



Universitat de Girona

LA GESTIÓ TURÍSTICA LOCAL EN EL LITORAL CATALÀ: UNA LECTURA DES DE LA DIALÈCTICA SOCIOESPACIAL

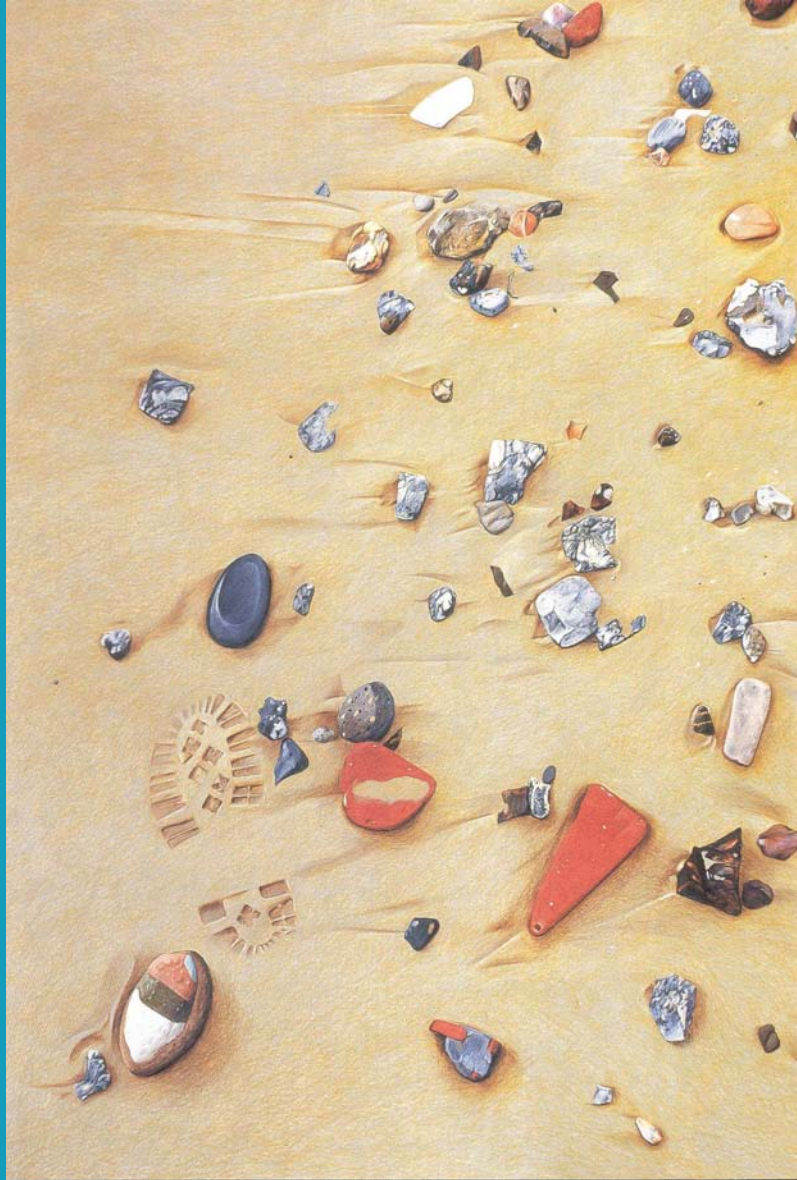
Salvador CALABUIG i SERRA

ISBN: 84-689-6650-9
Dipòsit legal: GI-151-2006

La gestió turística local en el litoral català: una lectura des de la dialèctica socioespacial

Tesi Doctoral

Doctorat de Medi Ambient. Itinerari de Geografia
en ordenació del territori i medi ambient



Dibuix de Carles Piqueras. Sense títol (Platja de Sant Pol) 2001

Autor

Salvador Calabuig i Serra

Sant Feliu de Guíxols, maig 2005

Universitat de Girona

Director

Doctor José Antonio Donaire Benito

A l'Esther, l'Adel i l'Alba

Al pare i a la mare

A la iaia

ÍNDIX GENERAL

0. Introducció. Ombres i boires	1
0.1. Objectius	5
0.2. Hipòtesis.....	6
0.3. Metodologia i fonts.....	8
0.4. Estructura i contingut	15
0.5. Agraïments.....	16
1. El marc teòric	19
1.1. La naturalesa dels canvis en el turisme.....	21
1.1.1. Les teories evolucionistes.....	22
1.1.2. La teoria del col·lapse	29
1.1.3. La lectura geogràfica. El canvi d'escala.	32
1.1.4. El salt tecnològic.....	37
1.1.5. Una nova societat? Entre el postfordisme i el neofordisme.....	39
1.1.6. Quin canvi? Una síntesi dels models interpretatius	48
1.2. Entre parcs naturals i parcs temàtics. De les estratègies locals a les dinàmiques globals	53
1.2.1. La re-creació de l'espai urbà.....	55
1.2.2. L'estratègia de la sostenibilitat	59
1.2.3. Els espais hiperreals	64
1.2.4. El turisme efímer	69
1.2.5. La millora de la qualitat de l'espai turístic	71

2. Els models territorials del turisme al litoral mediterrani espanyol.	
Una aproximació	77
2.1. L'oferta turística del litoral mediterrani espanyol.....	79
2.1.1. La capacitat d'allotjament.	80
2.1.2. L'oferta hotelera.	88
2.1.3. Els serveis hotelers.....	101
2.1.4. L'oferta de càmpings.....	110
2.1.5. Els habitatges turístics.....	122
2.1.6. Conclusions.....	138
2.2. L'organització espacial de l'oferta turística al litoral mediterrani espanyol. Una anàlisi de conglomerats jeràrquics.....	141
2.2.1. Els anys 80. El disseny (fordista) del sistema turístic del litoral.....	142
2.2.2. Els 90. La consolidació del model residencial	154
2.2.3. Els 2000. Els indicis del canvi de model territorial.....	158
2.3. L'oferta turística de litoral català	161
2.3.1. La capacitat d'allotjament al litoral català	162
2.3.2. L'oferta hotelera al litoral català	171
2.3.3. L'oferta de càmpings al litoral català	190
2.3.4. Els habitatges turístics al litoral català	199
2.3.5. Conclusions.....	211

3. Les estratègies dels municipis del litoral català	213
3.1. El creixement urbanístic al litoral català.	214
3.1.1. Les Terres de l'Ebre	216
3.1.2. La Costa Daurada.....	225
3.1.3. La Costa del Garraf.....	231
3.1.4. La Costa del Maresme	236
3.1.5. La Costa Brava	242
3.1.6. Conclusions	254
3.2. L'estratègia de la sostenibilitat	257
3.2.1. La desclassificació de sòl urbà	261
3.2.1.1. Les iniciatives de desclassificació.....	262
3.2.1.2. Desclassificació brusca per la pressió popular.....	267
3.2.2. El desenvolupament sostenible com a atractiu turístic.....	273
3.2.2.1. El desenvolupament sostenible com principal atractiu turístic.....	274
3.2.2.2. La valorització dels recursos naturals, patrimonials i socioculturals	276
3.2.3. La gestió sostenible de les destinacions turístiques litorals	283
3.2.4. Conclusions	295
3.3. La recreació de l'espai urbà.....	297
3.3.1. La creació o rehabilitació d'un centre urbà.....	299
3.3.1.1. La millora epidèrmica dels centres urbans de nous atractius turístics	300
3.3.1.2. La creació d'icones de referència urbana	305
3.3.1.3. La limitació de la capacitat d'acollida	315

3.3.2. El residencialisme. La prolongació de la vocació residencial.....	317
3.3.3. Cosir els fragments de la ciutat per donar un sentit unitari.....	329
3.3.4. Conclusions.....	340
3.4. L'estratègia de la hiperrealitat.....	343
3.4.1. Els parcs temàtics.....	345
3.4.2. La tematització d'espais	353
3.4.3. La tematització la tradició, la cultura i la història local	360
3.4.4. Conclusions.....	370
3.5. El turisme efímer	372
3.5.1. Els grans esdeveniments.....	373
3.5.2. Esdeveniments d'abast regional.....	376
3.5.3. Conclusions.....	383
3.6. La millorar la qualitat del producte turístic tradicional.....	386
3.6.1. Estratègies impulsades per l'administració.....	390
3.6.2. La millora la qualitat urbana i l'espai turístic.....	394
3.6.3. La creació d'activitats d'acolliment nous productes i nous equipaments.....	396
3.6.4. La promoció de la indústria hotelera	406
3.6.5. Conclusions.....	418
4. Conclusions	421
5. Bibliografia	
5.1. Bibliografia general.....	433
5.2. Bibliografia de normativa urbanística local	442

5.3. Bibliografia de dades	445
Índex de gràfiques	447
Índex de taules	450
Índex d'imatges	452
Índex mapes	453
Annex de dades	455

0. Introducció. Ombres i boires

Vaig començar a imaginar aquest estudi l'estiu de l'any 1991.

La meva entrada al món de la gestió turística va ser brusca. Vaig aterrar-hi en una època d'inflexió en que el sector per primera vegada mostrava símptomes de cansament. El model que havia generat prosperitat durant dècades, ara semblava cansat. Els ingressos, es deia,

decreixien. Venien pocs turistes, s'hi estaven menys i eren més exigents. Tothom parlava de crisi, però ningú de canvi. El sector, que sempre havia mantingut un alt grau de suficiència, per primera vegada mirava a l'administració. És cert, demanava més del mateix: més promoció, més prospectes publicitaris de sol i platja, més subvencions i més festes gratuïtes. Tothom volia un turisme de qualitat, però no es parlava de canvi. En cap moment es comptabilitzava com inversió turística la recuperació del patrimoni arquitectònic, els actes culturals o la creació de zones de vianants, activitats que es feien des del mateix municipi sense cap mena de connexió amb l'àrea de turisme, i a vegades, en contra de l'opinió del mateix sector.

En aquest context era evident que l'oficina de turisme havia de fer alguna cosa més que informació. Com a regidor responsable de Turisme i Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Sant Feliu de Guíxols vaig rebre el suport dels meus companys per encarregar un Pla Estratègic al Grup d'Estudis Turístics de la UdG (GET, 1992). Parlava d'especialització, de singularitat, de canvis en la demanda, de revaloritzar els aspectes culturals de la ciutat. Així, vam iniciar campanyes gastronòmiques com la del Peix Blau Ganxó, vam presentar els primers itineraris en bicicleta, a peu, a cavall, vam optar per donar més serveis a la platja i programar activitats d'acollida. Al mateix temps, visitàvem personalment els establiments turístics per parlar amb els responsables i conèixer directament els equipaments i serveis que s'oferien. A poc a poc, el propi sector ja demanava potenciar les visites guiades, senyalitzar camins, fer més mostres gastronòmiques i des de l'ajuntament parlàvem de temes que ens havien ensenyat els restauradors, els recepcionistes, els responsables dels càmpings.

Investigador i objecte d'estudi no sempre estan separats asèpticament com voldrien els cànons científics. En les ciències socials, sovint estudiem allò que hem observat prèviament, analitzem els contextos viscuts o evocats, donem un sentit científic a les experiències personals i col·lectives. Per això, la Tesi neix un calorós estiu de 1991 quan els dubtes prevalien sobre les certeses, quan la sensació de crisi no estava acompanyada per un catàleg de decisions, quan el món semblava girar més ràpid que la capacitat per comprendre'l. Des d'aquell moment, vaig començar a sentir una curiositat creixent per les estratègies que iniciaven els municipis litorals, sovint fascinat i altres vegades perplex. Dels espais temàtics (unes restes arqueològiques, un episodi del passat) a l'aposta fins aquell moment inèdita pels espais naturals; de l'obertura al rerepaís a les Q de qualitat; de Lloret Prestigi a les Agendes Locals.

Els estudis sobre les destinacions madures havien iniciat un altre camí. Més que analitzar les estratègies locals, estudiaven la naturalesa i l'abast del canvi en un debat intens entre, diguem-ne, rupturistes i continuistes, en una mena de reedició del debat clàssic entre Parmènides i Heràclit. Jo, per una qüestió eminentment pràctica, buscava els instruments de resposta més que no pas l'origen de la pregunta. De fet, al marge dels canvis reals en la demanda i el context internacional, durant els anys 90 s'instal·la en el litoral una percepció de la necessitat de la resposta, almenys per dos motius. Primer, perquè els discursos rupturistes havien creat un cert estat d'opinió en els àmbits científics, polítics i ciutadans, una mena de catarsi col·lectiva. En segon lloc, perquè els ajuntaments democràtics creats el 1979 ja havien cobert les "primeres" necessitats (educació, sanitat, ordenació urbana...) i iniciaven tímidament l'obertura a la segona generació de competències (comerç, turisme, medi ambient).

El primer pas va ser inventariar les estratègies, intentar classificar els models de gestió en una taxonomia més o menys universal. A continuació, vaig iniciar una recerca sistemàtica de les estratègies que realitzaven els municipis de la Costa Brava, que cristal·litzà amb la Memòria de Recerca *La resposta dels municipis de la Costa Brava a la crisi del model turístic fordista*, dirigida pel Dr. Donaire i presentada el 2001. Poc després, la *Secretaría General de Turismo* m'atorga una de les beques *Turismo de España 2002* per a la realització de tesis doctorals en turisme, que em permet canviar d'escala i ampliar l'àmbit d'estudi al conjunt de Catalunya. El resultat d'aquesta recerca de més de tres anys és la present Tesi Doctoral.

En una de les pel·lícules més desconegudes de Woody Allen, *Ombres i boires* (1992), el protagonista és desvetllat sobtadament durant la nit per uns estranys que l'insten a seguir "el pla". A partir d'aquell moment, Allen transita per la ciutat dormida en un recorregut surrealista entre gàngsters, amants, trapezistes o domadors, intentant esbrinar el contingut d'aquell "pla" que tothom sembla conèixer però que ningú explica. El litoral català sembla també una recerca entre ombres i boires del pla, una barreja entre Arcàdia i Utopia, entre Ítaca i El Dorado. Aquesta Tesi pretén, en certa manera, esbossar els continguts del Pla (o millor, dels plans).

0.1. Objectius

L'objectiu d'aquesta Tesi és **determinar les estratègies que han seguit els municipis turístics litorals de Catalunya per tal de fer front a la percepció de crisi des dels anys 90**. És un intent de sistematitzar, classificar i ponderar les respostes plurals i complexes que han adoptat els gestors públics locals per a adaptar-se al nou context (almenys aparentment) que es perfila des dels primers símptomes d'esgotament de la dècada dels 90.

Aquest objectiu principal està estructurat en tres subobjectius que es corresponen amb les tres parts en què es divideix la Tesi Doctoral:

1. En primer lloc, volem determinar quines són les principals interpretacions sobre l'esgotament de les destinacions madures i la relació entre els diferents discursos. Ens interessa determinar com s'ha construït el model teòric sobre l'evolució de les destinacions turístiques litorals, quines són les seves arrels teòriques i quins punts d'intersecció es poden establir entre els diferents models interpretatius.
2. En segon lloc, pretenem definir els trets generals de l'estructura territorial del turisme litoral, amb la voluntat de demostrar que no hi ha un sol model organitzatiu o espacial, sinó la suma (de vegades, la superposició) de diferents models i estructures territorials.
3. Finalment, intentarem dibuixar la cartografia de la gestió turística local en el litoral català. Cada localitat respon de forma singular als estímuls generals, de manera que no només hi ha diferents

estructures territorials, sinó també diferents estratègies turístiques per a fer front a la crisi (o millor, a la percepció de crisi).

0.2. Hipòtesis

Per tal de respondre als objectius que ens hem plantejat, la recerca se sustenta en vuit hipòtesis:

1. No hi ha una sola interpretació sobre l'evolució de les destinacions madures. De fet, en l'estudi sobre la fase post-estancament dels espais litorals hi conflueixen diversos paradigmes que donen lloc a models interpretatius a vegades complementaris, a vegades contradictoris. Lentament, s'ha dibuixat una mena de corpus teòric general alimentat per diverses fonts i tradicions científiques, que configura un discurs relativament acceptat.
2. El discurs sobre l'esgotament de les destinacions madures, un aiguabarreig de diferents interpretacions, ha creat una percepció de crisi. La resposta de les destinacions madures no respon tant a l'evidència empírica de la crisi sinó als efectes d'un discurs polític, científic i empresarial que marca en certa manera l'agenda del canvi.
3. L'escala de la resposta és l'escala local. Davant del determinisme de la globalitat, el model turístic tradicional hi contraposa el possibilisme de la localitat. Cada lloc opta per una determinada estratègia que s'explica per les característiques específiques de la localitat, el context, l'*habitus habermasià*. La història del turisme, el pes de les diferents formes d'allotjament, la degradació ambiental, els recursos territorials i la relació entre els diferents

agents i el poder (la governança) són alguns dels factors que expliquen la resposta específica de cada localitat.

4. Els diversos orígens de la interpretació de la crisi dificulten el consens sobre la naturalesa i el sentit de les estratègies d'adaptació al nou context general. Per això, les localitats responen amb un catàleg ampli d'estratègies entre el residencialisme, la sostenibilitat, la hiperrealitat, el turisme efímer o la qualitat. De vegades, un mateix municipi pot optar per dos o més estratègies aparentment contradictòries.
5. Les iniciatives de reconversió del model turístic tradicional es mouen sovint per mecanismes d'assaig – error. Són molt pocs els exemples de municipis que de forma decidida hagin explicitat el fons i la forma de la seva política turística local. En general, els plantejaments són intuïtius i “silenciosos”.
6. No hi ha tampoc un model territorial turístic homogeni. La imatge convencional de la *balearització* (un creixement vertical a primera línia de mar) és en realitat una simplificació d'una estructura més complexa tant en el litoral català com en el conjunt del Mediterrani espanyol. La lectura territorial del turisme està formada per oclurbs, ciutats que actuen com a referents de la identitat del lloc, ciutats centralitat on conviuen els usos residencials i els usos turístics, exòpolis turístiques de grans extensions mancades d'un centre que les estructurí...
7. L'evolució de l'oferta turística en el litoral català no dibuixa un escenari de crisi. Les places turístiques han crescut de forma més o menys simultània al creixement de la demanda. Hi ha, però, dos factors nous que alteren la lògica precedent. En primer lloc, els espais amb un desenvolupament més precoç sí demostren una recessió de la seva oferta, especialment en les formes

d'allotjament tradicional. En segon lloc, s'ha accentuat el predomini dels habitatges turístics en la configuració del model turístic del litoral català.

8. El rerafons dels assaigs és la dificultat dels espais turístics de transformar-se per tal d'adequar-se als canvis de la demanda. Mentre que la transformació dels productes (turístics o no) és relativament simple, els llocs (que també són productes turístics) tenen moltes dificultats per renovar els seus atributs. La inèrcia territorial, i la inèrcia del propi model turístic fordista, creen un escenari en el que els canvis no serveixen tant per crear nous productes turístics, noves formes d'atracció, com per complementar les formes existents. En tot cas, el principal objectiu dels municipis turístics és el de singularitzar l'oferta. Mentre que el model turístic fordista es caracteritza per l'homogeneïtzació, per l'adequació dels atributs de l'espai als estàndards del producte de sol i platja, en el nou model, els municipis adopten una estratègia inversa: la identificació i potenciació (o bé la creació artificial) de nous atributs que permetin diferenciar la localitat, el lloc turístic, de la resta de destinacions competidores.

0.3. Metodologia i fonts

Cada capítol de la Tesi ha seguit una metodologia singular. El capítol teòric se sustenta en un estudi sistemàtic de les principals referències nacionals i internacionals sobre les destinacions madures del litoral i les seves estratègies. Hem realitzat una anàlisi de les revistes científiques més significatives de l'estudi del turisme (*Annals of Tourism Research*, *Tourism Management*, *Journal of Travel Research*, *Papers de Tourisme*,

Cahiers Espaces...) i un seguiment convencional de les referències de les principals aportacions teòriques sobre els models turístics del litoral.

El segon capítol es basa en un tractament estadístic sistemàtic de les dades turístiques del litoral durant els anys 1981, 1991 i 2001. Les fonts han sigut molt diverses i en alguns casos ha estat necessari un ajustament de la informació. Les dades de l'oferta d'allotjament han estat extretes de les guies oficials. Per a l'anàlisi dels components de l'oferta hotelera hem dispostat també de la base de dades sistemàtica, actualitzada al gener del 2005, que *Turespaña* fa servir per editar les guies oficials d'hotels i d'informació complementària facilitada per l'*Instituto de Estudios Turísticos* (ambdues entitats depenen de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio). Hem contrastat aquesta informació amb les dades específiques de Catalunya que proporciona la Direcció General de Turisme. Per a l'estudi dels habitatges turístics, hem seguit les recomanacions de Fraguell (1994) i de l'IET que estimen l'oferta a partir de les segones residències i els habitatges buits dels Cens d'habitatges de 1981, 1991 i 2001. Els recursos metodològics més utilitzats (al marge de l'estadística descriptiva) han estat l'anàlisi de conglomerats jeràrquics per a la definició dels diferents clusters i els indicadors de relació nominal convencional (Φ , V de Cramer...).

Per tant, l'oferta hotelera i de càmpings dels anys 1981, 1991 i 2001 s'ha obtingut a partir de les guies oficials d'hotels i càmpings de l'administració estatal i autonòmica. S'han seleccionat primer els municipis litorals i després, en un llarg procés s'han anat sumant el nombre d'establiments segons categories, el nombre d'habitacions o unitats d'acampada dels 229 municipis que hi ha actualment a la costa

mediterrània espanyola (d'Huelva fins a Girona i les Illes Balears). S'ha prescindit dels municipis que no s'inclouen en cap marca turística, com els del Barcelonès, la ciutat de València, i també la de Castelló de la Plana. A partir de la base de dades de Turespaña amb 5338 establiments de les províncies litorals, s'ha fet un procediment de filtratge fins a aconseguir una base de dades amb 3038 hotels i 51 variables sobre els serveis que ofereix cadascun que ha servit per realitzar l'apartat 2.1.3. sobre els serveis hotelers. Com que hem treballat amb una base municipal s'ha incorporat a cada localitat les entitats municipals que depenen d'ella. Per exemple, la població de Cartagena inclou los Belones, el Cabo de Palos, Isla Plana, la Palma, los Urrutias, la Azohia, la Manga del Mar Menor i el Algar, tots amb equipaments turístics que apareixen separats a les guies oficials. Per calcular el nombre d'habitatges turístics, s'han usat les bases de dades de l'INE i d'IDEGCAT i s'han sumat els habitatges desocupats, els secundaris i els altres, com s'ha fet en altres estudis (Fraguell, 1994). Per obtenir el nombre de places totals hem assignat a cada habitació d'hotel 1'9 places, 3'22 per cada unitat d'acampada i 4'3 per a cada habitatge turístic, seguint les recomanacions de l'IET.

L'estudi de les estratègies turístiques dels municipis litorals es basa, en primer lloc, en les entrevistes realitzades amb els responsables de la gestió turística local dels municipis turístics litorals. Això ha implicat més de 150 entrevistes dilatades en el temps i en l'espai i realitzades essencialment sobre el terreny, és a dir, en les localitats de referència. La Taula 0.1. mostra les persones a les que s'ha entrevistat, amb la seva responsabilitat (regidor, tècnic, alcalde) i la data de l'entrevista. Sobre planejament urbanístic s'ha estudiat les normes locals vigents i els projectes que tenen els municipis pel futur. Alguns, al no estar acabats de

Taula 0.1. Entrevistes a responsables municipals

Municipi	Nom	Responsabilitat	Any entrevista	Partit
Portbou	Marc Salas	Regidor de Turisme	2001	CiU
	Manuel Flores	Alcalde	2005	CiU
Colera	Miquel Carrés	Alcalde	2001	CiU
	Josep Surribas	Regidor d'Urbanisme	2004	PSC
Llançà	Pere Vila	Regidor d'Urbanisme	2001	CiU
	Joan Company	Regidor de Turisme	2004	CiU
	Josep Capellà	Assessor de Turisme	2004	
Port de la Selva (El)	Genís Pinart	Alcalde	2001, 2004	CiU
Cadaqués	Josep M ^a Lladó	Regidor de Turisme	2001	CiU
Roses	Miquel Gotanegra	Regidor de Turisme	2001	CiU
	Cristina Cases	Arquitecte	2005	
Castelló d'Empúries	Joan Serra	Regidor de Turisme	2001	CiU
	Joan Rodà	Regidor d'Urbanisme	2001, 2005	CiU
	Margarita Barneo	Tècnica de Turisme	2005	
Sant Pere Pescador	Florenci Bosch	Alcalde	2001	CiU
Escala (L')	Josep M ^a Guinart	Alcalde	2001	CiU
	Carme Formarjé	Tècnica de Turisme	2001, 2004	
	Jordi Marcés	Tècnic d'Urbanisme	2004	
Torroella de Montgrí	Lluís Coll	Regidor de Turisme	2001	PSC
	Josep Capellà	Tècnic de Turisme	2001	
Pals	Josep Gou	Regidor de Turisme	2001	CiU
	Pere Servià	Regidor d'Urbanisme	2001	CiU
	Josep Comas	Alcalde	2004	PSC
	M ^a Antònia Prats	Tècnica de Turisme	2004	
Begur	Carles Arnau	Alcalde	2001	CiU
	Josep Català	Regidor d'Urbanisme	2001, 2004	CiU
Palafrugell	Frederic Sunyer	Alcalde	2001	CiU
	Juli Fernández	Tinent d'Alcalde	2004	PSC
	Joan Aliu	Regidor de Turisme	2004	Entesa
	Xavier Rangel	Regidor d'Urbanisme	2004	PSC
Mont-ras	Manuel Montalbán	Alcalde	2001, 2004	
Palamós	Ramon Gallart	Tècnic de Turisme	2001	
	Josep Vilanova	Tècnic de Medi Ambient	2001	
	Jaume Viñoles	Tècnic d'Urbanisme	2004	
Calonge	Ramon Bosch	Regidor de Turisme	2001	CiU
	Francesc Fàbregas	Regidor d'Urbanisme	2001	PSC
	Ramon Moncusí	Arquitecte	2001	
Castell-Platja d'Aro	Lluís Moliné	Regidor d'Urbanisme	2001, 2004	CiU
	Emili Riera	Regidor de Turisme	2001	CiU
	Martirià Figueres	Tècnic d'Urbanisme	2005	
Sant Feliu de Guíxols	Joaquim Clarà	Regidor de Turisme	2001, 2004	CiU
	Carles Sanz	Tècnic de Turisme	2001, 2004	
	Olga Dilmé	Tècnica de comerç	2001	
Santa Cristina d'Aro	Manel Cros	Regidor de Turisme	2001	CiU
	Josep Maria Nadal	Tècnic de Turisme	2001	
	Gerard Busot	Tècnic d'Urbanisme	2001	
	Ramon Vancells	Regidor d'Urbanisme	2004	PSC
Tossa de Mar	Assumpta Margenats	Regidora de Turisme	2001	CiU
	Francesc Zucchitello	Regidor d'Urbanisme	2001	CiU
	Valerie Rabineau	Regidora de Turisme	2004	PSC
Lloret de Mar	Josep Capellà	Tècnic de Turisme	2001	
	Miquel Vilagrassa	Regidor d'Urbanisme	2001	PSC
	Ramon Botet	Tècnic de Medi Ambient	2001	
	Anna M ^a Gallart	Regidora de Turisme	2003	CiU

Municipi	Nom	Responsabilitat	Any entrevista	Partit
Blanes	Francesc Pujadó	Regidor de Turisme	2001	CiU
	Antoni Fernández	Regidor d'Urbanisme	2001	CiU
	Pepa Celaya	Regidora de serveis	2004	PSC
	Concepció Baldú	Regidora de Turisme	2003	ERC
	Montse Orench	Aparelladora	2003	
Malgrat de Mar	Joan Castellà	Regidor d'urbanisme	2001	PSC
Santa Susanna	Mercè López Isabel Carrillo	Tècnica de Turisme Arquitecte	2001, 2004 2004	
Pineda de Mar	Norbert Peláez	Regidor d'Urbanisme	2002	PP
	Josep Lluís Fillat	Regidor d'Urbanisme	2004	PSC
Calella	Josep Basart	Alcalde	2001	ERC
	Josep M ^a Juhé	Regidor Medi Ambient	2001	ERC
	Xavier Gasset	Regidor d'Urbanisme	2004	PSC
Sant Pol de Mar	Manuel Montbiela	Alcalde	2004	CiU
	Nuri Fugasot	Tècnica de Turisme	2004	
Canet de Mar	Eduard Jové	Regidor de Turisme	2003	PSC
	Cristina Noé	Tècnica de Turisme	2004	
	Pilar Torrents	Tècnica d'Urbanisme	2005	
Arenys de Mar	Joaquim Ponsarnau	Alcalde	2002	PSC
	Genís Carbó	Arquitecte	2005	
Caldes d'Estrac	Joan Rangel	Alcalde	2002	PSC
	Carles Coromines	Tècnic de Turisme	2004	
Sant Vicenç de Montalt	Enric Vivó	Regidor d'Urbanisme	2002	CiU
	Miquel Pigem	Regidor d'Urbanisme	2005	ANEM
Sant Andreu de Llavaneres	Lluís Nogueras	Regidor d'Urbanisme	2002	CiU
	Hugo Roldán	Arquitecte	2005	
Mataró	Àngel Remacha	Tècnic Promoció ciutat	2001	
Vilassar de Mar	Pere Almera	Alcalde	2002	PSC
	Iolanda Gonzalvo	Aparelladora	2005	
Premià de Mar	Regina Ferrando	Cap gabinet alcaldia	2001	
	Jesús Cruz	Tècnic de Comunicació	2001	
Prat de Llobregat (El)	Elvira Acebes	Tècnica de Turisme	2004	
Viladecans	Patricia Muñoz	Tècnica de Turisme	2004	
Gavà	Virginia Vargas	Tècnica de Turisme	2004	
Castelldefels	Àfrica Lorente	Regidora de Turisme	2002	PSC
	Ruth Mañas	Tècnica de Turisme	2002	
	Montse Coronas	Tècnica d'Urbanisme	2002	
	Meritxell Cervete	Tècnica de turisme	2002	
Sitges	Pere Vidal	Arquitecta	2002	
	Josep Rosés	Tècnic de Turisme	2003	
	Frederic Prieto	Tècnic de Turisme	2004	
	Xavier Gordillo	Arquitecte	2004	
Sant Pere de Ribes	Santi Blanco	Arquitecte	2004	
Vilanova i la Geltrú	Montse Pàrraga	Arquitecte	2002	
	Xavier Oller	Arquitecte	2004	
Cubelles	Antonio Pelegrina Guillem Mollà	Regidor de Turisme Aparellador	2002 2004	Entesa C
Cunit	José Habas Guifé Colet	Regidor de turisme Aparellador	2002	PSC
Calafell	Jordi Alcaraz	Regidor de Turisme	2002	PP
	Imma Ortiz	Tècnica de Turisme	2002	
	Santi Gibert	Tècnic de Comerç	2002	
	Josep Gàzquez	Aparellador Municipal	2004	
Vendrell (El)	Jaume Roca	Arquitecte Municipal	2004	
	Lluís Martín	Regidor de Turisme	2004	PSC

Municipi	Nom	Responsabilitat	Any entrevista	Partit
Roda de Barà	Pere Virgili Ricard Canela	Regidor d'Urbanisme Arquitecte Municipal	2004 2004	CiU
Creixell	Joan Manuel Muñesa	Arquitecte Municipal	2004	
Torredembarra	Antoni Ripoll Maurici Ruiz	Arquitecte Municipal Regidor de Turisme	2004 2004	PSC
Altafulla	Josep Muntades Josep M ^a Roca	Regidor d'Urbanisme Arquitecte Municipal	2004 2004	PSC
Vila-seca	Rafel Beltran	Arquitecte Municipal	2002, 2004	
Salou	Benet Preses Lluís Serra	Regidor de turisme Arquitecte	2002 2004	FUPS
Cambrils	Joan Serra Joan Recasens Ricard Mestre	Alcalde Regidor d'Urbanisme Aparellador	2002 2004 2004	CiU PSC
Mont-roig del Camp	Jaume Ruiz Núria Florencia	Regidor de Turisme Tècnica de Turisme	2003 2002	PP
Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	Francesc Bueno	Tècnic de Turisme	2002, 2004	
Ametlla de Mar (L')	Damià Llaó Lluís Fernández	Tècnic de Turisme Arquitecte Municipal	2003 2004	
Perelló (El)	Salvador Pallarés	Regidor d'urbanisme	2002	CiU
Ampolla (L')	Francesc Arasa	Regidor de Turisme i Urbanisme	2003, 2004	CiU
Deltebre	Carme Franch Eduard Martínez Gemma Bo	Regidora de Turisme Arquitecte Municipal Tècnica de Turisme	2003 2004 2003, 2004	PSC
Sant Jaume d'Enveja	Manuel Porres Josep Sancho	Alcalde Aparellador	2002 2004	PSC
Amposta	Teresa Reche Jaume Castellví	Tècnica de Turisme Arquitecte Municipal	2002, 2004 2004	
Sant Carles de la Ràpita	Lluís Salvadó Fernando Torta	Regidor de Turisme Aparellador	2002 2004	ERC
Alcanar	Batiste Beltrán Josep Beltrán Enric Sancho Dario Soler	Alcalde Regidor d'Urbanisme Regidor d'Urbanisme Aparellador	2002 2002 2004 2004	CiU CiU PSC
Consell Comarcal del Baix Empordà	Iolanda España	Coordinadora del Pla de Dinamització Turística	2001	
Consell Comarcal del Maresme	Esther Gil Mateu	Tècnica de Turisme	2001	
Unió d'Associacions d'Hostaleria de la Costa Brava Centre	Violant Blanco	Coordinadora del Pla de Qualitat Turística	2001	
Associació Pineda Turística	Joaquim Flaquer	President	2002	
CILMA	Judith Vidal	Tècnica de Medi Ambient	2001	
Diputació de Girona	Salvador Oliva	Tècnic de Medi Ambient	2001	
Diputació de Barcelona	Xavier Font	Cap de l'àrea tècnica de Turisme	2001	
Diputació de Tarragona	Gabriel Sanz	Cap de l'àrea de Medi Ambient	2005	

redactar o aprovats no s'han pogut citar, però les intencions que desprenen sí que es mostren en el text. De plans supramunicipals, es parla del Pla Territorial de les Terres de l'Ebre, del PEIN i del metropolità, ja en funcionament. Tot i que no ha sigut possible concretar les actuacions definitives, també es fa esment al Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner (PDUSC) aprovat just després de redactar l'estudi i del Pla Territorial de l'Empordà, presentat inicialment, però no aprovat al moment de tancar la Tesi. Altres plans, com els estratègics turístics, els de dinamització comercial o els d'excel·lència turística també es tenen en compte si per la seva importància influeixen en les decisions dels responsables municipals.

S'han analitzat curosament els plans d'urbanisme perquè són el reflex, com diu Vicente (1998), de les relacions socials i dels conflictes entre els diferents interessos de la societat. En ells, i en la gestió urbanística que els interpreta i els posa en pràctica, es pot *llegir* quin tipus de ciutat i de territori es va definint a cada lloc, i per extensió, quin model turístic s'acabarà dibuixant. Aquestes eines d'ordenació urbanística tenen un gran interès més enllà, fins i tot, de les normes que promulguen i dels espais que delimiten els plànols. Per això, a més de tenir en compte els textos que han aprovat els ajuntaments o els que encara són només un document de discussió i proposta, hem parlat amb els responsables de gestionar-los per intentar conèixer quina idea de ciutat guia la seva aplicació.

0.4. Estructura i contingut

La Tesi està estructurada en tres capítols, al marge de la preceptiva introducció i les conclusions. El primer capítol dibuixa el marc teòric de la Tesi a partir de dos elements: les interpretacions sobre la crisi de les destinacions madures i les respostes dels municipis al context de crisi. El segon capítol és un estudi sobre les estructures territorials del turisme, a partir de les dades de l'oferta turística i la seva lectura territorial. Finalment, el tercer capítol mostra les estratègies que han seguit els municipis del litoral català per a fer front a la percepció de crisi, des del residencialisme i l'aposta pel no turisme a la qualitat.

El **marc teòric** està estructurat en dues parts. El primer epígraf sistematitza les principals interpretacions sobre l'esgotament de les destinacions madures. Aquesta part es planteja com un viatge virtual per les principals lectures sobre la "crisi del model": les teories evolucionistes, la teoria del col·lapse, el canvi d'escala, el salt tecnològic i el postfordisme (o neofordisme). De forma complementària, la segona part del marc teòric presenta les principals respostes dels municipis turístics al (nou) context i les seves arrels conceptuals: el residencialisme, la sostenibilitat, la hiperrealitat, el turisme efímer i la qualitat.

L'estudi sobre **l'oferta turística** del litoral canvia d'escala i analitza el comportament de l'oferta en el conjunt dels municipis del litoral mediterrani. Així, el primer epígraf és una descripció sistemàtica de la distribució territorial de l'oferta turística en el litoral mediterrani espanyol d'acord amb les dades bàsiques en el període 1981 – 2001. En aquest epígraf, s'ha realitzat una classificació dels clusters hotelers per a analitzar la seva distribució territorial. El segon epígraf estudia el

comportament de l'oferta en els tres períodes 1981, 1991 i 2001, per tal de determinar quins clusters territorials podem determinar: ociurbs, exòpolis, nuclis turístics, ciutats mixtes i espais perifèrics, amb una implantació territorial molt desigual. El tercer epígraf realitza un zoom específic sobre el cas català per tal de determinar les singularitats del litoral entre el Cap de Creus i el Delta de l'Ebre.

Finalment, el capítol tercer sobre **les estratègies turístiques** està organitzat a partir de les diferents respostes identificades. El capítol s'obre amb una anàlisi sistemàtica de la filosofia dels plans generals i la política territorial implícita en cada proposta normativa (contenció, expansió, reducció...). A partir d'aquest preàmbul, hem estructurat el capítol en les diferents estratègies litorals existents i les formes que prenen cadascuna d'elles.

0.5. Agraïments

Aquest estudi no hauria estat possible sense l'interès, la paciència i la col·laboració de les persones que, des de les administracions locals es dediquen a millorar el turisme i el territori del litoral català. Vull agrair, especialment l'atenció que m'han dedicat les 150 persones que m'han explicat, fins al mínim detall, qüestions sobre estratègia turística, territorial o empresarial que els he demanat. De la mateixa manera, també vull agrair la col·laboració a les moltes persones que n'han atès, a la biblioteca del Departament de Comerç, Consum i Turisme a Barcelona, a la biblioteca de l'Escola Universitària de Turisme de la UdG a Sant Feliu de Guíxols (ara al Barri Vell, a Girona), a l'*Instituto de Estudios Turísticos* i a *Turespaña*, de la Secretaría de Estado de Comercio y

Turismo a Madrid i a tots els responsables municipals que m'han proporcionat les dades actualitzades.

A Sònia Guerrero li haig de reconèixer l'ajuda i l'esforç per obtenir i confirmar les dades turístiques, tan esquives i, en alguns casos, difícils d'interpretar; al germà geògraf Jordi Calabuig i Serra per descobrir els follets de l'impremta i discutir-me interpretacions; i a José Antonio Donaire per dos motius: per engrescar-me encara més en l'estudi del turisme i per trobar temps a la seva apretada agenda per dirigir aquesta Tesi amb tant o més interès que jo en fer-la.

Però per sobre de tot, agraeixo a l'Esther per haver-me seguit milers de quilòmetres per la costa catalana, feta i refeta varies vegades, primer sols, després amb un fill i al final amb dos. També per la paciència a casa i a les vacances, quan em separava del teclat només per posar els jocs de *Les tres bessones* atenent a les exigències de l'Adel.

1. Marc teòric

Canvia el turisme? El debat planeja en tota la literatura científica sobre les destinacions del litoral, amb diagnòstics obertament contradictoris. Des de la defensa d'un canvi estructural del model que proposa vehementment Urry (1990) a la identificació de petites adaptacions que no alteren la lògica del vell model segons Iannides i Debagge (1998). Segurament un dels escenaris on aquesta controvèrsia és més evident és el litoral mediterrani espanyol, un espai que no ha deixat de créixer al mateix temps que s'accepta la crisi del model. Els estudis sobre l'evolució del turisme es mouen, per tant, entre la continuïtat i la ruptura, entre la

crisi i l'adaptació, entre el decreixement i l'increment amb taxes de dos dígit, entre el *rien va plus* i el *laissez faire*. Una lectura superficial a les referències de la dècada dels 90 constata aquesta polifonia: Vera (1994), Vera i Monfort (1994), Vera (1997), Donaire (1998), Marchena (1998), Oliveras (1999 i 2004), García Manrique (2000), Anton (2002), Donaire i Mundet (2002)...

Canvia el turisme? En aquesta Tesi no respondrem aquesta pregunta. Partirem de la hipòtesi que la percepció de la crisi, la sensació de canvi, és un agent capital en les estratègies de reconversió del model, fins i tot si aquest no necessita efectivament d'una reconversió. Ens movem, per tant, en el terreny dels discursos, de la relació entre la teoria social i els efectes territorials. Per això, el primer epígraf del marc teòric identifica les principals interpretacions sobre el canvi del model. Veurem que no hi ha un canvi, sinó cinc possibles: l'evolució determinista, el col·lapse del model, el canvi d'escala, la transformació tecnològica i el canvi social derivat de la transició d'un model fordista a un model post-fordista.

En segon lloc, estudiarem les respostes de les localitats a les tensions globals. Com defensarem més endavant, els canvis del model operen en l'escala local i es basen en les condicions específiques del context. Diversos escenaris donen lloc a diverses estratègies, que poden variar entre l'adaptació, la resistència o la convivència. Estudiarem que en el complex catàleg d'estratègies turístiques podem identificar cinc models bàsics: l'aposta per la qualitat, el residencialisme, la sostenibilitat, la hiperrealitat i el turisme efímer.

1.1. La naturalesa dels canvis en el turisme

Georges Steiner considera que totes les societats creuen viure en un moment únic en la història de la humanitat, un sentiment de ruptura amb el passat. Segurament, cap altra societat ha viscut aquesta síndrome com la cultura occidental de finals del segle XX. Potser tampoc cap altra ha conegut una major producció de neologismes que intenten nominar aquesta "nova societat": de la societat de la informació de Castells al postmodernisme de Derrida o de Harvey, del xoc de les civilitzacions de Huntington a la sostenibilitat de l'Informe Brundtland i la Cimera de Rio, de la fi de la història de Fukuyama al no logo de Naomi Klein, del

capitalisme tardà de Jameson a la globalització hem assistit com mai en la història del pensament a una convicció col·lectiva del principi d'Steiner.

El turisme no està exempt d'aquesta sensació del "moment històric". Novament el catàleg de termes que identifiquen el nou ordre turístic és infinit: post-turisme, neo-turisme, turisme postmodernista, turisme verd, turisme postfordista, turisme de tercera generació, turisme responsable, turisme intel·ligent, turisme neo-fordista... Aquest epígraf intenta fer una lectura de les principals obres sobre la innovació en el turisme i la naturalesa del canvi. De fet, tot i que sembla existir un cert consens sobre els símptomes de la crisi del model tradicional, no hi ha unanimitat a l'hora de determinar les causes d'aquesta crisi i sobretot el model (o els models) resultant. En aquesta complexa cartografia (com una mena de cub de Rubik), podem identificar cinc models teòrics: (a) les teories evolucionistes, (b) la teoria del col·lapse, (c) el canvi d'escala, (d) el salt tecnològic i (e) els nous hàbits de la demanda.

1.1.1. Les teories evolucionistes

La major part de les teories que expliquen les limitacions del turisme tradicional es basen, de forma més o menys explícita, en una teoria evolucionista. Tot i que la referència més comuna és el cicle de vida del producte de Butler (1980), la tradició d'aquestes interpretacions és molt vasta com ho demostren el model Irridex de Doxey (1975), el model espacial de Miossec (1976), el model de Gormsen (1981) o la teoria de l'autodestrucció del turisme de Holder (1987).

De fet, el primer referent de les teories evolucionistes és W. Christaller (1964), el teòric dels llocs centrals. En un escrit publicat en *Regional Science Association Papers* dibuixa un creixement turístic "tipus":

"Els pintors cerquen espais inexplorats i inusuals per pintar. De mica en mica, el lloc es transforma en una mena de colònia d'artistes. Aviat un grup de poetes segueix els pintors: després, gent del cinema, gourmets i joves daurats. El lloc esdevé un espai de moda i els empresaris en prenen nota. El poble de pescadors i les cabanes són convertides en pensions i els hotels entren en escena. Mentrestant, els pintors han marxat a la recerca d'una altra perifèria... Només es queden els pintors amb una inclinació comercial i capitalitzen el bon nom d'aquest racó forjador de pintors i dels gustos dels turistes. De mica en mica, els habitants de la ciutat trien aquest lloc, ara en boga i publicitat en els diaris... Finalment, arriben les agències de viatges amb els seus paquets; ara una part del públic evita aquests llocs. En altres espais, el mateix cicle esdevé de nou" (Christaller: 1964; 103)

Tot i que aquest text és molt precoç ja conté tots els elements que caracteritzen els models evolucionistes d'inspiració rostowiana: (a) hi ha una elit que escull el lloc i el popularitza; (b) a partir d'aquesta perspectiva inicial, diversos grups socials se senten atrets per aquest espai; (c) arriba un moment en el que la destinació es popularitza i es comercialitza en paquets turístics i (d) paradoxalment, aquest és l'inici de

la decadència del lloc, ja que les elits cerquen nous paradisos, que seran els espais de consum massiu del demà. De fet, hi ha una connexió molt estreta entre la interpretació de Christaller i el model evolutiu de Chadeaud (1987).

