas.

1. Introducción

Barcelona se ha convertido en una ciudad turística. Cerca de dieciocho millones de turistas anuales, ciento cincuenta mil visitantes por término medio al día, casi cincuenta millones de pasajeros en el aeropuerto de Barcelona-El Prat, tres millones de cruceristas, más de ciento cuarenta mil plazas de alojamiento turístico regladas... datos inapelables que dejan poco espacio a la duda: Barcelona es una

destinación turística de nivel mundial y todas las previsiones apuntan a que seguirá siéndolo en los próximos años.

El impacto del turismo hoy en Barcelona es innegable, y se ha convertido en una de las cuestiones centrales en los debates sobre el futuro de la ciudad de Barcelona en los últimos años. La relevancia del turismo en las agendas políticas, en los medios de comunicación, en la opinión pública, en los debates académicos, en los foros empresariales e, incluso, en las protestas vecinales es más que notable. Tal y como alertaba López Palomeque (2015), el turismo en Barcelona "ha superado la situación inicial de actividad complementaria y se ha convertido en un componente estructural de su sistema productivo, de su metabolismo, que marca su cotidianidad, que no deja indiferentes a los ciudadanos y que ha configurado la imagen de la ciudad por la cual se la reconoce internacionalmente." (p. 486). De este modo, las actividades turísticas y sus efectos han trascendido el carácter sectorial para incorporarse a un debate mucho más amplio, plural y colectivo, multiplicando también el número de voces y agentes que hablan del turismo. Pensemos, por ejemplo, en el debate en torno al impacto del alquiler vacacional y cómo dicho debate ha trascendido el ámbito de los agentes económicos –patronales del sector, asociaciones de propietarios, intermediarios– para convertirse en una de las controversias más importantes de los últimos años en Barcelona. La convivencia, el descanso, la movilidad, el derecho a la vivienda o la masificación del espacio urbano se han incorporado al debate del turismo, en el que la administración pública ha tenido que tomar decisiones y poner en marcha instrumentos de gestión urbana y planificación urbanística. Este ejemplo muestra claramente la necesidad de apostar por una aproximación integrada y relacional, descentrar el objeto de actuación y repensar el modo en que se abordan las cuestiones en torno al turismo, incorporando su carácter territorial.

Cuando hablamos de turismo es preciso tener muy claro que hablamos de dinámicas globales que exceden los límites administrativos. La industria del transporte, la construcción de la imagen como destinación, los canales de comunicación e intermediación, las preferencias y las motivaciones de la demanda turística son determinantes en la configuración del territorio metropolitano. Sin embargo, cometeríamos un grave error, a nuestro entender, si pensáramos en el territorio como el resultado de unos impulsos y dinámicas globales. Las metrópolis no son ajenas, sino responsables de la globalización. Esta se canaliza y vehicula en la escala local y territorial a través de los procesos de urbanización, a través del

movimiento de personas, objetos e imágenes, y a través de las prácticas, desde las transacciones financieras hasta las compras a pie de calle.

Si bien el turismo tiene un peso cada vez mayor en el debate metropolitano, lo cierto es que no existe un discurso unitario sobre los retos y los programas de actuación. Así pues, no pretendemos en este artículo introductorio reproducir la lista exhaustiva de los retos en torno al turismo en la metrópolis de Barcelona. Entendemos que esta es una tarea que ya queda patente en los distintos documentos programáticos vigentes en el entorno metropolitano, con lógicas y objetivos bastante diferenciados entre ellos. Dichos documentos son: el Plan Estratégico de Turismo 2020 Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2017a), el Plan de Turismo Metropolitano (Área Metropolitana de Barcelona, 2017), el Plan de Marketing Turístico de las Comarcas de Barcelona 2017-2020 (Diputación de Barcelona, 2017) y el Plan Estratégico de Turismo de Cataluña 2018-2022 (Generalitat de Catalunya, 2018).

Lo que pretendemos en este volumen de la revista **Papers** es complementar estos documentos programáticos con una reflexión coral sobre la necesidad de abordar el análisis, la planificación y la gestión de la actividad turística de manera integrada con las políticas metropolitanas. De nuevo, López Palomeque (2015) lo sintetizaba muy bien cuando argumentaba que “Barcelona tiene el reto de asumir el paso de la gestión del turismo –el modelo de gestión de la promoción y el fomento del turismo– a la promoción de la ciudad (turística)”. Nos encontramos, pues, ante un cambio de paradigma que nos obliga a replantear y redefinir ambas, las políticas turísticas y la forma en que se conciben la planificación y la gestión de la metrópolis teniendo en cuenta la agenda de las actividades turísticas con una vocación claramente pública; es decir, garantizando por encima de todo el interés general y el bien común. Este es, sin duda, el objetivo principal del presente volumen. Para hacerlo, hemos considerado necesario complementar el análisis de la transformación del territorio metropolitano debido a las actividades turísticas teniendo en cuenta sus efectos, así como también profundizar en las herramientas, los instrumentos y las políticas públicas necesarias para una gestión territorial del turismo. Hablamos de reflexiones que escapan a la mirada sectorial y que se desplazan hacia disciplinas y temáticas tan diversas como son el urbanismo, la movilidad, la gestión ambiental, el patrimonio y el paisaje, el desarrollo económico local o la agenda digital.

Este capítulo introductorio tiene la misión de definir los marcos a través de los cuales se propone abrir este debate. Para hacerlo, en primer lugar, se establecen unas disposiciones iniciales que pretenden captar el cambio de paradigma necesario para cambiar la agenda de las políticas públicas en torno al turismo. En segundo lugar, se definen algunas de las dinámicas turísticas clave en el territorio metropolitano y que son, al mismo tiempo, objeto del debate y de las propuestas que se presentan a lo largo de este número. En tercer lugar, se presenta la estructura y el contenido del número, buscando alinear argumentalmente la relación entre ambos y el conjunto del volumen. Por último, se abre un último capítulo con una serie de cuestiones que consideramos que deben ser largamente debatidas técnicamente y, sobre todo, políticamente, con el fin de consolidar una nueva agenda turística

metropolitana.

