

Aparença i experiència

03/04/2014



ALBERT PUNSOLA

(/AUTOR/ALBERT-
PUNSOLA-44)

Periodista

El país està sotmès a un fort sacseig econòmic polític i social. En aquest context el turisme està jugant un paper de bàlsam que alleuja les tensions, i per tant ha esdevingut un fenomen que es tendeix a valorar de forma absolutament positiva. Sense menystenir els indiscutibles beneficis que aporta, cal mantenir l'esperit crític amb el

turisme: no per disminuir la seva força, sinó per garantir que continuï sent una font de riquesa durant molt de temps.

D'entrada cal constatar que dels aproximadament 15 milions de persones que ens van visitar el 2013, més del 80% van triar la costa. Què podem dir si la major part dels 7 milions i mig de catalans també prefereixen viure a prop del mar? De tota manera les dinàmiques de repartiment de la població en el territori són menys flexibles que les dinàmiques de repartiment del turisme. Resumint molt es pot afirmar que les primeres són més rígides perquè es basen en el ritme de l'evolució històrica, mentre que les segones poden alterar-se amb més facilitat. No es pot fer que Manresa, Igualada o Lleida tripliquin la població i l'activitat econòmica en qüestió d'anys. En canvi, sí que es pot aconseguir que els visitants del litoral s'acostin també a l'interior incidint en les infraestructures de transport i d'allotjament, i sobretot dissenyant paquets turístics que incloguin *incursions* al rerepaís. Aquests petits viatges poden fer visibles realitats diferents del sol i platja i, com a mínim, posar la llavor d'un possible canvi de destinació en el futur.

(F)

Aquesta manera d'enfocar la qüestió és interessant per ajudar a dispersar els beneficis arreu del territori però també per lluitar contra la simplificació de la imatge d'un país. L'èxit de la capital -la famosa marca Barcelona- se sustenta precisament en l'elevada complexitat de la ciutat, que no es pot reduir a platja, o a música, o a urbanisme, o a arquitectura, o a ambient, sinó que és tot això a la vegada i molt més. La complexitat de Catalunya no és menor, el que passa és que s'estén per un territori més gran i es difumina fins a fer-se poc visible. Per tant el repte de redistribuir l'impacte de 15 milions de visitants per tot el país passa per potenciar els atractius, de forma que aquesta diversitat i complexitat arribin a ser perceptibles.

En la típica mentalitat del segle XX, encara hegemònica, es manté la confiança cega en les *grans presències físiques* ja siguin naturals o artificials. Muntanyes, rius, llacs, pobles pintorescos entrarien en aquesta categoria. Port Aventura i Barcelona World també, és clar. Les grans presències físiques juguen sobretot amb l'avantatge que solen ser icòniques i moltes persones -turisme de masses- s'hi senten atretes, però si es vol assolir un equilibri territorial, un fet hi juga en contra: el nombre d'aquests indrets és limitat i per tant generen grans concentracions humanes en punts molt concrets.

(F)

El gran canvi de paradigma passa per desvincular l'atractiu de l'aparença icònica i vincular-lo a l'experiència individual. Fa tres anys un projecte de recerca del think tank [BMW Guggenheim Lab](http://www.bmwguggenheimlab.org/) (http://www.bmwguggenheimlab.org/), conduït per un psicòleg ambiental, va experimentar amb 134 persones sobre les impressions que els causaven diferents zones de Nova York: parcs infantils, cementiris, cruïlles de carrers. Es va arribar a la conclusió que la manera en què les persones responen

física i psicològicament a un lloc no té tant a veure amb la seva aparença com amb l'experiència del lloc, que pot ser directa (per exemple el record d'haver passat la infància allà) o indirecta, despertant evocacions d'altres indrets semblants existents en el país d'origen.

De l'experiment es pot inferir que no cal tenir ni l'edifici més alt del món ni la muntanya més majestuosa per captivar els visitants. En realitat qualsevol indret pot ser encisador, o atractiu en la mesura en què *toqui* els ressorts emocionals adequats en cada persona. Els darrers anys ja s'està explorant un turisme, tan urbà com rural, en què la literatura, la història local o el treball de la terra (per exemple de les vinyes) marquen la pauta. Quan això passa, la superficialitat i la rapidesa lligats al turisme de masses deixa pas a una relació amb l'entorn més pausada que afavoreix un gaudi del món exterior lligat a la vida interior. Les xarxes de viatgers cada vegada valoren més l'*off the beaten path*, concepte que inclou allò que és singular, no necessàriament espectacular, i que està fora dels circuits massius habituals.

Aquestes tendències, si se saben treballar bé, obren grans possibilitats a un canvi de model en el turisme català que permetria posar en valor milers d'indrets que ara estan en la inòpia. Un exercici apassionant, per altra banda, on la psicologia ambiental i les humanitats -tan menyspreades darrerament- hi tindrien molt a dir. Desconcentrant i desestacionalitzant els fluxos de visitants, els ingressos del sector podrien repartir-se millor en el territori i en el temps. Sense abandonar la part de l'oferta, caldria escoltar bé la demanda, conèixer a fons les motivacions i els interessos de les persones que ens visiten. Una ocasió d'or, en definitiva, per anar enterrant poc a poc aquell missatge simplificador del sol i platja, que tan bé funcionava el 1964, i entrar de ple en l'era de la complexitat.

Periodista **Etiquetes:** [Catalunya](#) (/etiquetes/catalunya)

Share 0

Tuit

 (<https://plus.google.com/share?url=https%3A/www.sostenible.cat/opinio/aparenca-i-experiencia>)

 (<https://www.sostenible.cat/print/opinio/aparenca-i-experiencia>)

Relacionats

Butlletí

Correu electrònic *

Subscriu

[Enviaments anteriors](#) (/newsletter/sostenible)



(/)

Revista de la **xarxa** de ciutats
i pobles cap a la sostenibilitat



**Diputació
Barcelona**

(<http://www.diba.cat>)

[Arxiu \(/arxiu\)](#)

[Continguts per categoria \(/tagclouds/chunk/3\)](#)

[Continguts per etiqueta \(/tagclouds/chunk/1\)](#)

[Continguts per municipi \(/tagclouds/chunk/2\)](#)

[Avís legal \(http://www.diba.cat/avislegal\)](http://www.diba.cat/avislegal)

[Contacte \(/formulari/contacte\)](#)

[RSS \(https://www.sostenible.cat/pagina/rss#overlay-context=\)](https://www.sostenible.cat/pagina/rss#overlay-context=)



[https://www.facebook.com/Sosteniblecat-146513494888\)](https://www.facebook.com/Sosteniblecat-146513494888)



[http://www.twitter.com/xarxasost\)](http://www.twitter.com/xarxasost)



[http://youtube.com/xarxasost\)](http://youtube.com/xarxasost)



[\(rss.xml\)](#)