Un altre precedent molt notable dels models evolutius és la proposta de Miossec (1976). El geògraf francès dibuixa quatre fases d'evolució més una fase prèvia i analitza el comportament d'una destinació tipus a partir de quatre criteris: la geografia de la destinació, els models de transport, la conducta del turista i les actituds de la població receptora. Inicialment, la destinació és un espai llunyà, fora dels circuits, desconegut i amb una certa indiferència per part de la població local. A partir d'un centre pioner, l'espai s'obre i crea una percepció global de la destinació i actitud d'observació. En el darrer estadi, la destinació crea un model d'especialització per jerarquies i de saturació, amb un alt nivell de connectivitat física, una desintegració de l'espai percebut i una humanització completa que genera la pèrdua de determinats tipus de turistes, formes de substitució i símptomes de crisi. Tot i que el model de Miossec té l'encert de vincular quatre categories molt complexes (percepció local, imatge, models de transport i estructura territorial) està molt condicionat per la perspectiva evolucionista d'altres referents. En aquest mateix sentit, Doxey (1975) creà el model IRRIDEX, segons el qual la relació entre els amfitrions i els hostes passa per una sèrie de fases: eufòria, apatia, irritació i antagonisme. Novament, aquestes fases tenen un alt sentit determinista, ja que totes les destinacions "han de" seguir les pautes del model.

El model de Gormsen (1981) és el que té una major vinculació amb les teories de Rostow. En essència, el model distingeix quatre àrees

geogràfiques que es corresponen amb quatre estadis de desenvolupament turístic: les aigües fredes del Nord d'Europa, el litoral francès, el litoral de l'Europa Meridional i les noves destinacions litorals. Les variables que juguen en cada nivell són el tipus d'allotjament, l'origen dels capitals i la participació de les diferents classes socials. El que planteja el model és que les noves destinacions es comporten de la mateixa manera que les velles platges en els seus orígens. D'aquesta manera, es dibuixen una vegada més una sèrie de fases per les quals han de passar les diferents destinacions. Com la resta de models, la proposta planteja un horitzó de crisi o estancament, una mena de destí tràgic, que planeja en tots els llocs turístics.

De fet, la major part dels models estan inspirats en els plantejaments neo-marxistes dels anys 70 (penso, per exemple, en V.L. Smith o Turner i Ash), en el sentit que "tot projecte turístic porta implícit la llavor de la seva pròpia destrucció". Un exemple molt explícit és la teoria de l'autodestrucció del turisme de Holder (1987), que considera que les destinacions passen per quatre fases. Inicialment, una destinació remota és el refugi de les classes més adinerades, que viuen aïllades de la població local; la promoció atreu turistes amb mitjans més modestos que imiten les estructures precedents, però amb una major pressió sobre el medi; en una tercera fase, la destinació forma part dels catàlegs del turisme de masses, amb un decreixement del poder econòmic i un increment dels impactes socials i ambientals; finalment, els conflictes degeneren en un col·lapse que acaba amb la crisi del model turístic, la recerca de nous paradisos i l'abandonament d'un espai que no sap recuperar les estructures econòmiques i socials preexistents.

Tanmateix, la teoria amb una major difusió ha estat la proposta del cicle de vida del producte de Butler (1980). Aquest breu article ha estat una de les referències més universals dels estudis de turisme, amb unes 11.000 entrades a <http://scholar.google.com>. El model està inspirat en els cicles de vida dels productes i dibuixa una sèrie de fases per les quals ha de passar qualsevol destinació. Existeix una primera fase d'exploració, que és portada a terme per un grup social molt reduït i que crea la imatge universal del lloc. En segon lloc, s'activa un procés d'implantació, encara molt feble en el que les infraestructures són molt limitades. A partir d'aquest moment, el cicle descriu una fase de desenvolupament, amb fortes taxes de creixement en períodes de temps relativament curts (i que podria explicar les dificultats d'adaptació de les destinacions). A la consolidació, l'oferta comença a ser superior a la demanda i s'arriba finalment a una fase d'estancament i maduresa. Mentre que la primera part del model és determinista (totes les destinacions han de passar per aquestes fases), la segona part és més possibilista i obre un ventall de possibilitats d'acord amb la capacitat de reacció de les destinacions: rejuveniment, estancament, creixement moderat, declivi...

El model ha inspirat moltes aplicacions locals i regionals que intenten explicar l'evolució de la destinació a partir d'aquests principis. El model s'aplica a àrees, àmbits i tipologies molt contrastades, com les segones residències en l'anàlisi d'Strapp (1988), l'estudi de L. France (1991) sobre l'evolució del turisme a Barbados, la relació entre hostes i amfitrions a Santa Fe de Messerli (1993), l'estudi sobre la revitalització d'Itàlia de Formica i Uysal (1996), les estratègies de tres localitats litorals catalanes en la fase de post-estancament de Priestley i Mundet (1998); les previsions de creixement del museu Guggenheim de Bilbao

de Plaza (2000) o l'evolució de la regió australiana de Cairns durant un segle i mig segons Berry (2001).

El model també ha estat molt utilitzat en l'estudi del litoral mediterrani espanyol. Així, Mundet (1998) es basa en el model de Butler per analitzar l'evolució de les estratègies turístiques de l'Estartit, a la Costa Brava. Garrigós i Narangajavana (2002) se centren en el model per explicar les variacions de la demanda hotelera espanyola en la darrera dècada del segle XX. Ponce (2004), per la seva banda, utilitza el model per analitzar l'evolució de la percepció del turisme al Mar Menor. Però més enllà de l'aplicació directa del model, la majoria dels autors espanyols que han estudiat l'evolució del model turístic litoral assumeixen que a partir dels anys 80 o 90, les destinacions poden ser considerades "madures" en el mateix sentit que li dóna Butler. De fet, el geògraf canadenc utilitza l'exemple de la Costa Brava per il·lustrar el concepte de destinació madura. Podríem afirmar, per tant, que una part del diagnòstic sobre el turisme litoral mediterrani està impregnat pel discurs de les teories evolucionistes: després de cremar les diferents etapes del cicle, les destinacions han de fer front a les conseqüències del seu estadi de maduresa.

Convé recordar, però, que el model de Butler (i, per extensió, la interpretació evolucionista) no ha estat exempt de crítiques. Destaquem les observacions més rellevants:

- Com tots els models evolucionistes, es basen en la idea d'un sol model de creixement que ha de ser aplicat de forma universal. És possible que els espais perifèrics no respectin les regles del joc dels

espais centrals, entre altres motius perquè disposen del *know how* de l'evolució de les destinacions clàssiques.

- No es planteja la relació entre les destinacions, de manera que les estratègies en un espai poden alterar l'evolució d'un espai competidor.
- El model és ambigu pel que fa a la unitat d'anàlisi. Què és el que creix o decreix en la corba de Butler? Turistes? pernoctacions? ingressos? oferta?... També és ambigu pel que fa a les unitats temporals.
- La corba de Butler topa amb moltes evidències empíriques. De fet, la major part de les destinacions no assoleixen el llindar del desenvolupament i viuen durant dècades en l'estadi de l'exploració; d'altres es resisteixen a entrar en una fase d'estancament i es mantenen durant molt de temps amb cotes de creixement elevades, com en el cas de Las Vegas.
- El model serveix per explicar una realitat a posteriori, una mena de descripció de l'evolució passada, però això no garanteix la seva viabilitat futura. De fet, les noves destinacions litorals mostren uns creixements compulsius que no es corresponen amb el model de referència. Per tant, molts autors han qüestionat la seva utilitat, més enllà de la descriptiva.
- Tot i que s'anomena cicle, el model no es planteja els processos més enllà de la fase de post-estancament, és a dir, els cicles (alts i baixos) de les destinacions a mig i llarg termini.

1.1.2. La teoria del col·lapse

La teoria del col·lapse complementa en certa manera l'anterior, però el seu contingut no és determinista. En essència, es defensa el principi que la crisi del model tradicional estaria motivada per la saturació del sistema. L'increment exponencial de places turístiques, l'ocupació indiscriminada del territori i la creació de ciutats d'oci d'alta densitat (una versió turística de Manhattan) han creat un veritable col·lapse territorial que genera un efecte rebuig entre els visitants. Aquesta geografia provoca una mena de claustrofòbia, una sensació a cavall entre l'ofec i el *déjà vu*, que afecta negativament la percepció dels turistes. És en aquest context que hem d'entendre l'aparició de destinacions alternatives (l'adjectiu no és casual). Aquests espais es presenten com l'*alternativa* al turisme convencional i posen més l'accent en allò que no són (destinacions tradicionals) que no pas en allò que realment són.

La teoria del col·lapse està molt relacionada amb el concepte d'autodestrucció del turisme, que té les seves arrels en les interpretacions neo-marxistes dels anys 70. Com estudia Osorio (2005), existeix una llarga tradició d'estudis sobre el turisme que s'inscriuen en el materialisme històric. Les tres sentències recurrents en les anàlisis d'aquestes interpretacions (de Veblen a Turner i Ash, de Toti a Racionero) són (a) el turisme és una forma d'alienació dels individus, de manera que el turisme crea il·lusions però no és capaç de satisfer les necessitats profundes dels visitants; (b) el turisme és una forma d'imperialisme que desestructura les societats tradicionals locals i crea un model econòmic exogen, en el que els capitals exteriors assumeixen el control de la destinació; i (c) el turisme genera una dinàmica de creixement compulsiu que afecta la

"matèria primera" de l'experiència turística, el paisatge i l'autenticitat de les relacions socials, i acaba per degradar-lo irreversiblement.

Una segona arrel conceptual de la teoria és el concepte de capacitat de càrrega (o, com proposa Troitiño, capacitat d'acollida). És sabut que les interpretacions turístiques sobre el concepte ecològic de capacitat de càrrega distingeixen entre tres models diferents (Cifuentes, 1999): la capacitat d'acollida física (el llindar màxim de visites a un espai), la capacitat d'acollida real (que adapta la CAF a partir de factors de correcció) i la capacitat d'acollida de gestió (que determina el número màxim de visitants que pot suportar una destinació per a què sigui eficient des d'un punt de visita de gestió). Alguns autors hi incorporen a més la capacitat d'acollida percebuda, és a dir, el llindar màxim de visitants que si és superat afecta negativament la percepció de la destinació bé directament (com en els espais naturals protegits sobrefreqüentats) o bé indirectament (per les necessitats d'infraestructures que s'han de crear per a fer front a les demandes dels visitants). La generalització del concepte de capacitat de càrrega ha creat la imatge d'una mena de llindar de tolerància que si és superat afecta de forma molt negativa la percepció del visitant i, per tant, la viabilitat del sistema en el seu conjunt.

Per això, les destinacions madures del litoral són aquelles en les que el grau de degradació del paisatge ha superat una frontera psicològica i la percepció dels visitants comença a ser molt negativa. La degradació de la imatge del lloc genera un efecte de competència en preus i una creixent pèrdua de competitivitat de les destinacions madures davant de les noves instal·lacions en espais relativament verges. En certa manera, el sistema s'ha col·lapsat i necessita un procés de reconversió. És molt

eloqüent, en aquest sentit, el programa europeu que van desenvolupar entre altres localitats l'Estartit, Sant Feliu de Guíxols i Lloret de Mar, en una proposta de rehabilitació de les destinacions madures subvencionada per la Direcció General XVI de la Comissió Europea: el projecte RESTORE (1995-1996), que proposa literalment la restauració (reconversió) dels models territorials madurs.

Tanmateix, podem destacar algunes objeccions empíriques a la teoria del col·lapse:

- En primer lloc, la vitalitat de les destinacions madures en la dècada dels 90. Oliver (2004) defensa precisament que malgrat els auguris de finals dels 80, la darrera dècada turística de la Costa Brava ha estat una dècada daurada, amb un fort increment del número de visitants, especialment estrangers. Oliver considera, però, que aquesta situació es deu a la suma de dos factors excepcionals: els efectes econòmics de la unió monetària (reducció del tipus d'interès, moderació de preus i salaris, activació econòmica...) i la inestabilitat en les destinacions competidores.
- En segon lloc, la perspectiva geogràfica. Si analitzem l'evolució de l'ocupació dels usos del sòl a la Costa Brava (Martí, 2005) o a les Illes Balears (Blázquez, 1996) podem constatar que els anys 70 la destrucció de la façana litoral era ja molt evident. No podem oblidar que el Pla d'Ordenació Urbana que dissenya el Benidorm actual està datat el 1955. Si la destrucció del paisatge és el principal agent del canvi, ¿per què no constatem cap símptoma durant els 70 quan la capacitat de càrrega havia estat àmpliament superada?

1.1.3. La lectura geogràfica. El canvi d'escala

Una tercera interpretació se sustenta en una evidència geogràfica: el canvi d'escala en les dinàmiques turístiques. Si durant el període tradicional, el turisme era en essència una activitat regional (localitzada en unes poques destinacions), en l'actualitat el turisme és un fenomen global. Neixen noves destinacions de sol i platja que sovint reproduïxen les pautes del turisme tradicional (hom parla de "nous mediterranis"), però que alteren la lògica clàssica. Canvia l'escala de les destinacions tradicionals, bé per l'ampliació de la urbanització a la segona i tercera corona o per la integració del rerepaís a l'oferta convencional. I sobretot apareixen nous espais turístics que creen una demanda pròpia: zones rurals, instal·lacions industrials en desús, ciutats monumentals...

Probablement aquest ha estat el canvi més visible. No es tracta de l'ampliació de les destinacions tradicionals al rerepaís o la substitució de les velles platges pels nous *resorts* (d'acord amb la lògica de la deslocalització de les indústries tèxtils), sinó la proliferació de nous escenaris, alguns d'ells insòlits. Cap espai és immune a la insaciable capacitat colonitzadora de la mirada turística: els barris marginals d'una ciutat sud-americana, la reconstrucció a escala d'una ciutat medieval, els paisatges feréstecs de l'estepa asiàtica o el desert de Namib, els espais que descriu una novel·la (com les rutes de *Soldados de Salamina*) o una pel·lícula (amb la versió recent del *making off*, és a dir, no l'espai que evoca el film sinó el paisatge on efectivament es va rodar la pel·lícula).

Les transformacions espacials han alterat la dinàmica clàssica de competència entre unes poques costes més o menys properes i han obert

un nou escenari basat en la progressiva incorporació de llocs als densos catàlegs de destinacions i paradisos. Aquests processos complexos són, en realitat, un punt de trobada entre tres interpretacions diferents que tenen evidents nexes d'unió entre sí: la teoria del creixement expansiu, la paradoxa espacial de Harvey i els models sobre competència de l'escola de Porter.

La teoria del creixement expansiu considera que en moltes destinacions els costos de reconversió són superiors als costos de nova creació. Les dificultats físiques, jurídiques i socials de la transformació d'un espai per l'aparició de noves regles es poden compensar amb la creació d'un centre *ex novo*, un espai on la planificació inicial permeti evitar les estrangulacions dels vells espais. En moltes destinacions litorals, aquest procés es produeix en les àrees més properes a les velles platges, de manera que es creen unitats territorials de dues velocitats. Un precedent clàssic és la segona generació de casinos de Las Vegas, en un nou corredor allunyat del centre clàssic, que ha limitat les possibilitats de reconversió dels vells casinos a l'entorn de Fremont St. Aquest és el cas, també, de les estacions integrades del nord d'Àfrica al Marroc o Tunísia, on les noves operacions són contigües a les destinacions tradicionals com Hammamet Sud, Port el Kantaoui o Montazah Tabarka (Donaire, 1996). A la costa catalana, Santa Susanna ha creat una nova operació de creixement hotelier de nova generació que se sustenta en el capital i el *know how* de dues localitats properes: Lloret i Calella.

Però segurament un dels exemples més acabats d'aquesta dinàmica és el creixement turístic d'Acapulco (FONATUR, 2003). Els orígens de la ciutat turística són el Pie de la Cuesta i la Barra de Coyuca; a l'entorn d'aquest nucli inicial, on encara es preserven les mansions de Weissmuller o Diego

Ribera, la ciutat turística es desenvolupa a la badia entorn de l'espai conegut com Acapulco tradicional, avui en un estat de degradació molt evident. Quan es constatà les dificultats de renovació de l'espai tradicional, es va projectar un segon eixample en els límits de l'amfiteatre: Acapulco Dorado, amb una major densitat i la creació d'ofertes complementàries. Els nous plans preveuen la "colmatació" turística de l'amfiteatre i, per tant, la creació d'una nova unitat contigua, Acapulco Diamante, situada al sud davant de la Laguna de los Tres Palos. D'aquesta manera, el creixement de la ciutat turística s'ha basat en la creació de nous espais que accentuen la degradació de les velles estructures.

La novetat ara és que aquests processos tenen lloc amb una nova escala internacional, que permet la creació de nous complexos en un altre espai regional (com l'operació de Playa de las Américas a Tenerife), nacional (com la colonització turística de noves illes de l'Egeu) o internacional (com els complexos del Carib, el sud-est asiàtic i les noves perifèries, de la Polinèsia a Madagascar).

La segona aportació teòrica que explica el canvi d'escala és la paradoxa espacial de Harvey (1989). El geògraf nord-americà defensa que una de les transformacions més rellevants de la societat post-industrial és la compressió espacio – temporal. En un context en el que el factor distància i la fricció perden sentit, tots els models espacials clàssics (de Von Thunen a Christaller, de Hagerstrand a Lösch) es dilueixen perquè es basen en premisses espacials que han estat redefinides. És aquesta la mort de la geografia? Harvey defensa que la societat sense distàncies és, precisament, un terreny de joc molt propici per a unes noves lleis geogràfiques. Si la localització és ara molt més flexible, els factors

locals esdevenen un element capital per a l'atracció o repulsió de les dinàmiques territorials (moviments de capitals, inversions, equipaments o turistes). És aquest escenari el que facilita l'ampliació de les fronteres de les destinacions litorals, i l'aparició de nous competidors que intenten optimitzar els seus factors d'atracció principals (disposició de sòl, mà d'obra barata, una legislació permissiva, política d'ajuts públics, un paisatge verge...). El contrapès de les noves destinacions són els factors de competitivitat de les destinacions clàssiques: el *know how*, les xarxes de relació, les estructures de suport, la imatge consolidada, la seguretat...

Finalment, el canvi d'escala també se sustenta en els criteris que defineixen l'avantatge competitiu d'una destinació o d'una empresa turística. Monfort (1999) considera que els criteris convencionals d'avantatge producte i avantatge sector s'han de complementar amb els efectes de l'avantatge país i l'avantatge territori. Aquells models turístics que se sustenten estrictament en els factors naturals de la destinació (la platja, el mar, el paisatge) tenen el risc de ser fàcilment exportables a altres espais en els que es donin les mateixes condicions naturals:

"Establir estratègies de creixement sustentades en factors de dotació natural condemna a la desaparició d'aquests avantatges comparatius quan altres espais iniciïn el seu desenvolupament basant-se en una articulació idèntica dels elements proporcionats per la simple ubicació física de la seva proposta turística.

Les rentes de localització que pot obtenir una destinació turística són apropiables per

destinacions competidores, que gaudeixin de condicions similars, tal i com succeeix en l'actualitat amb el Carib davant d'alguns resorts de les costes mediterrànies, especialment després de l'aproximació via preu que ha experimentat aquell, després de la liberalització del transport aeri i la inherent rebaixa de les tarifes dels vols transatlàntics" (Monfort, 1999, 90).

En definitiva, totes aquestes teories posen llum sobre l'aparició de nous espais de competència per explicar els graus d'obsolescència de les destinacions tradicionals. El nou escenari és que les velles destinacions no competeixen entre sí, sinó també amb noves destinacions que poden oferir nous factors de localització. El problema no és tant el desajustament entre oferta i demanda (entre expectatives dels consumidors i condicions reals de la destinació) sinó entre les possibilitats d'uns espais i uns altres. En la mesura que un factor de competitivitat estratègic són les variables territorials bàsiques, els espais que disposen dels atributs necessaris per a la pràctica del turisme de sol i platja entren sobtadament en el joc de la competència. A més, l'aparició de noves formes de turisme crea un segon nivell de competència amb altres destinacions que no pertanyen a la mateixa tipologia turística, però que opten a captar els mateixos clients, del turisme urbà, al turisme rural o el turisme esportiu.

1.1.4. El salt tecnològic

La quarta interpretació (d'arrel *schumpeteriana*) posa l'accent en els canvis tecnològics com a factor de transformació del model turístic tradicional. Certament, l'activitat turística ha incorporat avenços tecnològics i organitzatius molt rellevants: la transformació dels hotels moderns (especialment urbans), la innovació en el *front office*, la proliferació de vols de baix cost, la incorporació del SIG en la planificació turística, la nova museologia... Seguint a Marchena (1994), les millores en el sistema productiu del turisme en el context d'un procés d'acumulació flexible té lloc de quatre formes: la participació de les noves tecnologies en el procés productiu, la integració horitzontal i vertical de les empreses, la difusió espacial i la flexibilitat del mercat de treball. Totes quatre han estat molt estudiades en la literatura turística de les darreres dècades.

L'aplicació de les noves tecnologies de la informació, la informàtica i les telecomunicacions han permès dirigir l'oferta segons els gustos canviants de la demanda. S'ha generalitzat l'ús dels CRS (Sistemes de Reserva Computeritzats) com Galileo, Sabre o Amadeus, i Internet ha modificat els sistemes de contractació i comercialització. D'aquesta manera, l'oferta pot ajustar-se a les variacions de la demanda, adaptar-se a les noves tendències i a l'efimeritat d'algunes destinacions que durant un temps compten amb un atractiu temporal. De fet, el Congrés de Turisme TURITEC (<http://www.turismo.uma.es/turitec>) que se celebra cada any a Màlaga està dedicat monogràficament a aquesta relació.

Com en altres sectors productius, en el sector turístic també hi ha hagut concentració empresarial per guanyar volum i adaptar-se als reptes de la globalització. La concentració horitzontal ha permès a les empreses dominar tot el procés productiu, des de la creació del producte fins a la comercialització, el transport, l'allotjament o les visites guiades. Al mateix temps existeixen un grux de petites empreses, que subcontracten part del servei de les grans companyies, en un model que és un reflex de la producció postfordista. Aquests processos han afectat tots els subsectors del turisme, com la fusió d'Amadeus amb Terra i l'operador nord-americà OneTravel.com que s'ha posicionat en el mercat dels viatges punt com, les unions de sistemes de transport (com la fusió de Carnival amb P&O Princess), les aliances en l'àmbit de l'aviació (com SkyTeam o Oneworld) o la fusió de tour operadors amb empreses de serveis (C&N amb Thomas Cook i Sunwolrd, Airtours i First Choice...).

Tanmateix, el principal factor de canvi ha estat la generalització d'Internet. Fixem-nos que amb la xarxa es trenca l'opacitat que separa l'origen i la destinació. L'accés ràpid i relativament fiable a dades molt específiques de l'oferta (condicions de la planta hotelera, ciutats amb encant, activitats culturals, esdeveniments interessants, preus...) redibuixa les relacions entre turistes i espais turístics i, el que és més important, facilita la transició de les ofertes homogènies dels catàlegs a sistemes de producció altament adaptats a les necessitats de la demanda. Internet facilita (i segurament facilitarà molt més en el futur) la creixent adequació entre segments i productes, entre turistes individuals i ofertes singulars i, en definitiva, entre destinacions i visitants. Des d'un punt de vista conceptual, la xarxa desdibuixa el principal gap en el procés de compra turística, que és la distància (física, però també material) entre visitants i productes o espais. Els estudis recents sobre l'eficiència dels

webs turístics de les destinacions tradicionals (Díaz, Guevara i Caro, 2004; Anton i Villalta, 2004; Majó, Martínez i Vázquez, 2004) demostra, però, que encara hi ha una manca de resposta efectiva a les possibilitats de promoció que permet la xarxa.

Sigui quina sigui la naturalesa del canvi tecnològic (nous sistemes de comercialització o de promoció, noves formes de relació entre les empreses i en la formació de clusters, noves tecnologies aplicades a la gestió dels allotjaments, nous models de gestió pública del turisme, noves formes de gestió de les empreses como el *yield management* o la producció *just in time...*), el resultat és un canvi de model. A diferència, però, dels models evolutius, el salt tecnològic crea un procés de creixement “compulsiu” condicionat per la capacitat d’innovació i la seva difusió.

1.1.5. Una nova societat? Entre el postfordisme i el neofordisme

Des de la influent publicació de l’obra d’Urry (1990), s’ha incorporat una darrera interpretació, més holística, que considera que els canvis en el model turístic són el resultat d’un canvi més general, que afecta els processos socials, culturals i econòmics de la societat occidental des dels anys 80 fins a l’actualitat. *The tourist gaze* és el primer exercici significatiu per establir un pont entre les tesis del postfordisme i els canvis en el turisme contemporani. La nova hipòtesi és, precisament, aquesta: No hi ha un canvi turístic fortuït, sinó una transformació genèrica de la societat que afecta totes les esferes del sistema productiu. Autors com el propi Urry (1990), Sach (1992), Sorkin (1992) o Donaire (1996) consideren, fins i tot, que el turisme és un bon “observatori”, una talaia

des d'on podem albirar i interpretar els canvis generals del trànsit del fordisme al postfordisme.

El model turístic tradicional està afectat per tota una sèrie de canvis que tenen el seu origen en la transformació que s'està produint en el sistema productiu fordista. Sharpley (1994) caracteritza el fordisme a partir dels següents elements:

- La producció de béns de consum de manera massiva i estandarditzada per a una demanda homogènia amb gustos i actituds semblants, on els valors socials estan per sobre dels individuals.
- L'organització rígida del treball i de la societat on tothom té clara la seva funció, i on cada activitat té el seu temps i el seu espai marcat: temps de treball *versus* temps de lleure, espai de treball *versus* espai de vacances, espai rural *versus* espai urbà, etc.
- L'organització en estats, basats en un aparell burocràtic que regula i controla la societat per donar accés a la major part de les classes socials al benestar i al consum de productes en massa.
- Domini de la natura a través del coneixement científic que garanteix progrés i salut per a més ciutadans. Això comporta un ús indiscriminat i a bon preu dels recursos naturals (matèries primeres, recursos energètics, paisatges).
- Despreci del temps passat davant un present que garanteix el progrés, la llibertat i el benestar material.

La transformació, l'esgotament d'aquest model, configura un nou estadi: el postfordisme. Els postfordisme s'associa amb el canvi econòmic i

institucional que opera a la societat, mentre que el postmodernisme es relaciona amb els canvis en les idees, en el consum, en l'estil de vida, en l'estètica. Són dos termes complementaris, que serveixen per explicar la transformació de la societat. El postmodernisme és la idea, el postfordisme és el fet (Donaire, 1996)

No hi ha una sola interpretació sobre les implicacions del postfordisme. Harvey (1989), Soja (1989), Sharpley (1994), Lash i Urry (1994) o Rifkin (2000) han ofert alguns models interpretatius. D'acord amb aquests autors, podem destacar els principals trets del model social, econòmic i territorial del postfordisme. Els canvis que ens porten cap al postfordisme els podem sintetitzar així:

- Flexibilització de la producció i del mercat laboral. El producte i el sistema de producció s'adapta a la demanda; i la demanda, al seu temps, depèn de les modes que canvien constantment. Per tant, els productes es fan gairebé a mida. El mercat del treball ja no garanteix una mateixa feina per a tota la vida, ni tan sol per a tot l'any.
- S'accepten una gran pluralitat de punts de vista i d'idees, cosa que trenca el concepte uniforme de veritats universals del modernisme.

“La idea que tots els grups tenen dret a parlar per si mateixos, amb la seva pròpia veu, i que les seves opinions siguin acceptades i legitimitzades, és essencial pel pluralisme del postmodernisme” (Harvey, 1989:48).

- Es trenca l'estructuració tradicional en grups ètnics, classes socials, religions... i apareixen nous interessos que agrupen i mobilitzen a la gent: protecció del medi ambient, associacions de dones, defensa de particularitats locals, etc.
- S'imposen modes de vida on es destaca l'interès per l'espectacle, la imatge, la representació hiperreal i inautèntica de la realitat, pel que és superficial enfront del que és més profund, (el que s'anomena la cultura dels 3 minuts).

“Avui en dia, per a molta gent, un esdeveniment no està autèntic -no és real- fins que no apareix a la televisió” Hardison, O. B. (1989)

- La fusió i la no diferenciació entre diferents àrees i diferents aspectes de l'existència. Ja no existeixen diferenciacions tan clares entre l'espai turístic i el laboral, entre el temps d'esbarjo ni el treball, entre la cultura, el turisme, l'espectacle... Fins i tot hi ha una fusió entre diferents èpoques històriques.
- Hi ha un major interès per la natura i per trets culturals de les societats diferents a la pròpia, pel temps passat, etc.

Hi ha encara altres elements i característiques de la societat contemporània que avalen la tesi d'una organització postfordista. Una d'elles és la descripció que recull Rifkin (2000:247-248) sobre el nou arquetip humà del segle XXI:

“Han crescut en urbanitzacions d'interès comú; la seva atenció sanitària corre a càrrec d'assegurances privades; tenen els seus cotxes

en *leasing*; compren coses *on-line*; esperen rebre software gratuït, encara que estan disposats a pagar per actualitzacions i serveis complementaris. Viuen en un món de falques sonores de 7 segons; acostumen a accedir a la informació i recuperar-la ràpidament; presten atenció només uns moments; són menys reflexius i més espontanis. Pensen en si mateixos més com a intèrprets que com a treballadors, i volen que se'ls consideri abans la seva creativitat que la seva laboriositat. Han crescut en un món de treball flexible (*just in time*) i estan acostumats al treball temporal. De fet les seves vides són més provisionals i mudables, i estan menys assentades que les dels seus pares. (...) Són menys racionals i més emotius. Per a ells, la realitat és Disney i el Club Med, consideren el centre comercial la plaça pública i igualen sobirania del consumidor amb democràcia. (...) Veuen el món com un escenari i viuen les seves pròpies vides com una sèrie de representacions. A cada etapa de la seva vida, a mesura que van provant nous estils, es van reconstruint. Aquest homes i dones proteics tenen poc interès per la història, però estan obsessionats amb l'estil i la moda. Són experimentals i busquen la innovació. Els costums, les convencions i les tradicions quasi no

existeixen en el seu entorn, sempre accelerat i canviant” .

Un canvi tan important en la personalitat dels ciutadans ens fa pensar que ens trobem amb una transformació de la societat. Per a Rifkin és un altre estadi del capitalisme:

“Què fa que l'era postmoderna sigui tan diferent de la era moderna? La resposta -tan complexa com elemental- seria aquesta: l'era postmoderna està lligada a un nou estadi del capitalisme, basat en la mercantilització del temps, la cultura i l'experiència de vida, en canvi, l'era moderna, corresponia a un estadi anterior del capitalisme, basat en la mercantilització de la terra i dels seus recursos, la mà d'obra humana, la fabricació de béns i la producció de serveis bàsics.”

En aquest debat sobre les condicions materials del postfordisme, alguns autors comencen a reivindicar la necessitat d'una lectura geogràfica de la realitat. Aquest nou escenari ha ressituat el paper del lloc, del context espacial com una variable explicativa dins les ciències socials: La importància dels lloc (diu Habermas), les tensions entre localitat i globalitat, els salts d'escala o les inèrcies territorials són alguns dels arguments d'aquesta nova geografia (que inspira parcialment aquest treball). Per això, Soja (1989) es refereix a la trilogia del post: els canvis materials (socials, econòmics i territorials) del postfordisme, les noves coordenades de les relacions socials del postmodernisme i la

recuperació d'una lectura territorial en les ciències socials del posthistoricisme.

En definitiva, les diferents aproximacions al binomi entre turisme i postfordisme coincideixen en tres elements centrals: (a) els canvis no només han operat en l'àmbit de les transformacions materials, sinó també la cultura, les institucions i, en definitiva, allò que en el materialisme històric denominaríem superestructura; (b) el canvi més significatiu és la transició dels models de producció estandarditzats (basats en els principis fordista i taylorista de la producció i el consum) a models flexibles, en els que es precisa d'un increment de la capacitat d'adaptació dels sistemes turístics; i (c) el turisme és un dels espais en els que la transició del fordisme al postfordisme és més evident, és a dir, és un dels escenaris recurrents en les ciències socials per il·lustrar els efectes de la societat post-industrial. Per això, quan Rob Shields (1991) dibuixa les geografies alternatives a la modernitat selecciona dos espais turístics, Brighton i Niàgara. Sack (1992) també il·lustra la seva proposta sobre els espais de consum a Disneyland, els centres comercials o el Metropolitan Museum of Art.

Malgrat tot, les teories postmodernes no estan exemptes de crítiques. En essència, podem identificar quatre arguments complementaris contra la idea rupturista del postmodernisme: (a) el conflicte entre localitat i globalitat, (b) el fordisme perifèric, (c) el conflicte entre la mirada romàntica i la mirada col·lectiva i (d) la transició relativa del neofordisme.

- Alguns autors mantenen que el postfordisme (o el postmodernisme) no és més que una categoria conceptual. És un model idealitzat de

canvis que han operat en les economies occidentals a una escala global. Ara bé, les localitats no reaccionen de la mateixa forma als canvis globals. Hi ha actituds de resistència, de coexistència, d'adaptació... Cada destinació turística opta per una determinada via d'acord a la suma dels factors locals (el context postmodern, o l'*habitus* d'Habermas): història turística, agents i governança local, condicions del medi, línies estratègiques i aliances... Això explica que moltes destinacions turístiques fordistes opten per una especialització postfordista que conviu amb els espais precedents. Per això, la relació entre la Costa Daurada i el parc temàtic de Port Aventura és una relació "natural".

- Una segona crítica es vincula amb les noves anàlisis dels sistemes productius, que complementen les teories del postfordisme. És cert que els processos de deslocalització i els canvis en els hàbits de la demanda han transformat els sistemes de producció en sectors com el tèxtil, la siderúrgia o la química. Ja hem identificat les principals referències dels nous sistemes productius: la indústria sense xemeneia, la *Terza Itàlia*, les tecnovilles i els parcs científics, les empreses sense producció... Ara bé, en darrera instància el postfordisme és possible perquè una part de la cadena de producció s'ha externalitzat a espais on encara es mantenen sistemes fordistes (o, fins i tot, prefordistes), com les maquiles d'Hondures, Nicaragua o El Salvador. En turisme, el desenvolupament de noves formes de postfordisme (si és que existeix) només és possible en un context en el que nous espais assumeixen els costos ambientals i socials que les velles platges ja no volen suportar. Algú n'ha dit "nous mediterranis". D'aquesta manera, com afirma Donaire (1996) "el postfordisme no només tolera sinó que segurament precisa de nous fordismes".

- La tensió entre la mirada romàntica i la mirada col·lectiva és un dels conflictes que paradoxalment ha estudiat Urry (1990) en el seu tractat sobre el turisme postfordista. La tesi central d'Urry és que el turisme fordista és una reinvençió del turisme romàntic, del que adapta no només les formes sinó també els continguts. Aquesta tesi ha estat demostrada entre d'altres per Galí (2004) pel cas de la ciutat de Girona. El problema és que la mirada romàntica és en essència individual i això entra en conflicte amb el consum massiu (quantitatiu) d'una experiència. Si el postfordisme és la recuperació del mite romàntic del viatger, novament la tensió entre els productes singulars i els consums universals creen un atzucac: molts visitants consumint productes individuals.
- Però segurament la crítica més universal és la que formula Ioanides i Debbage (1998). Els autors proposen el terme de "neofordisme" per explicar el nou context turístic, ja que no constata canvis significatius sinó adaptacions. Les bases del model continuen inalterades i només podem detectar ajustos del sistema per adaptar-se a nous elements: la segmentació, els vols de baix cost, la sensibilitat ambiental... No es tracta per tant d'un canvi, sinó d'una evolució. En aquest mateix sentit, Ivars (2003, 73) proposa també el terme de neofordisme, que considera una "dialèctica entre tipus de producció amb característiques diferents, derivades tant de l'evolució de les estructures tradicionals com de la resposta a les transformacions del mercat turístic que no sempre condueixen a models de producció flexible". Tanmateix, la concepció d'Ivars s'apropa molt a la primera crítica que hem identificat del postfordisme: davant de l'escenari global, hi ha

moltes respostes locals possibles que no necessàriament impliquen el salt al postfordisme. Així:

"Com a conclusió d'acord amb les noves dinàmiques del consum i producció podem afirmar que es configura un context de mercat caracteritzat per la permanència de velles inèrcies, més o menys modificades, i canvis notables sense una direcció necessàriament unívoca cap al postfordisme" (Ivars, 2003, 79).

1.1.6. Quin canvi? Una síntesi dels models interpretatius

En aquest epígraf, hem intentat sintetitzar les principals aportacions teòriques sobre les mutacions que aparentment està patint el model turístic tradicional. Segurament és un debat inacabat perquè algunes de les transformacions operen des de fa uns pocs anys i els seus efectes són encara visibles. Malgrat les diferències entre les diferents interpretacions, existeixen alguns punts de trobada que podrien ajudar a crear una mena de síntesi general. Hem intentat definir aquests canvis en un decàleg:

1. El turisme té unes inèrcies pròpies encara no prou estudiades. El seu creixement genera uns efectes sobre el territori (o almenys els ha creat fins a la data) que entren en contradicció amb les necessitats dels visitants. Per això, la història de les destinacions sembla una crònica de creixement i crisi, un període d'expansió i un període d'estancament. És possible que les destinacions tradicionals vinculades amb el sol i la platja hagin entrat en una fase de

maduresa que s'explica per les dificultats de l'oferta per renovar la seva planta i els efectes negatius del creixement turístic en el paisatge litoral.

2. Els problemes de les destinacions madures faciliten l'aparició de destinacions competidores. La història del turisme litoral permet constatar aquesta tendència a obrir nous espais quan els vells espais semblen caducs o mostren indicis d'esgotament. Hi ha, però, dues noves notícies en aquest procés. En primer lloc, les noves destinacions estan situades en escenaris molt llunyans, en una geografia perifèrica que sembla evidenciar els processos de fordisme perifèric. En segon lloc, el turisme ha penetrat en espais fins ara aliens a la mirada del turista: espais rurals, ciutats mitjanes, paisatges hiperreals, àrees marginals, espais de conflicte...
3. Els canvis tecnològics són capitals per explicar aquests processos. No cal reeditar el vell debat de si les condicions materials (el "clima") afavoreix la innovació o bé si la innovació facilita el canvi de les condicions materials. Tant se val. El resultat és un context tecnològic que afavoreix un canvi de model (almenys aparentment). Els canvis afecten esferes molt diferents del procés de producció, però hi ha dos avenços que tenen una rellevància capital: la millora del sistema de comunicacions i la incorporació de les TIC, en especial la xarxa. Les millores en els models de transport (sobretot aeri) no són tant rellevants en el camp purament tecnològic com en l'organitzatiu. Per exemple, l'aparició dels vols de baix cost ha redefinit completament la lògica espacial dels desplaçaments a partir d'una estratègia empresarial que afavoreix una dràstica reducció dels costos i dels preus de venda. Internet, per la seva banda, implica una revolució sense precedents

- en l'estructura econòmica del turisme perquè trenca l'opacitat entre emissor i receptor o, si és vol, entre turistes, destinacions i productes.
4. Internet, els vols de baix cost i, en general, el salt tecnològic dels 80 i 90 ha tingut un efecte molt rellevant en la compressió espacio temporal. El principal efecte d'aquest procés és precisament una reducció sistemàtica de les distàncies (òbviament, no les distàncies físiques sinó les distàncies materials, temporals, mentals i econòmiques). Aquesta sobtada compressió ha afectat els criteris convencionals de les destinacions que s'han basat en el factor distància (i en el factor preu induït) com a factors de localització turística essencial. La possibilitat de deslocalitzar les activitats turístiques ha obert un nou escenari en el que les condicions específiques de la destinació (disponibilitat de mà d'obra, capitals, formació, legislació, incentius, percepció, imatge...) prenen una rellevància capital.
 5. En aquest mateix sentit, les destinacions tradicionals han basat la seva competitivitat en una sèrie d'atributs territorials bàsics que són fàcilment localitzables en noves destinacions. D'aquesta manera, unes noves destinacions perifèriques s'han incorporat al catàleg de llocs de sol i platja amb els mateixos atributs espacials en què basen la seva competitivitat les destinacions tradicionals (la platja, el clima, la planta hotelera...) i que facilita la deslocalització de les empreses més envellides.
 6. Probablement, una part significativa d'aquests canvis s'haurien originat de la mateixa manera pels processos inherents a la dinàmica turística, aquest complex mecanisme de creixement i saturació. Tanmateix, la percepció de canvi s'accentua pels efectes de transformacions generals en els processos de producció (turístics

i no turístics) i també en la societat, la cultura i el món de les idees. Sembla existir una tendència a transformar les pautes de producció i consum estandarditzades en criteris més singulars, més flexibles i més canviants. Aquesta lògica afecta de manera decisiva les estratègies turístiques de les destinacions, que han de modificar els models estandarditzats i cercar noves vies més flexibles, més singulars.

7. De fet, les destinacions turístiques són un excel·lent mirador, una talaia des de la que es poden analitzar les transformacions generals del període d'acumulació flexible. La majoria dels tractats sobre els efectes econòmics, socials, territorials, culturals i ideològics del postfordisme estan ambientades, parcialment o total, en escenaris turístics. En certa manera, la lògica turística ha penetrat en altres lògiques territorials, com els espais urbans (de la Barcelona del Fòrum a la nova Lisboa), els espais industrials (de Riotinto a Manchester), els espais rurals (de la Catalunya Central a la *deep* Amèrica) o hiperreals (parcs temàtics i espais tematitzats). Com afirma Donaire (1996), el turisme és postfordista abans del postfordisme.
8. Les transformacions no només operen en l'àmbit material i en les formes de producció, sinó també en l'àmbit cultural, social i ideològic. El postmodernisme il·lustra les tensions de la societat contemporània i l'emergència de nous valors com el relativisme, l'eclecticisme, el deconstruccionisme, la immediatesa i la superposició, el collage, la ficció i la representació, la fi de la idea de progrés... El postmodernisme és un paradigma cultural i artístic que també ha impregnat les ciències socials. Una de les tesis centrals de l'obra de Harvey és precisament aquesta: La lectura

més eficient dels canvis de la societat postfordista es porta a terme des d'una lògica postmodernista.

9. L'abast de les transformacions és només parcial. Es constaten diferents reaccions locals als canvis generals. Alguns espais turístics opten per una oberta resistència i manifesten la viabilitat del fordisme o, fins i tot, neixen nous espais de fordisme perifèric. Altres espais acomoden els espais de canvi entre les velles estructures de manera que els parcs temàtics (o els espais naturals o les noves instal·lacions) se situen davant de les antigues platges, sense solució de continuïtat. En fi, algunes destinacions proclamen obertament la seva condició d'espais d'innovació, d'escenaris de la postmodernitat. Per tant, davant del determinisme de la globalitat, cal contraposar el possibilisme de la localitat: Cada lloc respon de forma singular d'acord amb les condicions del context, del seu *habitus*. Alguns autors consideren que aquesta convivència d'estratègies (ruptures, resistències...) és el neofordisme, una adaptació del fordisme als canvis productius, culturals i organitzatius.
10. Independentment de l'abast del canvi, sí que es pot constatar una percepció de canvi. Com demostra l'excel·lent treball d'Ivars (2003) sobre la planificació turística espanyola i la planificació regional, des dels anys 80 hi ha un discurs del canvi que es trasllada a programes, estratègies i finançament de projectes orientats a una "nova cultura turística". Aquest és segurament un factor clau del debat: més enllà dels efectes reals o previsibles del canvi, és fàcil detectar un discurs social del canvi. Vicente (1999) ja va demostrar pel cas de la ciutat de Girona que els discursos són poderosos agents de transformació. Aquest és segurament el

principi rector en les estratègies locals del litoral català: la percepció del canvi.

No hi ha una sola resposta a aquest escenari. Els contextos locals són diversos, complexos i canviants. Les estratègies es fonamenten en els discursos científics, la creació de codis interpretatius d'abast més o menys universal, els èxits i fracassos de les destinacions competidores, les lògiques internes de l'estructura social local i la seva governança i les xarxes de relació entre els diversos agents i la transmissió d'informació. La resposta al canvi (o a la percepció del canvi) és entròpica. En el següent epígraf, intentarem classificar les estratègies més significatives de les destinacions litorals que servirà de guió per al tercer capítol de la Tesi.