2. Disposiciones iniciales para un cambio de paradigma

Se exponen a continuación algunos aspectos clave que quieren ayudar a concretar el cambio de paradigma defendido a lo largo de los artículos de este volumen. Tres declaraciones acompañadas de una reflexión situada en el contexto actual de la ciudad central de Barcelona –y que en el siguiente apartado intentaremos extrapolar a la metrópolis– pero al mismo tiempo también compartida con otras referencias y posicionamientos académicos que defienden también la necesidad de un giro en las políticas turísticas. Destacamos tres elementos clave para esta nueva realidad. En primer lugar, la asunción del hecho de que el turismo se ha convertido en una cuestión pública y una preocupación colectiva. Las políticas turísticas ya no se sostienen solo con parámetros económicos y lógicas empresariales. Se ha ampliado el abanico de elementos en juego y, consecuentemente, la agenda de políticas para poder responder a los retos en torno al turismo. En segundo lugar, la constatación de que el turismo se ha convertido en uno de los vectores clave en la configuración de la ciudad en los últimos años, un hecho que ha provocado perjuicios y desequilibrios sociales y territoriales más allá de la propia actividad. Y en tercer lugar, la evidencia de que los retos del turismo no se resuelven exclusivamente desde las políticas turísticas implementadas hasta ahora, sino que requieren un abanico muy amplio de instrumentos y políticas urbanas y metropolitanas.

2.1. El turismo, una cuestión colectiva

Tal y como ya hemos anticipado en la introducción, uno de los cambios más sustanciales en la ciudad de Barcelona en los últimos años es el hecho de que el debate en torno al turismo ha pasado a ser una cuestión colectiva. El aumento progresivo de visitantes y la evidencia de sus efectos ha hecho emerger un debate visible y plural que ha multiplicado las voces, las temáticas e incluso los objetos en disputa dentro del marco que denominamos *turismo*. Es preciso recordar que durante el primer semestre de 2017 el turismo fue reconocido por la ciudadanía como el primer problema colectivo de Barcelona, con un 19% de respuesta espontánea, según el barómetro municipal (Ayuntamiento de Barcelona, 2017b). Si bien esta cifra requiere un análisis en profundidad de los marcos comunicativos y políticos del contexto en que se daba, lo cierto es que constató una preocupación inédita en el conjunto de la ciudad y en especial en aquellos distritos con una mayor presencia de actividad turística.

A pesar del momento excepcional y el hecho de que esta percepción no ha alcanzado los mismos niveles de importancia en las siguientes ediciones del barómetro, existe otra fuente de datos que confirma la tendencia creciente con respecto a las preocupaciones de los residentes y, consecuentemente, a la naturaleza pública del conflicto. Hablamos de la Encuesta específica de los residentes sobre la Percepción del Turismo en Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2018a), que cuenta con una serie temporal desde 2007. Esta encuesta presenta datos relevantes. El primero es que el 83,1% de las personas encuestadas aseguran que el turismo es beneficioso para la Ciudad, pero la tendencia desde 2012 –momento culminante con el 96,1%– es a la baja de forma constante, sobre todo en los distritos de Ciutat Vella, Eixample y Gràcia. El

segundo dato relevante de la encuesta tiene que ver con los resultados de la pregunta binaria sobre las políticas de fomento del turismo. En 2017 el 60% consideraba que “se estaba llegando al límite en la capacidad para dar servicio a los turistas”; una respuesta con una tendencia al alza ya que, por primera vez en 2016 superó a la respuesta alternativa “Barcelona tiene que seguir atrayendo a más turistas”, que había alcanzado el 71% de las respuestas en 2012.

Con todo, el turismo ya no puede ser abordado exclusivamente de forma sectorial, circunscrito a los marcos de la pericia académica, las técnicas del mercado o los intereses de los agentes económicos vinculados al turismo. El turismo se ha convertido en un tema central tanto en las ágoras políticas como en los medios y en la opinión pública. De este modo, una de las claves de este cambio de paradigma, como apuntan Farrell y Twinnin-Ward (2004), radica en la necesidad “de aventurarnos fuera del *core system* y explorar otras conexiones e interacciones, ya que el turismo afecta significativamente a los modos de vida, al bienestar del sistema económico y a la población involucrada, directamente o de forma indirecta”. Esto no quiere decir en modo alguno que no deban abordarse de forma decidida las estrategias de promoción y *marketing* turístico, las políticas de fomento del turismo, la planificación y gestión de los productos y atractivos turísticos, o el análisis del comportamiento de la demanda en la destinación. Sino que, precisamente, hay que integrar estas cuestiones en un debate más amplio, teniendo en cuenta las oportunidades y los retos para la ciudad y el territorio, tal y como apuntaban Donaire y Duro (2014) y López Palomeque (2017).

Esta ampliación del ecosistema de prácticas y actividades –teniendo en cuenta también sus efectos–, así como la diversificación y multiplicidad de voces e intereses en juego, obliga a repensar los marcos de gobernanza. Se constata, pues, la necesidad de traspasar y ampliar las agendas y los espacios de toma de decisiones con vocaciones sectoriales heredadas que reproducen intereses muy concretos y parciales. Hoy es necesario promover debates y políticas que tengan como objeto una ciudad –y una metrópolis– que se ha vuelto turística y nada hace pensar que dejará de serlo.

2.2. El turismo, vector clave en la construcción del espacio metropolitano

El turismo ha sido explicado demasiado a menudo de forma desubicada y descontextualizada a través de parámetros como son el impacto económico, los puestos de trabajo generados, el posicionamiento de la imagen o las características de la oferta y la demanda en lógicas de mercado. Sin embargo, desde hace décadas, el estudio del turismo desde la geografía, la antropología o la arquitectura ha tenido en cuenta su territorialización y la relación de estas actividades en espacios y momentos concretos. En este sentido, en su trabajo seminal Vera et al. (1997) afirmaban que el turismo es, sobre todo, “una práctica social de naturaleza espacial que es generadora de actividades económicas y que ha dejado de ser marginal para convertirse en estructural” (p. 401). En la misma línea, López Palomeque (2007) también apuntaba que “más que una actividad económica, el turismo tiene que catalogarse como una práctica social generadora de un tipo de actividad que requiere del fundamento espacial para su desarrollo” (p. 53). En otro texto seminal, Salvador Anton afirmaba:

“En el caso del turismo, el propio espacio de destinación turística tiene un papel fundamental para todos ellos. Como mecanismo de capitalización –propietarios del suelo–; en tanto que medio de producción –productores de espacio–; como apoyo a la actividad –agentes del sector–; en tanto que objeto de consumo –consumidores–; en tanto que recurso productivo –intermediarios de consumo–, y, finalmente también, en tanto que marco de actuación –Administración.” (Anton, 1998; p. 26)