1.2. Entre parcs naturals i parcs temàtics. De les estratègies locals a les dinàmiques globals.

En la seva proposta conceptual sobre el postmodernisme, Harvey (1989) detecta que no hi ha una sola resposta a la crisi del modernisme. Prenem l'exemple de l'urbanisme. Des de finals dels anys 70, podem detectar evidències de la crisi de les ciutats modernes, aquelles extensions anodines en els espais periurbans o en els segons eixamples, buits de contingut, sense fites territorials ni personalitat. La construcció sistemàtica de no-llocs (segons el terme d'Augier) que neguen la identitat de l'espai i que creen una estranya sensació de *déjà vu* en les grans superfícies, les àrees residencials, les rondes i segons eixamples o les àrees periurbanes del món occidental. És curiós que un diagnòstic unànim (la crítica al

model fordista d'urbanisme) dona lloc a formes totalment diferents: l'escola crítica que crea models urbans basats més en allò que no són (modernes) que no pas en allò que són com la Piazza d'Itàlia de Charles Moore a Nova Orleans, l'escola revisionista que proposa el retorn a l'arquitectura anterior al modernisme (com l'urbanisme victorià anglès) o els teòrics que aposten per una superació del modernisme (com el cèlebre *Aprenueu de Las Vegas* de Venturi). De fet, postmodernisme vol dir al mateix temps "abans del modernisme", "després del modernisme" i "contra el modernisme".

Aquest procés té una lectura directa sobre el fenomen turístic. Donaire (1999) considera que el turisme postfordista és alhora "abans del fordisme" (com la recuperació del mite romàntic del viatger), "després del fordisme" (com la celebració de la inautenticitat en els espais hiperreals) i "contra el fordisme" (com les destinacions "alternatives" que s'esforcen en presentar-se com l'antítesi del model tradicional). Aquesta és una de les paradoxes del turisme contemporani: els parcs temàtics i els parcs naturals són les dues cares d'un mateix procés, que és la voluntat de singularitzar l'oferta turística.

En aquesta Tesi defensarem que la resposta local als canvis generals en el litoral català segueix almenys cinc camins paral·lels: la re-construcció de la ciutat i la configuració d'un escenari urbà, l'aposta per un desenvolupament turístic sostenible, la via hiperreal, el turisme efímer i la millora de la qualitat de l'espai turístic.

1.2.1. La re-creació de l'espai urbà

Els treballs clàssics sobre l'organització espacial en el litoral espanyol (per exemple en Sánchez 1984; Vera, 1987, 1994; Marchena, 1994; o Cals, 1982) han evidenciat que les regles del joc territorials dels espais turístics s'allunyen de la lògica dels espais productius. Un dels processos més significatius és la construcció de realitats territorials que semblen ciutats però que no ho són en realitat: són simulacres urbans. Les ociurbs són estructures territorials que no disposen dels elements que caracteritzen un espai urbà, almenys per quatre motius: (a) hi ha un desequilibri entre la superfície urbana i la població, de manera que una part significativa de la ciutat és un espai temporalment buit; (b) els espais turístics no estan organitzats a l'entorn d'un centre, sinó que es vertebren d'acord amb l'experiència dels visitants; en aquest sentit són literalment *exòpolis* (Soja, 1989), ciutats sense centre; (c) l'oferta urbana convencional és molt insuficient, mentre que l'oferta recreativa és desproporcionada; i (d) els espais turístics tendeixen a ser espais fragmentats, una mena de mosaic format per tessel·les sense una relació aparent entre elles.

Una de les estratègies turístiques en aquest context de canvi és la creació (o, en alguns casos, la re-creació de l'espai urbà). L'essència d'aquesta estratègia és la capacitat d'atracció d'activitats residencials o productives que han demostrat determinades localitats turístiques. El primer exemple documentat és la ciutat de Las Vegas. En el seu cèlebre tractat (*Aprenen de Las Vegas*), Venturi (1973) demostra que a l'entorn de la ciutat de cartó pedra, dels casinos, l'escenografia kistch, els ambients hiperreals i la reconstrucció a escala de geografies diverses, hi convivia una activitat productiva creixent, atreta precisament pel

dinamisme de la ciutat de Nevada. És obvi que aquest procés ha estat possible per dos processos propis de la societat post-industrial: en primer lloc, la capacitat de localització en espais no sotmesos a les regles del joc de la fricció de la distància, segons la paradoxa de Harvey; en segon lloc, la fragmentació dels processos productius en unitats més petites i relativament autònomes, el que permet que determinades unitats se situïn en espais privilegiats.

A Catalunya aquests processos s'uneixen amb un altre factor, que és l'expansió de l'Àrea Metropolitana de Barcelona. Oriol Nel·lo (2001) ha analitzat aquest fenomen, que s'ha acompanyat de la generalització de la ciutat difosa (o la ciutat dispersa). Nel·lo considera que la dispersió de la ciutat implica també la no ciutat, la negació dels principis rectoris de l'espai urbà (la convivència, la barreja d'usos i de persones). Per això, els efectes de l'extensió del fet metropolità a Catalunya implica dos processos territorials en el litoral aparentment contradictoris. En primer lloc, la creació d'extensions de segones residències, que són concebudes com el complement natural o recreatiu de la ciutat metropolitana; existeix, per tant, una geografia dual integrada per dos elements: la ciutat productiva i l'espai lúdic, la primera i la segona residència. En segon lloc, l'extensió de Barcelona a la tercera i quarta corona ha creat nous escenaris urbans amb un elevat nivell de vinculació amb la xarxa metropolitana en termes residencials i també de localització d'activitats productives. Les companyies de teatre, els publicistes, els tele-treballadors, els espais d'innovació, els equipaments adreçats a persones discapacitades, els centres d'alt rendiment esportiu, els centres de recerca universitaris o les empreses de serveis ambientals poden ubicar-se en entorns amb una forta càrrega positiva, com són els espais turístics.

Alguns estudis ja han començat a identificar el paper central de la imatge en la configuració d'aquesta nova geografia. És cert que determinats atributs objectius tenen una importància capital en els processos de decisió de la localització. I, al mateix temps, determinats atributs actuen en un sentit oposat: són factors de deslocalització o de no localització. Però més enllà d'aquests criteris bàsics, els processos de localització es mouen per les percepcions individuals i col·lectives, allò que Yi Fu Tuan anomena l'ètica dels llocs. En el complex mercat nacional i internacional dels espais, la imatge del lloc pesa tant com els atributs reals, la forma com és percebut un lloc és tan rellevant com la pròpia realitat. És més, com demostra Sack (1992), determinats processos de localització s'expliquen perquè les empreses (o fins i tot els espais residencials) volen estar vinculats simbòlicament a un determinat lloc, volen associar la seva marca amb un espai. El camí es va obrir amb les empreses tèxtils de gamma alta o la perfumeria, que afegeixen sempre els espais productius o de venda (París, Londres, Milà, Barcelona) a la pròpia marca. És evident que aquests processos són especialment rellevants en els espais turístics, perquè aquests espais són literalment contenidors d'imatges. Miossec (1977) és contundent en aquest sentit: "El turisme és, abans que res, una imatge".

Per això, alguns espais turístics han iniciat una lenta adaptació cap a la via residencial o productiva. El principal obstacle, hem comentat, és que aquests espais no són en realitat ciutats sinó simulacres urbans, territoris que tenen una aparença urbana però no un contingut. Per això, una primera estratègia és essencialment territorial: reconstruir la trama urbana, refer els elements urbans que han estat diluïts per la pràctica turística. La paradoxa és que aquesta via és, en essència, una via no turística perquè aposta per nous sectors (residencials o productius)

basant-se però en la seva condició d'espai turístic. Un dels referents més explícits d'aquesta opció són les Directrius d'Ordenació Territorial aprovades pel Govern Balear i publicades el 1997:

“Les zones turístiques han de requalificar-se, tot considerant-les com a espais que en el futur hauran d'acollir un percentatge major de residents i noves activitats econòmiques. Cal millorar-ne la qualitat urbana i desenvolupar accions per a augmentar-ne la competitivitat i estendre'n l'atractiu al llarg de tot l'any. No és desitjable un creixement constant de les àrees turístiques fins i tot des de la perspectiva del negoci turístic (...) Cal cercar les particularitats de cada zona, desenvolupant-ne l'oferta diversificada basada en les complementaritats entre les diferents àrees” (Govern Balear, 1997:71)

La creació d'espais urbans en els espais turístics se centra en diverses estratègies. Una de les més comunes és la creació d'un centre. Sabem que les ciutats són essencialment el producte de l'àgora o el fòrum, l'espai que actua com a centre de referència simbòlica, com a espai de convivència i també com a eix del procés de desenvolupament urbà posterior. Algunes ciutats han intentat crear un centre *a posteriori*, reconstruir un centre existent o bé crear noves centralitats complementàries. En segon lloc, les ciutats intenten "cosir" el territori, reduir l'efecte de la fragmentació pròpia dels espais turístics. Finalment, la condició urbana també es potencia amb l'atracció de serveis urbans i la identificació del projecte de ciutat (amb o sense icona de referència).

1.2.2. L'estratègia de la sostenibilitat

El debat sobre la sostenibilitat ha envaït la cultura occidental, de manera lenta, fins a assentar-se com una mena de paradigma transversal, un criteri que és assumit per sectors socials i econòmics molt diferents. En essència, la sostenibilitat intenta cercar l'equilibri entre la protecció del medi natural i el desenvolupament econòmic: per això, parlem de desenvolupament sostenible quan els processos econòmics funcionen però no posen en perill les necessitats de les generacions futures. A aquest debat s'hi afegí el tercer vèrtex, que és el vèrtex social. Després de deu anys de la Carta de Turisme Sostenible de Lanzarote (promoguda per l'Organització Mundial del Turisme), el concepte de turisme sostenible és encara imprecís, variable i complex. No podem negar els esforços dels organismes internacionals per concretar el concepte de turisme sostenible en diverses declaracions i documents: la Declaració de Manila sobre el turisme mundial (1980), la Declaració de Drets i el Codi del Turista de Sofia (1985), la Declaració del Turisme de L'Haia (1989), la mateixa Carta del Turisme Sostenible de Lanzarote (1995) o el Codi Ètic Mundial per al turisme de Santiago de Xile (1999).

Segurament, les arrels de la imprecisió estan en la indefinició mateixa del concepte de sostenibilitat. En aquest sentit, Josepa Bru (1997) destaca els problemes inherents a la mateixa definició de sostenibilitat: un desenvolupament que satisfà les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les generacions futures per a satisfer les seves: què s'entén per necessitat? qui les determina i en base a què? quins són els subjectes d'aquestes necessitats? com actuen les diferències de riquesa, gènere, ètnica, nivell de desenvolupament i àmbit polític? com

es mesura la capacitat de les generacions futures? amb quin horitzó temporal treballarem? hem d'entendre una invariabilitat de tots els paràmetres que defineixen les "necessitats" actuals –suposant que sabem quines són- i projectar-les sense canvis en el futur?..

Els interrogants de Bru no són gratuïts. La sostenibilitat és un concepte imprecís, deformable i adaptable que genera un cert *horror vacui* als gestors acostumats a una planificació basada en criteris mesurables i precisos. En el turisme aquesta imprecisió és encara més evident perquè existeix un consens ampli en el diagnòstic (el model de desenvolupament tradicional és insostenible), però no hi ha acord a l'hora de definir les causes, les conseqüències previstes i sobretot les alternatives.

Per això, hi ha tantes propostes de sostenibilitat com projectes turístics sostenibles i, per això, estem assistint a un procés pervers en el que la generalització del terme l'ha buidat de contingut i de sentit. Tot és turisme sostenible i, per tant, res és turisme sostenible. Segurament, l'accepció més universal és la que proposa el títol primer de la Carta de Lanzarote: "el desenvolupament turístic s'haurà de basar en criteris de sostenibilitat, és a dir, ha de ser suportable ecològicament a llarg termini, viable econòmicament i equitatiu des d'una perspectiva ètica i social per a les comunitats locals". Més enllà d'aquesta definició genèrica, Fruquell (1998) proposa una concepció més complexa, segons la qual és turisme sostenible, aquell que és planificat (a curt, mig i llarg termini), que és integrat en el seu entorn i recull la identitat com a recurs bàsic, que és obert a les geografies veïnes, que és dimensionat en el temps i en l'espai d'acord amb la capacitat d'acollida de l'espai, que és participatiu i que, en darrera instància, és també viable.

És evident que les destinacions madures tenen problemes per encaixar en aquests paràmetres: han superat la capacitat de càrrega, ofereixen sovint un producte homogeni allunyat de la identitat local, està mancat de processos de planificació, no està integrat amb el seu entorn, presenta severes concentracions tant espacials com temporals... Aquesta evidència ha comportat una interpretació inicial del turisme sostenible amb les formes turístiques "alternatives" en espais naturals o rurals. Ivars (2003) qüestiona aquesta tendència a associar el turisme en espais naturals – sostenible i el turisme litoral madur – insostenible. En primer lloc, caldria qüestionar-se la viabilitat ambiental i social de determinades destinacions alternatives. En segon lloc, el geògraf proposa una definició de sostenibilitat no com a un estadi ideal, sinó com un conjunt de pràctiques i mecanismes (un procés) que millori la relació entre turisme, societat i medi natural. Així, el turisme sostenible és segons Vera (2001):

"Un procés de canvi qualitatiu que és producte de la voluntat política que, amb la participació imprescindible de la població local, adapta el marc institucional i legal així com els instruments de planificació i gestió a un desenvolupament turístic basat en un equilibri entre la preservació del patrimoni natural i cultural, la viabilitat econòmica del turisme i l'equitat social del desenvolupament".

Tanmateix, amb la finalitat de definir uns criteris objectius en els darrers anys han vist la llum propostes metodològiques basades en els criteris dels indicadors de sostenibilitat en destinacions madures. Un precedent notable és el treball de Blázquez, Murray i Garau (2002) i els treballs sobre la petjada ecològica d'Ivan Murray (2003), en els que demostra

que la petjada de les Illes és quatre vegades superior a la seva superfície. És molt notable també el treball conceptual i metodològic d'Ivars (2001, 2004) que s'inicia amb el projecte METASIG de Torre Vieja. Ivars proposa una sèrie d'indicadors sintètics que faciliten l'avaluació de les actuacions i el seu impacte en la destinació, a partir dels gràfics de concordança dels criteris de pressió, d'estat-qualitat i de sostenibilitat. Els resultats empírics del grau de sostenibilitat de les destinacions litorals posa de manifest una baixa implicació de les variables estudiades.

Per tant, l'aposta sostenible és una aposta efectiva de les destinacions turístiques madures, una via que no pretén reconvertir les destinacions madures en espais naturals protegits, sinó intervenir en aquells elements que permetin incrementar la qualitat ambiental i social de la destinació. De fet, Anton (2004) defensa que l'estratègia de la sostenibilitat ha estat central en el litoral mediterrani des de 1995. Segons el geògraf català, des de 1985 assistim als primers esforços de renovació que tenen com a objectiu la correcció dels dèficits urbans, la millora de la imatge de la destinació i la reforma dels establiments. Des de 1990, aquesta estratègia es complementa amb polítiques de singularització, que procuren la creació de productes específics o s'adrecen a segments de mercats inèdits. Finalment, a partir de 1995, s'instauren també els criteris de sostenibilitat que es tradueixen en la valoració de nous recursos, la incorporació de la destinació a l'escala supralocal, la recuperació del patrimoni natural i cultural i el disseny de programes de sostenibilitat.

Sens dubte, un dels referents més notables és el municipi de Calvià qui utilitzà els recursos del Pla d'Excel·lència Turística (que paradoxalment és un pla de renovació segons el terme d'Anton) per a la implantació de

mesures de sostenibilitat. El Pla va impulsar l'Agenda Local 21 de Calvià, una de les referències en el turisme litoral que preveu entre altres mesures la contenció del creixement, la preservació de l'aigua, la recuperació del patrimoni natural i cultural, l'estalvi energètic... A partir d'aquesta iniciativa s'han desenvolupat altres models a totes les escales com el programa ECOTUR impulsat pel Govern Balear, el programa *Municipio Verde* de la *Secretaría General de Turismo* o les agendes locals de moltes localitats litorals.

La lenta consolidació de les estratègies sostenibles en les destinacions litorals ha assumit tres camins relativament diferents. La major part de les iniciatives turístiques litorals que es consideren sostenibles han posat accent en la reducció de l'impacte sobre el territori, especialment a partir de la limitació del creixement en àrees sensibles. Es tracta, en part, d'iniciatives vinculades amb el planejament (la previsió de creixements tous, la preservació de determinades àrees, la desclassificació de sòl urbanitzable o la restitució d'espais construïts). En segon lloc, podem considerar que les estratègies sostenibles integren els elements identitaris (patrimoni natural o cultural) en l'oferta turística: s'intenta reorientar la mirada turística cap als elements del territori que configuren la identitat del lloc. Això vol dir, per tant, la redefinició (parcial o general) del model turístic. Finalment, algunes iniciatives intenten aplicar uns criteris de millora ambiental: reducció dels residus, reciclatge, reducció del consum d'aigua... Aquí, les estratègies són similars a la gestió sostenible d'altres espais urbans o industrials.

1.2.3. Els espais hiperreals

La història és prou coneguda. La multinacional Disney tenia la intenció de crear un parc temàtic a Europa, després de les instal·lacions a Anaheim, Orlando i Tòquio. La selecció de l'espai era en realitat un debat sobre el model de parc: mentre que l'opció catalana (a Tarragona) implicava la creació d'un model similar al parc d'oci de Florida, la via francesa (a París) s'integrava en l'opció d'un parc metropolità, és a dir, un espai en el que el principal factor de localització és la proximitat a la demanda. Es tracta, per tant, d'un debat geogràfic: un parc guiat pels models tradicionals de la distància *versus* un parc atret pels nous factors d'oci i localització perifèrica. La decisió final a París va ser, paradoxalment, un dels factors que expliquen la construcció del Parc Universal Port Aventura. La inversió de *know how* i de recursos per a la instal·lació del parc Disney a Catalunya va crear les condicions que expliquen la posterior ubicació d'un nou parc. Per tant, la possibilitat oberta per Disney va crear una mena de "sediment" logístic i operatiu que va ser aprofitat per la multinacional Anheuser Bush per materialitzar el complex temàtic.

L'efecte de Port Aventura en l'estructura turística de la Costa Daurada és inqüestionable. Més enllà de les entrades directes o de la possibilitat d'enriquir les platges tradicionals amb un nou valor afegit, el parc ha esdevingut una mena de motor de transformació territorial i de visualització d'un determinat projecte territorial. El parc és la substanciació física de l'aposta de la Costa Daurada pel desenvolupament turístic, a l'entorn de l'epicentre de Salou – Vilaseca. L'element més rellevant d'aquest procés és que el parc temàtic se situa en el cor d'una destinació madura, de manera que es crea un espai dual

integrat per velles estructures i nous models, per l'aparició d'equipaments de naturalesa postfordista al costat dels territori fordista del litoral de Tarragona (amb el rerefons *bladerunnerià* de la indústria petroquímica). Des de la inauguració del parc, el 1995, la via hiperreal s'afegeix a les estratègies convencionals que hem identificat.

Probablement els espais hiperreals són els escenaris en els que són més eloqüents les tensions de la postmodernitat: el conflicte entre el que és públic i el que és privat, entre la funció i la ficció o entre la representació i la realitat. D'alguna manera demostren que no sols s'ha globalitzat l'economia, sinó també la cultura o la ideologia. Avui és possible reproduir a qualsevol lloc una sèrie de signes espacials reconeguts universalment. Aquests espais alteren la lògica de les formes turístiques tradicionals. Donaire (1998) identifica quatre processos espacials específics:

- Constaten la seducció per la hiperrealitat de què parla Eco (1985). La hiperrealitat és la representació d'una realitat a escala 1:1 en la que (a diferència de l'autenticitat teatral que proposa McCannell), la condició de simulacre és explícita. La clau, segons Eco, és que els turistes assumeixen la condició inautèntica de l'experiència turística i, fins i tot, la celebren.
- Els parcs són espais segregats materialment i psicològica de l'entorn que els envolta. La seva organització interna trenca amb la lògica anterior necessàriament, perquè l'objectiu és crear estructures espacials (Sorkin, 1995), en els que és possible identificar la frontera dins - fora. En aquest sentit, responen a allò que Shields (1992) anomena *espais al marge*.

- Els espais temàtics són concebuts com un tot, gestionats de manera integral, on cada una de les parts respon a un disseny planificat: l'accessibilitat, la promoció, la mà d'obra, la imatge, el tema que la identifica... Malgrat tot, però, l'organització interna està estructurada en unitats relativament independents.
- En aquests espais es confon sovint el que és espai públic i el que és privat. És evident que la Plaça Mediterrània d'Universal's Port Aventura, o el *Main Street* de Disney World París no tenen els atributs d'espai públic que simulen tenir. Aquesta és la tesi central de l'obra de Sorkin (1995), qui defensa que els espais temàtics han diluït la frontera entre allò que és l'espai públic i l'espai privat, de manera que els espais privats prenen la forma dels llocs públics.

És cert que la hiperrealitat transgredeix les regles del joc espacials de la modernitat. Anton (1999, 2004) ha emfatitzat que els parcs temàtics són móns inventats que espacialitzen la imaginació. D'entrada, és un espai sense memòria, ja que els seus visitants són temporals, no disposa de residents que creïn espais de relació. Es tracta d'un urbanisme que no genera ciutat, sinó una sensació urbana, un simulacre de ciutat. És, a més, un espai que evoca un altre espai, una reproducció a escala de geografies o móns llunyans que són reproduïts a escala. Per això, més enllà de la seva finalitat, de la concepció integral, de la seva artificialitat, l'element que caracteritza un parc temàtic és precisament el tema.

Anton (2002) considera que el tema s'ha d'estudiar des d'una triple perspectiva: l'argument, el fonament organitzatiu i l'estratègia de màrqueting. De fet, com afirma Anton "el tema és un argument que dóna

contingut, estructura, i dota de significant i significat a tots els elements del producte" (2002, 182). En segon lloc, el desenvolupament d'un espai temàtic implica que l'espai creat ha de ser complet, tancat i autosuficient. Finalment, la naturalesa (els continguts) del tema condiciona els mercats en els que pot operar. És important destacar que un tema no és estrictament un decorat, sinó la creació d'un univers paral·lel en el que tots els elements de l'espai (decorats, activitats, ambientació, serveis...) responen a l'estètica i el simbolisme del tema.

És fàcil entendre la relació entre destinacions turístiques (madures o no) i parcs temàtics. Ambdós creen estructures aespacials, simulacres urbans que no responen als elements bàsics de la ciutat convencional. Ambdós també es nodreixen en essència dels visitants, de manera que la lògica espacial no respon a la memòria dels residents, sinó les necessitats dels turistes. Finalment, destinacions turístiques i parcs temàtics se sustenten en el joc de les imatges, la re-construcció de referències simbòliques que els visitants reconeixen i validen. Els uns i els altres pertanyen a dos categories diferents d'escenaris post-industrials i troben fàcilment nexes territorials i funcionals de connexió. No és estrany, per tant, que una de les estratègies més recurrents en les destinacions madures hagi estat la vinculació amb els espais temàtics: Isla Màgica, Terra Mítica...

Durant els anys 90, els parcs temàtics van superar els estrets límits dels parcs i van envair altres escenaris com les àrees urbanes, les zones industrials o fins i tot els equipaments culturals. Espais productius, terciaris o residencials són transformats en noves estructures que imiten els processos espacials dels parcs temàtics. Hom parla de tematització per descriure precisament la transformació simbòlica d'espais productius o residencials en àmbits estructurats a l'entorn d'un tema. En aquest sentit,

Anton (2004) es refereix a tres formes de presentar la cultura: els museus, els ecomuseus i els parcs. Fixem-nos que els parcs són espais articulats a partir de les experiències i que tenen com a finalitat essencial la recreació, mentre que els ecomuseus juguen amb els processos a partir de la memòria. La taula 1.1. mostra aquesta tipologia.

Taula 1.1. Formes de presentar la cultura

Format	Oferta	Objectiu	Narració	Exemple
Museus	Objectes	Comunicació	Continguts	Empúries
Ecomuseus	Processos	Interpretació	Memòries	Grande Lande
Parcs	Experiències	Recreació	Temes	Puy de Fou

Font: Anton (2004)

Existeixen per tant dos vies en les quals la hiperrealitat penetra en l'estratègia de les destinacions turístiques madures. En primer lloc, algunes destinacions intenten atreure la ubicació de parcs temàtics amb tamanys molt variables, com el parc de Port Aventura o l'Illa Isozaki de Blanes. En segon lloc, podem identificar una generalització de la capacitat de tematització, la incorporació de processos en els que literalment es reproduïxen ambients històrics, equipaments industrials o culturals o, fins i tot esdeveniments. La hiperrealitat és una estratègia aparentment contraposada amb la sostenibilitat perquè no juga amb els elements autòctons sinó amb les simulacions, però és freqüent que l'objecte tematitzat sigui precisament un element identitari, de manera que la diferència no estaria en el fons, sinó en la forma com es presenten els recursos.

1.2.4. El turisme efímer

En la seva anàlisi sobre els canvis del procés productiu en l'economia contemporània, Rifkin (2000) destaca la importància de la reducció del cicle de vida del producte. Certament, els efectes de la compressió espacio temporal que descriu Harvey (1989), el creixent valor de la moda i la reorientació del màrqueting cap a microsegments ha afavorit un model de producció en el que els productes (béns o serveis) s'estan redissenyant fins i tot abans de ser introduïts en el mercat. Pensem per exemple en els programes informàtics, els models d'automòbils, les grans produccions cinematogràfiques, alguns productes alimentaris o, fins i tot, electrodomèstics. Després d'un breu període en el mercat, les empreses creen noves versions o productes enterament nous, que reemplacen els originals amb una data de caducitat cada vegada més propera a la data de producció.

En aquest complex escenari, els espais turístics es troben en una mena d'atzucac. La capacitat dels llocs per oferir versions renovades, decididament noves, de l'oferta turística topa, com és obvi, amb la inèrcia territorial. Un dels principals interrogants del turisme contemporani serà, precisament, la tensió entre la velocitat dels canvis de la demanda i la capacitat de donar-hi resposta d'un espai amb uns "ancoratges" que impedeixen la seva renovació constant. En els assajos dels espais turístics per tal de vèncer aquesta tensió, hi apareixen dues respostes amb una major capacitat d'èxit: els complexos temàtics (que poden afegir noves peces amb relativa facilitat) i els productes turístics efímers.

Els productes turístics efímers no són espais, sinó experiències, lapses d'espai temporal. En un curt marge de temps (uns dies, unes setmanes) el consumidor accedeix a una oferta turística (cultural, esportiva, religiosa, musical) que ha de ser capturada aquí i ara. Aquests esdeveniments han entrat amb força en l'oferta turística de les ciutats europees, que competeixen en la captació de capitalitats culturals, recorreguts de caràcter religiós, grans esdeveniments esportius, biennals d'art, conferències internacionals o efemèrides forçades. Una part significativa dels fluxos turístics del darrer decenni s'explica per aquests breus lapses de productes efímers que salten de Barcelona a Atenes, d'Hannover a Santiago o de Greenwich a Hèlsinki.

Naturalment, la força dels productes efímers no només rau en la seva capacitat d'atracció de visitants en un moment puntual. El seu èxit també se sustenta en dos factors més. Per un costat, els grans esdeveniments, aquells que realment tenen una transcendència internacional, permeten situar la ciutat en el mapa. Aquesta va ser l'estratègia de Barcelona i Sevilla el 1992 o de Lisboa el 1998. Per altra banda, els projectes efímers són poderosos instruments de renovació urbana: una nova vialitat, una taca verda, una major oferta d'equipaments públics, una remodelació d'espais obsolets o, fins i tot, una reconstrucció de l'*skyline* de la ciutat.

Un dels factors més controvertits d'aquesta estratègia és la necessitat de crear constantment projectes capaços de dinamitzar un espai urbà. Aquest ha estat el cas de Sevilla, Lisboa o Londres. Barcelona és un exemple encara més evident. Després del desenvolupament olímpic (i de la crisi postolímpica) Barcelona idea el programa "Barcelona és cultura", que té la seva primera edició l'any 2002. L'any internacional Gaudí

2002 és un esdeveniment de la ciutat que aprofita el 150 aniversari del naixement de l'arquitecte modernista per a promoure actes relacionats amb la figura de Gaudí, l'obra modernista de Barcelona i, per extensió, l'arquitectura. Es va programar després l'any del disseny i es culminà el 2004 amb el Fòrum Internacional de les Cultures. El 2005 és l'any de la gastronomia a Barcelona. De la mateixa manera, la Capital Europea de la Cultura de Salamanca el 2002 va permetre la creació de l'ens Salamanca Ciudad de la Cultura, que va organitzar el Xacobeo el 2004 i l'ambiciós programa Salamanca, Plaza de Europa (<http://www.salamanca2005.org>). Així es desenvolupa una mena de creixement compulsiu en el que les destinacions turístiques han de crear contínuament nous projectes per tal de mitigar la crisi postevent.

El turisme efímer és una estratègia molt significativa en les destinacions turístiques del litoral. Desproveïts d'esdeveniments d'escala internacional, es creen i s'ofereixen esdeveniments de format mitjà o petit, amb la intenció de complementar les ofertes tradicionals. D'aquesta manera, comencen a proliferar unes noves formes de productes turístics que són en essència volàtils, efímers, de manera que poden fer front amb major eficàcia als conflictes que genera la reducció del cicle de vida del producte: mostres de cuina, festes medievals, festes tradicionals, festivals de música, activitats esportives, esdeveniments culturals...

1.2.5. La millora de la qualitat de l'espai turístic

La millora de la qualitat és un paradigma molt rellevant en els estudis sobre les dinàmiques del turisme, especialment en les destinacions litorals. En el fons, aquest paradigma considera que la qualitat es pot mesurar com la diferència entre les expectatives del client i l'oferta efectiva, de

manera que la manca de qualitat es pot definir com expectatives no satisfetes. Metodològicament, s'han desenvolupat instruments de mesura molt contrastats que permeten identificar el gap entre anticipació i consum, entre la imatge prèvia i el consum efectiu. El programa més universal és el SERVQUAL.

En una segona fase, s'han proposat models de gestió integral de la qualitat que afecten tots els elements del procés. Aquesta és la filosofia inherent de les normes internacionals com l'ISO 9000, l'ISO 14000, l'EMAS (aplicada al medi ambient) i la proposta de l'EFQM (*European Foundation for Quality Management*). És en aquest context que hem d'entendre l'aparició del Pla d'Excel·lència Turística (conegut popularment com a Pla FUTURES) i la seva ampliació amb el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español i el Plan Integral de Calidad Turística Español (PICTE).

La filosofia inicial del Pla Futures (1992 – 1995) i el Pla de Competitivitat (1996 – 2000) partia d'un diagnòstic molt vinculat amb la tesi del col·lapse que hem descrit en capítols anteriors. Els plans consideren que els primers símptomes d'esgotament del model tradicional responen a la distància entre la imatge inicial i l'experiència real. Per això, es planteja una estratègia de millora (de regeneració, segons el terme d'Anton) dels elements públics i privats de la destinació de manera que es puguin corregir (o almenys mitigar) les percepcions negatives dels visitants. És important destacar que aquesta estratègia no posa en dubte el model, sinó que considera que existeix una mala gestió del model. Així, els plans tenen com a objectiu:

“la regeneració i recuperació de les destinacions turístiques madures de sol i platja. Es materialitzen en inversions en millores mediambientals, paisatgístiques, modernització de l’oferta turística, creació de nous productes, i estan dirigides a lluitar contra l’estacionalitat”. (Porrás, 2000:197).

Els Plans d'Excel·lència Turística es porten a terme mitjançant la signatura d'un conveni entre les administracions central, autonòmica i local, aportant cadascuna un terç del cost. Són plans a tres anys que es seleccionen a la *Conferència Sectorial de Turismo*¹ i com que es tracta d'experiències pilot, la seva localització es deu, en bona part, a l'efecte demostració que puguin tenir. L'administració dels fons la porta a terme l'administració local. A la costa catalana es van acollir al Pla Calella de la Costa i el Baix Empordà el 1998, el 1999 Lloret, Cambrils i Salou, el 2000 Roses, el Vendrell el 2001, Sitges el 2003, Santa Sussana el 2004 i Terres de l'Ebre el 2005(Taula 3.6.). Altres municipis han portat a terme mesures de reestructuració de l'espai turístic sense el suport del pla.

Aquesta reestructuració, amb pla o sense, es basa en cinc grans eixos d'actuació:

- Condicionament dels passeigs de mar i el front marítim
- Millora dels serveis públics a les platges i als espais portuaris.
- Creació d'illes de vianants i dinamització de zones comercials
- Actuacions d'esponjament de la ciutat

¹ La *Conferència Sectorial de Turismo* està formada pels consellers responsables de turisme de les Comunitats Autònomes, i pel ministre responsable de turisme que la presideix.

- Modernització del mobiliari urbà i homogenització segons un criteri que identifiqui la ciutat.

L'any 2000 el govern central aprova el Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol, (PICTE 2000) que explicita clarament l'orientació de la gestió turística: l'aposta per la qualitat. Novament, el diagnòstic se centra en el deteriorament dels espais públics i els equipaments privats turístics i la pèrdua de competitivitat de les destinacions tradicionals de sol i platja. Així:

"El sector turístic espanyol ha de basar la seva estratègia de futur en la qualitat en l'entorn de la unitat monetària, de convergència econòmica i social amb els veïns i principals mercats emissors i en els creixents processos de globalització... A partir d'aquest moment, la qualitat passa de ser una preocupació essencialment empresarial, per a esdevenir el referent global del sector, integrant la noció de qualitat no només en el sector i l'activitat privada sinó també en les destinacions i a l'aplicació de criteris de sostenibilitat ambiental" (PICTE, 2000)

El Pla està estructurat en 10 programes:

- Programa de destinacions
- Programa de productes
- Programa de sectors
- Programa de formació
- Programa d'I+D

- Programa d'internacionalització
- Programa de cooperació internacional
- Programa d'informació econòmica
- Programa de promoció
- Programa de suport a la comercialització

Un dels principals problemes en la gestió de la qualitat és la gran diversitat de models, de referències i de certificacions. Yepes (1998) ha identificat la lenta evolució dels criteris de qualitat en el turisme. Una primera fase estava presidida per les inspeccions, com a mesures de control per evitar problemes amb els consumidors i el compliment de la legalitat. Una segona fase és assegurar la qualitat a partir de normes internacionals basades en estàndards universals, com la norma ISO 9000. Finalment, en una tercera fase es crea l'ICHE (*Instituto de Calidad Hotelera Española*) i més tard l'ICTE (*Instituto de Calidad del Turismo Español*) que s'implanta el 1996 a partir dels resultats positius de l'experiència pilot a Puerto de la Cruz el 1994. Aquest sistema es caracteritza perquè és voluntari i obert, autorregulat pel propi sector, orientat cap a la rendibilitat, adaptable, compatible i flexible per a cada zona (Yepes, 1998).

A partir dels plantejaments d'autors com Camison i Monfort (1996), Camison (1996), Camison i Roca (1997) o el propi Yepes (1998) s'ha generalitzat el principi de la qualitat turística com a principi rector de la gestió i, sobretot, com a estratègia necessària en la competitivitat de les destinacions tradicionals. En certa manera, és parteix del principi rector que la pèrdua de competitivitat del sector se sustenta en el deteriorament de l'oferta privada, l'espai, el medi ambient... És precís fer notar que aquesta estratègia (pública i privada) no implica un canvi del

model, no és qüestiona la viabilitat de l'estructura fordista, sinó que responsabilitza el desequilibri en una mala gestió del model, que es pot corregir amb el paradigma de la qualitat.

En aquestes pàgines, hem intentat sustentar dues tesis complementàries. En primer lloc, hem demostrat que no hi ha un sol canvi possible. Davant de determinats indicadors que podrien indicar una cert esgotament del model tradicional de sol i platja, el diagnòstic no és unànim. Hi ha varies interpretacions del canvi, com les tesis evolucionistes, la teoria del col·lapse, la interpretació geogràfica, el salt tecnològic o el canvi del fordisme pel postfordisme (o, si es vol, pel neofordisme). Aquestes estratègies, com si fossin meandres, es barregen i sovint es complementen. Això ha creat un discurs relativament unànim que posa en guàrdia les velles platges i planteja la necessitat d'un canvi, d'una aposta innovadora.

Les reaccions no són generals, sinó que s'han de llegir en clau local. El determinisme de la globalitat és compensat pel possibilisme de les localitats, de manera que cada lloc reacciona al nou context amb estratègies molt diverses que van des de la resistència, a la convivència o la substitució. En bona mesura, la reacció s'explica pels factors locals, allò que Habermas denomina l'*habitus*. En el complex catàleg d'estratègies turístiques hem identificat cinc models bàsics que, novament, es combinen i complementen en un joc d'aiguabarrejos: la sostenibilitat, l'aposta per la qualitat, la hiperrealitat, el residencialisme i el turisme efímer. En els propers capítols estudiarem la implantació efectiva d'aquestes estratègies en el territori, la lectura espacial de les noves estratègies turístiques de les destinacions madures.

2. Els models territorials del turisme al litoral mediterrani espanyol. Una aproximació

En un passeig desinhibit per Platja d'Aro ens assalta immediatament una sensació de *déjà vu*: els mateixos comerços, els mateixos hotels, les mateixes instal·lacions de platja, la mateixa escenografia urbana, la mateixa trama, les mateixes icones... És cert que la majoria dels elements de les grans ciutats d'oci del Mediterrani espanyol (de Benidorm a Salou) són en realitat una re-producció d'un model territorial, social i estètic.



Imatge 2.1. Galerías Comercials San Luís de Platja d'Aro a principis dels anys 70. Font: FISA (1975).

Tanmateix, aquestes grans estructures urbanes són molt infreqüents en la cartografia turística del litoral. La tipologia és molt més complexa: ciutats mitjanes amb una oferta turística en el front de mar, grans extensions d'equipaments turístics i urbanitzacions sense un centre aparent, petits nuclis poc accessibles que mantenen un *skyline* tradicional, illes de paisatge amb diversos nivells de protecció... En realitat, la geografia del turisme litoral és més calidoscòpica que la imatge projectada per la balearització.

Aquest capítol intenta dibuixar la trama bàsica de l'estructura turística del litoral. Ens basarem en una anàlisi dels components de l'oferta turística d'allotjament (hotels, càmpings i habitatges turístics) en els tres anys de referència: 1981, 1991 i 2001. L'objectiu és determinar l'organització espacial dels principals elements de la indústria turística litoral (els establiments d'allotjament) i intuir les estructures territorials que expliquen la seva localització. Per això, el capítol està estructurat en tres parts. En primer lloc, estudiem de forma genèrica el comportament de l'oferta turística del litoral mediterrani: localització de l'oferta, distribució de la planta hotelera, el pes dels habitatges turístics... En segon lloc, hem intentat determinar la tipologia d'espais turístics a partir d'una anàlisi de conglomerats jeràrquics basada en els principals indicadors de l'oferta. Finalment, hem realitzat una anàlisi similar per avaluar el comportament de les diferents variables a nivell català.

Hem optat per una escala menor que supera els límits de l'àmbit d'estudi (Catalunya) i integra el conjunt del litoral mediterrani espanyol. D'aquesta manera podem contextualitzar les magnituds i l'evolució de l'oferta turística catalana en el seu marc geogràfic de relació.

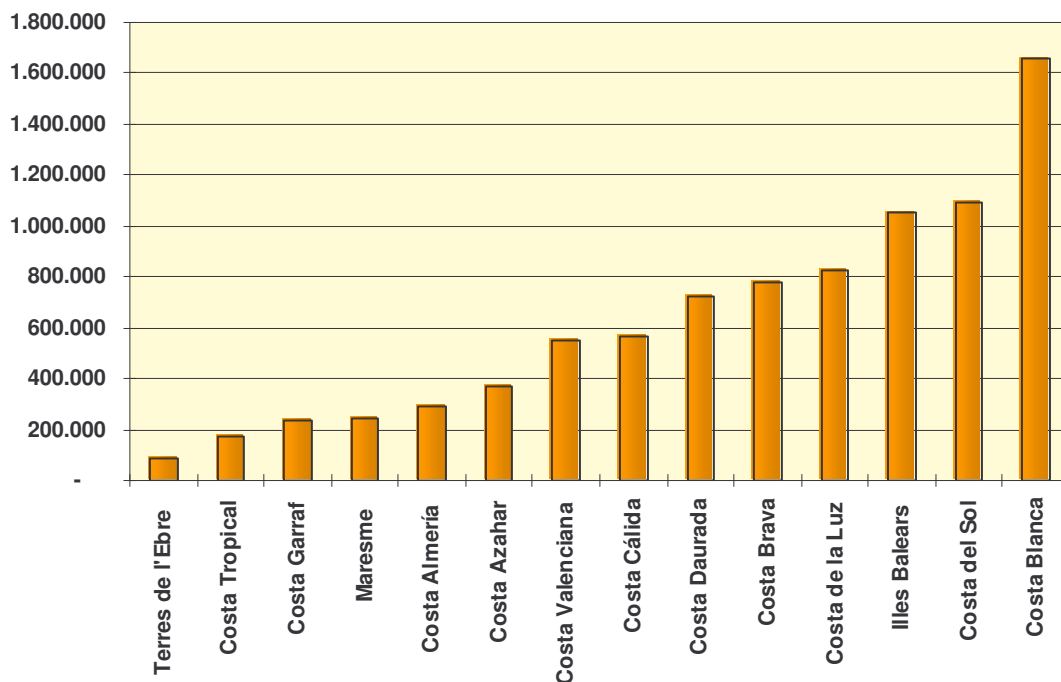
2.1. L'oferta turística del litoral mediterrani

Una de les tesis centrals de l'obra de Monfort (1999) és que l'oferta d'allotjament és un factor essencial en l'estructura econòmica del turisme litoral del Mediterrani espanyol. Mentre que altres tipologies turístiques se sustenten molt més en les activitats de lleure (com per exemple en el turisme esportiu o en el turisme de neu) o en els elements del patrimoni natural i cultural (com en el turisme natural i en el turisme urbà), en el turisme litoral l'epicentre de l'experiència turística i la seva economia recau en l'oferta d'allotjament. Segurament, la tesi de Monfort s'ha de complementar amb una altra sentència: l'oferta d'allotjament és el principal factor de transformació territorial i l'element que explica les diferents estructures espacials. Per això, en aquest epígraf ens hem plantejat una anàlisi exhaustiva de la distribució territorial dels elements de l'oferta d'allotjament turístic.

2.1.1. La capacitat d'allotjament

En primer lloc, ens hem plantejat establir una vista d'ocell panoràmica de la capacitat d'allotjament del litoral mediterrani espanyol en el període 1981 – 2001. A partir de les dades generals, presentem una anàlisi del comportament en el territori de l'oferta d'allotjament i la subtil combinació entre els hotels, els càmpings i els habitatges turístics. El nostre objectiu és detectar les especialitzacions, les concentracions, els buits, les discontinuïtats, els nodes i, en definitiva, la geografia del turisme que dibuixa aquests equipaments turístics.

Gràfica 2.1. Distribució de les places turístiques totals per marques turístiques. 2001

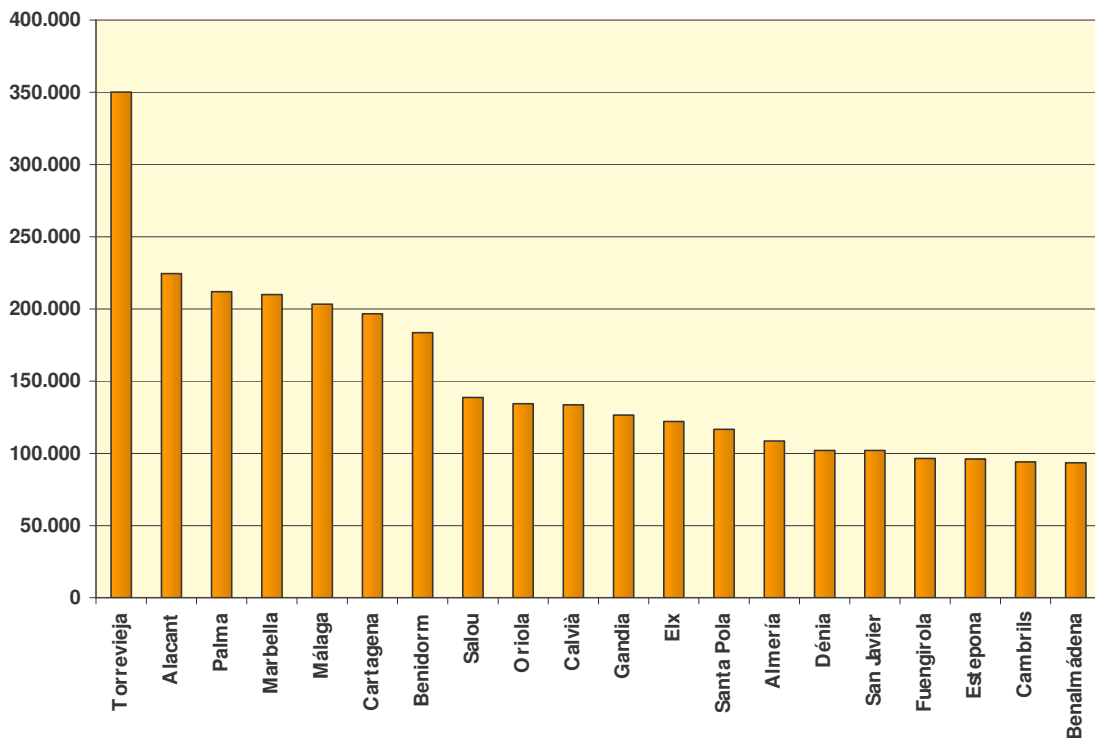


Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials, de l'INE i de l'IDEGCAT.

Si sumem totes les places turístiques del litoral (els subsectors de l'hotel, el càmping i els habitatges turístics), podem estimar una capacitat d'acollida global de 8.647.515 de places. Les principals característiques de l'oferta turística són la concentració espacial, l'especialització i la tensió entre creixement i estancament.

La primera evidència, sens dubte la més remarcable, és la concentració de les places en uns espais determinats. Per exemple, el 44% d'aquestes places es concentren en les demarcacions de la Costa Blanca, la Costa del Sol i les Illes Balears. És evident que l'espai amb una major capacitat d'acollida és la Costa Blanca que, amb més d'un milió i mig de places, supera àmpliament la resta d'espais costaners (Gràfica 2.1).

Gràfica 2.2. Relació dels vint primers municipis amb més places turístiques. 2001.

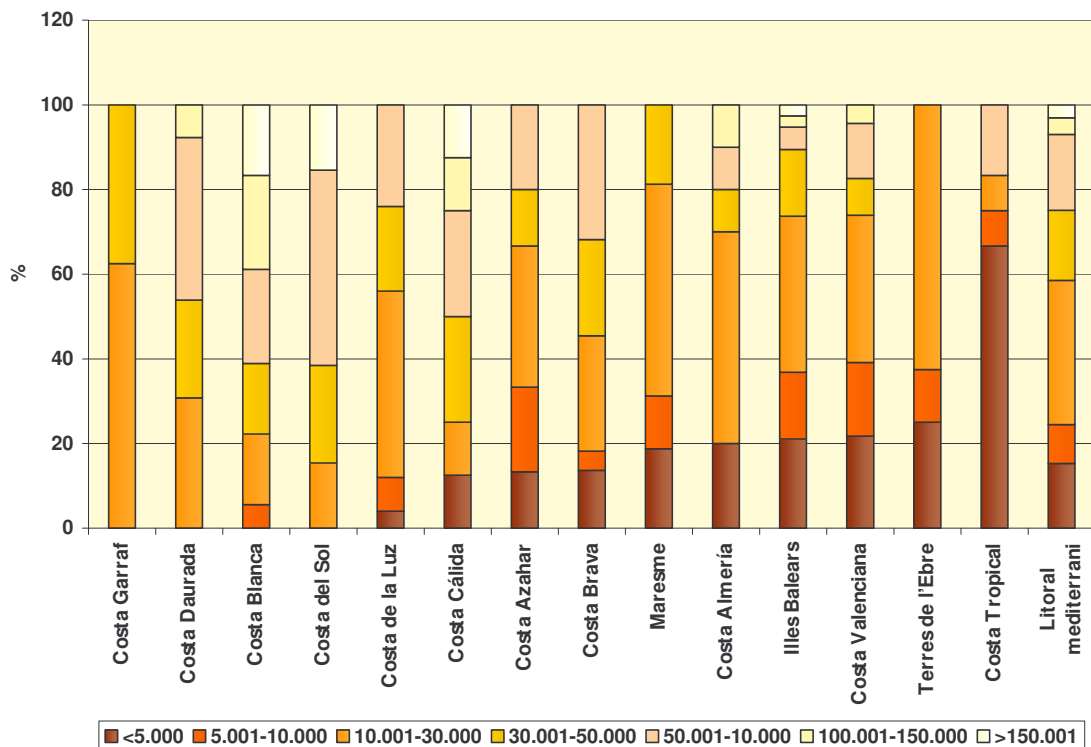


Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials, de l'INE i de l'IDECAT.

El negatiu d'aquest escenari són les demarcacions amb àrees metropolitanes en creixement, com la Costa del Garraf o el Maresme, o zones més orientades a l'interior com la Costa Tropical, que es troben per sota de les 250.000 places totals.

La concentració de l'oferta és encara més evident si canviem l'escala d'anàlisi i estudiem la distribució per municipis. La gràfica 2.2. permet veure les majors concentracions de l'oferta d'allotjament en el territori; immediatament, identifiquem una sèrie de nuclis que actuen com a veritables receptors de visitants, territoris amb una capacitat d'acollida molt elevada.

Gràfica 2.3. Percentatge de municipis segons places totals i per marques turístiques. 2001.



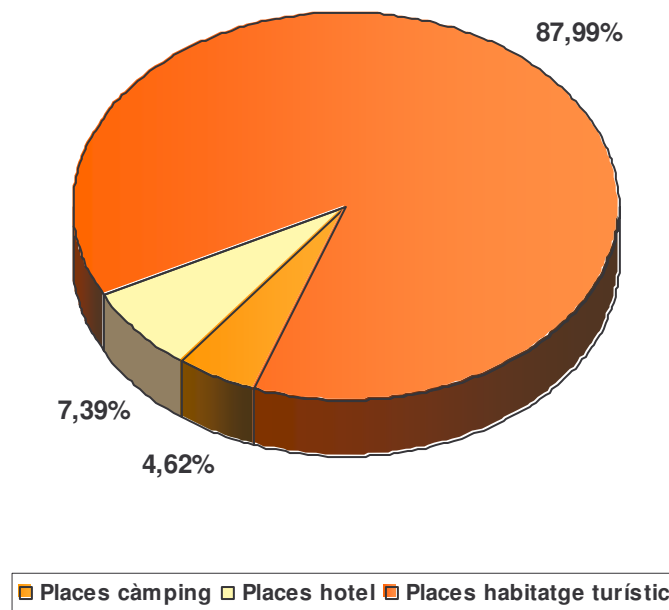
Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials, de l'INE i de l'IDESCAT.

Per exemple, el municipi de Torrevieja supera la capacitat d'oferta global de marques com el Maresme, la Costa del Garraf o la Costa Tropical. Els principals "fars turístics" de la costa mediterrània són Torrevieja i Alacant a la Costa Blanca, Palma a les Illes Balears i Marbella i Málaga a la Costa del Sol, amb més de 200.000 places el 2001. La gràfica 2.2. mostra els 20 municipis amb un major nombre de places totals: aquests municipis representen el 35% de les places del litoral, més de tres milions; és a dir, una de cada tres places turístiques del Mediterrani espanyol està ubicada en només 20 municipis. Si estudiem en detall la composició d'aquests nuclis, veurem que hi predominen els centres madurs, que van tenir un desenvolupament turístic molt precoç.

La gràfica 2.3. aporta una lectura complementària en la capacitat local d'acollida turística. En aquesta representació, es pot analitzar la distribució municipal de la capacitat turística per marques. Aparentment, la distribució general és molt dispersa amb un percentatge significatiu de municipis amb una baixa capacitat, una capacitat mitjana i una elevada capacitat. En realitat, les diferències territorials són molt més acusades. A grans trets, podem identificar destinacions amb asimetries a la dreta, en les que hi predominen els municipis amb una elevada capacitat d'oferta, com la Costa Daurada, la Costa Blanca, la Costa del Sol o la Costa Cálida. Altres espais mostren una asimetria a l'esquerra, amb una preeminència dels nuclis amb una capacitat mitjana o baixa, com la Costa Tropical, les Terres de l'Ebre i, en menor mesura, la Costa de València. En una situació més propera al comportament mig identifiquem la Costa Brava, la Costa de València o les Illes Balears.

La segona dada rellevant és el sobrepès dels habitatges turístics en la definició de l'oferta d'allotjament. Gairebé 9 de cada 10 places del litoral pertanyen a aquesta modalitat, mentre que l'oferta hotelera representa poc més d'un 7% i els càmpings gairebé un 5% (Gràfica 2.4). De fet, no és pot entendre el model turístic del litoral mediterrani espanyol sense considerar la preeminència absoluta d'aquesta forma d'allotjament que ha impregnat tots els elements de l'estructura territorial.

Gràfica 2.4. Distribució de les places turístiques per modalitat d'allotjament. 2001.

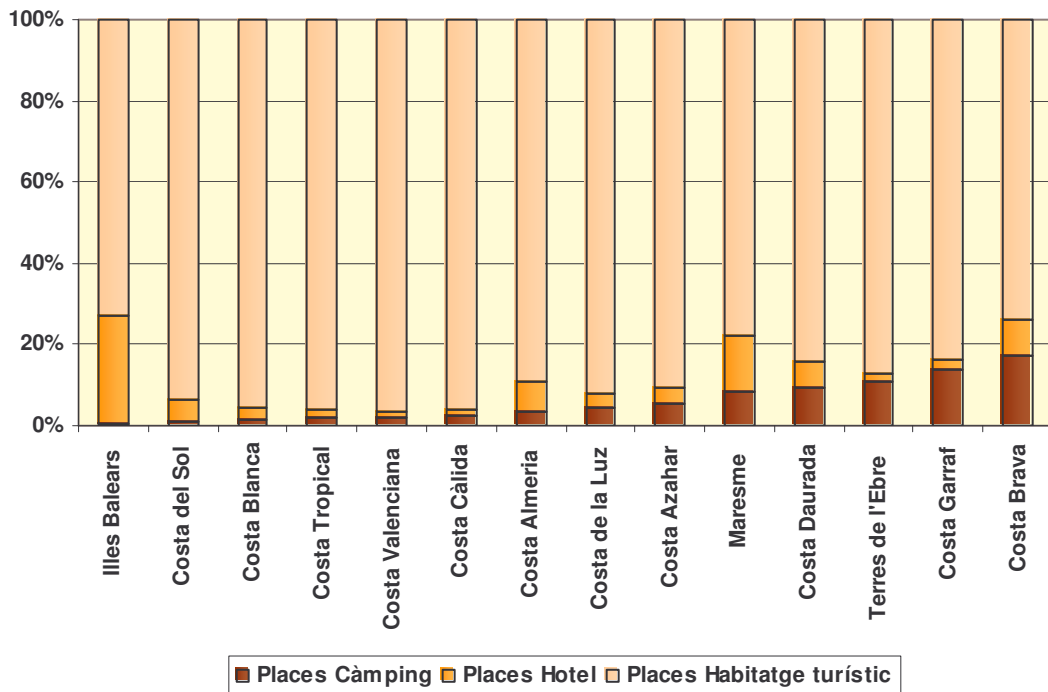


Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials, de l'INE i de l'IDESCAT

Des d'una anàlisi territorial més detallada, és obvi que aquesta distribució de les places totals per modalitat d'allotjament també es tradueix de forma paral·lela en les marques turístiques.

Si analitzem la gràfica 2.5., podrem constatar que els habitatges turístics tenen una preeminència absoluta en tots els espais litorals sense excepció.

Gràfica 2.5. Distribució de les diferents formes d'allotjament per marques turístiques. 2001



Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials, de l'INE i de l'IDESCAT.

De tota manera, si apliquem l'índex de Nelson, podem identificar algunes especialitzacions relatives. Com és sabut, l'índex de Nelson és la suma entre la mitjana i la desviació estàndard de la proporció de cada forma d'allotjament respecte el total. D'acord amb aquest índex, les especialitzacions relatives que es produeixen són: la Costa Tropical, la Costa de València i la Costa Cálida mostren un índex d'especialització en els habitatges turístics; el Maresme i les Illes Balears una especialització hotelera; i, finalment, la Costa del Garraf i la Costa Brava mostren una especialització en el subsector dels càmpings.

L'especialització de la Costa Brava en els càmpings, i de les Illes Balears en hotels és molt rellevant, ja que els seus percentatges (17,17% i 26,79) superen la mitjana més dues desviacions.

Taula 2.1. Distribució de les places turístiques totals per marques turístiques i anys. 1981, 1991 i 2001.

Marca turística	1981	1991	2001
Costa Brava	485.380	695.272	776.811
Maresme	209.598	241.180	244.788
Costa del Garraf	208.328	229.876	234.359
Costa Daurada	385.046	580.101	724.192
Terres de l'Ebre	40.476	67.002	83.492
Costa del Azahar	202.658	301.104	368.203
Costa de València	366.948	433.929	551.723
Costa Blanca	861.302	1.262.157	1.655.307
Costa Cálida	275.470	444.643	563.435
Costa de Almería	148.496	218.145	293.537
Costa Tropical	91.375	142.154	176.655
Costa del Sol	582.227	887.348	1.095.371
Costa de la Luz	415.782	597.548	824.058
Illes Balears	712.294	943.472	1.055.585
Litoral mediterrani	4.985.382	7.043.930	8.647.516

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials, de l'INE i de l'IDESCAT.

La tercera característica de la distribució territorial de les places és la notable diferència en els ritmes de creixement. Globalment, s'observa un creixement progressiu de les places turístiques des del 1981, amb un increment general del 74,51% en vint anys i que, en termes absoluts suposa el salt de 5 milions de places a 8,1 en dues dècades. En altres paraules, el litoral mediterrani ha creat 508 places cada dia (unes 15.000 places mensuals) en els darrers vint anys. Hi ha, però, un alentiment de l'índex de creixement durant la dècada dels 90. Aquesta tendència positiva es va accentuar durant la primera dècada dels anys vuitanta, amb un creixement general del 42%, mentre que als anys noranta s'ha produït una desacceleració que ha reduït a la meitat aquest índex.

Només tres de les marques turístiques estudiades no superen el 50% de creixement; la Costa del Garraf, el Maresme i les Illes Balears, amb índexs d'increment del 13%, 17% i 48% respectivament. Per contra, la Costa Cálida va arribar a duplicar les seves places inicials (275.470 el 1981). En termes absoluts, les marques turístiques que han incorporat un major nombre real de places totals han estat la Costa del Sol, la Costa de la Luz, les Illes Balears i la Costa Daurada, amb intervals entre les 339.000 i les 513.000 places turístiques. Per tant hi ha dues velocitats en el litoral: els espais de fort creixement i els espais de creixement més lent que coincideixen normalment amb els espais més madurs.

Les diferències de creixement són encara més sensibles si optem per l'escala local. En aquest cas, constatem ja processos de decreixement, és a dir, pèrdua de la capacitat d'allotjament en algunes àrees del Garraf o el Maresme. Per exemple, el municipi de Castelldefels ha perdut 8000 places en vint anys, mentre que Gavà, Premià de Mar, el Masnou o Vilassar de Mar registren pèrdues superiors a les 2.500 places.

Tanmateix la nota més universal ha estat també el creixement a escala municipal amb taxes superiors al 50% en un 71% de municipis entre 1981 i 2001. En alguns municipis la taxa de creixement és superior al 600% (Guardamar) o el 700% (Xeraco).

2.1.2. L'oferta hotelera

Més de 3.600 hotels configuren la planta hotelera del litoral mediterrani espanyol, amb una oferta que supera les 336.000 habitacions i amb una capacitat d'acollida de més de 638.000 places turístiques. És evident que aquestes dades no es corresponen amb el pes relatiu del turisme litoral espanyol en el context europeu i mundial. L'Organització Mundial del Turisme estima que el 2001 es podia determinar una capacitat mundial de 35 milions de places hoteleres de les que un 38% es concentren a Europa.

Taula 2.2. Distribució de l'oferta d'hotels en el litoral mediterrani espanyol. 2001

	Hotels	Habitacions	Places
Illes Balears	1.272	148.812	282.744
Costa Brava	615	37.229	70.736
Costa del Sol	302	31.314	59.496
Costa Blanca	294	27.882	52.976
Costa de la Luz	251	15.227	28.932
Costa Daurada	189	24.572	46.686
Maresme	184	17.898	34.006
Costa del Azahar	122	7.390	14.041
Costa de Almería	92	10.983	20.867
Costa Cálida	92	4.882	9.276
Costa del Garraf	90	3.186	6.054
Costa de València	60	3.887	7.385
Costa Tropical	43	2.022	3.842
Terres de l'Ebre	36	883	1.677
Litoral mediterrani	3.642	336.167	638.717

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

La capacitat hotelera d'Europa s'estima, per tant, en uns 13 milions de places de les que només un 5% estan situades en el Mediterrani espanyol. Aquest magre percentatge posa de manifest una vegada més l'atrofia del sector hotelier del litoral mediterrani espanyol en relació a la seva capacitat d'oferta real.

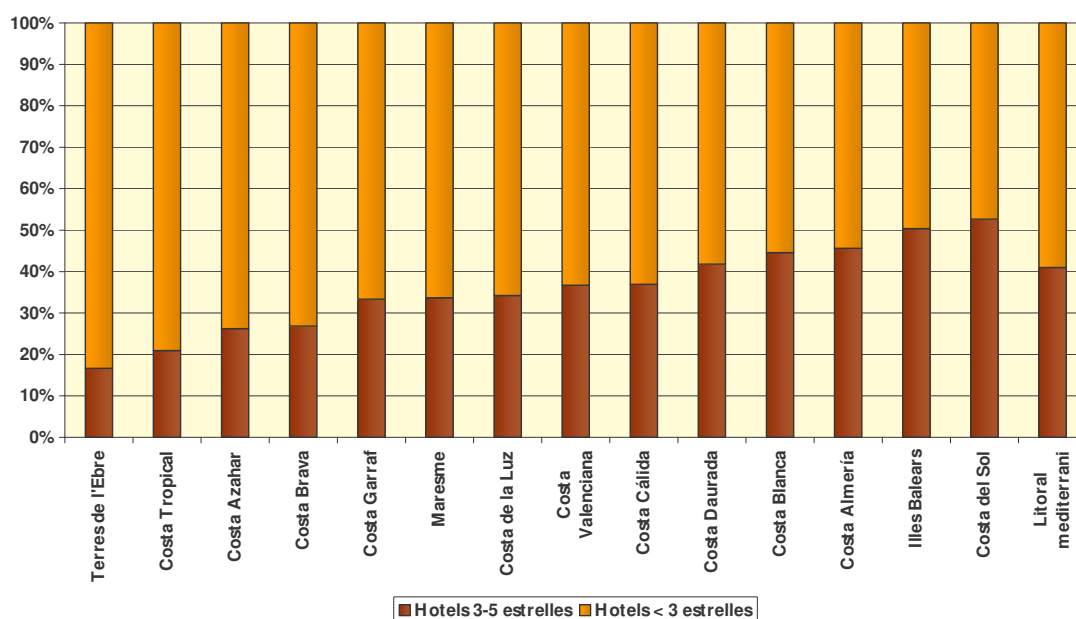
En aquest cas, les diferències regionals són molt acusades. La taula 2.2. demostra que les destinacions amb una major capacitat hotelera són, de forma destacada, les Illes Balears, juntament amb la Costa Brava. Tot i que la Costa Brava té la meitat dels hotels que les Illes Balears, la seva capacitat és quatre vegades inferior. Aquests dos espais acumulen més de la meitat de les places i les habitacions totals dels hotels litorals. Per l'altra banda, la Costa de València, la Costa Tropical i les Terres de l'Ebre esdevenen les marques turístiques amb menys representació hotelera, sense arribar al 2% del total d'hotels del litoral en les dues primeres, ni a l'1% a les Terres de l'Ebre.

En aquest cas, la fractura és molt acusada i dibuixa una geografia dual: d'una banda, les destinacions en les que el pes de la planta hotelera és moderat i, segurament, actua com un motor d'atracció del que es beneficien els habitatges turístics i, d'altra banda, destinacions que tenen una planta hotelera molt feble i basen la seva activitat turística en el sector dels apartaments i les segones residències. No és casual que les velles destinacions madures siguin les que tenen un major protagonisme en l'activitat hotelera.

L'oferta hotelera d'alta gamma (hotels de 3-5 estrelles) representa el 41,13% dels establiments hotelers del litoral mediterrani. La seva distribució en el territori s'assimila al repartiment observat per al conjunt

de l'oferta hotelera, essent les Illes Balears i la Costa Brava les destinacions que concentren, conjuntament, més de la meitat dels allotjaments i les places hoteleres de 3-5 estrelles. Tanmateix, si traduïm les dades a termes relatius, el dibuix territorial canvia significativament. La gràfica 2.6. representa la proporció dels hotels de 3 a 5 estrelles sobre el total de l'oferta. Les Illes Balears i la Costa del Sol són les úniques marques turístiques on la planta hotelera de 3-5 estrelles esdevé superior (en nombre d'hotels) a la resta d'establiments hotelers amb una

Gràfica 2.6. Distribució percentual de l'oferta d'hotels segons classificació i per marca turística. 2001.



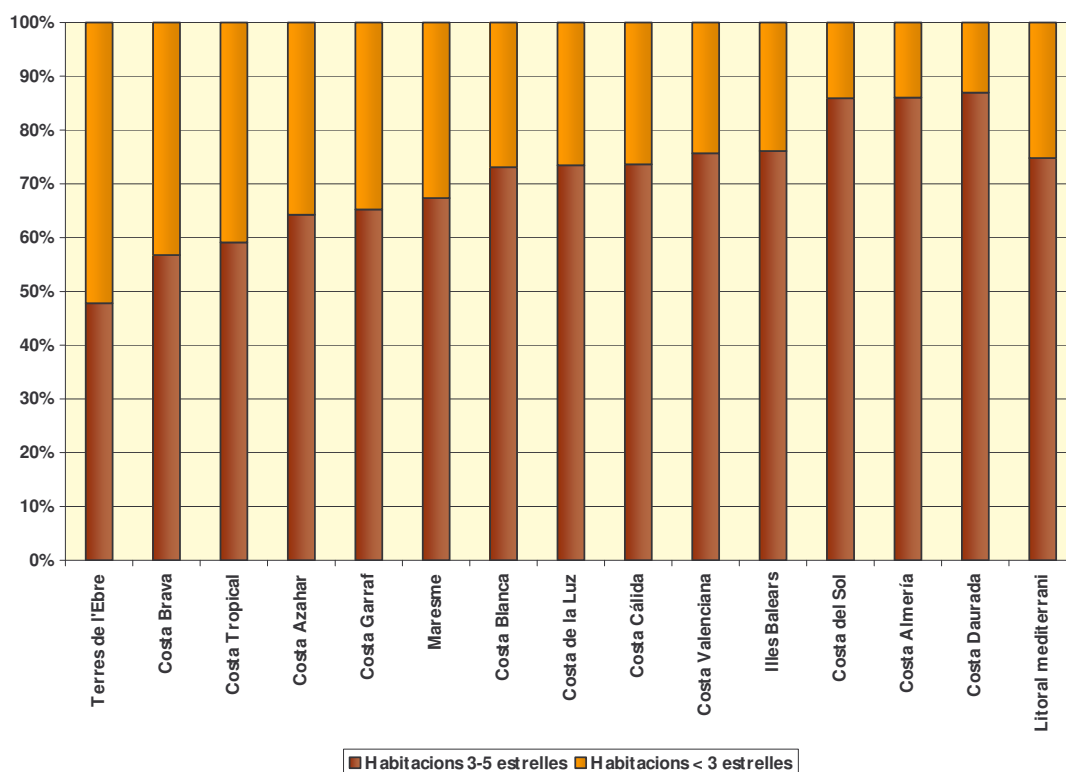
Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

classificació inferior. Per contra, a la resta de destinacions, les Terres de l'Ebre, la Costa Tropical i la Costa del Azahar són els territoris amb una menor proporció d'hotels d'alta gamma en el conjunt de la seva oferta, amb un pes percentual que va des del 16% al 26% dels establiments. També a la Costa Brava on, tot i ser la segona destinació del litoral amb

més hotels de 3-5 estrelles, aquesta oferta només representa el 26,8% dels allotjaments hotelers del seu territori.

Des de l'òptica de l'anàlisi de l'allotjament per la seva capacitat d'acollida (habitacions o places), l'escenari observat esdevé diferent i l'oferta de 3-5 estrelles incrementa la seva importància en el conjunt de cada marca turística, en tant que el nombre d'habitacions que pertanyen als hotels d'alta gamma és superior a la capacitat dels establiments de classificació inferior. És a dir, malgrat donar-se una menor oferta d'hotels d'alta gamma, aquests esdevenen superiors respecte a la resta d'establiments en termes de capacitat.

Gràfica 2.7. Distribució percentual de l'oferta d'habitacions segons classificació i per marca turística. 2001.



Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

En aquest sentit, les habitacions de 3-5 estrelles representen més del 50% de les habitacions totals de cada marca turística (a excepció de les Terres de l'Ebre), essent la Costa del Sol, la Costa Daurada i la Costa de Almería, les destinacions on les habitacions de 3-5 estrelles superen el 80% de la capacitat hotelera.

És evident que aquestes diferències s'expliquen pel desigual tamany de la planta hotelera dels hotels de categoria elevada en relació amb els hotels de categoria inferior, tot i que l'aparició dels "hotels amb encant" (hotels de tamany petit i amb una elevada prestació de serveis). Per això, la capacitat mitjana dels hotels amb una categoria inferior és de 39 habitacions, mentre que els hotels de gamma alta tenen una capacitat mitjana de 165 habitacions. En aquest cas, les diferències territorials són també molt sensibles. En el cas dels hotels de gamma baixa, només les Illes Balears mostren una capacitat sensiblement superior a la mitjana (superior a la mitjana més de sigmes). Per contra, la dispersió és molt més evident en la capacitat dels hotels de gamma alta. Les majors capacitats es corresponen amb els espais on s'han creat noves zones de creixement turístic sobretot a la Costa Daurada amb una capacitat mitjana de 270,5 que s'explica sobretot per la planta hotelera de la zona de Salou, Almería (216,4) amb les noves instal·lacions de la Costa de Almería o el Maresme (194,45) beneficiat per l'operació de Santa Susanna.

Un dels indicis més evidents dels conflictes del model és el decreixement de la planta hotelera en els municipis del litoral espanyol. Globalment, entre 1981 i 2001 el número d'establiments ha disminuït en un 5,06%. És cert que el número de places ha crescut lleugerament, de manera que hem assistit a un procés de selecció o especialització que ha fomentat el creixement del tamany mig de la planta hotelera.

Taula 2.3. Mitjana d'habitacions per hotel segons classificació dels establiments i marca turística. 2001.

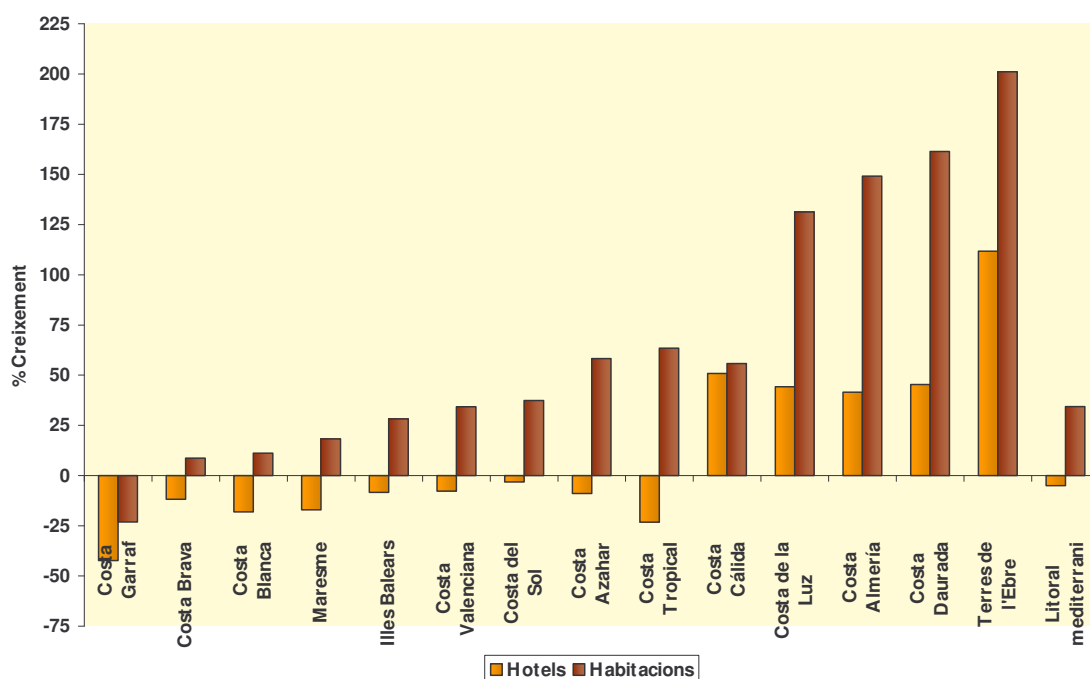
Marca Turística	Mitjana hab/hotel<3*	Mitjana d'hab/hotel 3-5*
Terres de l'Ebre	15,44	69,91
Costa del Garraf	18,45	69,30
Costa Cálida	22,21	105,71
Costa de Almería	23,94	216,43
Costa Tropical	24,32	132,78
Costa de la Luz	24,49	130,06
Costa de València	24,84	133,77
Costa Daurada	29,14	270,45
Costa del Azahar	29,36	148,41
Costa del Sol	30,81	169,23
Costa Brava	35,78	128,03
Costa Blanca	46,04	155,55
Maresme	47,88	194,45
Illes Balears	55,74	174,60
Litoral mediterrani	39,86	165,13

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

De tota manera, és molt significatiu que en el context d'un fort creixement de la demanda en el període 1981 – 2001, no es constati un creixement paral·lel de les unitats d'explotació, sinó tot el contrari. Novament, es pot dibuixar una geografia dual caracteritzada per unes àrees de decreixement hoteler (en alguns casos, molt acusat com a la Costa del Garraf amb una pèrdua del 42,3%) i unes àrees emergents. Entre aquestes darreres, situem nous espais amb una implantació molt recent com la Costa de la Luz, Costa de Almería, les Terres de l'Ebre o bé àrees més madures que han renovat la seva planta com la Costa Daurada. Hi ha, per tant, una certa tendència a desplaçar el creixement, a prioritzar l'obertura de nous espais abans que renovar els vells.

Contràriament, aquesta evolució de la planta hotelera no ha estat paral·lela en l'oferta d'habitacions. Així, mentre el nombre d'establiments ha disminuït en nombre d'unitats, s'ha vist compensat per un increment de les habitacions en el 34,34%. Aquest increment de la capacitat d'acollida s'ha localitzat, especialment, en les marques turístiques amb un major creixement en termes d'hotels, i a on la seva capacitat en habitacions s'ha més que duplicat. És el cas de la Costa de Almeria, Costa de la Luz, Costa Daurada i les Terres de l'Ebre. D'altra banda, la Costa Brava ha estat la marca turística amb un menor creixement en habitacions (8,6%), mentre que la Costa del Garraf, ha entrat, fins i tot,

Gràfica 2.8. Evolució percentual del total d'establiments hotelers i habitacions per marca turística i pel conjunt del litoral mediterrani. 1981-2001



Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

en valors negatius degut a la significativa davallada del nombre absolut d'allotjaments, essent l'única demarcació amb un decreixement relatiu del número d'habitacions.

Aquest increment de les habitacions *versus* el decreixement total d'hotels s'explica per l'evolució de l'oferta hotelera de 3-5 estrelles. Tant en termes d'establiments com, conseqüentment, en termes de capacitat, s'ha aconseguit un creixement progressiu en la implantació d'aquesta oferta. Els hotels d'alta gamma han incrementat un 122% la seva planta d'establiments, com també les habitacions que s'han més que duplicat, essent els anys 90 la dècada de màxim creixement. L'increment ha estat superior al 70% en totes les destinacions del litoral mediterrani, sobretot a les Terres de l'Ebre i el Maresme, i en menor grau a la Costa Tropical, la Costa Daurada i la Costa de la Luz. Entre tant, les marques turístiques amb un menor creixement relatiu han estat la Costa del Sol i la Costa Brava, tot i que el seu augment no deixa de ser significatiu, superant el 75% de creixement.

La superioritat de la capacitat dels hotels de 3-5 estrelles i el seu creixement des de 1981, ha permès cobrir la davallada de places en hotels amb una classificació inferior a 3 estrelles (-42%). I, per tant, explica el perquè de l'evolució positiva del conjunt de l'oferta hotelera en el litoral mediterrani al llarg dels darrers vint anys. Existeix, per tant, un procés de renovació de la planta hotelera, amb una desaparició de les gammes inferiors i un increment de les superiors, que es complementa amb un increment significatiu de la capacitat mitjana. Aquest procés s'ha produït en tota la geografia litoral, tot i que com es pot veure a la taula 2.4., les intensitats han estat molt desiguals.

Taula 2.4. Creixement percentual d'hotels i habitacions segons classificació inferior o superior a les 3 estrelles. 1981-2001

Marca Turística	Hotels		Habitacions	
	<3 estrelles	>3 estrelles	<3 estrelles	>3 estrelles
Costa del Garraf	-58,33	150,00	-66,37	144,80
Costa Blanca	-43,60	87,14	-45,75	81,17
Illes Balears	-42,79	124,91	-47,87	136,79
Maresme	-41,90	416,67	-58,82	1162,84
Costa Tropical	-37,04	350,00	-25,11	804,38
Costa del Sol	-35,59	76,67	-42,12	77,31
Costa de València	-28,30	83,33	-20,93	73,04
Costa Brava	-25,62	79,35	-33,56	110,94
Costa del Azahar	-23,73	100,00	0,70	132,11
Terres de l'Ebre	87,50	500,00	117,28	424,34
Costa de la Luz	14,58	186,67	14,84	265,19
Costa Cálida	11,54	277,78	-18,47	131,09
Costa de Almería	8,70	121,05	43,00	183,10
Costa Daurada	5,77	203,85	-38,19	407,06
Litoral mediterrani	-32,15	121,60	-42,27	145,30

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

Si optem per una escala local i no regional, les diferències són molt més evidents i els processos de concentració espacial, més clars. La taula 2.5. mostra els vint primers municipis de tot el litoral mediterrani amb major capacitat hotelera. Aquestes localitats representen, en conjunt, quasi el 60% de totes les places d'hotels del litoral. Per tant, sis de cada deu places hoteleres de tot el Mediterrani espanyol estan situats en només 20 municipis. Un fet molt rellevant és que la principal destinació en número d'hotels i en places són les Illes Balears i, de fet, els dos principals nuclis

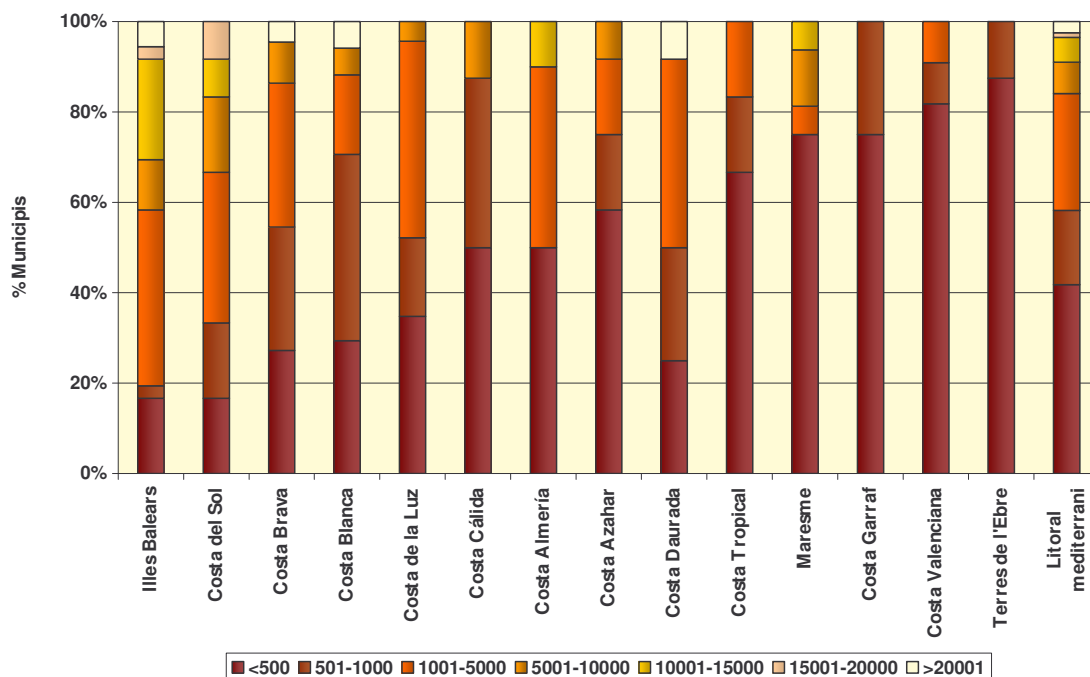
Taula 2.5. Relació dels vint primers municipis amb més places hoteleres del litoral mediterrani. 2001.

Marca Turística	Municipi	Places hoteleres	Places hotels/Places totals litoral
Illes Balears	Palma de Mallorca	50.367	7,89
Illes Balears	Calvià	42.701	6,69
Costa Blanca	Benidorm	35.555	5,57
Costa Brava	Lloret de Mar	31.941	5,00
Costa Daurada	Salou	31.627	4,95
Costa del Sol	Torremolinos	18.185	2,85
Illes Balears	Alcúdia	16.198	2,54
Illes Balears	Son Servera	14.928	2,34
Illes Balears	Capdepera	14.569	2,28
Maresme	Calella	14.045	2,20
Illes Balears	Sant Josep	13.976	2,19
Illes Balears	Santa Eulàlia del Riu	13.705	2,15
Costa del Sol	Marbella	12.707	1,99
Illes Balears	Sant Antoni de Portmany	11.318	1,77
Illes Balears	Santanyí	10.923	1,71
Costa d'Almeria	Roquetes de Mar	10.638	1,67
Illes Balears	Muro	10.435	1,63
Illes Balears	Santa Margarida	10.420	1,63
Illes Balears	Sant Llorenç des Cardassar	9.093	1,42
Costa del Sol	Benalmádena	8.710	1,36

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

en capacitat hotelera estan situats en l'espai insular, Palma i Calvià, on se situen gairebé el 15% de totes les places hoteleres del litoral mediterrani espanyol. En altres epígrafs del document, constatarem que la major part d'aquests nuclis són ociurbs, grans concentracions d'oferta hotelera i recreativa que actuen com a motor principal del creixement turístic d'una regió turística. Aquest és el cas de Benidorm, Salou, Lloret, Calvià, Calella o Torremolinos que són els "fars turístics" de les àrees turístiques on estan situats.

Gràfica 2.9. Distribució percentual dels municipis del litoral mediterrani per intervals de places d'hotel i per marca turística. 2001.

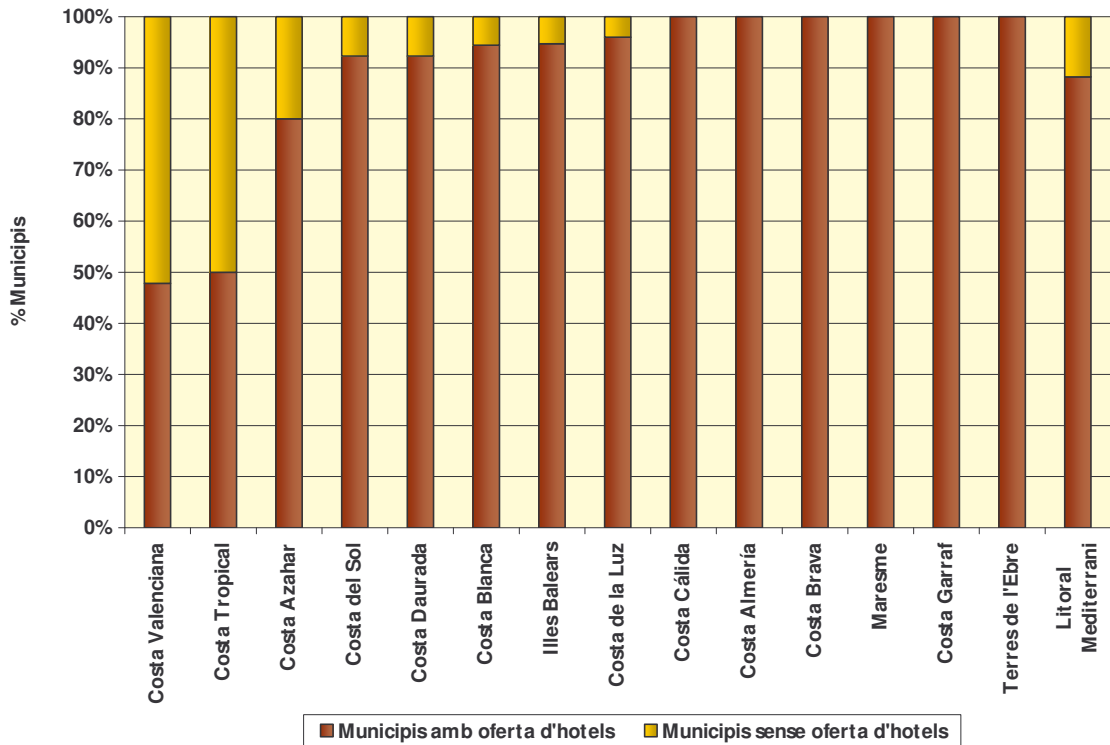


Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

Si estudiem el comportament local del creixement de places, el creixement absolut més significatiu entre 1981 i 2001 s'ha produït en l'agregació Vila-seca i Salou, amb 24.890 places, seguit dels municipis de Sant Josep, Muro, Sant Llorenç de Cardassar, Calvià i Alcúdia, pertanyents a les Illes Balears (6.900-10.000 places).

A l'altra cara, un 24% dels municipis mostren un creixement negatiu, i dels quals sobresurten els termes de Nules (Costa del Azahar), Daimús (Costa de València) i Escorca (Illes Balears), que han reduït la seva oferta al 100%, així com els municipis de Sant Vicenç (Maresme) i Almonte (Costa de la Luz), on ha desaparegut més del 90% de les seves places hoteleres. Si considerem només els valors absoluts, la davallada més significativa s'ha produït en els municipis de Palma, Almonte i Sitges, amb xifres que van des de les 17.900 places a les 1.190 places perdudes.

Gràfica 2.10. Percentatge de municipis de litoral amb allotjament hotelier respecte el total de municipis costaners de cada marca turística. 2001.



Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

Respecte la dimensió hotelera municipal, el litoral mediterrani es caracteritza per municipis amb una planta hotelera total inferior a les 500 places (43% dels municipis), i en un menor nombre destaquen els municipis entre 1.001 i 5.000 places (26% dels municipis). Només un 2,5% de totes les localitats del litoral superen les 20.000 places en hotels: Palma, Calvià, Benidorm, Salou i Lloret de Mar. Fixem-nos que en realitat la petja territorial i econòmica de l'activitat hotelera és molt discontinua. Existeix una mena de distribució territorial jeràrquica, que segueix els models de Christaller o la *rang size*, que crea una estructura piramidal, amb una concentració hotelera en uns pocs municipis i una base molt àmplia de nuclis on els establiments hotelers són gairebé testimonials.

Finalment, un altre indicador del nivell de desenvolupament de l'oferta hotelera en el territori és la proporció dels municipis costaners que disposen d'oferta hotelera respecte a la totalitat de municipis de litoral de cada marca turística i pel conjunt de la costa mediterrània (Gràfica 2.10). Aquest indicador permet observar si la implantació d'aquesta modalitat d'allotjament s'ha realitzat completament en totes les localitats de platja. És així com en el conjunt del litoral mediterrani només un 12% dels municipis de litoral no disposen de cap oferta hotelera. En la majoria de marques turístiques, a excepció de la Costa Tropical i de la Costa de València en què els municipis costaners amb allotjaments hotelers no superen el 50%, es troba un 80% i més de les localitats costaneres amb dotació d'establiments hotelers. En el cas de la Costa Cálida, la Costa de Almería, la Costa Brava, el Maresme, la Costa del Garraf i les Terres de l'Ebre, el 100% dels seus municipis costaners ofereixen allotjament hotelers.

2.1.3. Els serveis hotelers

Les estrelles dels hotels són un primer indicador de la qualitat en el litoral, però és evident que és només una aproximació parcial.

Taula 2.6. Assignació dels serveis a les categories

Accessibilitat	Serveis simples	Serveis superiors	Activitats
Accés minusvàlids Admet gos guia Ascensor accessible al garatge Ascensor accessible entre plantes Ajudant pels minusvàlids Bar cafeteria accessible Carta menú en Braille Garatge amb places per minusvàlids Pàrking amb plaça per minusvàlids Piscina accessible Piscina climatitzada accessible Plànol situació en relleu Restaurant accessible WC homes accessible WC senyores accessible WC amb barres de suport WC unisex accessible	Admet gossos Admet targetes crèdit Aire condicionat a les habitacions Aire condicionat al menjador Ascensor Bar cafeteria Caixa forta individual Calefacció central Calefacció individual Canvi de moneda Menjador Garatge Habitacions amb saló suits Minibar Pàrking Servei habitacions 24 hores Assecador de cabell a les habitacions Telèfon a les habitacions Televisió a les habitacions	Lloguer de bicicletes Gimnàs Golf Jacuzzi Minigolf Piscina climatitzada Sauna Squash Tennis Transport públic proper	Antena parabòlica Custòdia de valors Discoteca Fax a les habitacions Guarderia Internet a les habitacions Jardí-terrasa Parc infantil Perruqueria Saló de convencions Servei mèdic Botigues Traducció simultània

Font: Classificació pròpia a partir de la base de dades de la Guia Oficial de Hoteles de Turespaña actualitzada el gener del 2005.