Así, abordar el turismo como una actividad inherente a las dinámicas sociales y económicas del territorio metropolitano pasa por tener en cuenta no solo la corresponsabilidad del turismo en la construcción y configuración de la metrópolis, sino también –y aquí rae el aspecto clave– los mecanismos de producción del espacio metropolitano que han ayudado al despliegue de las actividades turísticas. Las grandes infraestructuras de transporte –puerto, aeropuerto–, la transformación de barrios –zona Fórum, 22@, plaza Europa– o la especialización en la economía del visitante de gran parte de Ciutat Vella no se entenderían sin la presencia y el impacto de los millones de visitantes en Barcelona que vienen cada año por motivos vacacionales, deportivos o profesionales. Lejos de ser un fenómeno ajeno, el turismo produce la ciudad y, al mismo tiempo, la realidad urbana y metropolitana determina el desarrollo del turismo y sus impactos. El turismo es parte inherente y constitutiva del fenómeno urbano actual. Estructura la vida urbana mediante sus infraestructuras, imágenes, prácticas y cuerpos, a la vez que se reproduce a través de la construcción y la transformación de la ciudad (Sheller y Urry, 2004). Las prácticas turísticas, paradójicamente, se han vuelto cotidianas para muchos barrios, y generan fricciones, tensiones y cargas para la población residente permanente. Precisamente por ello, es necesario concebir su gestión como un vector intrínseco de la condición urbana. De este modo, las actividades turísticas no tendrían que considerarse algo extraño, no están ‘allí fuera’, sino que son propias y, como tales, objeto de la política urbana que tiene que trabajar para garantizar el reparto de cargas y beneficios para el conjunto de la ciudad y de su población.

Para hacer más evidente esta afirmación, podemos hacer una analogía con otro ámbito clave de la gestión urbana y metropolitana: la movilidad. Hoy sabemos que la gestión de la movilidad es no solo un aspecto central del acceso y la facilidad de movimiento de la población sino que contribuye a la promoción de un modelo territorial y una vida urbana más saludable, más sostenible, más justa y más democrática. El fomento de la movilidad sostenible es clave para combatir la contaminación, para liberar espacio a favor de los peatones, para mitigar problemas de salud o para fomentar actividades comerciales en tejidos urbanos. Sería necesario tratar el turismo del mismo modo y hacernos preguntas que tengan que ver con los efectos deseados del fomento de actividades y relaciones socioeconómicas, así como con los mecanismos para regular externalidades e impactos negativos en tanto que provocan desequilibrios.

En suma, el turismo no es un fenómeno segregado del sistema metropolitano del mismo modo que el territorio no es una entidad separada del sistema turístico. El turismo ha sido un vector clave para la producción de la ciudad y el espacio metropolitano en los últimos 20 años, y ha transformado claramente muchos lugares,

espacios y equipamientos. Al mismo tiempo, el turismo se ha desarrollado a través de la producción de la ciudad. La facilidad de cambio de usos en suelo residencial del centro de la ciudad para instalar hoteles o viviendas de uso turístico es el ejemplo más evidente.

2.3. El turismo, un objeto político descentrado

El turismo como objeto político normativo tiene sus marcos en la legislación específica que, en el caso catalán, es competencia de la Generalitat. La Ley 13/2002, de turismo de Cataluña, es el marco de donde se derivan o cuelgan cuestiones fundamentales para la gestión del territorio turístico, como son las características tipológicas de los distintos alojamientos, el régimen sancionador de los incumplimientos en la comercialización *on-line*, la definición de los estándares de calidad de los productos turísticos, o la composición del Fondo para el Fomento del Turismo, donde se debate la finalidad de la recaudación del impuesto de estancias turísticas.

Sin embargo, si asumimos la necesidad de trascender el carácter sectorial del turismo y, al mismo tiempo, abordarlo desde una perspectiva integrada con el territorio, emerge un escenario complejo que no encaja con el carácter normativo antes descrito. Una complejidad que se manifiesta en la dificultad para discernir claramente qué es objeto de las políticas turísticas y qué no lo es. Si bien el debate sobre la contraposición y la diferenciación entre el significado y las prácticas del turismo y la vida cotidiana se formula desde hace años en los estudios culturales del turismo y el ocio (Lash, 1990; Urry, 1990; Rojek, 2000; Edensor, 2001), ha habido aproximaciones que ponen en cuestión también el objeto político y la territorialidad del turismo, asumiendo esta mirada compleja y relacional. Así, Franklin y Crang (2001, p. 7) afirman que “el turismo ya no se puede limitar como una actividad discreta, que se encuentra contenida de forma ordenada en lugares específicos y que se produce durante los periodos de descanso. A nuestro entender, el turismo es ahora una dimensión tan importante de la vida social global que ya no puede ser concebido como aquello que sucede en lugares turísticos de estilo propio y encuentros que involucran a turistas fuera de casa”. Profundizando en la dimensión espacial del enfoque, Obrador-Pons et al. (2009) afirman que “múltiples geografías y temporalidades no relacionadas intervienen en la constitución de este fenómeno turístico, en un juego continuo de circulación y emplazamiento, de desterritorialización y reterritorialización” (p. 10).

Esta aproximación desmonta la idea del espacio turístico bien circundado y definido –tal y como se ha concebido tradicionalmente– y hace emerger una realidad múltiple y cambiante que es al mismo tiempo resultado de las interacciones que lo configuran y las infraestructuras que lo sostienen. Esta concepción relacional del espacio (Massey, 2005) permite que la ciudad o la metrópolis pueda ser contemporáneamente y simultáneamente muchas cosas al mismo tiempo. Es decir, cuando afirmamos que Barcelona se ha convertido en una ‘ciudad turística’ lo hacemos asumiendo que no tiene que excluir otras formas de vivir y practicar la ciudad. Y cuando hablamos de ‘sistema turístico’ lo hacemos asumiendo que las infraestructuras, los equipamientos, las imágenes o los servicios que alimentan las prácticas turísticas no lo hacen de forma exclusiva. Pensemos en la plaza Sant Felip

Neri, en la estación de metro de Collblanc, o en el bar en los bajos de un edificio lleno de viviendas de uso turístico. Seguro que para cada uno de estos espacios podemos pensar en acciones cotidianas que nada tienen que ver con el fenómeno del turismo. En cambio, si la avalancha de visitantes en la plaza hace imposible que siga funcionando como patio de la escuela adyacente, si el quiosco de la estación ha cambiado la prensa especializada por camisetas del Barça, o si el propietario del bar ha decidido subir el precio del café 50 céntimos, entonces todos estos espacios son susceptibles de formar parte de los marcos de aquello que consideramos turístico.