En realitat, el principal indicador de la qualitat dels equipaments hotelers és el número i composició dels seus serveis. En aquesta anàlisi sobre l'oferta turística del litoral hem considerat oportú estudiar el comportament dels serveis hotelers en els municipis costaners. El propòsit és determinar la distribució espacial de la qualitat i la tendència a

l'especialització dels espais turístics, o si es vol, l'espacialització dels serveis turístics. En bona mesura, aquest epígraf està inspirat en treballs similars realitzats sobre la indústria hotelera espanyola i la seva prestació de serveis, especialment Monfort (1999).

A partir de les dades proporcionades per l'Instituto de Estudios Turísticos, hem realitzat una classificació dels serveis en quatre grans categories: els serveis bàsics, que inclou aquells serveis que tenen una gran difusió entre els hotels fins i tot de categories inferiors (telèfon, televisió, assecador de cabell...); la categoria dels serveis superiors afegeix aquells serveis que tenen una menor representació, ja sigui perquè estan considerats serveis de luxe o bé perquè la seva implantació és relativament recent (Internet, suites, perruqueria...); les activitats recullen aquells serveis que permeten la pràctica esportiva o lúdica als clients de l'hotel (minigolf, gimnàs, lloguer de bicicletes...); finalment, els serveis accessibles són aquells que tenen en compte les necessitats de persones amb discapacitats. La taula 2.6. mostra l'assignació de cada servei a les categories esmentades i les taules 2.7.a i 2.7.b il·lustren els 10 serveis més freqüents i els 10 més infreqüents.

Les dades demostren que existeix una relació elevada entre el número de serveis per categoria de cada hotel i les seves estrelles. L'anàlisi de les taules de contingència mostra valors de la Phi relativament elevats. Així, el valor Phi entre les estrelles i el número de serveis bàsics és de 0,876, entre les estrelles i els serveis superiors és de 0,738, la Phi entre les estrelles i les activitats és de 0,787 i el valor més baix és la relació

Taula 2.7.a. Els 10 serveis més comuns

Servei	%
Bar cafeteria	89,4
Admet targetes de crèdit	75,1
Telèfon a les habitacions	72,1
Jardí terrassa	71,8
Caixa forta individual	68,3
Antena parabòlica	65,0
Ascensor	64,3
Televisió a les habitacions	62,3
Canvi de moneda	60,8
Piscina	57,3

Font: Elaboració pròpia a partir de la base de dades de la Guia Oficial de Hoteles de Turespaña actualitzada el gener del 2005.

Taula 2.7.b. Els 10 serveis menys comuns

Servei	%
Traducció simultània	5,5
Piscina climatitzada accessible	4,6
Garatge amb places per minusvàlids	4,0
Vídeo a les habitacions	3,7
Plànol de situació en relleu	3,2
Squash	3,0
Golf	2,8
Ajudant per a minusvàlids	1,3
Fax a les habitacions	0,8
Carta del menú en braille	0,6

Font: Elaboració pròpia a partir de la base de dades de la Guia Oficial de Hoteles de Turespaña actualitzada el gener del 2005.

entre les estrelles i l'accessibilitat, que decau fins a 0,536. Tot i així, existeix un percentatge de desviació que s'explica per la naturalesa real (no nominal) dels serveis dels hotels i la seva distribució geogràfica.

De fet, si analitzem la cartografia dels serveis per a cada província, podem comprovar amb força claredat l'aparició de desigualtats territorials, que es corresponen a models d'oferta hotelera relativament divergents. La taula 2.8. representa el número mig de serveis per categories per a cada àmbit provincial.

Taula 2.8. Mitjana provincial del número de serveis hotelers per categoria. 2004.

	ACC	BAS	SUP	ACT	Total
Alacant	2,36	10,58	4,10	1,37	18,40
Almeria	4,39	10,50	4,22	1,87	20,97
Illes Balears	1,85	8,08	4,57	2,25	16,74
Barcelona	2,68	9,24	3,98	1,30	17,21
Cadis	3,71	9,05	3,68	1,30	17,74
Castelló	2,69	8,54	3,36	1,22	15,81
Girona	1,94	8,72	3,72	1,39	15,77
Granada	2,36	7,87	2,87	0,87	13,98
Huelva	5,10	10,13	4,32	1,93	21,47
Múrcia	3,28	9,71	3,67	0,83	17,48
Tarragona	3,26	9,53	4,13	1,57	18,48
València	4,15	10,05	3,51	1,10	18,81
Total	2,47	8,88	4,14	1,73	17,22

ACC. Serveis accessibles

BAS. Serveis bàsics

SUP. Serveis superiors

ACT. Serveis vinculats amb activitats

Font: Elaboració pròpia a partir de la base de dades de la Guía Oficial de Hoteles de Turespaña.

La metodologia ha estat l'assignació d'un valor d'1 a cada un dels serveis que integren cada categoria, ja que no hem considerat necessari un procés de ponderació. A continuació, hem calculat la mitjana de serveis per a cada categoria en els hotels de cada província.

La lectura de la taula mostra prioritats i models molt contrastats. Un primer grup territorial són aquells espais costaners que presenten valors elevats en la majoria dels serveis com Huelva i Almeria. En la situació oposada, constatem espais que tenen un número de serveis molt reduït en totes les categories, especialment a Granada, Girona, Castelló i Illes Balears. Com es veu, existeix una relació molt directa entre el grau de maduresa de la destinació i la qualitat dels seus serveis. Existeixen situacions intermèdies, que responen a models mixtos (urbà i litoral, interior i costa, destinacions madures i emergents...).

Per tal d'afinar una mica més l'anàlisi de la informació, hem considerat oportú realitzar una anàlisi de conglomerats jeràrquics dels 3.038 hotels estudiats amb la finalitat de determinar els models d'oferta existents. Per això, hem utilitzat les quatre variables sintètiques (serveis bàsics, superiors, activitats i accessibles) i hem realitzat el mètode Ward a partir de la distància euclidiana al quadrat. Després d'estudiar l'historial de conglomerats i el dendograma, hem considerat que el número òptim de clusters és de quatre. La taula 2.9. mostra el comportament de cada cluster hotelier.

El primer cluster seria relativament estàndard si bé destaca un valor mig de serveis accessibles (5,8) molt superior a la mitjana. Hi formen part 417 del total de 3.038 hotels. Els serveis accessibles orientats amb persones amb discapacitats són, com hem vist, els que tenen una menor

relació amb el número d'estrelles de l'hotel i semblen molt relacionats amb la modernitat de l'establiment. Són els equipaments construïts més recentment els que mostren una major adaptació a les necessitats dels discapacitats, ja sigui pel compliment de la normativa o per la sensibilitat social.

Taula 2.9. Mitjana de serveis hotelers per categories i cluster hoteler. 2004.

Cluster		ACC	BAS	SUP	ACT
1 Accessible	MITJANA	5,82	11,80	4,74	0,97
	N	417	417	417	417
2 Inferior	MITJANA	0,90	5,60	2,37	0,51
	N	1.525	1.525	1.525	1.525
3 Estàndard	MITJANA	0,80	11,14	5,84	2,39
	N	590	590	590	590
4 Qualitat	MITJANA	6,38	13,69	7,03	5,25
	N	506	506	506	506
Total	MITJANA	2,47	8,88	4,15	1,73
	N	3.038	3.038	3.038	3.038

ACC. Serveis accessibles

BAS. Serveis bàsics

SUP. Serveis superiors

ACT. Serveis vinculats amb activitats

Font: Elaboració pròpia a partir de la base de dades de la Guia Oficial de Hoteles de Turespaña.

El tercer cluster seria una variant d'aquest, és a dir, un model estàndard amb valors molt propers a la mitjana, però en aquest cas, amb uns serveis accessibles molt reduïts. Seria, per tant, una tipologia canònica, que representa una cinquena part dels establiments aproximadament.

El segon cluster mostra uns valors mitjos de serveis molt baixos, en alguns casos extremadament baixos. Només els serveis bàsics tenen un comportament més moderat, tot i que el resultat final és una planta

hotelera amb molt poques prestacions i un escàs nivell de qualificació. Hem considerat que aquest cluster respon a una tipologia inferior, que és la més freqüent, amb més de la meitat del total dels establiments analitzats. Resulta molt significatiu que més del 50% dels hotels del litoral mediterrani mostrin un número de serveis molt inferior al comportament mig.

Finalment, el darrer cluster és el que mostra un comportament invers al segon, de manera que tots els valors mitjos dels serveis són netament superiors a la mitjana, especialment en el cas de les activitats. També el número de serveis accessibles és superior fins i tot a la mitjana del primer cluster. Per contra, les distàncies amb els altres dos tipus de serveis (bàsic i superior) són més curtes respecte els hotels del cluster estàndard. Es tracta, per tant, d'hotels de qualitat i representen la sisena part del conjunt de l'oferta.

Els factors que expliquen la distribució en el territori dels quatre models d'hotels són tres: el tamany, l'antiguitat i la localització. En relació al tamany, hem calculat la relació entre número de places i el cluster de referència i els resultats són molt eloqüents: una Phi de 0,912 i una V de Cramer de 0,526. Per tant, els hotels amb més capacitat són els que pertanyen als clusters de qualitat i estàndard, mentre que la reducció del número de places implica (amb la notable excepció dels hotels amb encant) una assignació al cluster inferior. L'antiguitat també explica la distribució dels clusters, en la línia del que hem comentat anteriorment: els hotels més antics tenen més dificultats per a la seva adaptació a les necessitats de les persones discapacitades i per a la implantació de determinats serveis superiors, que no es poden encabir en estructures arquitectòniques poc modificables. Per això, la renovació dels hotels de

les destinacions madures s'ha sustentat (a més de les reformes estructurals i la millora estètica) en l'increment dels serveis bàsics (com en el cas de la Costa Brava) o de les activitats (a les Illes Balears).

El tercer factor que explica l'assignació dels clusters de serveis hotelers, lògicament relacionat amb els dos anteriors, és la localització geogràfica. Com hem vist a la gràfica 2.7. i la resta de factors, existeix una lògica espacial en la distribució de les categories i aquesta situació es reproduïx en la distribució dels clusters, tal i com es pot veure a la taula 2.10.

Taula 2.10. Percentatge d'hotels assignats a cada cluster per províncies

	CLUSTERS				Total
	1	2	3	4	
Alacant	15,1%	46,7%	25,6%	12,6%	100,0%
Almería	27,4%	36,8%	8,5%	27,4%	100,0%
Illes Balears	6,8%	50,5%	23,7%	19,0%	100,0%
Barcelona	19,1%	50,2%	18,6%	12,1%	100,0%
Cádiz	19,7%	53,7%	9,4%	17,2%	100,0%
Castelló	18,3%	57,8%	13,8%	10,1%	100,0%
Girona	13,4%	54,6%	21,4%	10,6%	100,0%
Granada	19,1%	66,0%	6,4%	8,5%	100,0%
Huelva	16,7%	40,3%	8,3%	34,7%	100,0%
Murcia	27,6%	49,4%	11,5%	11,5%	100,0%
Tarragona	21,4%	44,8%	13,5%	20,3%	100,0%
València	28,8%	45,8%	6,8%	18,6%	100,0%
Total litoral	13,7%	50,2%	19,4%	16,7%	100,0%

Font: Elaboració pròpia a partir de treball de camp.

Novament, es dibuixa un espai dual en el que uns espais concentren un determinat tipus d'oferta amb major nivell de serveis i un altres espais tenen un major percentatge d'oferta de baix servei. Novament, són les

demarcacions d'Almería, Huelva i Tarragona les que tenen un major percentatge d'hotels del cluster amb major qualitat (4) o bé del cluster accessible (1) i, com és lògic, un menor percentatge del cluster de baixa qualitat (3). Són, clarament, les zones en les que l'activitat hotelera és més recent bé perquè el desenvolupament turístic ha tingut lloc en els darrers anys o bé perquè ha generat un fort creixement de l'oferta en un pol concret, com en el cas de Tarragona. El negatiu d'aquests espais són les àrees amb un major percentatge dels hotels de baixa qualitat, com Granada, Castelló o Girona i, per tant, amb un menor percentatge d'hotels dels clusters amb major qualitat. Es tracta de zones madures o d'espais amb una oferta hotelera molt feble i poc desenvolupada.

2.1.4. L'oferta de càmpings

L'estudi referent al sector del càmping per a l'estat espanyol l'any 2001 situa l'oferta d'aquesta modalitat d'allotjament turístic en més de 400 càmpings arreu del país, una oferta que arriba a quasi les 400.000 places turístiques (396.649). Això representa aproximadament el 5% del conjunt de places del litoral mediterrani espanyol. En aquest cas, la distribució territorial es caracteritza per una forta concentració a Catalunya, on es localitzen més de la meitat dels equipaments i places de càmping totals (264.291 places). A més, la Costa Brava és el territori que aglutina la major dotació de places (33,62%), seguit de la Costa Daurada (11,68%). A més de Catalunya, la major concentració d'allotjament en càmping s'estén pel sud-est d'Espanya, en les marques turístiques Costa de la Luz, Costa del Azahar i Costa Blanca. Mentre que a les Illes Balears, la limitació espacial del seu territori ha incidit en el menor desenvolupament d'aquesta oferta, afavorint el creixement de l'allotjament comercial en alçada (oferta hotelera), i esdevenint la destinació del litoral amb menys càmpings de tot l'estat (9 càmpings).

Els principals arguments del càmping català són la proximitat i l'antiguitat. Catalunya es veu afavorida per la seva localització propera als centres emissors, en una modalitat turística molt condicionada pel factor distància. A més, és un dels espais pioners en el creixement turístic, el que va afavorir la disposició de superfícies de terreny àmplies i relativament econòmiques, en àrees periurbanes de gran valor paisatgístic. En els anys 80 i 90, aquests espais tenen o bé un preu molt elevat o bé, en la major part dels casos, un sistema de protecció, que no permeten el seu ús com a àrea de càmping. A diferència dels hotels o dels allotjaments turístics, els càmpings són un element turístic molt

singular, situats en àrees molt concretes de l'espai i que distorsionen l'estructura territorial convencional. Podríem dir que els càmpings són la peça singular del model turístic català.

Taula 2.11. Distribució de l'oferta de càmpings en el litoral mediterrani espanyol. 2001.

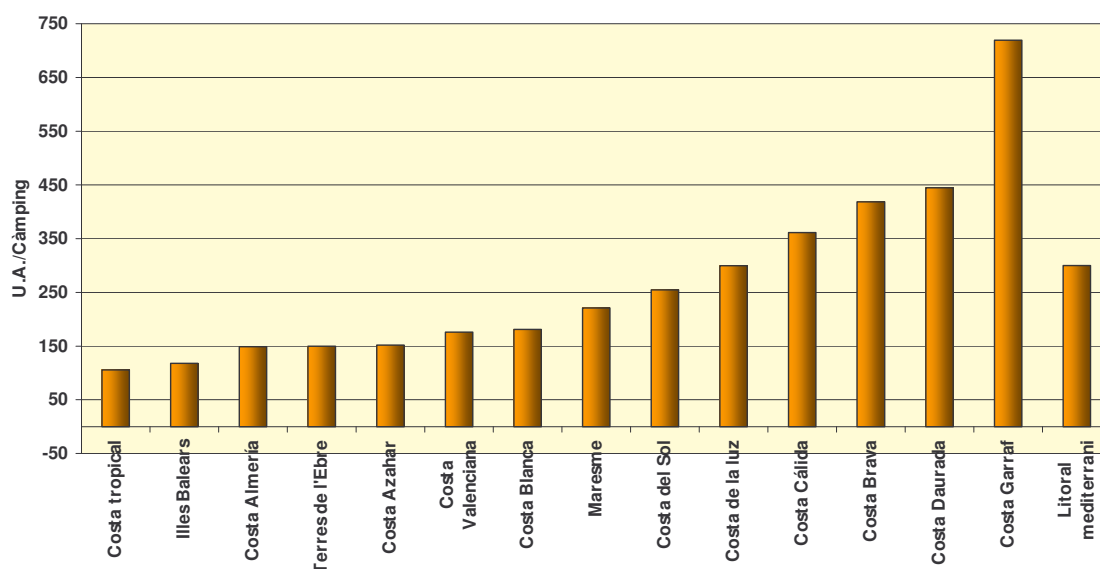
Marca Turística	Càmpings	Unitats Acampada	Places
Costa de València	21	3.694	11.895
Costa Cálida	11	3.973	12.793
Costa del Sol	16	4.072	13.112
Costa de la Luz	38	11.383	36.653
Costa Tropical	10	1.055	3.397
Costa del Azahar	40	6.071	19.549
Illes Balears	9	1.061	3.416
Costa de Almería	16	2.383	7.673
Costa Blanca	41	7.413	23.863
Costa Brava	99	41.413	133.350
Maresme	29	6.406	20.627
Costa del Garraf	14	10.068	32.419
Costa Daurada	48	21.343	68.724
Terres de l'Ebre	19	2.848	9.171
Litoral mediterrani	411	123.183	396.642

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

Si estudiem la distribució territorial de les unitats d'acampada, també constatem una concentració territorial molt notable. Novament, la Costa Brava, la Costa Daurada i, en menor mesura, la Costa de la Luz i la Costa Blanca són els espais preferents per a la ubicació d'aquesta tipologia. Les àrees amb una menor incidència del sector del càmping accentuen el seu caràcter perifèric, per les reduïdes dimensions de les seves instal·lacions.

La mitjana global per al conjunt del mediterrani espanyol respon a 300 unitats d'acampada per càmping, una xifra que es correspon amb 965 places de mitjana per allotjament. Per sota d'aquest índex es trobarien més de la meitat de les marques turístiques del litoral, a excepció de la Costa Cálida, Costa de la Luz, Costa Brava, Costa Daurada i Costa del Garraf, que disposen d'una planta de càmpings amb major superfície.

Gràfica 2.11. Mitjana d'unitats d'acampada per càmping segons marca turística. 2001.



Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

La gràfica 2.11 mostra la capacitat mitjana dels càmpings del litoral, agrupats per demarcacions provincials. En general, els espais amb una major concentració d'aquesta tipologia són també les àrees amb una major capacitat mitjana, com la Costa Brava, la Costa Daurada o la Costa de la Luz i, en sentit invers, les zones amb menor rellevància del sector tenen una capacitat mitjana inferior. Una notable excepció és la Costa del Garraf, que només té 14 instal·lacions, però amb un número

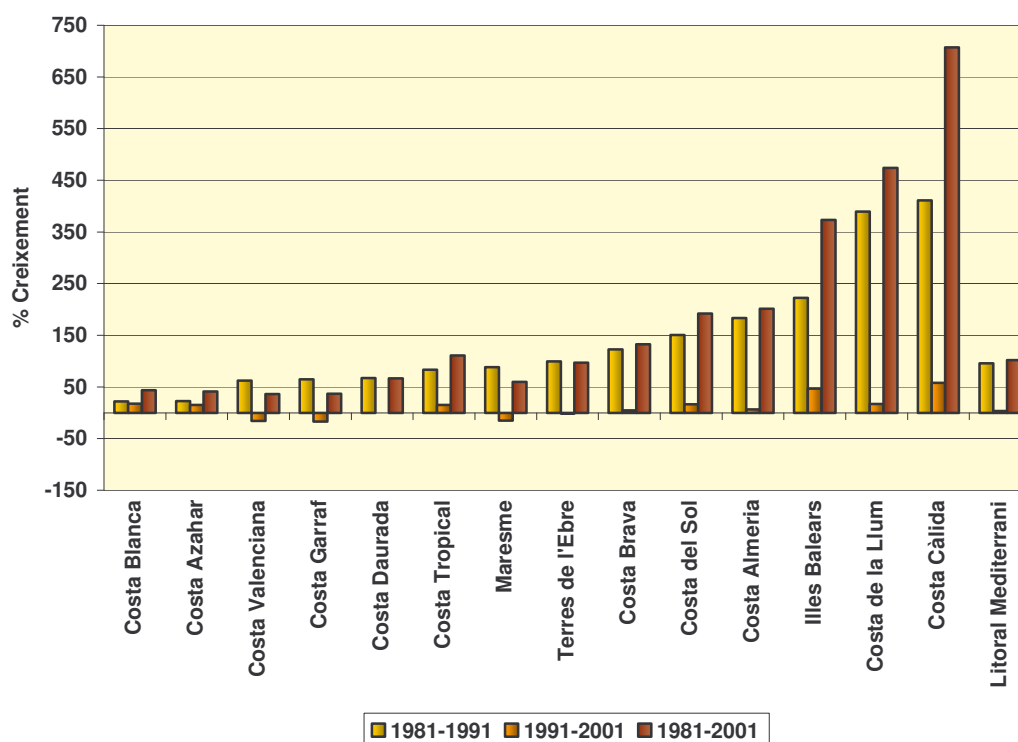
mig d'unitats d'acampada que supera en més del 50% la Costa Brava o la Costa Daurada.

Si estudiem l'evolució territorial, podem constatar que l'oferta de càmpings en el litoral mediterrani s'ha incrementat en més de 62.000 unitats d'acampada, amb un signe positiu en totes les marques turístiques del litoral. La Costa Cálida, destinació que no arriba al 4% del total de places, ha representat el major creixement relatiu d'unitats d'acampada respecte a la resta de territoris costaners, multiplicant per 8 les unitats del 1981 (492 unitats d'acampada en termes absoluts). De fet, el major creixement relatiu de places i unitats d'acampada s'ha produït en marques turístiques amb una capacitat d'acollida poc representativa el 1981. A Andalusia (Costa de Almería i Costa de la Luz) i a les Illes Balears les unitats d'acampada s'han més que triplicat i en la Costa Tropical han sobrepassat el 100% del seu creixement.

En nombres absoluts, la dimensió d'aquest creixement queda minimitzada respecte al desenvolupament de l'oferta en aquelles marques turístiques que el 1981 ja lideraven l'oferta del càmping. Aquestes destinacions, malgrat haver sofert un creixement relatiu inferior a les marques abans esmentades, han destacat per la continuïtat del seu creixement. A la Costa Brava l'oferta encara ha arribat a duplicar la seva capacitat i al Maresme es va créixer en més d'un 50% de les seves unitats d'acampada. A la Costa Daurada, l'increment va ser molt més reduït respecte a altres marques de l'estat (66,72%), tot i que va dotar la seva planta de càmpings amb més de 8.500 unitats d'acampada.

Aquest creixement del sector del càmping no ha estat progressiu en la totalitat dels darrers vint anys, sinó que és en la dècada dels vuitanta on constatem la major activitat.

Gràfica 2.12. Evolució percentual de les unitats d'acampada per marca turística. 1981, 1991 i 2001.



Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

Durant el 1981 el creixement de les unitats d'acampada va venir marcat per un signe positiu generalitzat en el conjunt del litoral mediterrani (95,31%), tal i com es constata en la gràfica 2.12. L'increment es va accentuar en la Costa Cálida, Costa de la Luz, Illes Balears i Costa de Almería, amb un interval de creixement entre el 183% i el 411%, com també a la Costa Brava i a la Costa del Sol, on les unitats d'acampada es van més que duplicar.

En canvi, durant els anys noranta aquesta dinàmica de l'oferta es va veure desaccelerat, amb un escenari marcat pel tancament de càmpings i l'obertura de pocs nous allotjaments. Aquesta situació va comportar un valor negatiu en algunes destinacions del litoral, arribant a una mitjana de decreixement del -12% en els territoris afectats: la Costa de València, la Costa del Garraf, el Maresme, Terres de l'Ebre i la Costa Daurada (segona marca turística amb més places del litoral).

Taula 2.12. Comparativa percentual del creixement dels càmpings versus les unitats d'acampada.1991-2001

	% Creix. Càmpings	% Creix. Unitats d'acampada
Costa Daurada	-21,31	66,72
Costa Blanca	-18,00	43,8
Maresme	-25,64	59,43
Costa del Garraf	-30,00	36,67
Costa de València	0,00	36,13
Costa del Azahar	5,26	41,45
Costa Brava	11,24	132,66
Costa Tropical	42,86	111,43
Terres de l'Ebre	58,33	96,54
Costa del Sol	100,00	192,33
Costa de Almería	128,57	347,11
Costa Cálida	175,00	707,04
Illes Balears	200,00	373,42
Costa de la Luz	216,67	473,83
Litoral mediterrani	10,78	104,13

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

Aquesta davallada va representar un creixement percentual total de les unitats d'acampada d'un 3,55% entre el 1991 i el 2001, un 92% menys que en la dècada dels vuitanta.

La taula 2.12 evidencia el diferencial existent entre l'evolució dels càmpings i la seva capacitat (unitats d'acampada), ja que s'observa un creixement més que proporcional de les unitats d'acampada respecte a l'obertura de nous càmpings. Al litoral l'oferta de càmpings va créixer en un 11%, mentre que les unitats d'acampada es van més que duplicar. Aquest fet no només s'emmarca en l'aparició de càmpings amb una major capacitat de places, sinó en l'ampliació dels ja preexistents.

La concentració de l'activitat del càmping en uns pocs espais és encara més evident si estudiem l'escala municipal (Taula 2.13). Entre els 20 primers municipis amb més places turístiques de tot el litoral, s'observa que el 85% d'aquests municipis són catalans, i més de la meitat corresponen a la Costa Brava. El municipi amb més places de càmping de la costa mediterrània és Torroella de Montgrí (17.047 places), seguit de Mont-Roig del Camp, Sant Pere Pescador i Viladecans. Fora de Catalunya destaquen els municipis de Palos de la Frontera, Cartagena i Benidorm. Els 20 primers municipis representen la meitat de places del litoral, de les quals el 27,5% corresponen a la Costa Brava i el 12,6% a la Costa Daurada.

Pel que fa a l'evolució de l'oferta en el context municipal, un 34% de les localitats del litoral mostren un creixement relatiu amb signe positiu, amb més de la meitat dels municipis superant el 100% d'increment.

En valors absoluts, Torroella de Montgrí (Costa Brava) és el municipi amb la major dotació de places des del 1981, incorporant més de 11.600 places en el territori. Palos de la Frontera (Costa de la Luz), Sant Pere Pescador, Castell-Platja d'Aro (Costa Brava) i Cartagena (Costa Cálida)

s'han mogut en unes xifres de creixement al voltant de les 8.000 - 9.000 places.

Taula 2.13. Relació dels vint primers municipis amb més places de càmping al litoral mediterrani. 2001.

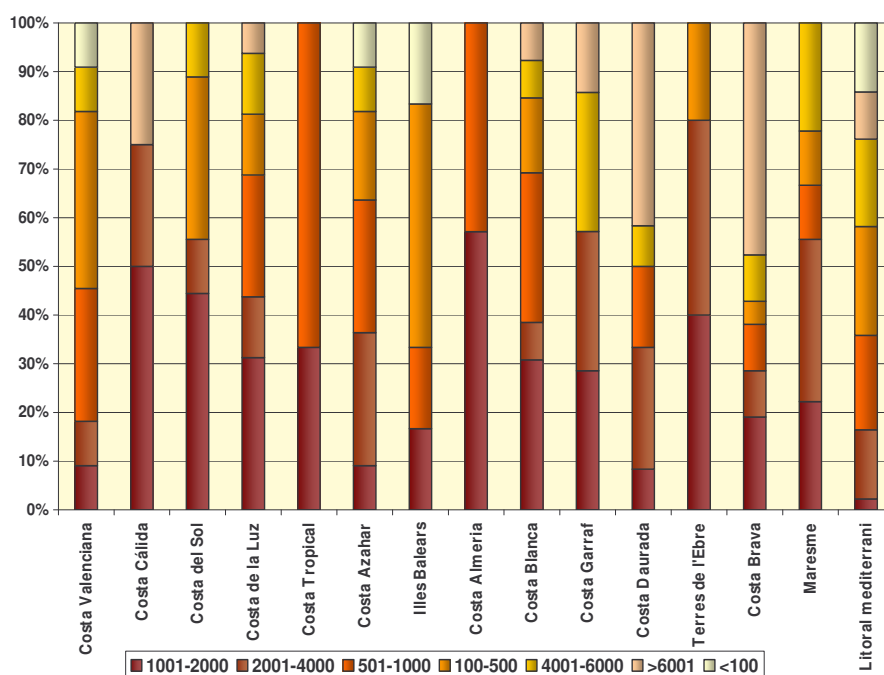
Municipis	Marca Turística	Places	Places municipi/places litoral
Torroella de Montgrí	Costa Brava	17.047	4,30
Mont-Roig del Camp	Costa Daurada	15.952	4,02
Sant Pere Pescador	Costa Brava	14.751	3,72
Viladecans	Costa del Garraf	13.244	3,34
Cambrils	Costa Daurada	12.977	3,27
Castell-Platja d'Aro	Costa Brava	12.487	3,15
Blanes	Costa Brava	11.949	3,01
Castelló d'Empúries.	Costa Brava	11.798	2,97
Pals	Costa Brava	9.824	2,48
Palos de la Frontera	Costa de la Luz	9.264	2,34
Calonge	Costa Brava	9.174	2,31
Tossa de Mar	Costa Brava	8.440	2,13
Cartagena	Costa Cálida	8.192	2,07
Roda de Barà	Costa Daurada	7.487	1,89
Salou	Costa Daurada	7.020	1,77
Benidorm	Costa Blanca	6.903	1,74
Palamós	Costa Brava	6.855	1,73
Escala (L')	Costa Brava	6.820	1,72
Creixell	Costa Daurada	6.768	1,71
Vilanova i la Geltrú	Costa del Garraf	5.535	1,40

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

D'altra banda, no tots els municipis mostren una evolució positiva, en tant que 35 de les localitats han vist disminuïdes les seves places des del 1981. D'aquestes, el 54% van decreïxer en més de la meitat de la seva

capacitat, mentre que municipis com Moguer (Costa de la Luz), Cabrera de Mar i Montgat (Maresme), i Tavernes de Valldinga i Meliana (Costa de València), entre un total d'11 municipis, han arribat a una reducció del 100%. En termes absoluts, Gavà (Costa del Garraf) és el municipi amb una major reducció en el nombre real de places: 4.012 places. Alfàs (Costa Blanca), Calafell (Costa Daurada) i Moguer (Costa de la Luz) han seguit aquest decreixement amb pèrdues entre les 800 i les 1.900 places.

Gràfica 2.13. Percentatge de municipis del litoral segons places de càmping i marca turística. 2001.

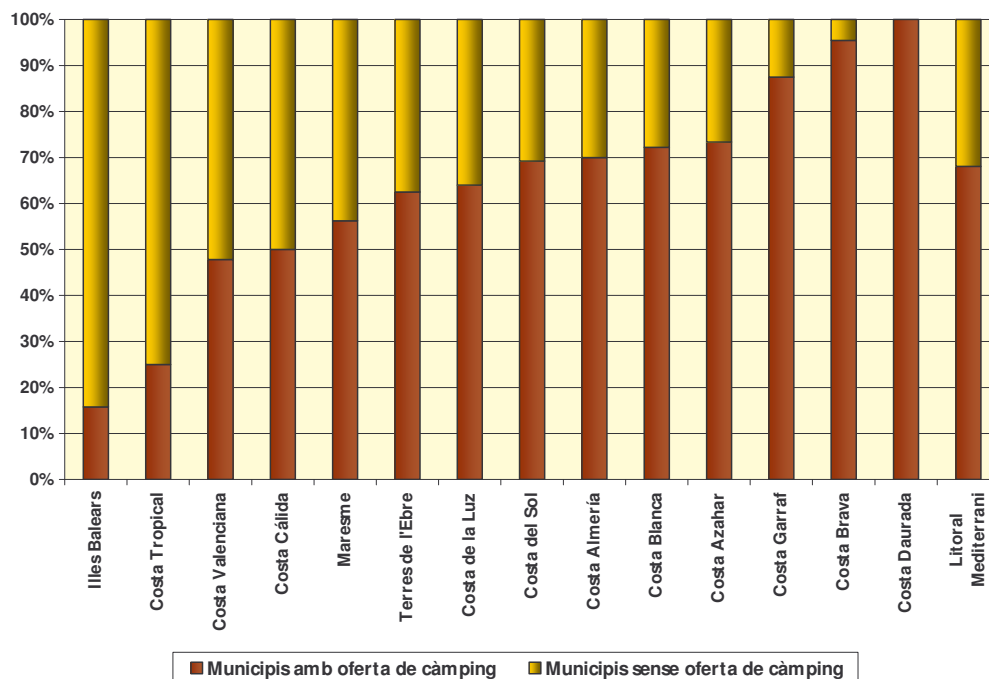


Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials.

En relació a la distribució de les places de càmping per municipis, el 23% dels municipis costaners amb càmping tenen una oferta d'entre 1.001 i 2.000 places. Quant a municipis amb menys de 100 places, Pobla de Farnals, Nules i Ferreries són les úniques localitats que es troben per sota

d'aquesta franja. Mentre aquesta distribució pel conjunt del litoral és prou diversa entre localitats, s'observen casos acusats com els de la Costa Tropical, on més de la meitat dels municipis es troben entre la franja de les 500 i 1.000 places de càmping, el de les Illes Balears, amb el 50% de localitats amb una menor oferta (100-500.), o les Terres de l'Ebre, on un 80% dels municipis es troben entre les 1.000 i les 4.000 places.

Gràfica 2.14. Percentatge de municipis de litoral amb càmping respecte el total de municipis costaners de cada marca turística. 2001.



Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials de càmpings.

Finalment, la distribució territorial de l'allotjament en les diferents marques turístiques permet analitzar el seu nivell de dispersió o concentració en l'espai i l'especialització geogràfica d'aquesta oferta en el territori. De la comparativa entre els municipis del litoral amb places de càmping *versus* el conjunt de localitats costaneres del mediterrani

espanyol, se n'extreu una localització de l'oferta en el 71% dels municipis del litoral.

A les Illes Balears, aquesta distribució es produeix només en el 15,79% dels municipis de platja, tot i que cal considerar, paral·lelament, el reduït nombre de càmpings existents. A la Costa Tropical la localització de l'oferta tampoc es caracteritza per la seva dispersió, amb un 25% dels municipis costaners concentrant les places de càmping, com també a la Costa de València (48% dels termes municipals). Quant a la resta de marques turístiques, les places de càmping es troben distribuïdes en més de la meitat dels seus municipis de litoral i destaquen especialment la Costa Daurada i la Costa Brava, on el 100% i el 95,4% dels municipis disposen de places d'aquesta modalitat, com també la Costa del Garraf, la Costa Blanca, la Costa del Azahar i la Costa de Almería, que en superen el 70%.

En definitiva, el sector del càmping representa el 5% de l'oferta d'allotjament turística del litoral mediterrani espanyol, amb una sensible concentració en unes àrees molt determinades, especialment en el litoral català. Existeixen, en oposició, espais en els que la presència del càmping és nul·la o molt poc rellevant. Per tant, a diferència dels hotels, que tenen una localització més o menys dispersa pel territori, les necessitats espacials dels càmpings limiten la seva localització. Mentre que la dècada dels anys 80 ha estat un període de creixement de l'oferta (en explotacions i places), i a més un període d'increment del tamany mig de les explotacions, en els anys 90 detectem els primers símptomes de l'esgotament d'aquesta modalitat, amb un decreixement global en les àrees més dinàmiques que es veu parcialment compensat

per l'obertura de nous establiments en espais turístics més perifèrics, d'ocupació recent.

2.1.5. Els habitatges turístics

No es pot entendre el desenvolupament turístic dels darrers vint anys del litoral mediterrani sense tenir en compte el paper dels habitatges turístics. Mentre el número d'hotels s'estabilitzava i l'oferta de càmpings mostrava els primers símptomes d'estancament, l'oferta dels habitatges turístics no ha deixat de créixer. L'efecte dels habitatges en l'estructura turística és inqüestionable: localització territorial difosa, preeminència absoluta respecte de les altres formes d'allotjament, composició de la demanda... Cap altre factor explicarà millor la mutació de l'estructura turística del litoral mediterrani com la dinàmica d'aquesta tipologia.

Existeix, com és sabut, una gran dificultat metodològica. De fet, el concepte ambigu d'habitatge turístic amaga realitats molt diferents. Existeixen, en primer lloc, els apartaments turístics, que són una tipologia reconeguda en totes les normatives turístiques de les comunitats autònomes, però que representen un percentatge molt residual del total de places. Un segon grup són els habitatges de lloguer, en els que es porta a terme una activitat turística regulada per una normativa no turística (la Llei d'Arrendaments Urbans 29/94). Algunes comunitats han intentat crear una normativa específica, com la Llei 2/2005 del Govern Balear sobre comercialització de les estades turístiques en habitatges. En tercer lloc, les segones residències (en règim de lloguer o propietat) són una forma d'oci metropolitana que tampoc es registra com a activitat de lleure, sinó a partir de la normativa arrendatària corresponent. I, finalment, un percentatge significatiu de les estades turístiques en habitatges no estan sotmesos a cap forma de reglamentació, de manera que no existeix cap constància estadística.

Genèricament, hem considerat totes les modalitats com a habitatges turístics i hem pres la via estadística que utilitzen els autors que anteriorment han estudiat aquest àmbit. A partir dels Cens d'Habitatges, considerem habitatge turístic aquell que no té una unitat familiar resident. En relació al número de places, s'ha utilitzat el multiplicador de 4,3 que es recomana en diferents estudis similars, tot i que el considerem sobrevalorat. Cal tenir present, per tant, que les dades sobre places són només una estimació.

Taula 2.14. Distribució de l'oferta d'habitatges turístics en el litoral mediterrani espanyol. 2001.

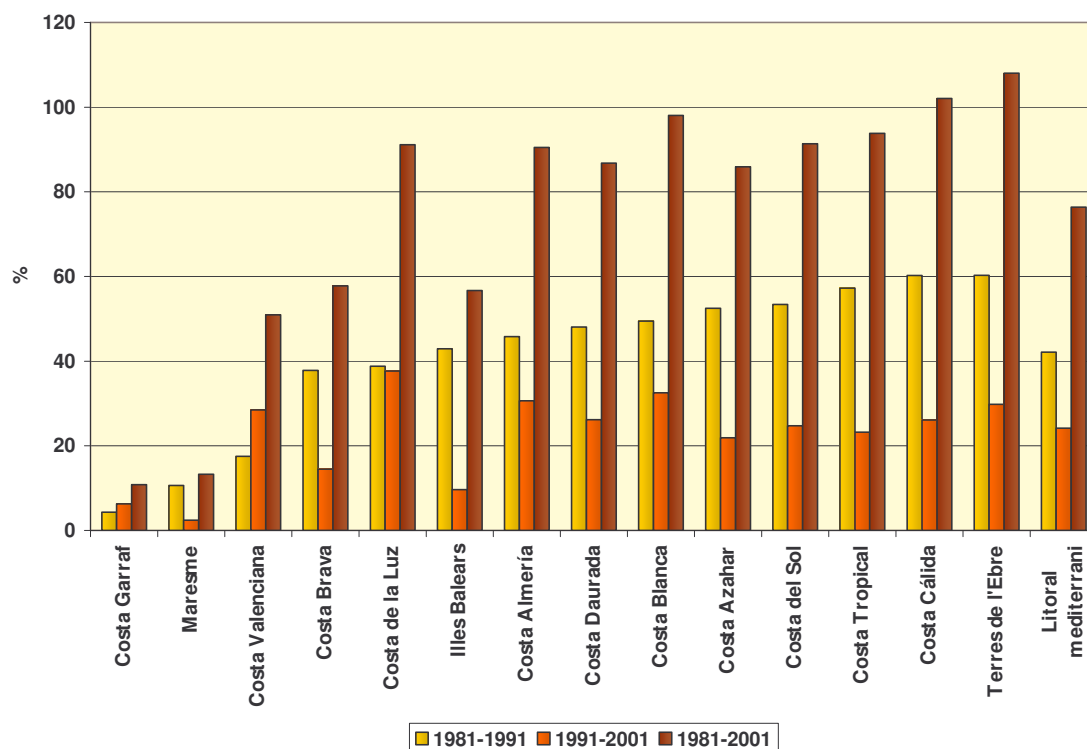
Marca turística	Núm. Habitatges turístics	Places
Terres de l'Ebre	16.894	72.644
Costa Tropical	39.399	169.416
Maresme	44.222	190.155
Costa del Garraf	45.555	195.887
Costa de Almeria	60.942	262.051
Costa del Azahar	77.817	334.613
Costa de València	123.824	532.443
Costa Cálida	125.899	541.366
Costa Brava	133.192	572.726
Costa Daurada	141.577	608.781
Costa de la Luz	176.389	758.473
Illes Balears	178.936	769.425
Costa del Sol	237.852	1.022.764
Costa Blanca	367.084	1.578.461
Litoral Mediterrani	1.769.582	7.609.203

Font: INE, censos de población y viviendas 2001.

Globalment, és fàcil constatar la rellevància d'aquesta forma d'allotjament. S'han comptabilitzat prop de dos milions d'habitatges, amb una capacitat superior als 7 milions i mig de places turístiques. La geografia d'aquesta tipologia és clarament dispersa, amb una notable

incidència en els diferents àmbits provincials. Fixem-nos que la major concentració es dona en les destinacions més madures, on l'estancament de les places hoteleres i de càmping és relativament simultània al creixement de les places d'habitatge turístic. Per contra, en les àrees amb una ocupació més recent, el pes d'aquesta tipologia és inferior de manera que s'intueix un comportament similar al que dibuixen alguns models evolutius com el de Gormsen o Miossec.

Gràfica 2.15. Creixement percentual dels habitatges turístics segons marca turística. 1981-2001.



Font: INE, censos de viviendas 1981, 1991 i 2001.

Tot i així, les places d'habitatge turístic han crescut en tots els espais i en tots els moments (Gràfica 2.15). És cert que el major percentatge de creixement té lloc durant la dècada dels 80, amb un increment general en tot el litoral mediterrani superior al 40%, però en els anys 90, la tendència al creixement s'ha mantingut amb uns índexs encara molt

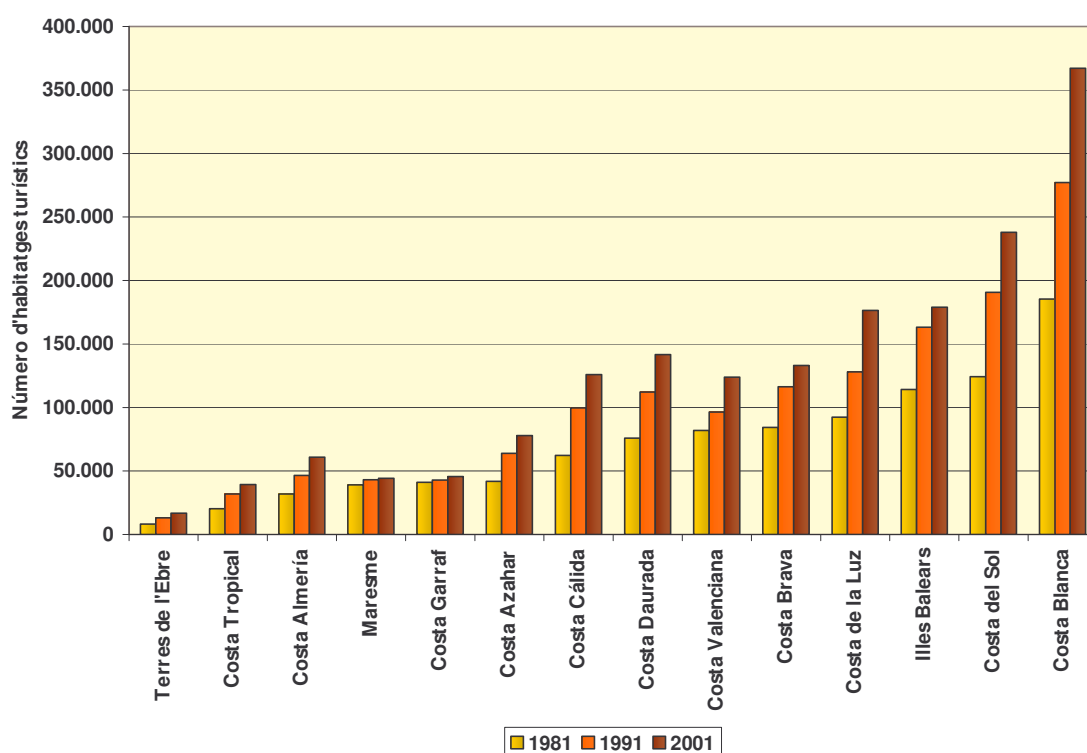
elevats (superiors al 20%). Per tant, aquestes dues dècades han estat el període de consolidació del model de turisme residencial i els habitatges turístics. En el període 1981 – 2001, i en termes relatius, les Terres de l'Ebre i la Costa Cálida mostren el major increment d'habitatges turístics, duplicant el nombre de residències del 1981. La Costa Blanca, la Costa del Sol, la Costa de la Luz, la Costa Tropical i la Costa de Almería superen el 90% de creixement. De fet, a excepció del Maresme i la Costa del Garraf, 13% i 11% respectivament, la resta de marques turístiques han crescut en més de la meitat dels habitatges existents el 1981.