Hoy, más que nunca, se pone en evidencia el hecho de que las actividades turísticas inciden y tienen efectos en muchos ámbitos, espacios e instrumentos de gestión de la ciudad que no se presuponen turísticos: movilidad, seguridad, inspección, vivienda, etcétera. Y precisamente por este motivo, podemos afirmar que los retos derivados del turismo no se resolverán solo con una agenda de políticas turísticas, sino integrando el turismo como elemento transversal en la agenda de políticas en tanto que actividad inherente a la metrópolis actual. El turismo no es, pues, un lugar circunscrito y bien definido, sino que está descentrado. Eso supone abrir el espectro de las políticas normativas y pensarlo de forma relacional, entendiendo las especificidades concretas del hecho turístico. Supone también, como veremos a lo largo de este volumen, tener en cuenta los efectos que genera la actividad y velar también por la movilidad, el impacto ambiental, el desarrollo local o el patrimonio. Todos ellos, temas desarrollados a lo largo de los distintos artículos de este volumen.

3. Dinámicas turísticas del territorio metropolitano

El territorio metropolitano de Barcelona no ha sido objeto de análisis académico de primer orden y son contadas las excepciones en que se han promulgado reflexiones y análisis al respecto (véanse López Palomeque, 1995; Donaire y Duro, 2014). Asimismo, el área metropolitana tampoco ha sido una escala central en las políticas turísticas, con una clara falta de documentos programáticos específicos hasta la reciente publicación del Plan de Turismo Metropolitano (Área Metropolitana de Barcelona, 2017). Sin embargo, el territorio metropolitano ha sido escenario y agente clave en el desarrollo del turismo de Barcelona y de Cataluña de los últimos años a través de la planificación y de estrategias territoriales y urbanísticas de varios niveles. Lejos de desear presentar aquí un análisis exhaustivo de las estrategias sectoriales, el territorio metropolitano ha sido objeto directo o indirecto de los tres planes estratégicos de turismo de la ciudad de Barcelona –1993, 2010, 2017; de las directrices específicas que figuran en el marco de la Reflexión Estratégica Metropolitana (Área Metropolitana de Barcelona, 2015), y los documentos de trabajo del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona (Duran, 2004; Donaire y Duro, 2014), así como también de la estrategia de *marketing* de la Diputación de Barcelona, con una primera versión de 2010, actualizada en 2016, además de los programas de fomento y de gestión. Recientemente la Generalitat de Catalunya ha aprobado el Plan Estratégico de Turismo 2018-2022 donde se prevé el desarrollo del Plan Sectorial Territorial de Turismo, sin que conozcamos a día de hoy sus efectos en el territorio metropolitano.

Se recopilan a continuación cinco dinámicas turísticas que se consideran clave para el territorio metropolitano. Dinámicas y situaciones que pretenden hacer emerger los retos del presente y del futuro para construir una agenda metropolitana ampliada, integrada y descentrada, en base a las tres premisas que hemos apuntado en el apartado anterior. No se profundiza aquí en las dinámicas y retos de la ciudad central, que han sido definidas en el vigente Plan Estratégico de Turismo 2020 (Ayuntamiento de Barcelona 2017a). Conscientes de la controversia que supone circunscribir territorialmente la realidad metropolitana, asumimos aquí el territorio de los 36 municipios que configuran el AMB. Lo hacemos no sin advertir los riesgos de poner límites administrativos a una actividad que se nutre de flujos internacionales y que basa su razón de ser en el movimiento y el desplazamiento, que el territorio de una destinación turística tiene una geometría variable –desde Salou hasta Figueras– y que la actividad se apoya cada vez más en acontecimientos temporales en lugar de los atractivos fijados. Sin embargo, asumimos el riesgo con el objetivo de estructurar una propuesta que sirva para abrir un debate tan necesario, hasta ahora prácticamente inexistente.

En primer lugar, el territorio metropolitano ha ejercido como espacio de oportunidad donde desarrollar las infraestructuras –sobre todo aeroportuarias– y los equipamientos de gran escala que Barcelona ciudad no podía acoger, en especial los recintos para la ampliación de la Fira en Gran Vía. Unos posicionamientos enmarcados en la política de fomento de la actividad económica que ya se explicitaban en el primer Plan Estratégico Económico y Social Barcelona presentado en 1990 y que se han ido reproduciendo y concretando a lo largo del presente siglo en diferentes documentos estratégicos y programáticos. Así, el territorio metropolitano, en especial el contiguo a la ciudad de Barcelona, ha ejercido de emplazamiento estratégico donde localizar actividades que, por su tamaño y requerimientos, no tenían espacio en la ciudad central pero que son resultado de la relevancia de Barcelona en la red global de ciudades y de las políticas para garantizar su posicionamiento. Del mismo modo, la puesta en marcha de la Terminal 1 del aeropuerto en 2009 ha hecho que el número de pasajeros se haya doblado en diez años –véanse los datos en el artículo de Montlleó et al. en este mismo número. Así pues, el territorio metropolitano acoge y desarrolla infraestructuras y equipamientos que resultan clave para entender el aumento de visitantes y turistas de los últimos años y sus efectos derivados, que no están exentos de retos ambientales, de movilidad y de encaje con la estrategia de desarrollo local.

La segunda dinámica es un efecto directo de la primera. Estas nuevas centralidades metropolitanas vinculadas a los recintos empresariales y de convenciones –Fira Gran Vía, el CCiB o el Delta Business Center–, a los grandes equipamientos de conocimiento –el clúster sanitario Biopol’H o el Campus Norte–, así como también a los espacios que acogen grandes acontecimientos –espacio del Fòrum– se han convertido también en polos hoteleros metropolitanos. Los datos presentados por López Palomeque y Torres en este número son claros: desde 2003 el territorio del AMB ha aumentado en casi 12.000 plazas hoteleras, con l’Hospitalet a la cabeza del *ranking* con 3.787 nuevas plazas. A esta oferta actual, hay que sumar los millares de plazas previstas en los nuevos desarrollos urbanísticos del polígono Pedrosa, la Marina del Prat Vermell, la ciudad aeroportuaria o el

Port Fòrum o las Tres Xemeneies de Sant Adrià del Besòs. Unas nuevas centralidades que acompañan la transformación de su territorio y suponen unos ingresos nada desdeñables para las haciendas locales de los municipios a través de los diferentes impuestos de régimen local (IBI e IAE), pero que sin embargo tienen mayoritariamente lógicas de zonificación muy especializadas, a menudo substitutivas de suelo industrial y con un vínculo con el tejido urbano existente bastante débil, lastrando así las posibilidades de generar valor compartido y sinergias con la vida urbana metropolitana. Aparte, hay que mencionar que dichos polos metropolitanos de alojamiento también alimentan los atractivos turísticos del centro de la ciudad de Barcelona, con los retos derivados de movilidad, entre otros.