En termes absoluts, l'evolució per marques turístiques és similar a l'observada en el creixement relatiu (Gràfica 2.16). La Costa del Sol i la Costa Blanca esdevenen les marques amb el major increment d'habitatges secundaris (més de 131.500 i 181.700 habitatges respectivament), com també la Costa de la Luz, que en supera els 84.000. La Costa del Garraf i el Maresme són, d'altra banda, les marques turístiques amb una menor dotació d'habitatges secundaris, entre 4.452 i 5.177 habitatges respectivament.

També l'escala local mostra els mateixos símptomes que hem considerat en l'escala regional. Si considerem l'àmbit municipal, el creixement dels habitatges turístics durant el període d'estudi (1981 – 2001) ha tingut lloc en un 91% dels municipis del litoral mediterrani (208 localitats de les 229). Són 20 els municipis que han mostrat un decreixement en el nombre d'habitatges turístics, tenint en compte que s'han agregat les dades de Vila-seca i Salou, l'Ampolla i el Perelló i Málaga i Torremolinos, per tal de poder calcular l'evolució des del 1981, quan encara no eren independents entre ells. D'aquests 20 municipis, 9 pertanyen a la

Comunitat Autònoma de Catalunya, principalment del Maresme i de la Costa del Garraf. Sant Lluís a les Illes Balears; Premià de Mar, Cabrera de Mar i el Masnou al Maresme; Port de la Selva a la Costa Brava; i el Prat de Llobregat a la Costa del Garraf, són les principals localitats en reduir el nombre d'habitatges turístics, entre un -19% i -53%.

Gràfica 2.16. Creixement real dels habitatges turístics segons marca turística. 1981-2001.



Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001.

En realitat, la norma ha estat el creixement positiu. Més de la meitat de les localitats superen el 50% d'increment en el nombre d'habitatges i 28 municipis sobrepassen el 100% de creixement. D'aquestes localitats, destaquen amb un creixement relatiu important els municipis de Xeraco (Costa de València), amb un 1.160%, ja que es va passar de 303 habitatges turístics el 1981 a més de 3.000 habitatges el 2001.

Taula 2.15. Relació dels vint primers municipis amb més habitatges turístics al litoral mediterrani. 2001.

Marca Turística	Municipi	Habitatges turístics	Places
Costa Blanca	Torreveija	80.790	347.397
Costa Blanca	Alacant	50.759	218.264
Costa del Sol	Málaga	46.392	199.486
Costa del Sol	Marbella	44.920	193.156
Costa Cálida	Cartagena	42.407	182.350
Illes Balears	Palma	37.552	161.474
Costa Blanca	Benidorm	32.799	141.036
Costa Blanca	Oriola	31.084	133.661
Costa de València	Gandia	28.191	121.221
Costa Blanca	Elx	27.568	118.542
Costa Blanca	Santa Pola	26.569	114.247
Costa de Almería	Almería	24.692	106.176
Costa Daurada	Salou	23.279	100.100
Costa Cálida	San Javier	23.276	100.087
Costa Blanca	Dénia	23.029	99.025
Costa del Sol	Estepona	21.366	91.874
Illes Balears	Calvià	21.117	90.803
Costa del Sol	Fuengirola	20.412	87.772
Costa del Sol	Benalmádena	19.691	84.671
Costa Daurada	Calafell	18.565	79.830

Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001.

*Els municipis de Málaga, Oriola i San Javier no contemplen les dades de Torremolinos, Pilar de la Horadada i Los Alcázares, respectivament, que el 2001 es registren com a municipis independents.

El segueixen Guardamar, també de la Costa de València amb un increment del 823%, i dels municipis de Mojacar (Costa de Almería), Manilva (Costa del Sol) i Torreveija (Costa Blanca) que han quintuplicat el número d'habitatges.

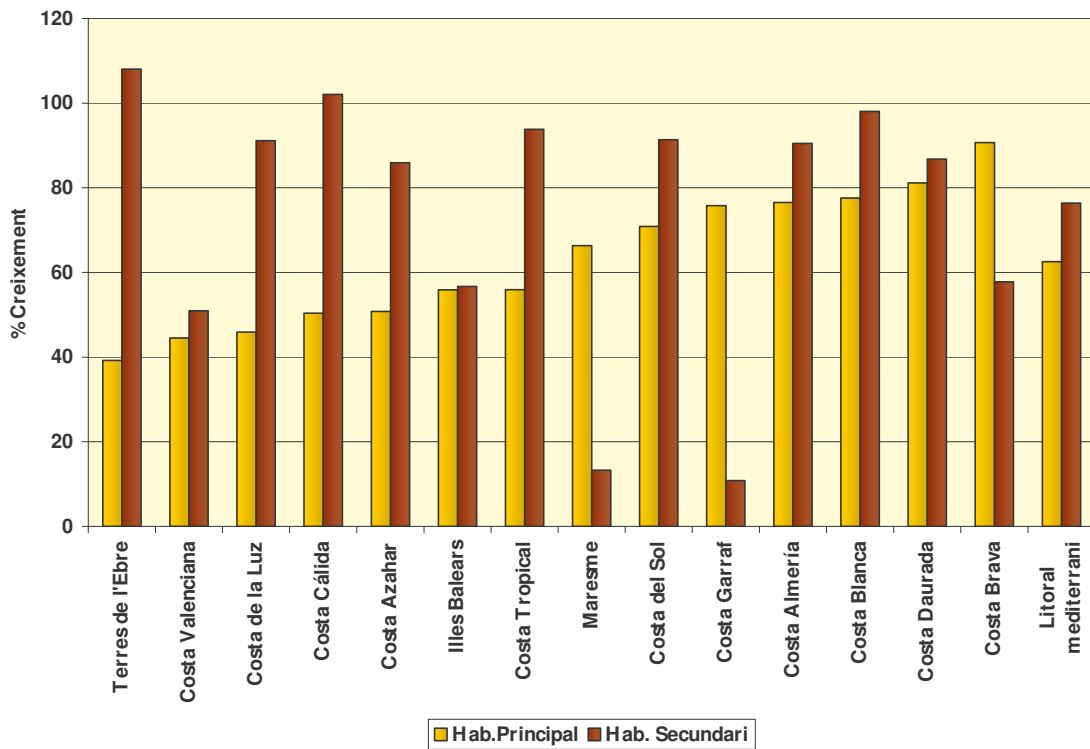
En termes absoluts les localitats que s'han dotat de més habitatges turístics han estat els municipis de Torrevieja (Costa Blanca), amb més de 64.000 habitatges, seguit de Marbella (Costa del Sol), que supera els 32.000 habitatges incorporats, Oriola (31.000 habitatges comptant el municipi del Pilar de la Horadada que el 1981 pertanyia al terme d'Oriola), San Javier (Costa Cálida) amb 28.846 habitatges, Santa Pola (Costa Blanca) amb 16.500 habitatges i Estepona (Costa del sol) amb 15.700.

Els vint primers municipis amb més places d'habitatges turístics del litoral mediterrani representen el 36% de les places totals. És un percentatge inferior a les places hoteleres (60%) o de càmpings (50%), però si tenim en compte la difusió territorial dels habitatges pel litoral, és un símptoma més de la concentració turística que un terç de les places estigui situat només en vint municipis. Tal com se'n deriva de la Taula 2.15, vuit d'aquests municipis pertanyen a la marca turística Costa Blanca, i cinc a la Costa del Sol. Actualment, amb 347.397 places d'habitatge turístic, Torrevieja esdevé la localitat amb més habitatges turístics, seguit de les localitats d'Alacant, Málaga, Marbella i Cartagena.

Pel que fa al ritme de creixement dels habitatges turístics respecte als habitatges principals, aquests darrers s'han caracteritzat per una evolució progressiva però molt més lenta (Gràfica 2.17). És així amb l'excepció de la Costa Brava, el Maresme i de la Costa del Garraf, a la resta de marques turístiques el creixement percentual dels habitatges secundaris ha estat considerablement superior al dels habitatges principals. Destaquen, pel seu nivell diferencial, les Terres de l'Ebre i la Costa Cálida, on el creixement dels habitatges turístics duplica els

principals, i la Costa de la Luz, on aquest diferencial a favor dels habitatges secundaris és del 45%.

Gràfica 2.17. Comparativa percentual del creixement d'habitatges principals respecte al creixement d'habitatges turístics. 1981-2001



Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001.

En canvi, a la Costa del Garraf, mentre que els habitatges principals han superat el 70% del creixement, els turístics no han arribat a l'11%. L'estudi de la Taxa de Funció Turística Residencial (TFTR), és a dir, la relació entre els habitatges no principals i els habitatges principals, permet il·lustrar amb més claredat aquests desequilibris. En tot cas, sí que s'intueix que malgrat el fort creixement de les places no principals, les places principals mostren taxes de creixement molt elevades: és a dir, el litoral mediterrani s'ha consolidat en aquests dos decennis com un espai residencial, un centre d'atracció no només turístic, sinó també residencial i terciari.

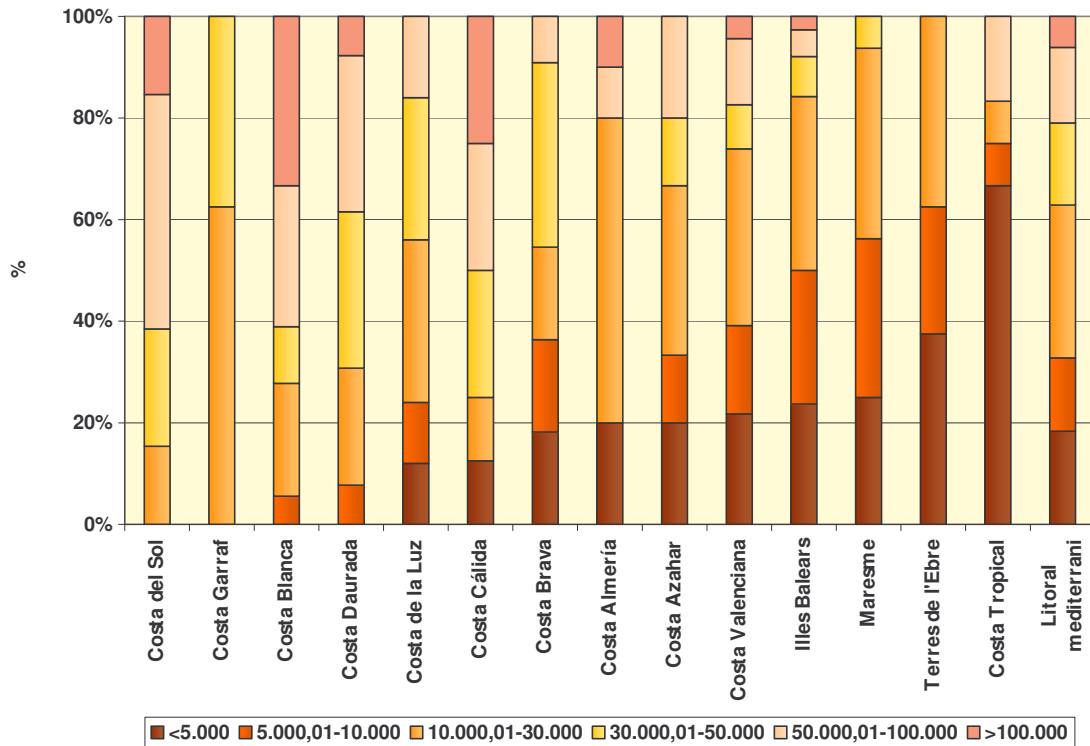
Taula 2.16. Increment d'habitatges principals i habitatges turístics en nombres absoluts. 1981-2001

Marca Turística	Habitatges principals	Habitatges turístics
Terres de l'Ebre	5.892	8.772
Costa Tropical	11.913	19.070
Costa del Azahar	17.880	35.965
Costa Brava	31.901	48.778
Costa de València	33.339	41.798
Maresme	39.186	5.177
Costa Daurada	39.296	65.773
Costa Cálida	39.725	63.590
Costa de Almería	46.298	28.948
Costa del Garraf	47.535	4.452
Illes Balears	93.761	64.729
Costa de la Luz	99.124	84.088
Costa Blanca	132.828	181.722
Costa del Sol	135.257	113.562
Litoral mediterrani	773.935	766.424

Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001.

Les destinacions amb un creixement absolut superior han estat la Costa Blanca, la Costa del Sol, la Costa Daurada i la Costa Cálida, amb una dotació respectiva de més de 181.000, 113.000, 65.000 i 63.000 habitatges turístics (Taula 2.16). Aquest increment dels habitatges turístics ha superat els habitatges principals en aquestes demarcacions, a excepció de la Costa del Sol.

Gràfica 2.18. Distribució percentual dels municipis del litoral mediterrani per intervals de places d'habitatge turístic i per marca turística. 2001.



Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001.

Respecte a la dimensió municipal dels habitatges secundaris en el litoral, tal com es pot observar a la taula 2.18, més del 50% dels municipis tenen una oferta d'habitatges turístics entre les 5.000 i les 30.000 places, destacant, especialment, entre tant, un 6,11% dels municipis es troben dotats amb una oferta de més de 10.000 places. Per marques turístiques, és l'interval de 10.000-30.000 places, el més representatiu de les diferents demarcacions, i destacant-ne el cas de la Costa d'Almeria i de la Costa del Garraf, on més del 60% dels seus municipis es localitzen en aquesta franja d'habitatges turístics. D'altra banda, altres marques com la Costa Cálida, la Costa Blanca, la Costa Daurada o la Costa del Sol, concentren més del 50% dels seus municipis en una franja superior a les 30.000 places d'habitatges turístics.

La distribució territorial de l'habitatge turístic en el litoral es caracteritza per una localització dispersa, en tant que més del 80% dels municipis acullen entre el 1-10% de les places totals. Per marques turístiques, el marc general també recull aquest escenari dispers, amb la majoria de municipis representant entre el 1-10% de les places totals de cada marca.

Taula 2.17. Taxa de Funció Turística Residencial per marca turística. 2001

Marca Turística	TFTR
Costa Brava	198,56
Maresme	45,00
Costa del Garraf	41,31
Costa Daurada	161,42
Terres de l'Ebre	81,77
Costa del Azahar	146,56
Costa de València	114,44
Costa Blanca	120,70
Costa Cálida	106,17
Costa de Almería	57,07
Costa Tropical	118,67
Costa del Sol	72,93
Costa de la Luz	55,96
Illes Balears	68,43
Litoral mediterrani	87,99

Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001.

Destaquen les demarcacions de les Illes Balears i la Costa Tropical, on aquesta distribució dels habitatges turístics es troba molt més repartida entre els municipis; entre un 32% i 42% dels municipis de les respectives marques representen menys del 1% de les places d'habitatge turístic. Aquestes dades reforcen la idea que els habitatges turístics són un element estructural del perfil de la costa mediterrània, de manera que la

seva localització és molt dispersa. A diferència de les altres dues categories d'allotjament, en aquest cas, detectem una ubicació

La Taxa de Funció Turística Residencial (TFTR) posa en relació els habitatges principals d'una destinació respecte als habitatges turístics existents. Aquesta dada permet mesurar el pes relatiu dels habitatges turístics i l'estructura turística resultant. En aquells espais en els que la taxa sigui molt elevada, podem intuir una desproporció entre els models territorials preexistents i els elements turístics i també un possible conflicte entre l'espai residencial i l'espai turístic. De tota manera, cal tenir present que aquesta taxa està molt condicionada pel tamany de la població resident, especialment si l'escala és regional i no local. La Taula 2.17 mostra la TFTR de les zones del litoral.

Seguint l'estructura d'anàlisi emprada per a la resta d'allotjaments turístics, i iniciant l'estudi d'aquesta modalitat turística per la seva situació actual, s'observa un escenari predominant dels habitatges turístics en 7 de les marques turístiques del litoral: Costa Brava, Costa Daurada, Costa del Azahar, Costa de València, Costa Blanca, Costa Cálida i Costa d'Almería. La Costa Brava és la marca turística amb una major preeminència dels habitatges turístics per sobre dels habitatges principals, amb una taxa del 199%. Entre tant, el Maresme i la Costa del Garraf representen la TFTR mes reduïda, del 45% i 41% respectivament.

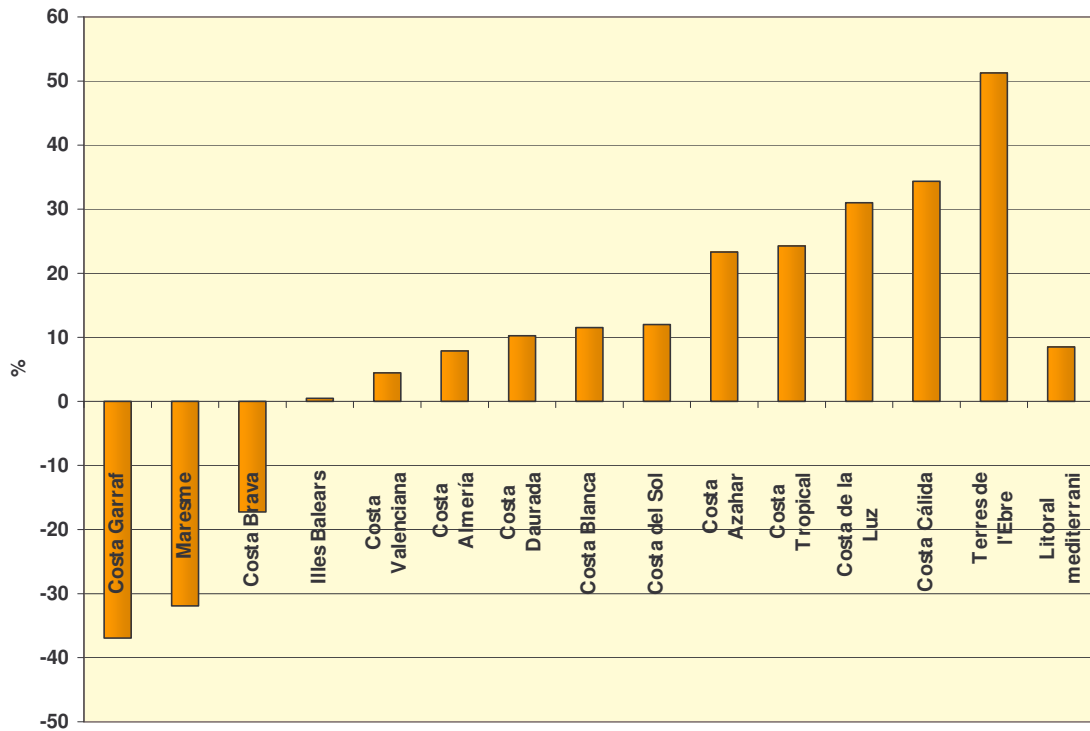
Durant la primera dècada dels anys 80, la TFTR va gaudir un creixement generalitzat en el conjunt del litoral, a excepció de la Costa del Garraf i del Maresme, demarcacions que han mantingut un decreixement constant fins a l'actualitat, degut al fet metropolità i a l'increment de la població resident amb la conseqüent demanda d'habitatges de primera

residència. Del 1981 al 1991 la TFTR va créixer un 15,60% en el litoral, destacant les marques turístiques de les Terres de l'Ebre, la Costa Cálida i la Costa d'Azahar, pel seu major increment (41%, 39% i 32,5% respectivament.) Va ser a partir dels anys '90 quan es va produir la gran davallada de la TFTR i, per tant, un major increment dels habitatges principals. El conjunt del litoral va disminuir en un -6,13%; davallada que es va generalitzar en totes les marques turístiques, excepte la Costa de València i la Costa de la Luz, que va superar el 10% d'increment.

Fent un balanç global del 1981 al 2001 es resol un creixement general de la TFTR del 8,5%. Destaquen els creixements de les Terres de l'Ebre, la Costa Cálida, Costa de la Luz i la Costa Tropical, amb increments respectius del 51%, 34%, 31% i 24%. D'altra banda, cal incorporar en el grup de marques decreixents del Maresme i la Costa del Garraf, que van disminuir la TFTR en més del 30% i la demarcació de la Costa Brava, amb una disminució del 17,25%.

De tota manera, l'anàlisi de la TFTR residencial adquireix una major utilitat mesurada en base al context municipal. Tal com es pot comprovar a la gràfica 2.20, es produeix una asimetria en les marques turístiques segons el nombre de municipis on predominen els habitatges principals i les localitats on predominen els habitatges secundaris. Així doncs, mentre a la Costa Brava, la Costa Blanca, la Costa del Sol, la Costa Daurada, la Costa de València i la Costa d'Azahar, més de la meitat dels seus municipis es caracteritzen per un predomini clar dels habitatges turístics, a la resta de demarcacions es produeix la mateixa situació però pels habitatges principals.

Gràfica 2.19. Evolució percentual de la TFTR per marques turístiques. 1981-2001

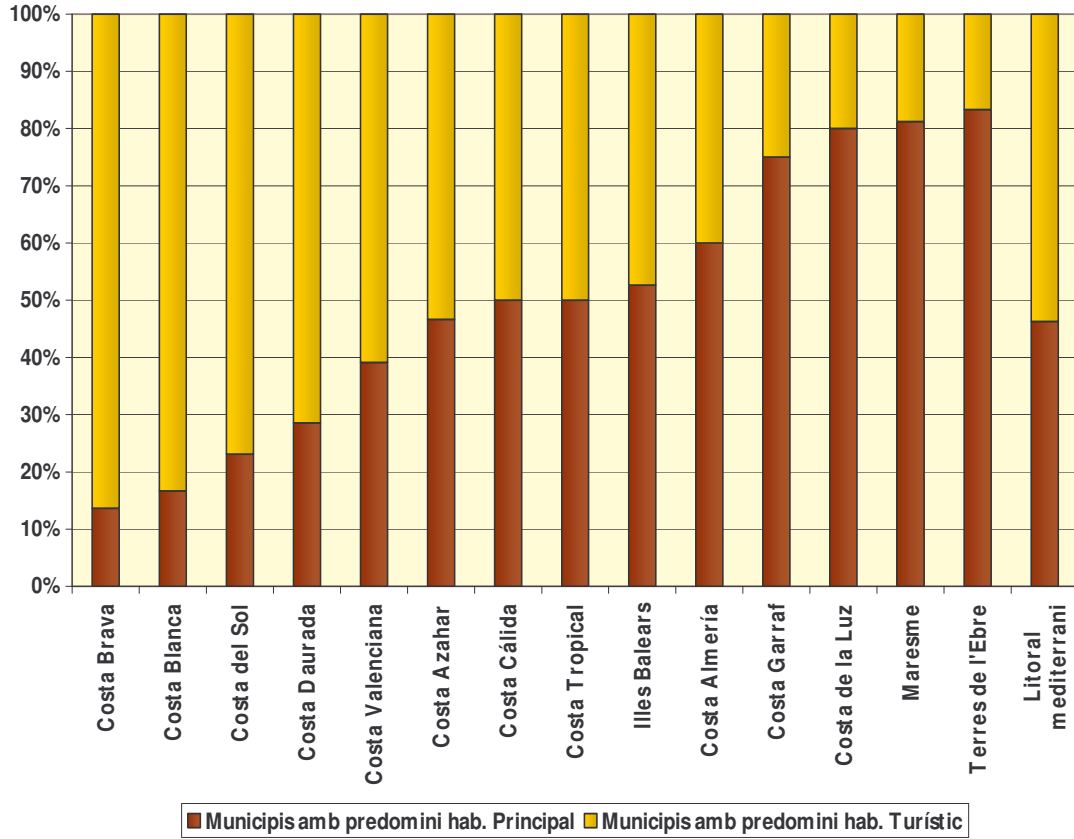


Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001.

La Costa Brava destaca com la marca amb la major proporció de municipis on dominen els habitatges turístics (86,36% de les localitats), seguit per la Costa Blanca amb un 83%. Pel contrari, a la Costa del Garraf i Terres de l'Ebre els municipis amb aquest escenari no arriben al 20%, i a la Costa de la Luz només 5, dels 25 municipis de litoral, es caracteritzen per aquesta preeminència de l'habitatge turístic.

Concretant amb més detall l'estudi local, es pot observar que les vint primeres localitats amb la TFTR més elevada del litoral, pertanyen principalment, al nord del litoral català (Costa Brava i Costa Daurada), així com a la Costa de València (Taula 2.18).

Gràfica 2.20. Percentatge de municipis amb predomini d'habitatges principals i municipis amb predomini d'habitatges turístics per marca turística. 2001



Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001.

Concretament és en aquesta demarcació on se situa el municipi amb la taxa més elevada: Guardamar (981%). Al voltant del 600% com a taxa sobresurten els municipis d'Orpesa (Costa del Azahar) i de Miramar (Costa de València).

Taula 2.18. Relació dels vint primers municipis amb la TFTR més elevada. 2001.

Marca Turística	Municipi	TFTR
Costa de València	Guardamar	981
Costa del Azahar	Orpesa	647
Costa de València	Miramar	606
Costa del Azahar	Peníscola	597
Costa Cálida	Alcázares (Los)	551
Costa Brava	Castelló d'Empúries	473
Costa Brava	Escala (L')	464
Costa de València	Daimús	455
Costa Daurada	Salou	416
Costa Brava	Port de la Selva (El)	376
Costa Blanca	Torre Vieja	375
Costa Blanca	Santa Pola	370
Costa Brava	Roses	369
Costa Brava	Castell-Platja d'Aro	361
Costa de València	Canet d'en Berenguer	353
Costa Daurada	Calafell	343
Costa Cálida	San Javier	343
Costa Blanca	Guardamar	341
Costa Daurada	Roda de Barà	336
Costa Daurada	Cunit	333

Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001.

2.1.6. Conclusions

L'estudi del comportament de l'oferta en el litoral mediterrani espanyol dibuixa les línies mestres de l'estructura territorial del turisme en la costa mediterrània a Espanya. Podem identificar 5 processos clau:

1. El turisme mediterrani espanyol té dues velocitats. Les destinacions madures tenen símptomes d'esgotament i les noves destinacions són els pols de creixement. En les primeres, els nivells de serveis hotelers és baix, la planta hotelera decreix, la TFTR és molt baixa o negativa i, en general, els indicadors mostren una via lenta. Contrasta la utilitat de les àrees emergents que són els espais de creixement d'hotels, nous càmpings, nous serveis i habitatges. No és només una preeminència relativa (que es podria explicar per una situació de partida més baixa), sinó també absoluta. Aquest procés sembla mostrar un desplaçament de la dinàmica turística a uns nous escenaris.
2. Les destinacions lentes són el Garraf i la Costa del Maresme (sotmeses ambdues a processos de metropolitanització), la Costa Brava i, en uns altres termes, les Illes Balears i la Costa Valenciana. Les àrees més dinàmiques són els espais que havien tingut un caràcter relativament perifèric, especialment les Terres de l'Ebre, la Costa de la Luz, la Costa Tropical i la Costa Cálida i la Costa de Almería. La Costa Daurada, en procés de reconversió, mostra els mateixos comportaments que les àrees emergents tot i que es tracta d'una destinació madura.

3. Malgrat aquestes dues velocitats, els principals receptors de visitants, les àrees d'atracció capitals, són les destinacions tradicionals que mantenen una preeminència d'oferta i demanda inqüestionable. Aquesta és una paradoxa capital: els visitants s'allotgen i visiten espais turístics presidits per una atmosfera de crisi, on han decregut les inversions privades, han tancat hotels, i es respira una situació (infundada) de fi de cicle.

4. El model tradicional és extremadament concentrat. L'estructura sembla estar basada en una organització piramidal, amb uns pocs centres que actuen com a "fars" del model, un centres secundaris complementaris, una gran base amb una oferta més limitada. Les dades són més eloqüents: sis de cada deu places hoteleres estan situades en només vint municipis (i un 15% en només dues, Palma i Calvià); la meitat de les places de càmping s'ubiquen en vint municipis i un de cada tres habitatges turístics estan localitzats en els vint primers nuclis. Malgrat que la fotografia aèria dibuixa una costa envaïda per la taca turística, la realitat és que els fluxos són absolutament concentrats cap a uns espais que generen demanda més enllà dels límits municipals.

5. El litoral mediterrani està presidit per l'ombra dels habitatges turístics, que és la principal oferta en tots els municipis estudiats. Podríem parlar d'espais turístics en els que es manté una planta hotelera important que actua com a motor del model (especialment les Illes Balears) i d'altres en els que l'accent dels habitatges turístics gairebé anul·la la resta de les formes d'oferta. La dinàmica dels 80 i sobretot els 90 sembla apuntar cap a una intensificació d'aquesta especialització pel decreixement de la

planta hotelera dels 80 i estancament dels càmpings a partir dels 90.

2.2. L'organització espacial de l'oferta turística. Una anàlisi de conglomerats jeràrquics.

En aquest epígraf després de la presentació de les dades sobre el comportament de l'oferta en les diferents destinacions i la seva distribució espacial, intentarem detectar quines són les estructures espacials bàsiques i la seva distribució en el litoral a partir de les dades de l'oferta. Hem considerat oportú estructurar l'epígraf en tres parts que es corresponen amb els tres anys d'estudi: 1981, a principis dels 80, en plena fase de la consolidació del model fordista; 1991, amb una darrera *âge d'or* sustentada en unes condicions externes i internes molt favorables i 2001, en el que es consolida el creixement de la demanda residencial. Per agrupar els municipis a partir de les magnituds de la seva oferta turística hem utilitzat el mètode dels conglomerats jeràrquics.

2.2.1. Els anys 80. El disseny (fordista) del sistema turístic del litoral

A principis dels anys 80, el disseny bàsic de l'oferta turística del litoral mediterrani espanyol estava clarament dibuixat. Un municipi tipus en aquest període centra la seva oferta en els establiments tradicionals (17 hotels i gairebé dos càmpings, amb una oferta de 2000 places d'hotel i unes 300 unitats d'acampada), però també en els apartaments i les segones residències (uns 4500 habitatges turístics amb una taxa de funció turística residencial del 165%). En altres paraules, els anys 80 la costa mediterrània consolida el model dual de la seva oferta: hotels i habitatges turístics.

Taula 2.19. Resum de casos. 1981

Conglomerats 1981	Variables	Càmping	Unitats acampada	Hotels	Habitacio hotels	Hotel qualitat	Habitatges turístics	TFTR
NUCLI TURÍSTIC	Nº casos	57	57	57	57	57	57	57
	Mitjana	0.67	84.11	18.81	2746.37	60.56	4116	136
	Desv Típica	0.97	127.9	20.72	3133.94	20.08	3147.15	93.53
EXÒPOLI	Nº casos	24	24	24	24	24	24	24
	Mitjana	6.33	1365.29	14.67	1467.58	14.37	5413	440
	Desv Típica	3.80	856.49	14.04	2174.399	21.21	4122.65	379.42
MIXT	Nº casos	62	62	62	62	62	62	62
	Mitjana	2.32	310.06	16.06	1194.19	11.95	4510	183
	Desv Típica	1.95	856.49	20.60	2185.16	14.10	3752	132.97
OCIURB	Nº casos	11	11	11	11	11	11	11
	Mitjana	2.00	246.82	117.27	18529.36	55.88	23739	128
	Desv Típica	2.23	256.20	128.71	21326.84	16.53	13187.94	115.26
PERIFÈRIC	Nº casos	68	68	68	68	68	68	68
	Mitjana	0.22	21.74	1.85	85.66	0.11	1438	81
	Desv Típica	0.41	47.10	2.48	161.93	0.95	1437.32	54.33
TOTAL	Nº casos	222	222	222	222	222	222	222
	Mitjana	1.67	247.68	17.28	2141.68	23.24	4518.73	165
	Desv Típica	2.54	517.25	39.63	6320.65	28.94	6172.34	185.26

Font: Elaboració pròpia.

És evident que aquest municipi estàndard és el resultat dels equilibris de realitats territorials molt desiguals. Fixem-nos en les desviacions de les mitjanes: el coeficient de dispersió de Pearson (la desviació dividit per la mitjana) es mou entre el 100% i el 300%. Per això, podem intuir clarament una elevada dispersió, que reflecteix un mosaic de realitats locals diverses.

L'estudi de conglomerats jeràrquics ens permet determinar si en aquesta aparent entropia, podem detectar grups (clusters) amb una coherència interna elevada. Per això, hem realitzat una anàlisi de conglomerats jeràrquics a partir del mètode de Ward, el mètode més utilitzat en les recerques actuals, amb les distàncies euclidianes al quadrat. Les dades han estat estandarditzades (amb els valors de la Z) ja que les unitats de mesura són molt diferents i pot distorsionar el resultat final. Les variables utilitzades han estat el número d'hotels, les places d'hotel, el número de càmpings, les places de càmping, el percentatge d'hotels amb tres o més estrelles, el número d'habitatges turístics i la Taxa de Funció Turística Residencial (TFTR).

Els individus analitzats són els 222 municipis del litoral mediterrani. Hem de tenir present que el 1981 encara no tenien estatus de municipi independent Torremolinos, Pilar de la Horadada, l'Ampolla, Los Alcázares, Es Castell, Es Migjorn Gran i Salou. Els resultats es poden veure a la Taula 2.19. Després de l'estudi de la seqüència d'agrupació i de l'anàlisi dels dendogrames, hem considerat que la solució òptima és la que estructura els municipis en cinc grups: les ociurbs, nuclis turístics, les exòpolis, les ciutats mixtes i les ciutats perifèriques.

El grup més compacte és el que anomenem ociurbs, les ciutats de l'oci. El tret més destacat d'aquest grup és la dimensió de la seva planta hotelera: una mitjana de 117 hotels, amb prop de 20.000 places (mentre que la mitjana és, recordem-ho, 17 hotels i 2.000 places). Es tracta per tant d'una capacitat d'allotjament hoteler deu vegades superior al model estàndard, amb un elevat percentatge d'hotels de qualitat (el 56% del total). A més, el número d'habitatges turístics és molt elevat (gairebé 24.000) tot i que la taxa de funció turística residencial és inferior a la mitjana. Per contra, els càmpings tenen una presència gairebé testimonial, amb valors similars al comportament normal.

Taula 2.20. Evolució de les ociurbs. 1981-2001

Municipi	Cluster 81	Cluster 91	Cluster 01
Lloret de Mar	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Benidorm	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Alacant	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Cartagena	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Málaga	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Palma de Mallorca	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Calvià	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Gandia	Ociurbs	Nucli turístic	Nucli turístic
Elx	Ociurbs	Nucli turístic	Nucli turístic
Oriola	Ociurbs	Nucli turístic	Nucli turístic
Almeria	Ociurbs	Nucli turístic	Nucli turístic
Salou	.	Exòpoli	Ociurbs
Torreveija	Mixt	Ociurbs	Ociurbs
Marbella	Nucli turístic	Nucli turístic	Ociurbs

Font: Elaboració pròpia.

El paper de les ociurbs en el model del sistema turístic del litoral és essencial. Aquestes grans concentracions d'oferta actuen com a veritables motors del complex engranatge de relacions turístiques. L'estructura de l'oferta afavoreix la massa crítica suficient per a la seva aparició en els catàlegs turístics, les relacions amb els operadors internacionals, la creació de sistemes de promoció i de comercialització propis i la creació d'imatges molt sòlides en el mercat de destinacions litorals, sovint per

sobre de les marques paraigües on s'integren. En altres paraules, les ociurbs són rellevants perquè representen el 42% de l'oferta de places hoteleres sinó també perquè expliquen un percentatge significatiu de la resta de places del litoral. Podríem dir que aquestes ociurbs juguen el paper de vèrtex del sistema turística amb una estructura, veurem, molt piramidal.

La base de la piràmide està formada per 68 municipis amb unes característiques clarament oposades. En aquest cas, el cluster més nombrós està format per ciutats perifèriques, allunyades dels circuits turístics principals. Totes les dades mostren valors turístics molt baixos: sense càmpings (0,22 de mitjana) i sense hotels (1,85), l'oferta d'allotjament se centra en els habitatges secundaris, tot i que amb una mitjana de 1.400 habitatges, un terç de la mitjana general. Els 68 municipis només ofereixen un 1,22% de les places hoteleres del litoral i un 2,4% de les unitats d'acampada. Les ciutats perifèriques són els escenaris residuals de l'ocupació turística del litoral, espais turístics de molt baixa intensitat, en els que la presència de visitants té una lectura territorial molt feble. És necessari destacar que aquest cluster representa el 30% dels municipis litorals del Mediterrani espanyol.

Entre aquests dos extrems, situem tres clusters que completen el sistema turístic del litoral: les exòpolis, els nuclis turístics i les ciutats mixtes. Hem anomenat exòpolis als municipis en els que l'accent de la seva oferta recau especialment en els habitatges turístics i els càmpings. Segurament, el fet més singular d'aquest conglomerat és el número mig de càmpings, 6,33. En aquests municipis que només representen el 10% del litoral trobem el 41% dels càmpings de la costa. Igualment, destaca el número d'habitatges secundaris, que és de 5.400, pràcticament 1.000 més que

la mitjana general. Però el fet més rellevant en aquest cas és que la taxa de funció turística residencial és de 440%, és a dir que trobem gairebé cinc habitatges secundaris per cada habitatge principal. Per tant, les exòpolis són estructures territorials en les que hi predominen els equipaments turístics dispersos, les estructures horitzontals que deixen sense capacitat funcional els centres urbans.

Edward Soja (1989) anomenà exòpolis a les aglomeracions urbanes que es caracteritzen per l'absència d'un centre, per la seva condició de perifèria contínua. Tot i que les seves reflexions pertanyen a les megalòpolis de l'oest dels Estats Units (com Orange County a Los Angeles), aquest concepte ha estat també emprat per analitzar el comportament espacial de les ciutats turístiques (Donaire, 1996). En aquest cas, l'exòpoli és aquell espai en el que les estructures territorials turístiques difoses (urbanitzacions i càmpings) tenen tant de pes que dilaten el model espacial fins a eliminar la funció de centralitat dels nuclis tradicionals.

Els dos clusters restants tenen varis elements en comú: un número d'hotels similars a la mitjana, amb pocs càmpings i un número d'habitatges secundaris també similars a la mitjana. Podríem dir que es tracta de dos grups canònics, que responen al comportament mig. La diferència més sensible entre els dos és la qualitat. Mentre que en el primer grup, el percentatge d'hotels amb tres o més estrelles és el més elevat (60,56%), en el segon grup, el percentatge és molt inferior a la mitjana (11,95%). De fet, si comprovem la planta mitjana dels hotels veurem que en el primer grup la capacitat mitjana és de 146 places (similar al comportament mig), en el segon la capacitat davalla fins a 74. Una tercera diferència és la Taxa de Funció Turística Residencial: amb un

número similar d'habitatges turístics, la taxa del segon grup és molt superior a la primera, el que implica una població resident reduïda.

Per això, considerem que el primer grup està integrat per nuclis turístics; són nuclis que tenen unes dades similars als valors mitjos, amb algunes desviacions significatives. Com hem comentat, la dada més rellevant és una planta hotelera de qualitat, amb un tamany mig superior als valors normals. D'altra banda, el número de càmpings és clarament inferior a la mitjana (0,67 per 1,67) i la taxa de funció turística també és inferior, malgrat que els habitatges turístics són similars, símptoma d'una població resident elevada. Ens trobem, per tant, davant d'un cluster que es diferencia de l'anterior per la preeminència dels elements territorials compactes en detriment de les estructures difoses: nuclis de població permanent, absència de càmpings, TFTR relativament baixa i hotels de tamany mig i alt, amb una qualitat molt superior a la mitjana.

Finalment, el darrer cluster és una combinació entre el nucli turístic i l'exòpoli, dues estructures aparentment antagòniques. D'una banda, manté elements propis de les exòpolis com una TFTR elevada i un número de càmpings superior a la mitjana (tot i que molt inferior al cluster de les exòpolis).

D'altra banda, com hem comentat, presenta elements propis dels nuclis turístics com el número d'habitatge secundaris i el número d'hotels. Per això, ens trobem amb nuclis mixtos, que normalment estan integrats per un centre tradicional on es troben la major part dels hotels (sovint, petites pensions) i una segona corona amb una expansió residencial i alguns càmpings.

En aquest estudi, no hem analitzat les relacions entre els elements, sinó que ens hem limitat a una anàlisi de taxonomies, de grups. Tanmateix, l'estructura que es presenta ens permet dibuixar un sistema de relacions, un conjunt de peces connectades entre sí. Podríem dir que l'estructura espacial precisa d'una (o fins i tot dues) ociurbs, amb un número reduït de nuclis turístics, complementats amb algunes exòpolis, que s'acaben estenent fins a les ciutats perifèriques. Podríem identificar una mena de joc de tetrís, en els que diverses peces s'encaixen fins a formar un tot territorial, un petit sistema turístic. En sentit estricte, hauríem de parlar de cluster turístic per identificar precisament aquestes unitats territorials turístiques.

La identificació d'aquestes unitats ens permetria revisar alguns conceptes sobre l'estructura territorial turística fordista. S'ha definit aquest model territorial turístic del litoral com a fordista, per la repetició constant d'unes pautes espacials que no respecten les condicions particulars dels llocs. Tanmateix, normalment s'ha assimilat fordisme amb ociurbs: Marbella, Rimini, Lloret, Torremolinos o Salou.

Ara podem plantejar una hipòtesi alternativa: les unitats territorials que es repeteixen per la costa són petits sistemes turístics, la combinació d'ociurbs, exòpolis, nuclis turístics, i ciutats perifèriques.