Siguiendo con la cuestión del alojamiento, la tercera dinámica que hay que mencionar es el efecto centrífugo que ha tenido la regulación del alojamiento en Barcelona ciudad en el entorno metropolitano más próximo. Hablamos especialmente de la moratoria de licencias de 2014 para Viviendas de Uso Turístico (VUT) y del Plan Especial Urbanístico de Alojamiento Turístico (en adelante PEUAT) aprobado en 2017. La limitación de nuevas licencias en la ciudad de Barcelona desde 2014 provocó un aumento de la demanda de estas actividades en los municipios metropolitanos, hasta entonces exentos de este tipo de prácticas y de la presencia de visitantes. Los datos del Registro de Turismo de la Generalitat compilados por López Palomeque y Torres en el artículo de este volumen suman un total de 5.784 plazas con licencia en el entorno metropolitano sin contar Barcelona, más toda aquella actividad ilegal o por regularizar que existe en las plataformas comercializadoras. De estas, l’Hospitalet de Llobregat concentra el 30% (1.792 plazas); Castelldefels, el 23% (1.322 plazas), y Gavà, Badalona, Sant Adrià y Sant Cugat suman el 32% del total. Unas dinámicas que han comportado un impacto en el tejido residencial con la sustitución del uso residencial permanente de la vivienda y que han tenido respuestas en forma de planeamiento urbanístico derivado en municipios del AMB. Sin duda, es una de las actividades turísticas más controvertidas, que ha provocado regulaciones específicas, entre otras, en Badalona, l’Hospitalet de Llobregat, Montgat, Sant Adrià de Besòs y Sant Cugat del Vallès o Santa Coloma de Gramenet, entre otros municipios.

La cuarta dinámica está vinculada al deseo y a los esfuerzos del territorio metropolitano para atraer visitantes. Dejando a un lado los territorios de la franja costera de Castelldefels, que se constituyeron originalmente bajo las lógicas de urbanización turística litoral, el resto del territorio metropolitano ha desarrollado estrategias para poner en valor el patrimonio histórico, cultural y natural del territorio, el material y el inmaterial, que al mismo tiempo sirve también para reforzar la identidad del lugar. La transformación del territorio metropolitano para la acogida y el disfrute de visitantes se refleja en el uso intensivo de las playas metropolitanas, los espacios naturales recuperados, la puesta en valor de los espacios agrícolas, las rutas para hacer excursionismo, el patrimonio industrial, cultural y arquitectónico, las ferias y acontecimientos de carácter lúdico y cultural, etc. Sin embargo, los datos publicados por la Diputación de Barcelona no permiten hablar de polos de atracción turísticos. Aparte de la Fira de Barcelona, con 2,5 millones de visitantes entre los dos recintos, el único recinto con un número de visitantes relevante es el recinto de

Viladecans The Style Outlet, con 2,6 millones de visitas anuales, no necesariamente turistas. Si ampliamos la escala, el territorio de los 36 municipios del AMB se sitúa en medio de cinco grandes polos de visitantes: a) la ciudad de Barcelona; b) la costa del Garraf, con Sitges como núcleo con dinámicas propias; c) el Monasterio de Montserrat, con 2,7 millones de visitas; d) la Roca Village, con 4,7 millones de visitantes, y e) la costa del Maresme, con dinámicas propias, sobre todo la zona norte. Cualquier estrategia de fomento del turismo en el territorio metropolitano pasa por tener en cuenta la inmensa capacidad de atracción de visitantes de Barcelona ciudad, las limitaciones de dicha capacidad por parte del resto del AMB, y la relación entre atractivos y dinámicas más allá de sus límites administrativos.

La quinta y última dinámica, íntimamente relacionada con todas las anteriores, es la pulsión centripeta-centrífuga entre la ciudad de Barcelona y su entorno más inmediato. Ante un espacio metropolitano absolutamente polarizado por la centralidad de Barcelona y ante la especialización turística de muchos barrios con graves impactos y externalidades, la respuesta ha sido muy a menudo la desconcentración de los flujos de visitantes. En este sentido, siguiendo lógicas muy similares a las que se impulsan en ciudades como Amsterdam, Berlín o Nueva York, el Plan Estratégico de Turismo de Barcelona de 2010 realizó una fuerte apuesta por una política de desconcentración, en especial a través de instrumentos de promoción y comunicación, con el fin de convertir los barrios en objetos turísticos. El Plan Estratégico 2020, a través de la Estrategia Territorial de Gestión Turística (Ayuntamiento de Barcelona, 2018b) corregía este programa advirtiendo de los riesgos que supone derivar flujos a territorios sin prever los efectos negativos asociados a la irrupción de las prácticas turísticas. Una situación y un riesgo traspasable a los núcleos urbanos metropolitanos. Por el contrario, se propone la descentralización de acontecimientos, la promoción de rutas específicas con interés cultural y patrimonial o el fomento de actividades y servicios con fuerte arraigo comunitario. Asimismo, se apuesta claramente por el alineamiento institucional del Ayuntamiento con la estrategia ‘Barcelona és molt més’, llevada a cabo por la Diputación de Barcelona, que pretende resignificar la destinación Barcelona asimilando la marca a un territorio que trascienda los límites municipales con el fin de poner en valor los atractivos y productos del territorio provincial. La destinación se consolida así como un objeto virtual de comunicación (Fariás, 2012). Un objeto múltiple, de geometría variable que se define a través de los marcos comunicativos. Esta construcción simbólica y discursiva es de grandísima relevancia, ya que ayuda a prefigurar la realidad territorial que después se practicará. Sin embargo, haríamos bien en asumir los límites de estas prescripciones. Hay que tener en cuenta que difícilmente cambiaremos a través de la comunicación y el *marketing* la pulsión de la demanda mundial, la construcción histórica de la imagen de la destinación, el poder de atracción de los principales iconos o la posibilidad real de descentralizar el turismo sin transformar socialmente y materialmente los lugares de manera casi irreversible.