Taula 2.21 Evolució de l'assignació de categories als municipis del litoral mediterrani espanyol. 1981, 1991 i 2001

Municipi	Custer 1981	Cluster 1991	Cluster 2001
Roda de Barà	Exòpoli	.	Exòpoli
Castelló d'Empúries	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Sant Pere Pescador	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Escala (l')	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Torroella de Montgrí	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Castell-Platja d'Aro	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Blanes	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Viladecans	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Creixell	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Cambrils	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Mont-roig del Camp	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Peníscola	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Benicàssim	Exòpoli	Exòpoli	Exòpoli
Pals	Mixt	Exòpoli	Exòpoli
Calonge	Mixt	Exòpoli	Exòpoli
Orpesa	Mixt	Exòpoli	Exòpoli
Palos de la Frontera	Mixt	Exòpoli	Exòpoli
Ampolla (l')	.	Mixt	Exòpoli
Alcázares (los)	.	Mixt	Exòpoli
Port de la Selva (el)	Exòpoli	Mixt	Exòpoli
Palamós	Exòpoli	Mixt	Exòpoli
Calafell	Exòpoli	Mixt	Exòpoli
Miramar	Exòpoli	Mixt	Exòpoli
Colera	Mixt	Mixt	Exòpoli
Llançà	Mixt	Mixt	Exòpoli
Roses	Mixt	Mixt	Exòpoli
Torredembarra	Mixt	Mixt	Exòpoli
Daimús	Mixt	Mixt	Exòpoli
San Javier	Mixt	Mixt	Exòpoli
Santa Pola	Nucli turístic	Mixt	Exòpoli
Guardamar	Perifèric	Perifèric	Exòpoli
Torremolinos	.	.	Nucli turístic
Tarragona	Exòpoli	Exòpoli	Nucli turístic
Santa Susanna	Exòpoli	Mixt	Nucli turístic
Cunit	Exòpoli	Mixt	Nucli turístic
Vila-seca	Exòpoli	Mixt	Nucli turístic
Alcanar	Exòpoli	Mixt	Nucli turístic
Oliva	Exòpoli	Mixt	Nucli turístic
Palafrugell	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Tossa de Mar	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Malgrat de Mar	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Pineda de Mar	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Calella	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Sitges	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Cubelles	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Canet d'en Berenguer	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Cullera	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Calp	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Vila Joiosa	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Campello (el)	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Guardamar	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Almuñécar	Mixt	Mixt	Nucli turístic

Tarifa	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Chipiona	Mixt	Mixt	Nucli turístic
Alcalà de Xivert	Nucli turístic	Mixt	Nucli turístic
Mazarrón	Nucli turístic	Mixt	Nucli turístic
Benalmádena	Nucli turístic	Mixt	Nucli turístic
Conil de la Frontera	Nucli turístic	Mixt	Nucli turístic
Ametlla de Mar (I')	Perifèric	Mixt	Nucli turístic
San Pedro del Pinatar	Perifèric	Mixt	Nucli turístic
Manilva	Perifèric	Mixt	Nucli turístic
Vandellòs i l'Hospitalet de	Mixt	Nucli turístic	Nucli turístic
Dénia	Mixt	Nucli turístic	Nucli turístic
Nerja	Mixt	Nucli turístic	Nucli turístic
Begur	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Santa Cristina d'Aro	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Vendrell (el)	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Mojácar	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Roquetas de Mar	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Salobreña	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Rincón de la Victoria	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Mijas	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Fuengirola	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Estepona	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Chiclana de la Frontera	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Punta Umbría	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Andratx	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Pollença	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Alcúdia	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Muro	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Santa Margalida	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Capdepera	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Son Cervera	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Manacor	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Santanyí	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Ciutadella de Menorca	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Mercadal (es)	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Eivissa	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Sant Josep de sa Talaia	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Sant Antoni de Portmany	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Santa Eulàlia des Riu	Nucli turístic	Nucli turístic	Nucli turístic
Gandia	Ociurbs	Nucli turístic	Nucli turístic
Elx	Ociurbs	Nucli turístic	Nucli turístic
Oriola	Ociurbs	Nucli turístic	Nucli turístic
Almeria	Ociurbs	Nucli turístic	Nucli turístic
Rota	Perifèric	Nucli turístic	Nucli turístic
Sant Llorenç des Cardassar	Perifèric	Nucli turístic	Nucli turístic
Adra	Mixt	Perifèric	Nucli turístic
Xilxes	Perifèric	Perifèric	Nucli turístic
Benissa	Perifèric	Perifèric	Nucli turístic
Vera	Perifèric	Perifèric	Nucli turístic
Isla Cristina	Perifèric	Perifèric	Nucli turístic
Salou	.	Exòpoli	Ociurbs
Marbella	Nucli turístic	Nucli turístic	Ociurbs
Torrevieja	Mixt	Ociurbs	Ociurbs
Lloret de Mar	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Benidorm	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Alacant	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Cartagena	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Málaga	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs

Palma de Mallorca	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Calvià	Ociurbs	Ociurbs	Ociurbs
Pilar de la Horadada	.	Mixt	Perifèric
Sant Pol de Mar	Mixt	Mixt	Perifèric
Prat de Llobregat (El)	Mixt	Mixt	Perifèric
Vilanova i la Geltrú	Mixt	Mixt	Perifèric
Altafulla	Mixt	Mixt	Perifèric
Sagunt	Mixt	Mixt	Perifèric
Pobla de Farnals (la)	Mixt	Mixt	Perifèric
Sueca	Mixt	Mixt	Perifèric
Teulada	Mixt	Mixt	Perifèric
Motril	Mixt	Mixt	Perifèric
Vélez-Málaga	Mixt	Mixt	Perifèric
Benitatxell (Poblenou de)	Perifèric	Mixt	Perifèric
Alfàs (l')	Mixt	Nucli turístic	Perifèric
Cadaqués	Nucli turístic	Nucli turístic	Perifèric
Sant Feliu de Guíxols	Nucli turístic	Nucli turístic	Perifèric
Caldes d'Estrac	Nucli turístic	Nucli turístic	Perifèric
Sant Vicenç de Montalt	Nucli turístic	Nucli turístic	Perifèric
Puçol	Nucli turístic	Nucli turístic	Perifèric
Xàbia	Nucli turístic	Nucli turístic	Perifèric
Almonte	Nucli turístic	Nucli turístic	Perifèric
Formentera	Nucli turístic	Nucli turístic	Perifèric
Véjer de la Frontera	Perifèric	Nucli turístic	Perifèric
Valldemossa	Perifèric	Nucli turístic	Perifèric
Campos	Perifèric	Nucli turístic	Perifèric
Canet de Mar	Mixt	Perifèric	Perifèric
Arenys de Mar	Mixt	Perifèric	Perifèric
Cabrera de Mar	Mixt	Perifèric	Perifèric
Masnou (el)	Mixt	Perifèric	Perifèric
Perelló (el)	Mixt	Perifèric	Perifèric
Xeraco	Mixt	Perifèric	Perifèric
Gualchos	Mixt	Perifèric	Perifèric
Moquer	Mixt	Perifèric	Perifèric
Escorca	Nucli turístic	Perifèric	Perifèric
Portbou	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Mont-ras	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Sant Andreu de Llavaneres	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Vilassar de Mar	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Premià de Mar	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Montgat	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Sant Pere de Ribes	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Deltebre	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Sant Jaume d'Enveja	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Amposta	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Torreblanca	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Cabanes d'Arc	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Almassora	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Nules	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Mancofa	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Llosa de la Plana (la)	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Amenara	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Puig de Santa Maria	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Massamagrell	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Massalfassar	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Albuixec	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Albalat dels Sorells	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Foios	Perifèric	Perifèric	Perifèric

Meliana	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Tavernes de Valldigna	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Bellreguard	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Piles de Mar	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Unión (la)	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Águilas	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Pulpi	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Cuevas de Almanzora	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Carboneras	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Albuñol	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Sorvilán	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Popolos	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Rubite	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Lujar	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Movilzar	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Itrabo	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Otivar	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Torrox	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Algarrobo	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Puerto Real	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Lepe	Perifèric	Perifèric	Perifèric
San Silvestre de Guzmán	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Estellencs	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Fornalutx	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Artà	Perifèric	Perifèric	Perifèric
Gavà	Exòpoli	Mixt	Transició
Altea	Nucli turístic	Mixt	Transició
Castell (es)	.	Nucli turístic	Transició
Castelldefels	Mixt	Nucli turístic	Transició
Sant Carles de la Ràpita	Mixt	Nucli turístic	Transició
Benicarló	Mixt	Nucli turístic	Transició
San Roque	Mixt	Nucli turístic	Transició
Cádiz	Mixt	Nucli turístic	Transició
Sóller	Mixt	Nucli turístic	Transició
Salines (ses)	Mixt	Nucli turístic	Transició
Sant Lluís	Mixt	Nucli turístic	Transició
Mataró	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Algeciras	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
San Fernando	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Puerto de Santa Maria (el)	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Sanlúcar de Barrameda	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Huelva	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Ayamonte	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Deià	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Felanitx	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Llucmajor	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Ferrieres	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Maó	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Alaior	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Sant Joan de Labritja	Nucli turístic	Nucli turístic	Transició
Borriana	Perifèric	Nucli turístic	Transició
Enix	Perifèric	Nucli turístic	Transició
Ejido (el)	Perifèric	Nucli turístic	Transició
Línea de la Concepción (la)	Perifèric	Nucli turístic	Transició
Banyalbufar	Perifèric	Nucli turístic	Transició
Mitjorn Gran (es)	.	Perifèric	Transició
Vinarós	Mixt	Perifèric	Transició
Lorca	Mixt	Perifèric	Transició

Barbate de Franco	Mixt	Perifèric	Transició
Cartaya	Mixt	Perifèric	Transició
Alboraia	Perifèric	Perifèric	Transició

Font: Elaboració pròpia.

2.2.2. Els 90. La consolidació del model residencial

El 1991 s'han incorporat cinc municipis més des del punt de vista estadístic (Salou, Es Migjorn Gran, Es Castell, Pilar de la Horadada, l'Ampolla i Los Alcázares). Malgrat aquest increment del número d'individus (ara ja són 227 els municipis), tots els valors mitjos s'incrementen en relació amb els valors de 1981: més càmpings, més unitats d'acampada, més places hoteleres, una TFTR superior, una qualitat turística sensiblement superior i, sobretot, un espectacular creixement dels habitatges turístics, que passen de 4.518,7 a 6.183. L'únic valor que pateix un decreixement és el número d'hotels, que davalla de 17 a 16 per municipi.

Taula 2.22 Resum de casos del 1991

Conglomerats 1991	Variables	Càmping	Unitats acampada	Hotels	Habitacio hotels	Hotel qualitat	Habitatges turístics	TFTR
NUCLI TURÍSTIC	Nº casos	77	77	77	77	77	77	77
	Mitjana	.88	177.77	16.68	2568	59.3	6227	59
	Desv Típica	1.192	273.00	18.82	3156.13	21.22	5689	21.22
EXÒPOLI	Nº casos	18	18	18	18	18	18	18
	Mitjana	7.06	2958.28	20.11	2615	42.2	8019	42
	Desv Típica	2.43	1094.61	14.51	4156.90	27.96	5265	27.96
MIXT	Nº casos	55	55	55	55	55	55	55
	Mitjana	2.82	692.36	13.13	1469	16.8	7110	16.
	Desv Típica	2.01	623.95	18.89	3040.48	21.94	5044	21.84
OCIURB	Nº casos	8	8	8	8	8	8	8
	Mitjana	2.25	649.63	139.50	24896	55.8	32593	55
	Desv Típica	2.60	766.08	113.49	20773.57	19.15	13252	19.15
PERIFÉRIC	Nº casos	69	69	69	69	69	69	69
	Mitjana	.68	100.84	2.28	95.33	.44	1853	.44
	Desv Típica	1.13	185.56	2.94	147.01	2.67	1908	2.67
TOTAL	Nº casos	227	227	227	227	227	227	227
	Mitjana	1.83	516.18	16.04	2340.85	29.67	6183	29
	Desv Típica	2.37	9000.90	34.96	6323.68	31.24	7515	31.24

Font: Elaboració pròpia.

És evident que aquest canvi condiona les categories de conglomerats. El fort increment del número d'habitatges secundaris implica que ara

considerarem una oferta feble a un número d'habitatges turístics que ens hauria semblat elevat el 1981. Malgrat tot, com es pot comprovar a la taula 2.22, l'estructura bàsica que havíem dibuixat el 1981 es manté amb algunes variacions, sempre amb el biaix del fort creixement del turisme residencial.

Les ociurbs són ara vuit, tres menys que el 1981 (Taula 2.20). Considerem ociurbs, novament, aquell municipi amb un número molt elevat d'hotels, de places hoteleres i d'habitatges secundaris, mentre que l'oferta de càmpings és convencional. Si comparem els valors amb les dades del 81, constatem un fort increment de les places hoteleres (no tant dels hotels) i dels habitatges secundaris. Aquest increment consolida la seva condició de motor turístic, ja que creen una concentració d'oferta que genera moltes economies d'escala. Malgrat que la dècada dels 80 va ser una dècada turísticament complexa, la capacitat de creixement de les ociurbs accentua la seva condició jeràrquica en el sistema del litoral.

El número de nuclis perifèrics és similar al de l'any 1981, si bé la condició de perifèric ara és més evident. Si els anys 80 han afavorit un fort creixement de la majoria dels indicadors d'oferta (més places hoteleres, més unitats d'acampada, major TFTR, molts més habitatges turístics), a les ciutats perifèriques, els valors són gairebé els mateixos. Potser el creixement més significatiu és l'increment dels habitatges turístics (de 1.400 a 1.800), però a un ritme molt inferior a la mitjana. Per tant, aquests municipis (més de la quarta part del litoral) accentuen en termes relatius la seva marginalitat respecte els processos generals de creixement turístic.

Les exòpolis també mantenen l'estructura precedent, amb un increment significatiu de la càrrega residencial i, per tant, amb un consum de territori molt més evident. La taula posa de manifest la preeminència de les unitats d'oferta de caràcter extensiu: els càmpings (7 càmpings de mitjana i 3.000 unitats d'acampada, que s'expliquen en part per una correcció estadística) i els habitatges turístics (una TFTR similar a l'anterior però gairebé amb 2.500 places més). Es tracta, per tant, d'unitats territorials que privilegien les estructures exògenes, que consumeixen grans quantitats de territori i que creen grans desequilibris entre l'espai dels residents i l'espai turístic, amb una TFTR propera al 500%.

Els nuclis turístics mantenen alguns elements propis d'aquesta categoria, especialment una TFTR clarament inferior a la mitjana i, fins i tot, inferior al cluster de 1981. Els habitatges permanents han crescut més que els habitatges secundaris. La planta hotelera manté uns indicadors convencionals (17 hotels i 2.600 places), amb una qualitat clarament superior a la mitjana, mentre que els càmpings mantenen un caràcter anecdòtic. No podem obviar, però, que el número d'habitatge secundaris ha crescut gairebé en un 50% de manera que el caràcter compacte d'aquestes ciutats centralitat es veu alterat per la proliferació d'unitats territorials turístiques (urbanitzacions, apartaments...). Moltes d'aquestes ciutats acaben creant estructures territorials duals, de manera que l'espai litoral és ocupat per les instal·lacions turístiques i la part interior (lluny de la mirada voyeurista dels visitants) esdevé la "ciutat real", l'espai dels residents.

Les ciutats mixtes s'apropen més a les estructures d'una exòpoli que al nucli turístic. El fort increment del número d'habitatges secundaris i de la TFTR (ara prop del 300%) i la reducció de la planta hotelera evoquen

més la condició de ciutat difosa, si bé el número de càmpings es manté molt per sota dels càmpings de les exòpolis i la TFTR elevada és només la meitat de la TFTR d'aquest cluster.

En definitiva, les dades de 1991 revelen la consolidació del sistema turístic integrat per unes poques ociurbs que actuen com a motors del model, la combinació de nuclis turístics, exòpolis i ciutats mixtes i, en la base de la piràmide, ciutats perifèriques. N'hi ha però dos diferències significatives respecte el 1991: En primer lloc, l'increment de l'oferta de turisme residencial de forma absoluta en tots els clusters, mentre que l'oferta convencional es manté estable; això condiona els equilibris entre els diferents models de nuclis i les seves relacions. En segon lloc, l'estrat intermedi de la piràmide es dibuixa amb una tensió latent entre models de creixement extensiu (exòpolis i ciutats mixtes, que esdevenen pseudo-exòpolis) i models més compactes (com els nuclis turístics). Fixem-nos que en aquests darrers, tot i l'increment dels habitatges turístics, la TFTR és inferior a la del 1981.

2.2.3. Els 2000. Els indicis del canvi de model territorial

A diferència de les previsions realitzades els anys 80, en què s'augurava un declivi de l'activitat turística durant la dècada dels 90 (i que inspira el Pla d'Excel·lència Turística de l'Estat), els resultats es van orientar en un sentit molt diferent. Durant la dècada dels 90, els fluxos turístics creixeren de forma constant en tot el litoral i en totes les modalitats. Malgrat l'increment de la demanda, les dades de l'oferta no creixen en la mateixa proporció. Un municipi litoral tipus té el 2001 el mateix número de càmpings, hotels i unitats d'acampada que el 1991. S'incrementa, però, el número de places (ara prop de les 3.000 places per municipi). L'increment més significatiu té lloc, una vegada més, en els habitatges turístics, que passen de 6.200 a 7.700 de mitjana, és a dir, un creixement del 25%. En la definició de la ciutat perfil de 2001, són també molt reveladores dues dades més: En primer lloc, una reducció significativa de la taxa de funció turística residencial, malgrat que ha crescut el número d'habitatges secundaris; això implica clarament que la població del litoral ha crescut de forma significativa, que ha orientat la seva estratègia cap al residencialisme. En segon lloc, el percentatge d'hotels de qualitat (tres o més estrelles) s'incrementa del 29% al 44%, en un símptoma evident de la millora dels estàndards dels establiments privats.

Aquests canvis en el model d'oferta (més població, més qualitat, menor TFTR) troben el seu ressò en els primers indicis de canvi en el model territorial, tot i que, en essència, es manté el model jeràrquic que hem descrit en les pàgines anteriors. L'estructura està presidida per les ociurbs i manté en la base les ciutats perifèriques; la principal diferència és que desapareix la categoria de "nucli mixt" (entre nucli turístic i exòpoli) i hi

apareix una nova categoria, les ciutats de transició (entre nucli turístic i ciutats perifèriques).

Taula 2.23. Resum de casos del 2001

Conglomerats 2001	Variables	Càmpings	Unitats acampada	Hotels	Habitacio hotels	Hotel qualitat	Habitatges turístics	TFTR
NUCLI TURÍSTIC	Nº	71	71	71	71	71	71	71
	Mitjana	2.08	483.65	22.63	4333	74	9429.1	149
	Desv Típica	1.97	532.11	21.09	4857	17	7111.7	76
EXÒPOLI	Nº	31	31	31	31	31	31	31
	Mitjana	4.7	1954.81	14.65	1488	33	8828.2	341
	Desv Típica	3.35	1670.65	13.12	1940	30	709303	198
TRANSICIÓ	Nº	81	81	81	81	81	81	81
	Mitjana	.86	180.60	3.80	221	5	3148.8	92
	Desv Típica	1.24	366.35	6.26	563	11	3873.7	64
OCIURB	Nº	10	10	10	10	10	10	10
	Mitjana	2.6	993.30	95.3	22254	74	38970.7	74
	Desv Típica	3.09	1033.57	74.42	18095	20	19585.7	20
PERIFÉRIC	Nº	36	36	36	36	36	36	36
	Mitjana	.53	102.31	8.89	1234	72	65.4	72
	Desv Típica	.736	163.84	5.52	987	15	35.41	15
TOTAL	Nº	229	229	229	229	229	229	229
	Mitjana	1.79	537.92	15.90	2789	43	142.0	43
	Desv Típica	2.34	947.87	27.33	6421	36	128.6	36

Font: Elaboració pròpia.

Les ociurbs continuen essent un element capital de l'estructura territorial turística. La disminució del número mig d'hotels i de places no respon tant a la desaparició d'establiments com a la incorporació de dos nous nuclis amb una densitat turística inferior, el que afecta els valors mitjos. Tot i així, es mantenen unes notables diferències entre els nivells d'oferta hotelera d'aquests deu municipis i els de la resta: uns 75 hotels i 18.000 places. Les ociurbs també manifesten els mateixos processos que havíem identificat a nivell general: un increment de la qualitat de la planta hotelera i un fort increment del número d'habitatges turístics, tot i la reducció de la TFTR. Fixem-nos que el número d'habitatges turístics és per primera vegada superior al número de places, de manera que també a les ociurbs les formes d'allotjament para-hoteler esdevenen essencials.

El comportament dels nuclis perifèrics respon també a l'extensió de la taca urbanitzadora. En deu anys, un municipi perifèric tipus ha duplicat el número d'habitatges d'ús turístic, tot i que manté la taxa de funció turística residencial (TFTR) per sota del 100%. La resta d'indicadors continuen essent molt baixos, de manera que l'única activitat turística està relacionada amb les segones residències i els apartaments turístics. Malgrat el fort increment relatiu d'aquesta oferta, que gairebé es duplica en deu anys, la resta dels indicadors de l'oferta turística es mantenen inalterats.

2.3. L'oferta turística del litoral català

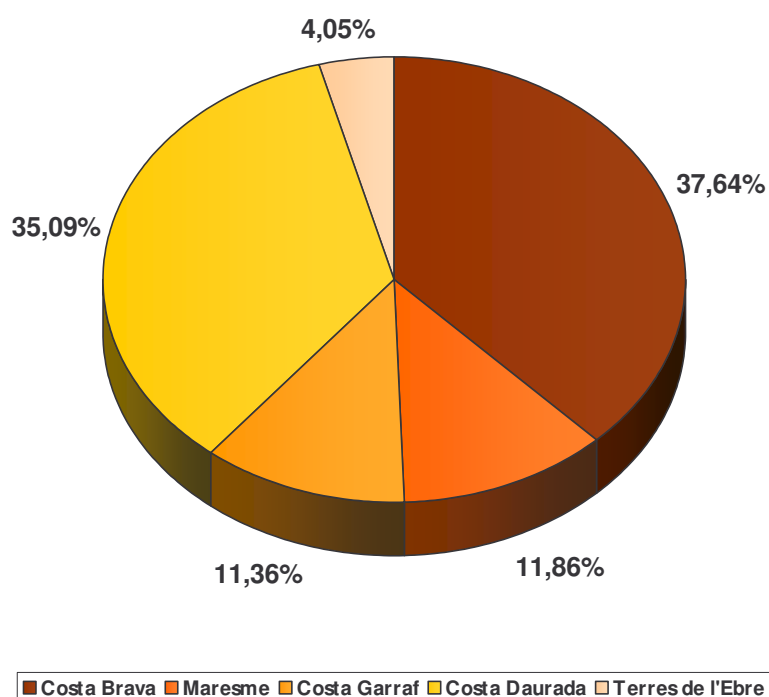
Analitzada l'oferta turística pel conjunt del litoral mediterrani, l'anàlisi que prossegueix tot seguit aprofundeix en el territori català, per tal d'observar quines han estat les transformacions concretes que han caracteritzat l'oferta turística al país. I, per tant, detectar quina és la tendència turística estructural de Catalunya.

L'anàlisi per a Catalunya segueix el mateix fil discursiu que l'emprat en el litoral espanyol, centrant-se en els aspectes de canvi produïts durant el període de 1981-1991-2001, tot i que en aquest cas, pren més èmfasi l'anàlisi territorial des de l'òptica local.

2.3.1. La capacitat d'allotjament al litoral català

El litoral de Catalunya acull una oferta turística total de més de dos milions de places que es concentra principalment a la Costa Brava i a la Costa Daurada. Aquestes dues marques turístiques es reparteixen quasi bé tres quartes parts, el 73%, del conjunt de l'oferta catalana:

Gràfica 2.21. Distribució de les places turístiques totals per marca turística. 2001



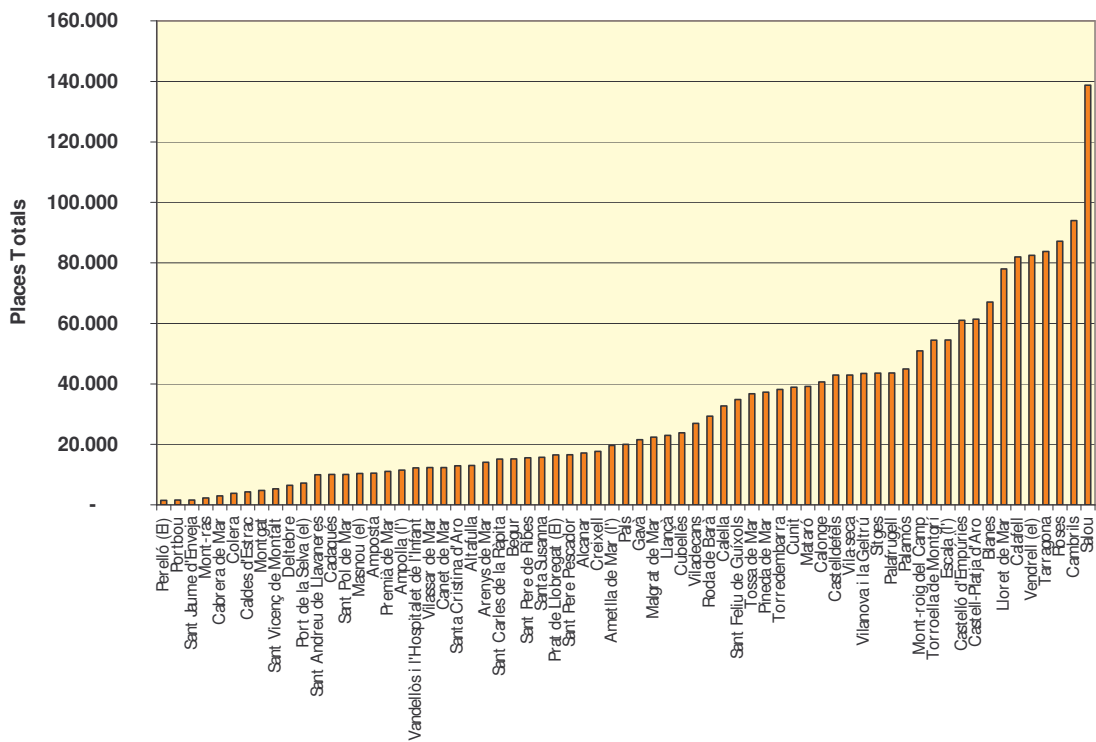
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Idescat i les guies oficials d'allotjaments.

En l'àmbit local, el pes de l'oferta turística es desplaça, definitivament, cap al sud del país. Salou és la localitat amb més places de Catalunya, gairebé 140000, juntament amb Cambrils (93.980), Tarragona (83.737) i el Vendrell (82.481). Aquests quatre municipis representen el 54% de les places totals de la Costa Daurada (Gràfica 2.24). A la Costa Brava,

amb 776.811 places, Roses acull el major nombre d'oferta (11,22%), seguit de Lloret de Mar (10,04%), Blanes (8,63%) i Castell-Platja d'Aro, Castelló d'Empúries i L'Escala, els quals representen en conjunt poc més de la meitat de les places totals de la Costa Brava.

Pel que fa al Maresme i la Costa del Garraf, quasi amb 240.000 places turístiques en cada marca. Destaquen els municipis de Mataró, Pineda de Mar, Calella i Malgrat de Mar en el Maresme, que sumen 131.518 places, mentre que Sitges, Vilanova i la Geltrú i Castelldefels concentren el 55,4% del total de places de la Costa del Garraf.

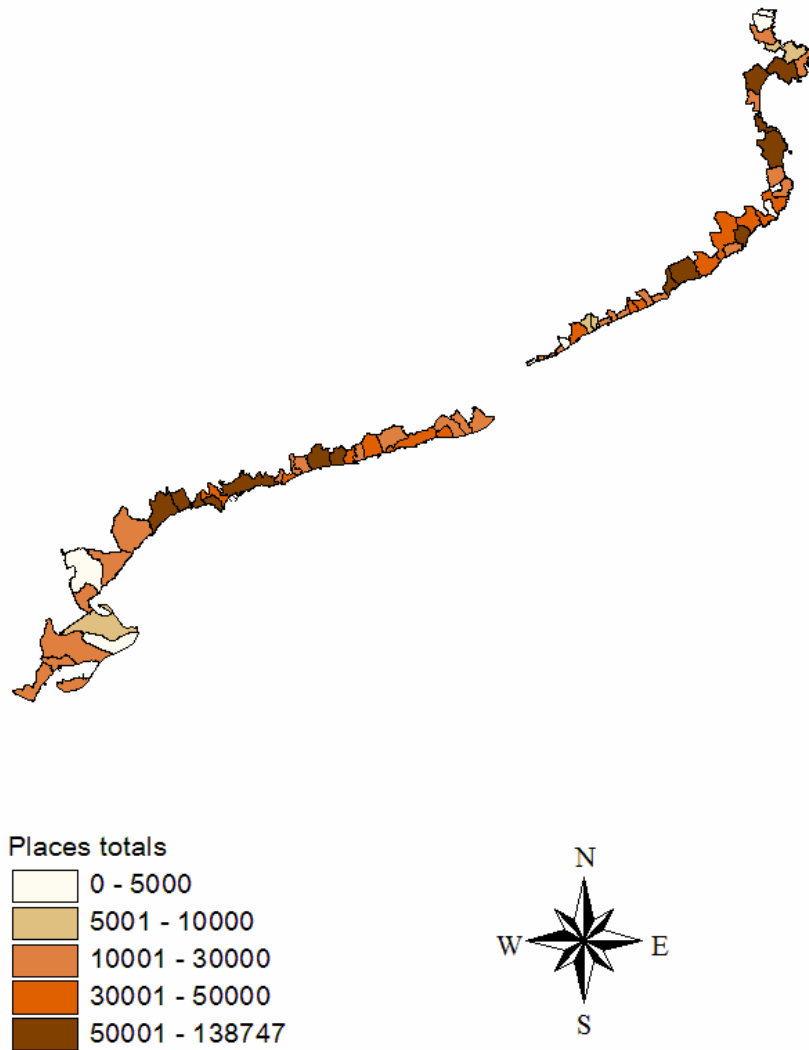
Gràfica 2.22. Places turístiques totals per localitat. 2001



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Idescat i les guies oficials d'allotjaments.

Mapa 2.1 Places totals per municipis al litoral català. 2001

Places totals 2001



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Idescat i les guies oficials d'allotjaments.

Les Terres de l'Ebre disposen de la menor oferta turística, fins a tal punt que l'oferta d'un sol municipi com Roses és superior a la suma de les places turístiques de tot el territori d'aquesta marca turística. Són però un dels espais més dinàmics en la creació de noves places.

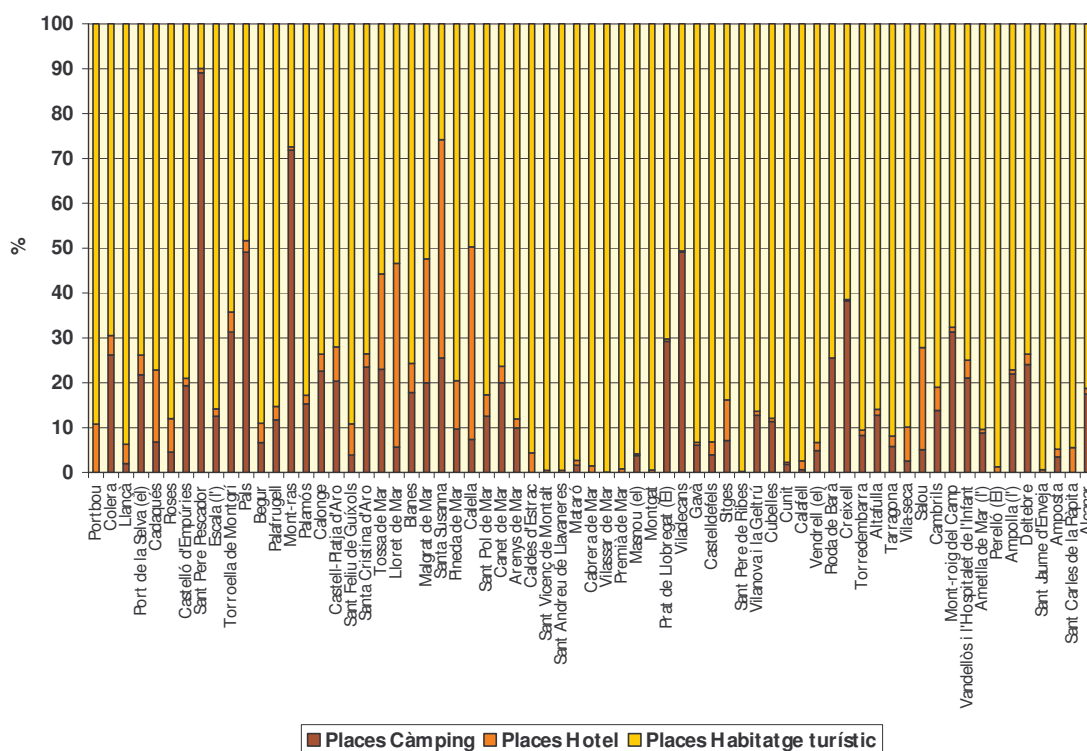
Posant en relació l'oferta total respecte a la tipologia d'allotjament es posa en evidència que també a Catalunya el 80% (79,48%) de les places totals corresponen a l'habitatge turístic, mentre que un 12,8% pertanyen al càmping i l'oferta restant, que no arriba al 8% (7,7%) als hotels. Val a dir que, el pes proporcional de l'oferta en habitatges turístics és inferior a Catalunya que el conjunt del litoral espanyol. Per d'altra banda, el litoral català també es diferencia perquè les places del càmping superen les d'allotjament hotelier, tal com hem vist al principi d'aquest capítol.

Conseqüentment, en l'anàlisi local predomina l'estructura municipal turística liderada per l'habitatge turístic. (Gràfica 2.25) Pràcticament, totes les localitats del litoral català tenen en l'habitatge turístic més del 50% de les places turístiques totals representades. Només 5 localitats divergeixen d'aquesta distribució. Es tracta de Sant Pere Pescador, Pals, Mont-ras, Santa Susanna i Calella.

Sant Pere Pescador i Mont-ras són les úniques localitats de Catalunya on les places de càmping sobrepassen qualsevol altra modalitat turística, amb un 89% i 72% respectivament. Viladecans, Creixell, Torroella de Montgrí i Pals, són localitats on tot i no ser liderats pel càmping, aquest representa un pes important a diferència d'altres territoris, amb percentatges que oscil·len entre el 31-49%.

En relació a l'oferta hotelera, és a Calella, Santa Susanna i Lloret de Mar on les places d'aquesta modalitat superen el 40% de les places totals, essent Santa Susanna l'únic municipi on la planta hotelera és superior a l'oferta d'habitatges turístics.

Gràfica 2.23. Distribució de les places turístiques per modalitat d'allotjament. 2001.



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Idescat i les guies oficials d'allotjaments.

En relació a l'evolució temporal de l'oferta turística total de Catalunya, s'observa que en aquests vint anys Catalunya ha incrementat la seva capacitat d'acollida en un 55,29% que, en termes absoluts, significa un total de 734.813 places. És un creixement considerable però lluny dels increments que hem assenyalat per altres marques turístiques espanyoles.

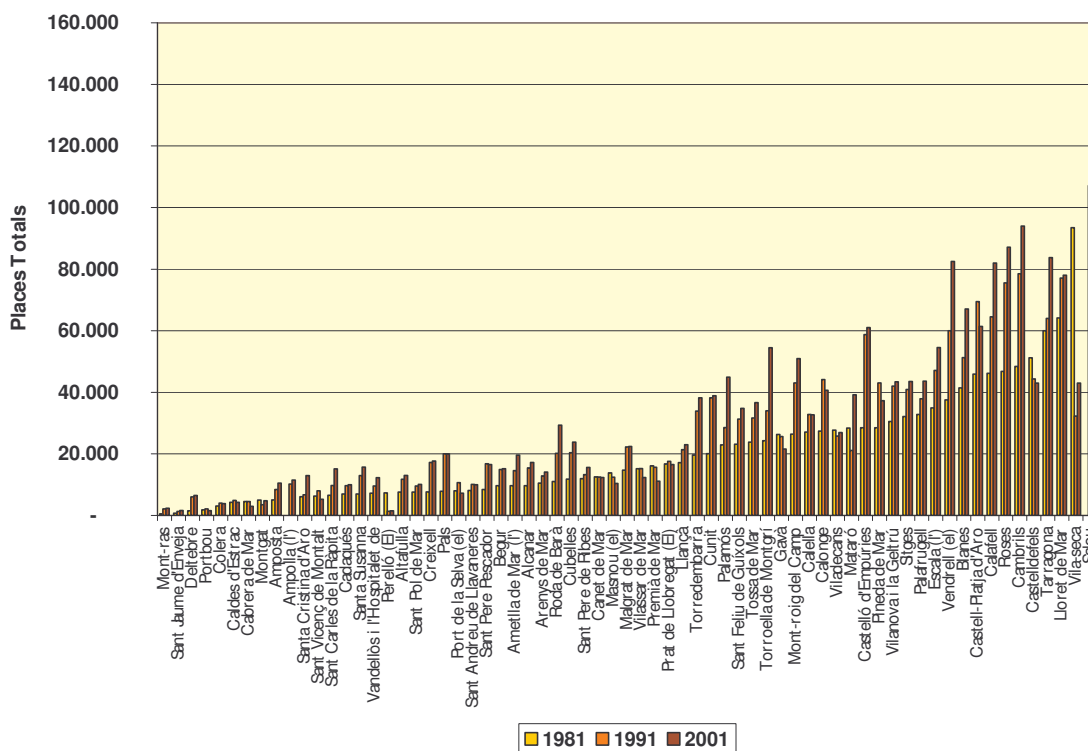
A escala municipal, la gràfica 26 mostra que el 51% de les localitats del litoral català han sobrepassat el 50% d'increment de la seva planta de places turístiques. D'aquestes 34 localitats, 15 han duplicat les places totals del 1981. Les localitats que han gaudit d'una major progressió relativa han estat Mont-ras (332,79%), Deltebre (331,10%), Roda de Barà (166%), Pals (155%), Sant Jaume d'Enveja (133,5%), Creixell (130%) i Sant Carles de la Ràpita (129,6%). Hem de tenir en compte, a l'analitzar aquest fet, que els mateixos municipis que encapçalen el creixement relatiu estan a la cua en creixement absolut.

En valors reals, Salou i els municipis del seu voltant són la punta de llança del creixement dels equipaments d'allotjament turístic a Catalunya. Salou ha crescut en 138.746 places i Cambrils en 45.566. Altres punts importants són El Vendrell amb 44.973 noves, Roses amb 40.340, i entre 30.000-35.000 places, Calafell, Castelló d'Empúries i Torroella de Montgrí.

Per contra, una de cada cinc localitats de la costa catalana ha perdut capacitat d'acollida (20,8%), una xifra que triplica els municipis que al llarg del litoral espanyol han patit una davallada de la seva oferta. Aquesta situació ha estat acusada al Maresme, on la meitat de les seves localitats turístiques han minvat en places turístiques. Els principals territoris han estat Cabrera de Mar, Premià de Mar, El Masnou i Vilassar de Mar. A la Costa del Garraf la regressió s'ha produït a Gavà, Castelldefels, Viladecans i el Prat del Llobregat, tot i que no s'ha sobrepassat el -20% per localitat. La localització d'aquests municipis, al Baix Maresme i la costa del Baix Llobregat, coincideix amb la primera zona d'expansió de l'àrea metropolitana de Barcelona on una part important dels habitatges de segona residència estan passant a primera.

A l'extrem nord de Catalunya, Portbou i el Port de la Selva s'han vist afectades també pel decreixement. En aquests casos coincideix amb la pèrdua de pes demogràfic i en el cas de Port Bou, també amb una davallada social i econòmica.

Gràfica 2.24. Evolució real de les places turístiques totals. 1981, 1991 i 2001

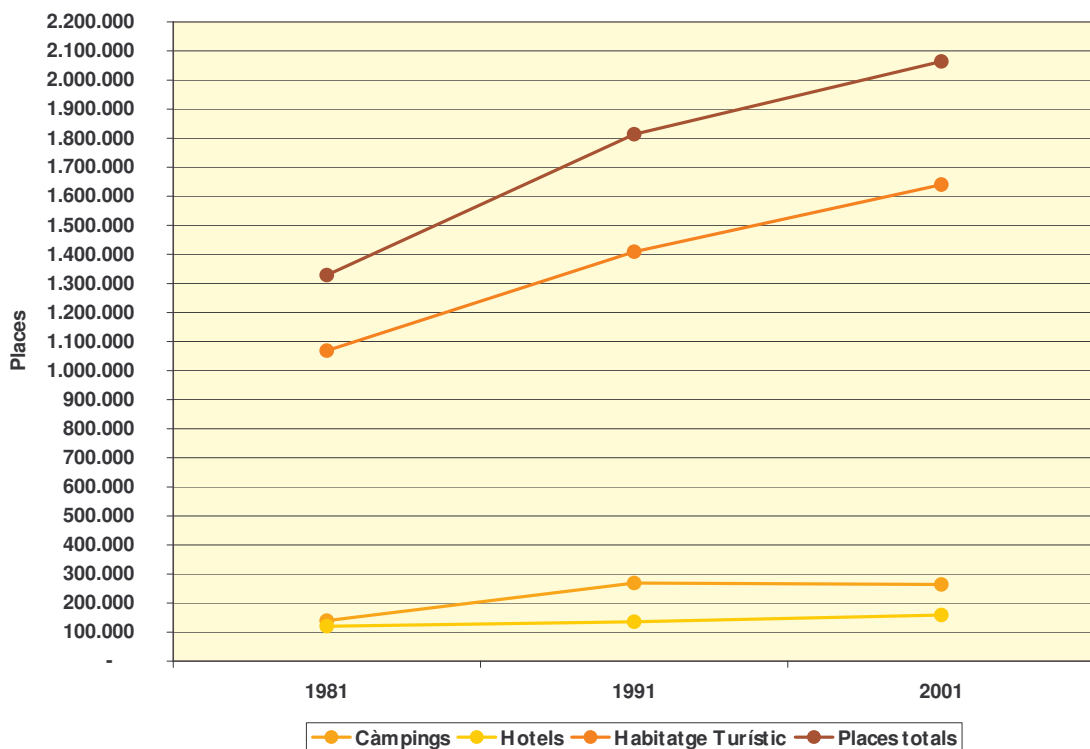


Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Idescat i les guies oficials d'allotjaments.

Vist el creixement general, una mirada ara a l'evolució per tipus d'allotjament ens dóna alguna pista sobre el sobredimensionament de l'oferta d'habitatges turístics: En vint anys, aquest tipus d'equipament s'ha incrementat en un 53,5%, mentre que la planta hotelera s'ha mantingut pràcticament igual, amb una pujada quasi bé insignificant de l'1,32%. Als anys 80 l'increment de la planta d'habitatges turístics va ser del 36%, un creixement que als 90 es va reduir al 13,7%, amb una aturada especialment forta els primers cinc anys, i amb una embranzida als

darrers anys de la dècada que continua a partir del 2000, tal com es comenta al proper capítol. Tot i això, és el càmping el que, en números relatius, s'ha caracteritzat per una major embranzida augmentant quasi bé un 90% (89%). El creixement real dels càmpings, 124.418 places, tot i ser important, queda relativitzat pel creixement del sector dels habitatges, tal com mostra la gràfica 2.25.

Gràfica 2.25. Evolució real de les places turístiques per modalitat d'allotjament. 1981, 1991 i 2001.



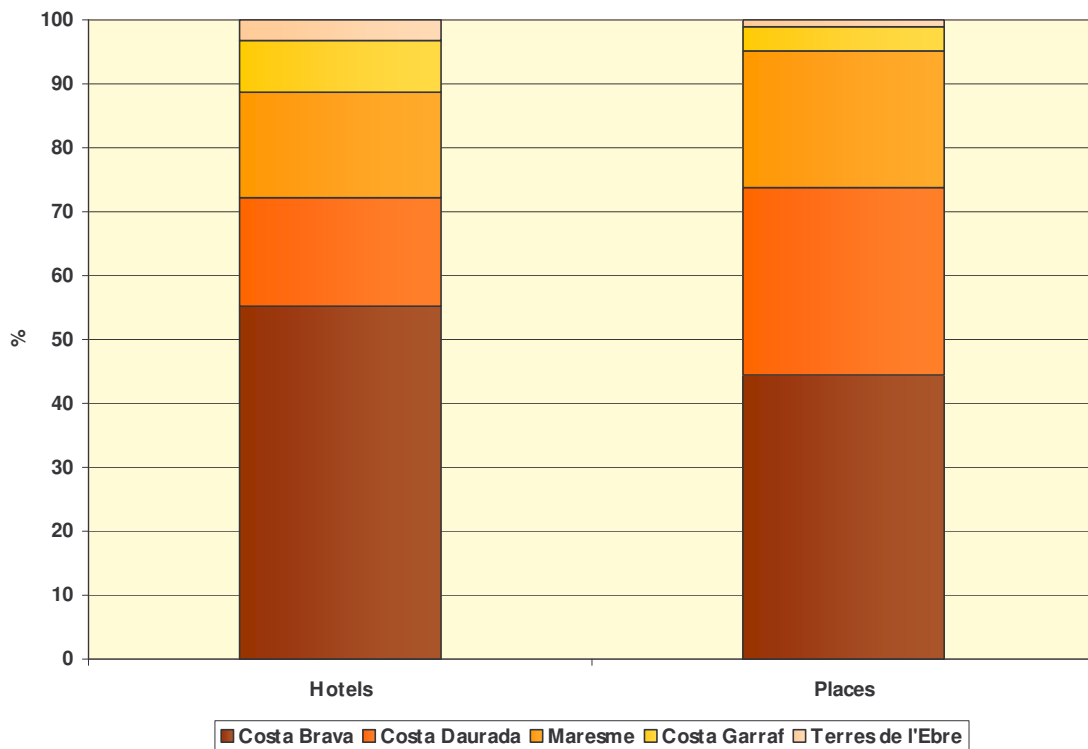
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Idescat i les guies oficials d'allotjaments.

La costa catalana té una important oferta turística. Quasi el 80% (79%) dels municipis ofereix més de 10.000 places d'allotjament, i més d'una tercera part, el 37%, en disposa de més de 30.000. Geogràficament, és a la Costa Brava i a la Costa Daurada on es concentra l'oferta turística total.

2.3.2. L'oferta hotelera al litoral català

Més d'una quarta part de l'oferta hotelera del litoral mediterrani espanyol es localitza a la costa catalana. Amb 1.114 allotjaments hotelers i una capacitat que superava les 159.000 places l'any 2001, els municipis litorals de les 5 marques que analitzem tenen un pes molt important dintre del sector hotelier. L'evolució d'aquesta indústria a Catalunya no és tan positiva.

Gràfica 2.26. Distribució percentual de l'oferta hotelera per marques turístiques de Catalunya, 2001.



Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 2001.

Entre 1981 i 2001, el creixement en nombre de places ha assolit un nivell del 8,6% quan la mitjana del litoral espanyol ha sigut del 34,3%, quatre vegades més. Malgrat això, la zona de Salou, és un dels pols

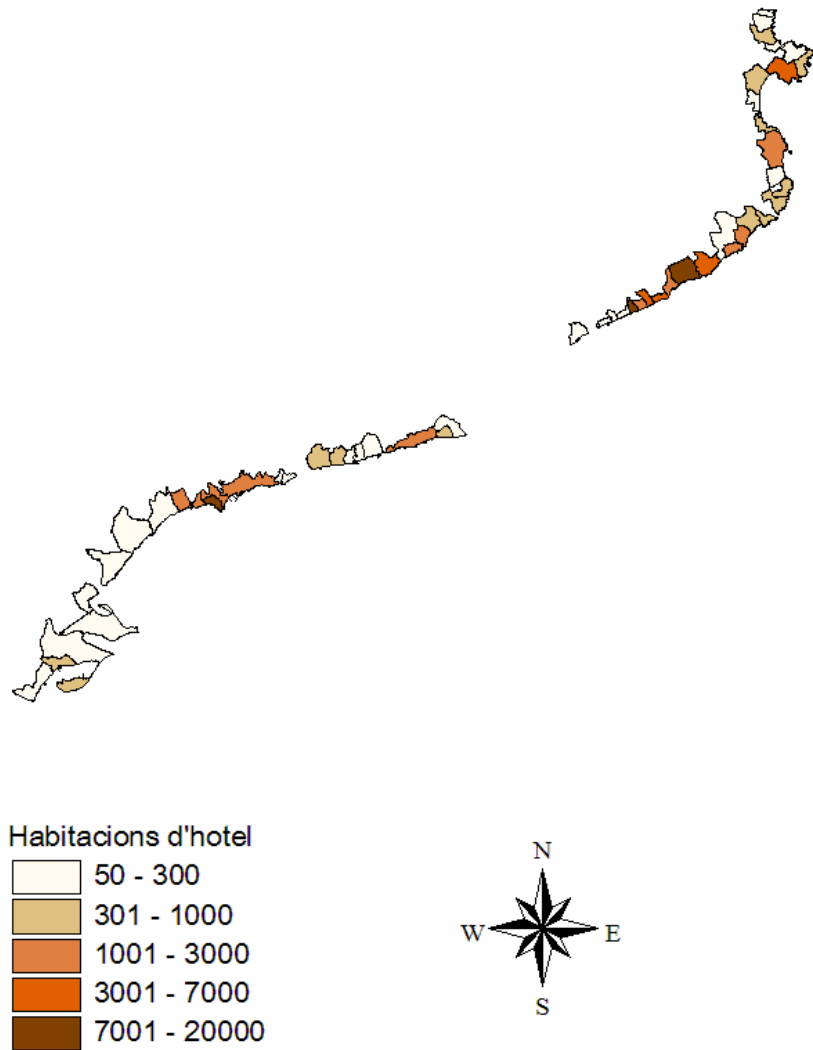
generadors d'oferta del litoral espanyol que ha protagonitzat el creixement més gran en xifres absolutes. Salou sol ha creat 31.627 habitacions en 20 anys, (quasi 35.000, 34.884, si finalment no s'haguessin segregat Vila-seca i Salou).