4. Presentación del volumen

El presente volumen tiene diez artículos, contando con esta introducción. Diez artículos muy heterogéneos si los analizamos individualmente, pero que

componen los objetivos del volumen en su conjunto y en diálogo entre ellos. Diez artículos que ayudan a conocer mejor la realidad turística metropolitana y que, al mismo tiempo, promueven la necesidad de diversificar y enriquecer el objeto de las políticas públicas con temáticas, perspectivas e instrumentos diversos, que ayuden a configurar una nueva agenda integrada de políticas públicas metropolitanas en torno al turismo. Una multiplicidad y una heterogeneidad que quedan también patentes en la composición de las disciplinas desde donde se produce el conocimiento. Los textos que componen el volumen se escriben desde la geografía, la economía, la antropología, la arquitectura, las ciencias políticas, la biología, las ciencias ambientales o la ingeniería. Desgranamos a continuación los contenidos y el valor de cada uno de los artículos en la totalidad del presente volumen.

Tal y como ya hemos advertido a lo largo de este artículo introductorio, la realidad metropolitana tradicionalmente era huérfana de análisis y de estudio en profundidad. Es por ello que invitamos a Francesc López Palomeque y Anna Torres a elaborar un artículo que presentara de manera ordenada, sintética y estructurada aquellos elementos cuantificables que configuran la metrópolis turística, objeto de este volumen. En el se recopilan con suma precisión datos sobre alojamiento formal, número de visitantes, los principales atractivos, los instrumentos y las instituciones responsables o los ingresos obtenidos a través de los mecanismos de fiscalidad turística, entre otros. Un ejercicio inédito que ayuda a conocer una realidad absolutamente polarizada por la ciudad de Barcelona.

Con el fin de complementar el conocimiento desde otro ámbito y perspectiva, Oriol Estela y David Rodríguez nos presentan un estado de la cuestión del desarrollo económico del turismo en la realidad metropolitana. Un ejercicio ponderado que ayuda a conocer las luces, pero también las sombras del turismo con respecto a la generación y redistribución de la riqueza económica y su impacto en el territorio. Además de dar un repaso a los diferentes documentos de estrategias metropolitanas, el artículo propone de forma clara el marco estratégico para las políticas de desarrollo local y territorial en materia turística del futuro. Una propuesta que escapa de la simplificación y la abstracción de relaciones ubicuas, y que aterriza, busca constantemente las sinergias con otros sectores económicos y agentes territoriales, y defiende la redistribución de la riqueza generada como elemento central de la acción pública.

En tercer lugar, Saida Palou nos propone un texto de reflexión en torno a la relación entre los discursos turísticos y dos elementos clave como son el patrimonio y el paisaje. A través de un excelente análisis de la historia de Barcelona (véase Palou, 2012), la antropóloga destila tres tesis interrelacionadas que resultan fundamentales para el debate. La primera nos advierte de la incidencia de los marcos comunicativos, los relatos y los discursos sobre el territorio en las prácticas turísticas actuales. Es decir, la forma en que se presenta un lugar ante el mundo tiene efectos sobre las relaciones sociales, económicas y culturales de dicho lugar. La segunda tesis defiende que se puede separar la esfera comunicativa turística de los agentes de poder que promueven los discursos. En otras palabras, la promoción turística ha sido y sigue siendo un instrumento político desde donde proyectar

la imagen de aquello que se desea que sea, no de la realidad compleja y conflictiva de cada momento. La tercera tesis nos advierte de la relación dialéctica entre la proyección de la imagen de la destinación y la construcción de la propia identidad local. Las proyecciones no solo son elementos de control sino que pueden ser espacios de disputa.

Los tres artículos siguientes reflexionan sobre la relación entre el urbanismo y el turismo, un binomio que ha sido obviado muy a menudo, cuando no desdeñado, en los debates en torno al turismo en Cataluña salvo algunas excepciones (véanse Anton y González, 2011; Pié Ninot et al., 2013, entre otros). Este ejercicio apuesta por la necesidad de abrir un debate profundo en torno a la teoría y práctica del urbanismo con el objetivo de abordar las cuestiones turísticas de manera situada en el contexto catalán y, más especialmente, en el contexto metropolitano de Barcelona. Este paso supone no solo analizar las posibilidades de planificar, ordenar o regular las actividades turísticas a través del urbanismo sino, sobre todo, cómo el turismo nos obliga a repensar la forma en que practicamos un urbanismo en una realidad móvil, con escalas y geometrías variables, con intensidades y velocidades muy diferentes que generan desequilibrios (Arias-Sans, 2018). Para abrir el debate contamos con un artículo de Ricard Pié y Josep Maria Vilanova, en el que analizan el rol histórico del planeamiento urbanístico catalán y metropolitano en relación con el turismo. El artículo pone de manifiesto la falta de consideración del turismo como vector específico en la planificación urbanística y territorial a lo largo de los últimos cincuenta años, a pesar de la relevancia y el impacto en la construcción del territorio metropolitano. Se pone en evidencia cómo el turismo se ha desarrollado a través de una forma determinada de pensar y planificar el territorio y que no ha sido hasta hace pocos años que se ha abordado de forma concreta y decidida, a pesar de se lleve a cabo de forma reactiva para paliar las externalidades. Finalmente apuntan tres grandes retos a tener en cuenta: la necesidad de repensar los instrumentos urbanísticos para ordenar el turismo, la necesidad de proteger el derecho a la vivienda ante su sustitución para usos turísticos, y, por último, la necesidad de definir un modelo territorial turístico metropolitano en relación con Barcelona y el resto de Cataluña.

En un segundo artículo, bajando de escala, Enrico Porfido, Cynthia Pérez y Melisa Pesoa analizan la responsabilidad que han tenido el planeamiento urbanístico y los proyectos urbanos y la actividad turística en el barrio del Raval, en Barcelona. Un ejercicio analítico de gran precisión que nos permite poner en evidencia la estrecha relación entre la construcción de la ciudad y la emergencia del turismo en los centros históricos, aunque no ha habido nunca un plan o proyecto que haya explicitado la voluntad de promover dicho vínculo. El artículo de Tonet Font, Aurora López y Roger Clot exponen los detalles y las motivaciones de uno de los instrumentos urbanísticos más mediáticos y controvertidos de los últimos años: el Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT). Un instrumento innovador que, a pesar de su fragilidad dado el marco legislativo urbanístico actual, regula las licencias de actividades de todas las tipologías de establecimientos de alojamiento turístico, viviendas de uso turístico, albergues de juventud y residencias de estudiantes, en base a la defensa del derecho a la vivienda, la mixtura de usos o el descanso vecinal, con el fin de

detener así el proceso la especialización turística del suelo residencial de la ciudad.

A continuación se exponen tres cuestiones de suma importancia para la gestión del territorio turístico metropolitano: el fenómeno del alquiler vacacional y la gestión de la ilegalidad, los retos de la movilidad turística y, por último, las externalidades ambientales de la actividad turística. El artículo de Claire Colomb, Thomas Aguilera y Francesca Artioli nos ofrece un análisis desde las ciencias políticas del fenómeno del alquiler turístico y de las diferentes soluciones o posibilidades utilizadas en las ciudades y regiones europeas. Más allá de exponer los detalles de las diferentes regulaciones, el artículo es clave para entender el marco de opinión pública desde donde se ejercen las propuestas y, en el caso de Barcelona, la importancia que han tenido los movimientos sociales en favor al derecho a la ciudad, así como la determinación política para tomar partido y buscar soluciones de regulación, control y seguimiento de un fenómeno que es global. Por otro lado, deja también patente el impacto actual de las plataformas globales de intermediación de los alojamientos turísticos en la ciudad, así como la dificultad de gobernarlas en pie de igualdad desde el mundo local.

El artículo de Marc Montlleó, Gustavo Rodríguez y Nuno Tavares expone los retos ambientales del turismo en la ciudad de Barcelona que, dada la concepción metabólica del fenómeno, resuena en todo el territorio metropolitano. Un ejercicio de gran valor analítico que contiene datos inéditos hasta hoy, como son las estimaciones de los consumos de agua, energía y residuos de los alojamientos y equipamientos turísticos, que suponen entre el 7,5% y el 9% del total de Barcelona. Además de estructurar el impacto de las actividades turísticas con respecto a los vectores ambientales –agua, energía, residuos, ruido– también incide en los impactos que tienen las actividades turísticas en el espacio público así como el rol, y la responsabilidad, de las infraestructuras de transporte, en particular el puerto y el aeropuerto. El artículo también presenta de forma sintética los resultados de un ejercicio complementario donde figura el cálculo de la huella de carbono del turismo, y se apunta al transporte aéreo como responsable del 85,5% de las emisiones de CO₂ de toda la cadena de valor turística (véase Rico et al., 2019).

El volumen cierra con un artículo sobre uno de los temas más relevantes y necesarios para alcanzar la gestión integrada en clave territorial: la movilidad turística. El artículo de Cristina Jiménez Roig, Joana Llinàs, Adrià Ortiz y Aina Pedret sintetiza uno de los trabajos más interesantes e innovadores en el marco de la estrategia turística de Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2017c) que aporta información de grandísima relevancia para entender y, consecuentemente, gestionar y planificar el fenómeno del turismo. El artículo se inicia con un dato inédito hasta su publicación en 2017: la ciudad de Barcelona acoge una media de cerca de 150.000 turistas al día, cerca de un 10% de la población empadronada. También apunta como la movilidad de esta población flotante de turistas, excursionistas y cruceristas tiene algunas características claramente diferenciadoras, como son el uso de medios transportes específicos –bus turístico, autocares discretos o artilugios diversos– o una distribución espacial claramente concentrada. Sin embargo, los datos revelan una realidad que puede parecer chocante: el reparto modal de los usuarios turistas en general es mucho más

sostenible que el de los residentes, con un 77% de los desplazamientos a pie y en metro (45% y 33%, respectivamente). Parafraseando el objetivo central de este volumen, tenemos que pasar de la gestión de la movilidad turística a la gestión del uso turístico de la movilidad de la ciudad y metrópolis. Y esto supone unos retos, la mayoría de los cuales tienen que ver con la mejora de las condiciones generales del transporte público o de un sistema tarifario más progresivo que favorezca el uso diario y cotidiano frente al esporádico.

5. Gobernar el turismo. Una agenda futura

Al inicio del presente artículo, en las disposiciones iniciales, hablábamos de la necesidad de descentrar el objeto de las políticas turísticas y de incorporar cuestiones que pueden parecer exógenas si entendemos el turismo como fenómeno discreto, pero que son fundamentales si cambiamos el paradigma. En este sentido, hemos intentado agrupar, de forma más o menos acertada, algunas de estas temáticas, políticas e instrumentos que entendemos que son clave para gestionar el territorio turístico metropolitano. Sin embargo, resulta obvio que no hemos abordado todas las temáticas clave para cumplir los objetivos de este volumen. Faltarían muchas que, sin ser exclusivamente turísticas, son clave para poder establecer una agenda política con vocación claramente pública. Por enunciar solo algunos temas, tenemos que debatir sobre la necesidad de replantear las fórmulas de cooperación público-privadas y sus agendas, que ciertamente generan no solo disfunciones en el mercado privado, sino también muchas veces choques de intereses en cuestiones de interés público: consorcios como Turismo de Barcelona o la Fira de Barcelona podrían ser ejemplos. Es preciso hablar también del grandísimo reto de la gobernanza de las grandes infraestructuras receptoras de turismo –del puerto y el aeropuerto–, que parecen actuar al margen de su huella en el territorio, y de cómo podemos incorporar los intereses del territorio para trazar estrategias conjuntas. Tenemos que construir una nueva agenda del conocimiento turístico que ayude también a la reformulación de las preguntas que pongan en el centro otras cuestiones y que contribuyan a condicionar la agenda de las políticas metropolitanas. El conocimiento y su producción son determinantes para enmarcar las políticas y el planeamiento turístico. Son necesarios nuevos indicadores para dejar de valorar el éxito según el número total de visitantes y hacerlo a través del retorno social de su huella. Tenemos que poder proteger a través del planeamiento urbanístico el uso permanente de la vivienda con el fin de evitar que los usos turísticos, mucho más rentables, sustituyan a la población y ayudar a minimizar su impacto en el mercado inmobiliario, especialmente en el de alquiler. La actual elaboración del Plan Director Urbanístico debería ser la gran oportunidad para hacerlo. También es necesario abordar decididamente una agenda cultural, social y de acontecimientos conjunta para el territorio metropolitano con el fin de conseguir que los residentes puedan vivirla turística, sin saber el término municipal dónde transcurre, con ganas de descubrir y contemplar las actividades del mismo modo en que lo hacemos cuando nos vamos de vacaciones y, al mismo tiempo, borrar las líneas entre los residentes y los visitantes, ya que formamos parte de una misma realidad. En definitiva, entender que la finalidad de la política turística no debería ser atraer a visitantes y llenar alojamientos. El cambio de paradigma pasa por considerar el turismo como una palanca

de cambio para activar y reforzar otros sectores económicos estratégicos, que genere valor compartido en el territorio, que mejore la vida de sus habitantes. Y a fin de que esto suceda, es preciso gobernarlo y hacerlo con vocación pública, desplegando todas las herramientas que tenemos en nuestras manos.

EL TURISMO EN EL ÁREA METROPOLITANA DE BARCELONA

FRANCESC LÓPEZ PALOMEQUE

Universidad de Barcelona

ANNA TORRES-DELGADO

CETT - Universidad de Barcelona

Resumen

El artículo comprende una caracterización básica del turismo en el Área Metropolitana de Barcelona (AMB), institución administrativa formada por 36 municipios, con una extensión de 633 Km² y una población de 3,2 millones de habitantes. El artículo, de acuerdo con el enfoque del estudio, se fundamenta en el análisis bibliográfico y documental sobre el tema y sobre el ámbito geográfico de referencia, y en la información estadística disponible a escala municipal y para el conjunto del AMB. El AMB es parte del territorio metropolitano, de límites poco precisos, y participa de las características del hecho turístico del conjunto de este ámbito. El análisis específico se focaliza en la caracterización de los componentes del sistema turístico, particularmente de la oferta y la demanda (radiografía a través de cifras y mapas), e incluye una comparación del AMB con los datos básicos de otros ámbitos territoriales (Barcelona, provincia de Barcelona, Cataluña). El análisis espacial del turismo a escala municipal pone de manifiesto su desigual distribución territorial, con fuertes asimetrías.

Palabras clave: Área Metropolitana de Barcelona, turismo, destinación, territorio, Administración.

1. Introducción

Uno de los hechos que caracterizan el nuevo paradigma turístico es la eclosión del turismo urbano, y Barcelona es uno de los ejemplos más señalados, que ha redimensionado los espacios de producción y de consumo turístico y recreativo de las ciudades, con la extensión de la función turística a los territorios metropolitanos de las respectivas ciudades centrales. En el caso de Barcelona, en los últimos años se han acumulado indicios y evidencias de un crecimiento del turismo en el territorio metropolitano, de varias actividades de producción-consumo de ocio y turismo (Donaire, 2006; López Palomeque, 2006). Este proceso, intensificado últimamente, se explica por varios factores (internos y externos), pero obedece fundamentalmente a la eclosión y extensión territorial del turismo de la ciudad de Barcelona. Por otro lado, en este proceso intervienen varios actores (públicos y privados). En general, en situaciones similares, el desarrollo territorial del turismo lleva asociado, como relación causa-efecto, un proceso de institucionalización de la gestión pública del turismo. ¿Cómo se ha manifestado el desarrollo turístico y cuál ha sido su dimensión espacial?, ¿cuáles han sido el alcance y la dimensión del proceso de institucionalización de la gestión pública del turismo? Estas son preguntas,

deducidas de las premisas indicadas, que se intentan contestar con el contenido del análisis resultante de los objetivos que se formulan.

El objetivo general de este artículo es la aportación de una caracterización básica del turismo en el Área Metropolitana de Barcelona, tal y como se explicita en el título del artículo. Este objetivo general se concreta en tres objetivos específicos que, además, estructuran el contenido del texto. Los objetivos específicos son: análisis de los componentes del sistema turístico, análisis de la distribución geográfica del turismo y de su evolución y, finalmente, análisis comparado del turismo en el AMB en relación con otros ámbitos territoriales (Barcelona, provincia de Barcelona, Cataluña).

El ámbito geográfico objeto de estudio es el territorio que conforma el Área Metropolitana de Barcelona (36 municipios, con una extensión de 633 Km² y una población de 3,2 millones de habitantes), que, en este sentido, constituye el ámbito espacial operativo preestablecido como propósito del artículo. La identificación y relación de los municipios y el mapa municipal del AMB se presentan a continuación (figura 1), como apoyo a los datos estadísticos y a la distribución espacial de la información.

El análisis de todos los componentes del sistema turístico es una tarea que desborda las posibilidades de estas páginas dado el carácter transversal del turismo, su amplitud y su complejidad; y esto obliga a seleccionar las cuestiones a abordar. En consecuencia, en esta ocasión, se toma como opción la valoración de las variables básicas que son habituales en los estudios de caracterización de la actividad turística (oferta y demanda). Hay que considerar, además, como limitación añadida, el déficit en las fuentes de información disponibles para realizar radiografías del turismo en determinadas escalas geográficas, en concreto si se desea estudiar y comparar la realidad de la demanda del turismo a escala local (el municipio como unidad espacial y estadística operativa de análisis). Esta limitación del sistema estadístico del país acota mucho la disponibilidad real de datos sobre la realidad y dinámica turística, y la capacidad de profundización del estudio.

Además de la radiografía sobre la oferta y la demanda (cifras y mapas), se ha focalizado la atención en el análisis de la institucionalización de la gestión pública del turismo, proceso asociado al desarrollo del turismo, en clara relación causa-efecto. Esta aportación se justifica por el rol que desarrolla la administración pública en el sistema turístico (actores públicos y privados como componentes del sistema), y por la actualidad y relevancia del tema en el ámbito territorial objeto de estudio y en el contexto político-territorial (Generalitat Catalunya, Diputación de Barcelona, Ayuntamiento de Barcelona).

En relación con la metodología y las fuentes de información, el enfoque del artículo hace que su contenido sea deudor de la bibliografía existente sobre el tema y el ámbito geográfico analizado, y de la información estadística disponible. En este sentido, además de recordar las limitaciones de las fuentes de información estadísticas a escala municipal, es preciso hacer mención a la dificultad de encontrar series temporales largas para poder estudiar los procesos y dinámicas evolutivas. Dado que el objetivo general es la caracterización básica del turismo en el AMB –la realización de una radiografía del turismo en este territorio–, se ha optado por privilegiar en