Una anàlisi per marques turístiques ens revela que la Costa Brava és la principal marca turística del litoral català quant a nombre d'establiments amb més de la meitat dels hotels del litoral català. Però la gràfica 2.26 ens porta una informació addicional: en nombre de places té menys de la meitat del mercat, i la Costa Daurada i el Maresme tenen uns hotels amb més places per establiment que la Costa Brava. Sense entrar en més detalls numèrics ja podem avançar el que hem dit pel litoral espanyol: les destinacions emergents tenen uns establiments amb més habitacions per hotel. I això a Catalunya s'escau a la costa Daurada, amb el gran pol de desenvolupament hotelers que és Salou i rodalies, i Santa Susanna a la costa del Maresme.

Seguint amb l'anàlisi de la distribució de les places pel territori, al litoral català, com hem vist també a Espanya, es dona una concentració espacial de les places hotelers, quasi el 75% es troba a la Costa Brava i a la Costa Daurada. Si ens situem a escala local, la concentració es fa molt més evident i ens indica que la distribució de les places no és homogènia dintre de les marques turístiques. Visualment, el mapa 2.2 i el gràfic 2.29, on es mostren ordenats de nord a sud els municipis litorals catalans amb la seva capacitat hotelera, ens fan veure que al voltant dels nodes de Lloret de Mar i de Salou es centralitzen una gran quantitat de places. Posant números a aquesta imatge ens dona el següent:

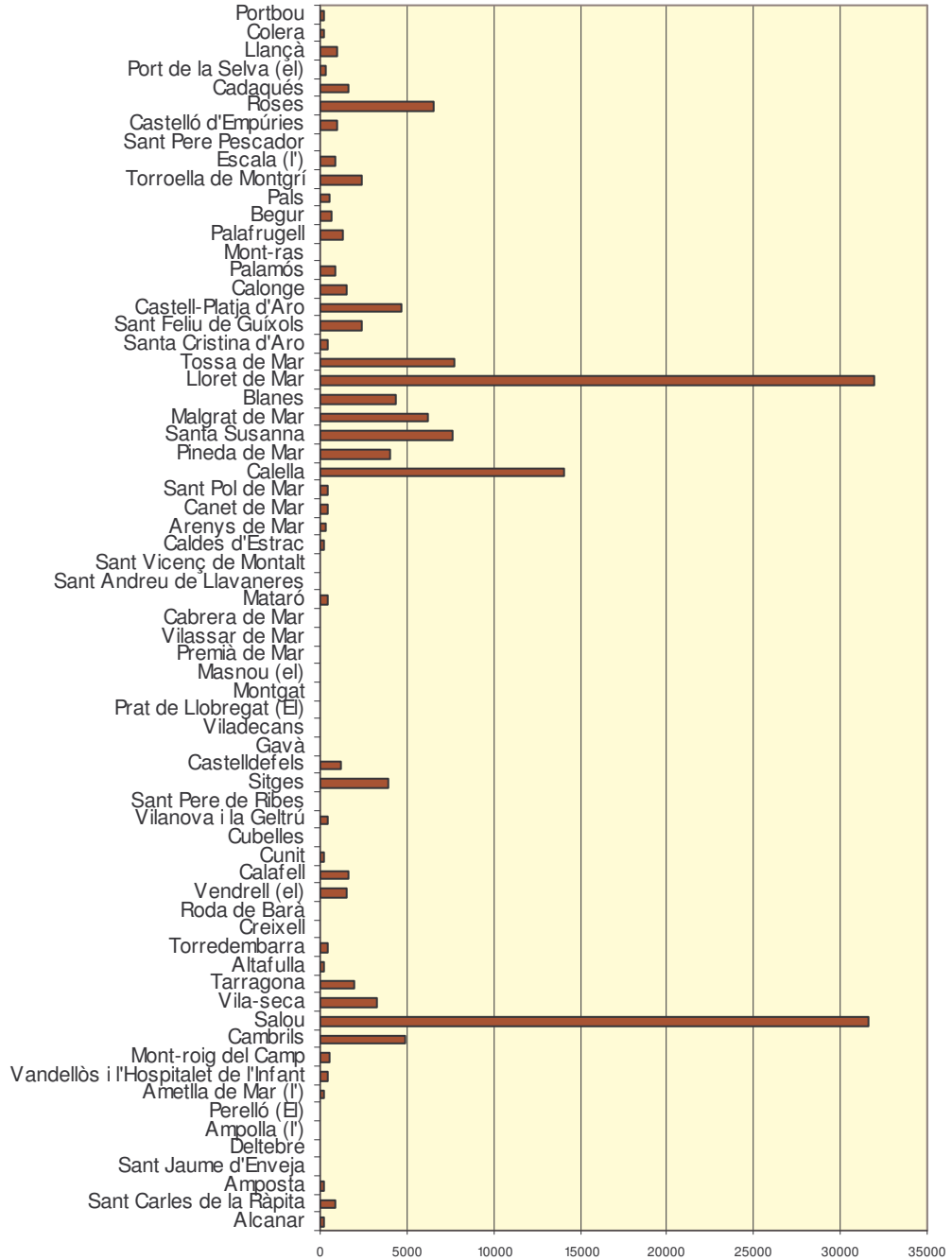
Mapa 2.2. Habitacions d'hotel per municipi al litoral català. 2001

Habitacions d'hotel 2001



Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 2001.

Gràfica. 2.27. Distribució de les places hoteleres al litoral català. 2001



Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 2001.

Resultat:

- La franja litoral de Tossa de Mar fins a Calella, amb el nucli central de Lloret, concentra el 47,7% de les places totals. Són set municipis: Tossa, Lloret, Blanes, Malgrat, Santa Susanna, Pineda i Calella, que agrupen gairebé el 50% de la capacitat hotelera dels prop de 600 quilòmetres de costa catalana.
- Salou i els municipis veïns, Vila-seca i Cambrils, tenen el 25% del total de les places hoteleres.
- Els municipis de Roses, Torroella de Montgrí i la zona de Palafrugell a Sant Feliu de Guíxols dins de la marca turística de la Costa Brava; la Costa del Garraf (Castelldefels i Sitges) i la Costa Daurada (Calafell i El Vendrell), representen, en conjunt, poc més del 25% de les places hoteleres totals.

La resta de municipis amb oferta hotelera, exceptuant metodològicament l'àrea del Barcelonès, aglutinen una suma total de 6.524 habitacions, sense arribar a assolir l'1% (0,7%) de la capacitat hotelera. Es tracta, per tant, d'una distribució fortament concentrada al voltant de 2 modes, Lloret i Salou, que tenen, en xifres arrodonides el 75% de l'oferta i d'onze municipis més relativament dispersos que agrupa el 25% de l'oferta restant.

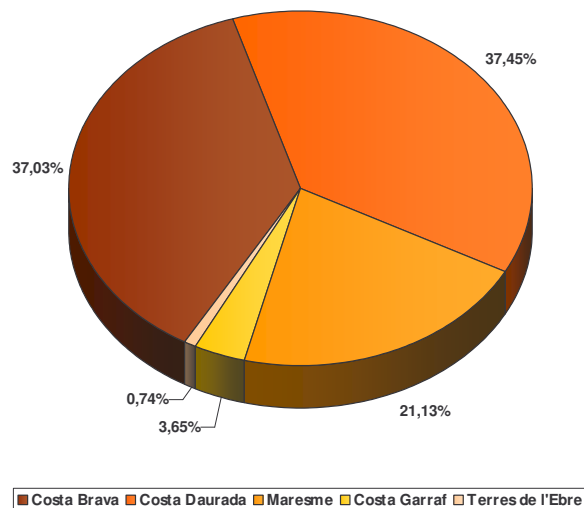
Es dibuixa una vegada més una estructura piramidal integrada per pols centrals, (dues o tres ociurbs), nuclis complementaris o secundaris i una base més feble.

Pel que fa a l'oferta hotelera d'alta gamma, els hotels classificats de 3 a 5 estrelles representen el 31% dels allotjaments de Catalunya (342 hotels), una proporció inferior a l'observada en el conjunt del litoral

mediterrani. No obstant, en termes de places turístiques, l'oferta de qualitat superior representa el 68% del total perquè tal com ja hem assenyalat, els hotels de gamma alta tenen més habitacions per establiment (146,43 de mitjana a Catalunya) i això compensa el nombre més baix d'hotels d'aquesta gamma.

La distribució territorial de l'allotjament amb classificació igual o superior a les tres estrelles és, a primera vista, paral·lela a l'observada pel conjunt de la planta hotelera catalana, essent la Costa Daurada i la Costa Brava les marques que aglutinen més del 60% dels allotjaments i places turístiques d'aquesta categoria. (Gràfica 2.28)

Gràfica 2.28. Distribució percentual de les places hoteleres de 3-5 estrelles a les marques turístiques de Catalunya. 2001.

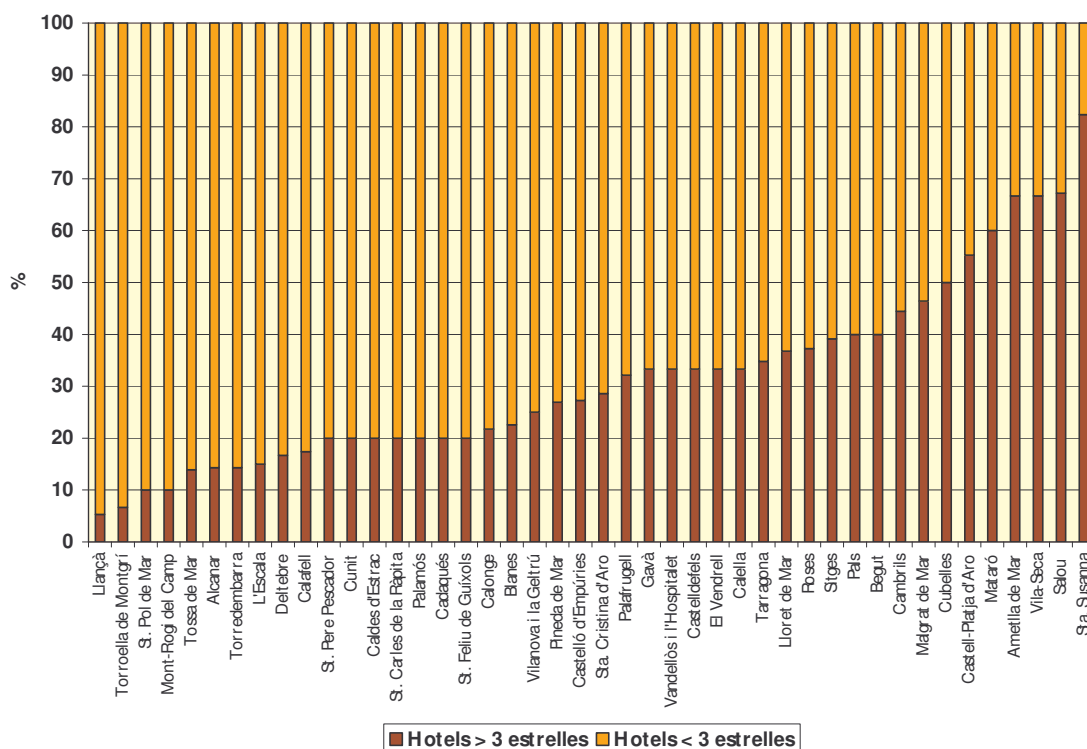


Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 2001.

Si seguim comparant el nombre d'establiments amb una oferta de 3 a 5 estrelles i els establiments amb una categoria inferior s'observa que

només 7 dels 67 municipis catalans del litoral tenen més del 50% d'establiments de categories superiors. Són els termes municipals de Santa Susanna, Salou, Vila-seca, Ametlla de Mar, Mataró, Castell-Platja d'Aro i Cubelles. Queden, per tant, fora d'aquesta relació municipis amb gran planta hotelera com Lloret o Calella. Mirant el tema des del punt de les places totals, la proporció de l'oferta de categoria superior s'incrementa fins al 40% dels municipis catalans que tenen més de la meitat de les seves places classificades entre 3 - 5 estrelles.

Gràfica 2.29. Distribució percentual de l'oferta d'hotels segons classificació i per municipi. 2001.

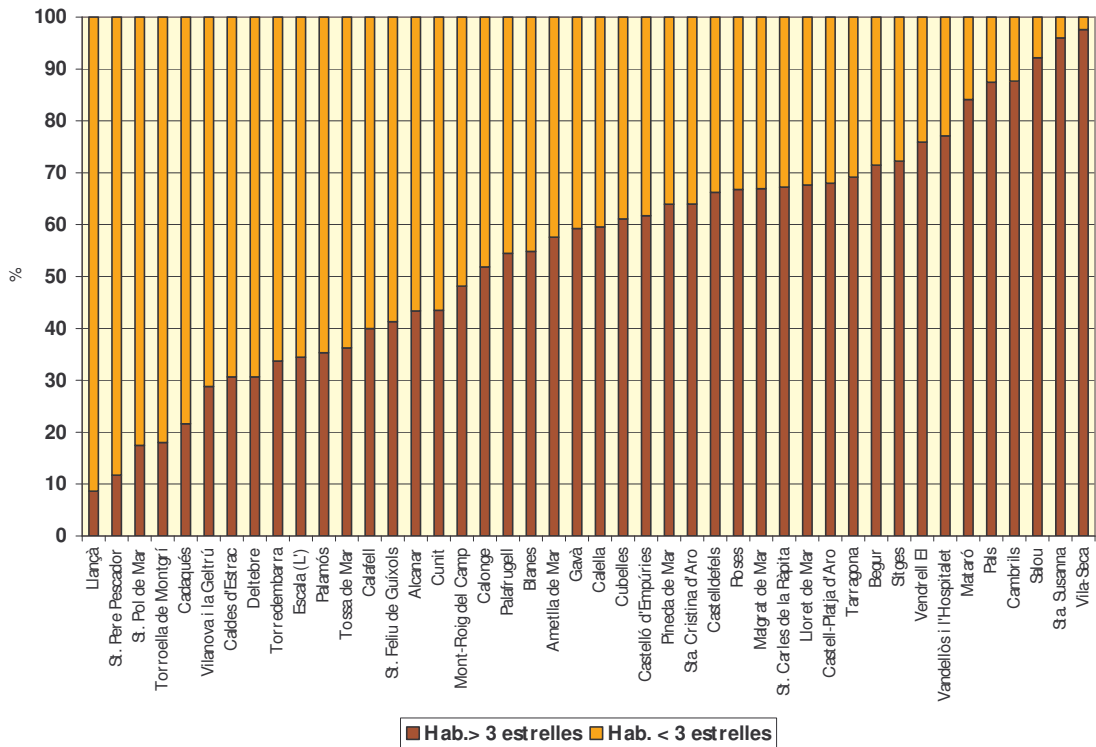


Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 2001.

Així, si observem les dues gràfiques, la 2.29 i la 2.30, a aquesta darrera que mostra el nombre d'habitacions ens dóna una panoràmica de la

planta d'hotelera on es mostra una més àmplia proporció d'oferta de qualitat. Encapçalen la taula amb més proporció d'habitacions de categoria superior Vila-seca, Santa Susanna, Salou i Cambrils, quatre dels centres amb més creixement de la planta hotelera dels darrers anys. Els segueix Pals, un municipi que en els darrers anys va implantant petits hotels de gran qualitat.

Gràfica 2.30. Distribució percentual de l'oferta d'habitacions segons classificació i per municipis. 2001.

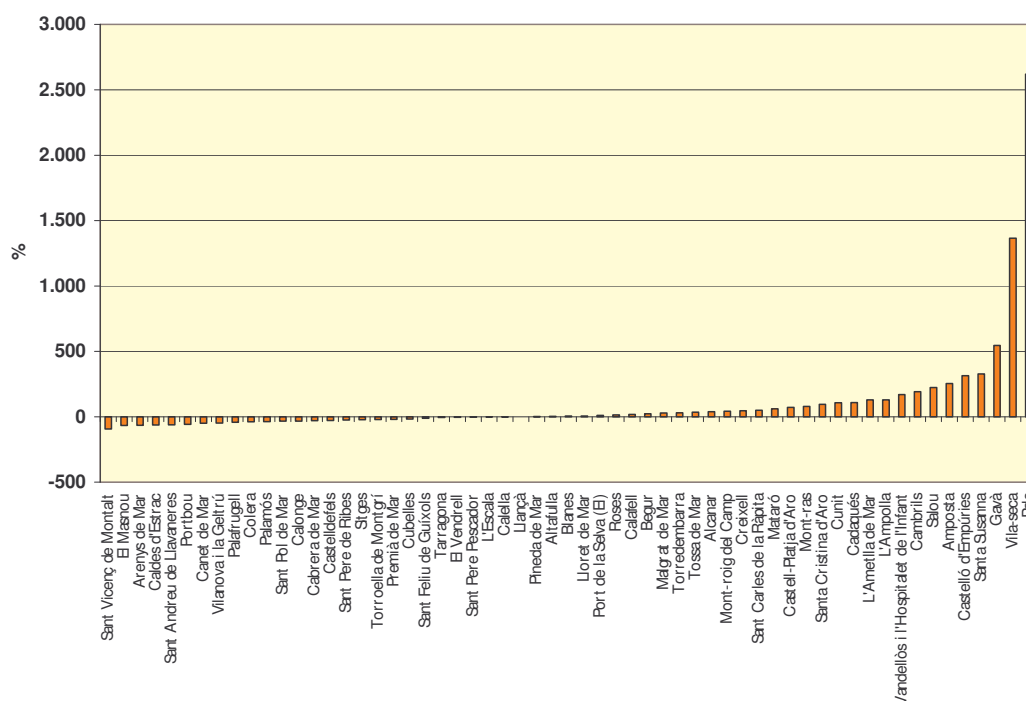


Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 2001.

Pel que fa a l'evolució, des del 1981 fins el 2001, el nombre d'establiments hotelers del litoral català disminueix un 8,84%, amb una pèrdua més accentuada a la dècada dels 80. Les Terres de l'Ebre i la Costa Daurada segueixen una dinàmica diferent i es desmarquen d'aquesta tendència, amb un increment total de la planta hotelera del

111% i 45% respectivament. Vistos els números generals de l'evolució, ara cal analitzar la qualitat dels establiments afectats per comprovar, tal com ho hem indicat pel litoral espanyol, que els hotels "sacrificats" han sigut els de menys de tres estrelles d'or i que els de 3-5 estrelles han augmentat més d'un 100% a totes les marques turístiques menys a la Costa Brava, on la variació no ha arribat al 80% (79,35%).

Gràfica 2.31. Evolució percentual de les habitacions d'hotel per municipi. 1981-2001.



Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 1981, 1991 i 2001.

En xifres absolutes, en els vint anys que van des del 1981 al 2001, la planta d'hotels de qualitat ha augmentat en 143 establiments. Al augmentar el nombre d'hotels de categoria superior també augmenta la mitjana d'habitacions per establiment i dona com a resultat final un augment tant relatiu com absolut de les places hoteleres malgrat que s'hagin tancat més hotels dels que s'han obert (taules 2.24 i 2.25).

Establert aquest marc general, podem entrar més a fons a l'àmbit local. Aquest ens mostra que una part important de municipis han perdut capacitat hotelera en les darreres dècades. És un fet que queda reflectit en les dades globals de les marques turístiques de la Costa Brava, la Costa Daurada, el Maresme i la Costa del Garraf, on la davallada de les habitacions de categoria inferior a les 3 estrelles ha significat una reducció entre el 33-66%, i a excepció de les Terres de l'Ebre, on contràriament aquesta capacitat s'ha duplicat. Tal com està distribuïda l'oferta hotelera al litoral català sembla més interessant emmarcar l'anàlisi de l'evolució en zones hotelers, més que en marques.

Taula 2.24. Evolució percentual del nombre d'hotels. 1981-2001

	1981-1991		1991-2001		1981-2001	
	Hotels. Totals	Hotels 3-5 *	Hotels Totals	Hotels 3-5 *	Hotels Totals	Hotels 3-5 *
Costa Brava	-7,17	20,65	-4,95	48,65	-11,76	79,35
Maresme	-7,21	33,33	-10,68	287,50	-17,12	416,67
Costa del Garraf	-33,33	25,00	-13,46	100,00	-42,31	150,00
Costa Daurada	20,00	84,62	21,15	64,58	45,38	203,85
Terres de l'Ebre	100,00	200,00	5,88	100,00	111,76	500,00
Catalunya	-6,14	34,97	-2,88	77,20	-8,84	139,16

Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 1981, 1991 i 2001.

Si deixem de banda per un moment les marques turístiques i ens atenem l'anàlisi de la distribució per l'any 2001 que hem definit en tres grans àrees (al voltant de Lloret, de Salou i zones disperses) veiem que els municipis de Salou, Vilaseca i Cambrils, on hi ha actualment el 25% de l'oferta, han triplicat la seva capacitat, traslladant l'oferta de 6.138 habitacions el 1981 a una planta hotelera de 20.927 habitacions el 2001; un creixement del 241%. (gràfica 2.34). Per contra l'àrea

compresa entre les localitats de Tossa de Mar i Calella, s'ha caracteritzat per un creixement moderat del 17,1%, incrementant l'oferta de 34.129 habitacions a 39.986. Principalment aquesta ampliació s'ha concentrat al municipi de Santa Susanna, on s'han creat prop de 3.000 habitacions noves (328%).

Taula 2.25. Evolució percentual de l'oferta d'habitacions. 1981-2001

	1981-1991		1991-2001		1981-2001	
	Hab. Totals	Hab 3-5 *	Hab. Totals	Hab 3-5 *	Hab. Totals	Hab 3-5 *
Costa Brava	3,55	40,55	4,97	50,09	8,69	110,94
Maresme	8,20	132,67	9,25	442,62	18,21	1.162,51
Costa del Garraf	-16,80	22,14	-7,44	100,48	-23,06	144,88
Costa Daurada	60,97	134,84	62,39	115,92	161,40	407,06
Terres de l'Ebre	210,23	352,63	-2,95	15,84	201,08	424,34
Catalunya	12,82	71,25	17,43	106,75	32,48	254,05

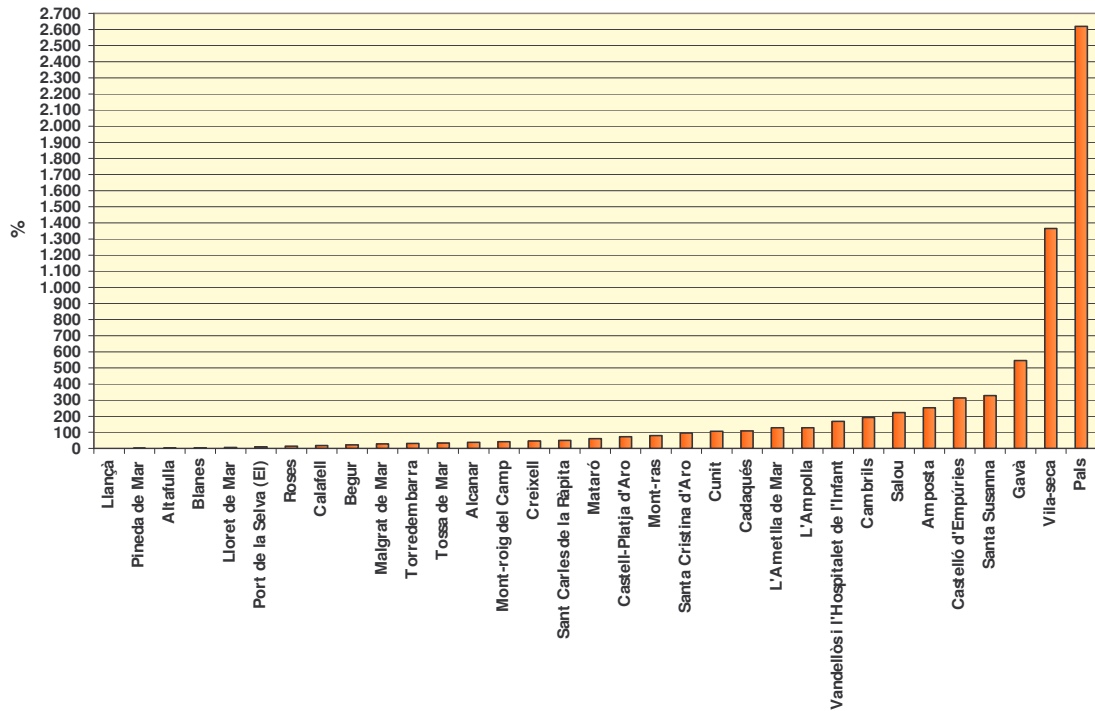
Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 1981, 1991 i 2001.

Per contra, el buc insígnia d'aquest grup, Lloret de Mar, només ha crescut un 6% en 20 anys i ha generat menys de 1.000 habitacions noves, i l'altre centre important, Calella, no tan sols no ha augmentat sinó que ha sofert una pèrdua moderada de capacitat hotelera, 80 habitacions; una situació que també s'ha traslladat al municipi de Blanes, que s'ha caracteritzat per una regressió del 6% durant la dècada dels 90.

De la resta de municipis hotelers significatius, a la Costa Brava, només Castell-Platja d'Aro i Roses han augmentat la seva planta hotelera. En el primer cas, el creixement ha estat molt significatiu, d'un 72,5%, mentre

que a Roses ha sigut més moderat, un 14,7%. La resta de localitats, Torroella de Montgrí (22,4%), Palafrugell (41,5%), Palamós (36,9),

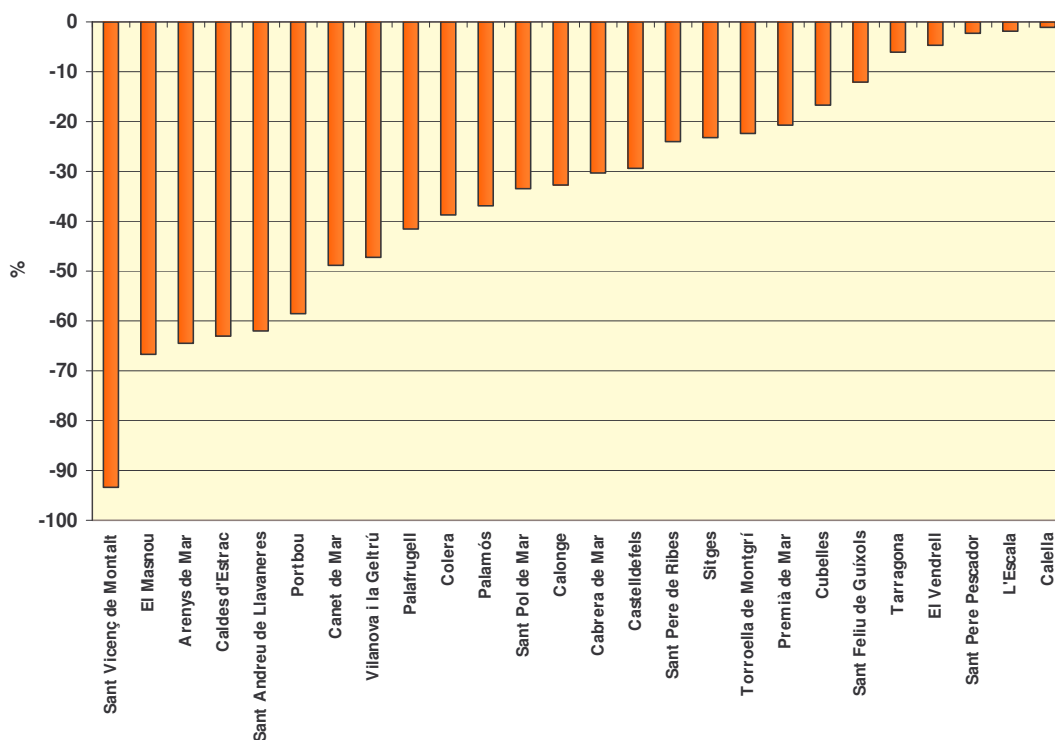
Gràfica 2.32. Evolució creixent de la capacitat hotelera municipal. 1981-2001.



Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 1981, 1991 i 2001.

Calonge (32,7), i Sant Feliu de Guíxols (12,1%) han patit davallades més o menys importants. Pel que fa a la Costa del Garraf, tant Sitges com Castelldefels han perdut capacitat. En el cas de Sitges, s'ha passat de 2.695 habitacions a 2.069, amb una pèrdua de quasi bé un 25%, mentre que Castelldefels ha arribat a una disminució de quasi el 30%. Calafell i El Vendrell, els dos nuclis importants de la Costa Daurada, guanyen en conjunt un 5,8%.

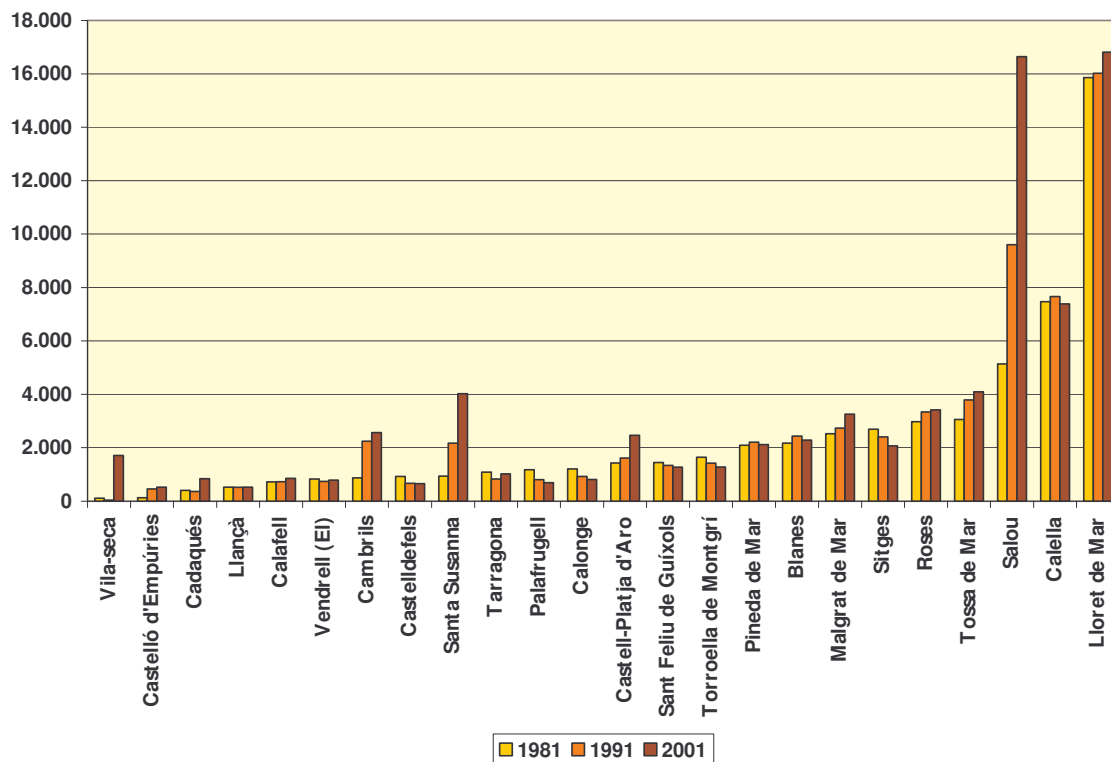
Gràfica 2.33. Evolució decreixent de la capacitat hotelera municipal. 1981-2001.



Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 1981, 1991 i 2001.

Per nombre d'establiments, l'anàlisi ens dona resultats semblants. Salou i Vila-seca han vist ampliada la seva planta hotelera en 30 allotjaments, (es comptabilitzen junt perquè el 1981 no estaven segregats) i Cambrils en 13. A la zona de Lloret, aquesta població ha perdut 22 establiments i Calella i Tossa de Mar 16, però el nucli emergent de Santa Susanna n'ha sumat 11 de més. A la resta de municipis, Sitges ha estat la localitat litoral catalana amb una major pèrdua d'allotjaments hotelers, 50 en vint anys, Castelldefels en perd 17, Calonge 15 i a Torroella de Montgrí, Palafrugell i Pineda de Mar han perdut una desena d'equipament. Les pèrdues més importants capacitat hotelera es donen fora d'aquestes tres agrupacions capdavanteres.

Gràfica 2.34. Evolució real d'habitacions per municipis amb més de 500 habitacions. Període 1981-2001

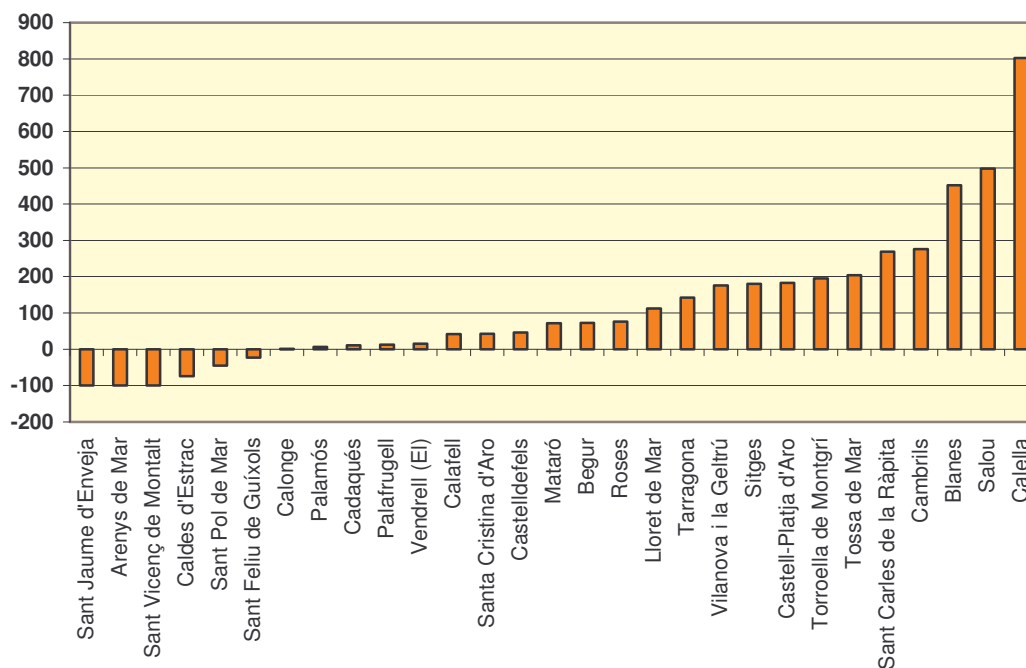


Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 1981, 1991 i 2001.

És al Baix Maresme on hi ha més municipis que perden oferta. A la gràfica 2.35. podem veure que encapçalen la davallada Sant Vicenç de Montalt, que quasi bé es queda sense planta hotelera, el Masnou, Arenys de Mar, Caldes d'Estrac, Sant Andreu de Llavaneres i Canet de Mar, tots ells en clar procés de metropolitanització, reducció d'equipaments turístics i augment dels residencials. Portbou, en un procés de davallada en molts àmbits baixa més d'un 50% i Colera quasi un 40%. Entre altres casos amb pèrdua de capacitat hotelera ens trobem amb ciutats mitjanes, algunes amb una tradició turística important, estan perdent quotes molt important de mercat hotelier. Podem destacar, a part de les del Maresme, Vilanova i la Geltrú, Palafrugell, Palamós, Castelldefels, Sant

Pere de Ribes, Sitges, Torroella de Montgrí, Premià de Mar, Sant Feliu de Guíxols i el Vendrell.

Gràfica 2.35. Evolució percentual d'habitacions 3-5 estrelles per municipis amb més de 500 habitacions el 2001. Període 1981-2001



Font: Guia Oficial d'Hotels de Catalunya, 1981, 1991 i 2001.

Si comparem aquestes dades amb les que fan referència a l'augment de la qualitat, només municipis com Vilanova o Torroella compensen la pèrdua amb la millora de la qualitat dels establiments. D'altres municipis es desprenen de l'activitat hotelera de manera més definitiva, sense compensacions en la millora dels establiments. Són casos com el de Sant Feliu de Guíxols, Calonge, Palamós i Palafrugell, tot ells a la Costa Brava Centre.

L'increment de la qualitat de l'oferta, tant en nombre d'establiments, com de places és un dels canvis importants que s'han produït a nivell general

en el sector hotelier al litoral català. Si l'any 1981 els hotels de 3, 4 i 5 estrelles oferien 16.115 habitacions, el 1991 aquesta oferta havia crescut en un 71,2%; un índex que es va superar en la dècada dels 90s, amb un increment del 107% que va dotar el litoral català amb 57.045 habitacions de categoria superior. En nombre d'establiments s'ha passat de tenir una oferta de qualitat del 25% de la planta el 1981, a una dels 38% el 1991, per acabar el període el 2001, amb el 68%. És a dir, la proporció d'hotels de 3-5 estrelles ha augmentat d'un quarta part a dues terceres parts. Si comparem aquestes xifres amb el creixement global de la planta hotelera en aquests 20 anys, que ha sigut del 32,1% podem veure que més que en augmentar la planta, els esforços s'han dedicat a millorar la qualitat de l'oferta hotelera de la costa catalana.

Per municipis, podem constatar que a Catalunya el major creixement relatiu des del 1981, segons mostra la taula 2.37, s'ha produït a Calella, que amb un índex de poc més del 800%, ha passat de 488 habitacions de categoria superior a les més de 4.400 el 2001. Calella, recordem-ho, és un dels municipis catalans que en aquest període ha perdut, encara que de manera lleu, capacitat hotelera, però a través d'un pla de millora hotelera endegat els anys 90 ha aconseguit una millora en la qualitat de l'oferta. Dintre de la zona del node de Lloret, Blanes ha incrementat un 451% l'oferta de 3-5 estrelles, sumant a les 227 habitacions del 1981 1.026 habitacions de categoria superior, Tossa de Mar les ha triplicat, i Lloret, ha augmentat només un 112%, però que s'ha traduït en més de 6000 habitacions. Dintre d'aquesta zona hem de destacar l'important millora que s'ha donat als nuclis que l'any 1981 no disposaven de cap establiment de categoria superior. En aquests vint anys, Santa Susanna ha creat de nou 3.859 habitacions, Malgrat 2.182 i Pineda de Mar 1.354.

Però tot i que la zona de Lloret ha aconseguit una millora important de la qualitat de la seva planta, les dades més destacades se situen als municipis emergents de la Costa Daurada. Salou, que és el municipi català amb més places hoteleres de categoria superior és el que més n'ha creat amb xifres en absolutes i el segon en creixement relatiu de places turístiques de categoria superior, quasi un 500% d'increment, que ha significat un augment absolut des del 1981 de 12.775 habitacions (14.448 si li sumem les 1.673 que ha creat Vila-seca). Aquest increment de la capacitat en allotjaments de 3-5 estrelles ha estat simultani en les localitats de Cambrils (276%) i Tarragona (142%), amb un augment de 2.250 i 707 habitacions de categoria superior respectivament.

A la cua del creixement i mostrant les seves dificultats per mantenir i millora l'oferta tornem a trobar el Baix Maresme on només Mataró ha seguit una evolució creixent, amb un 72%, mentre que les localitats de Sant Pol de Mar, Caldes d'Estrac, Arenys de Mar i Sant Vicenç de Montalt han sofert una davallada del 45% al 100%, havent perdut la totalitat de la seva oferta de 3-5 estrelles els municipis d'Arenys de Mar i Sant Vicenç de Montalt.

Pel que fa a altres municipis amb una important oferta hotelera, Sitges i Vilanova i la Geltrú, que per una part han protagonitzat un davallada important de les places i els establiments, per altra han pogut triplicar la seva oferta de places de 3-5 estrelles. En la millora de la planta també destaquen Torroella de Montgrí i Castell-Platja d'Aro, aquest darrer amb un increment real important de més de 2.000 habitacions. A d'altres nuclis històricament importants que han perdut places hoteleres en general, com Calonge, Palamós, Palafrugell i el Vendrell, la millora de la

seva planta ha sigut quasi bé insignificant, i en el cas de Sant Feliu de Guíxols, a la pèrdua de capacitat general s'hi afegeix la davallada del 23% de les places de qualitat.

Fora de les zones amb tradició hotelera hem de destacar, Sant Carles de la Ràpita que ha incrementat en un 268% la planta d'habitacions de categoria superior. El creixement real ha sigut de només 215 habitacions més però dóna mostra de la incorporació de Terres de l'Ebre a l'oferta hotelera.

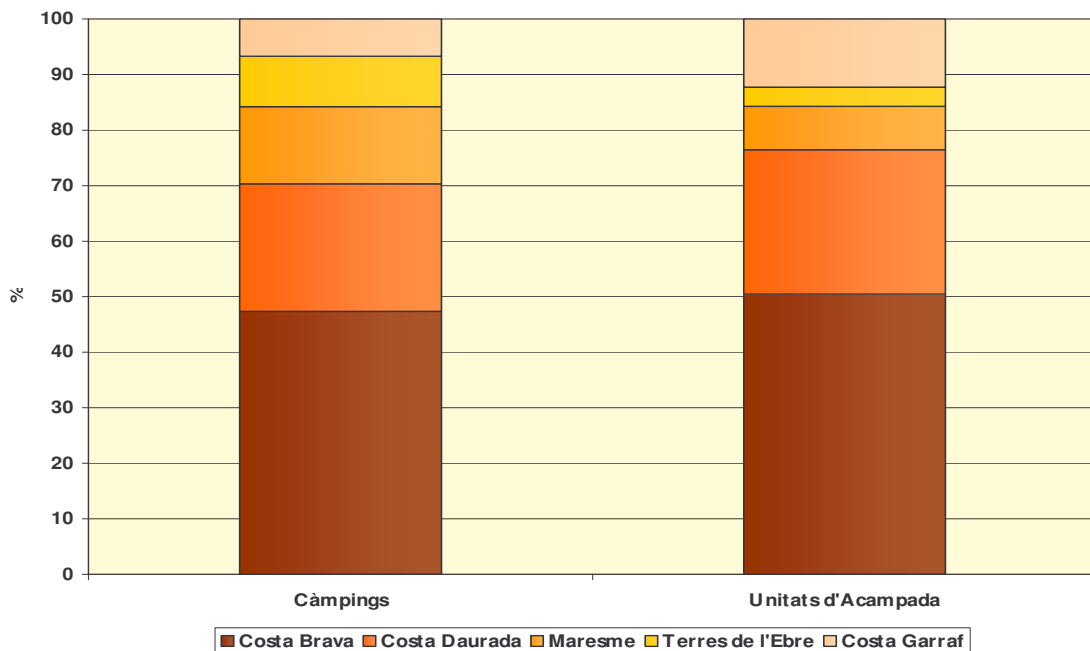
La distribució i l'evolució de l'oferta hotelera del litoral català no és homogènia dintre de les marques turístiques, sinó que gira al voltant de dos nodes, el de Lloret i el de Salou que concentren el 75% de l'oferta. L'evolució dels dos nuclis és desigual. Mentre que el de Salou és el principal generador de places del litoral espanyol, la zona de Lloret està quasi bé estancada, només Santa Susanna, que fa vint anys no existia com a nucli turístic, creix. Pel que fa a la qualitat, torna a destacar Vila-seca, Salou i Cambrils amb proporcions que van des del 85% fins al 98% de places de qualitat, i Santa Susanna, que supera el 95% de places de qualitat, lluny d'altres poblacions de la seva zona, com Tossa de Mar que no arriba al 40%. El nucli de Salou, per la seva part, mostra una evolució i una configuració de la planta bastant homogènia, cosa que no succeeix als set municipis del node de Lloret. El 25% de la resta de places es troba concentrada en 11 pobles més amb una planta hotelera i una evolució desigual. Roses i Platja d'Aro van incrementant la seva planta, i Sitges, Vilanova i la Geltrú en milloren la qualitat, Palafrugell, Palamós, Sant Feliu de Guíxols, el Vendrell, Castelldefels, Calonge van desprenent-se de l'oferta hotelera. En

proporcions més baixes, però de manera definitiva, el municipis del baix Maresme van perdre la seva planta hotelera fins a arribar a anul·lar-la.

2.3.3. L'oferta de càmpings al litoral català

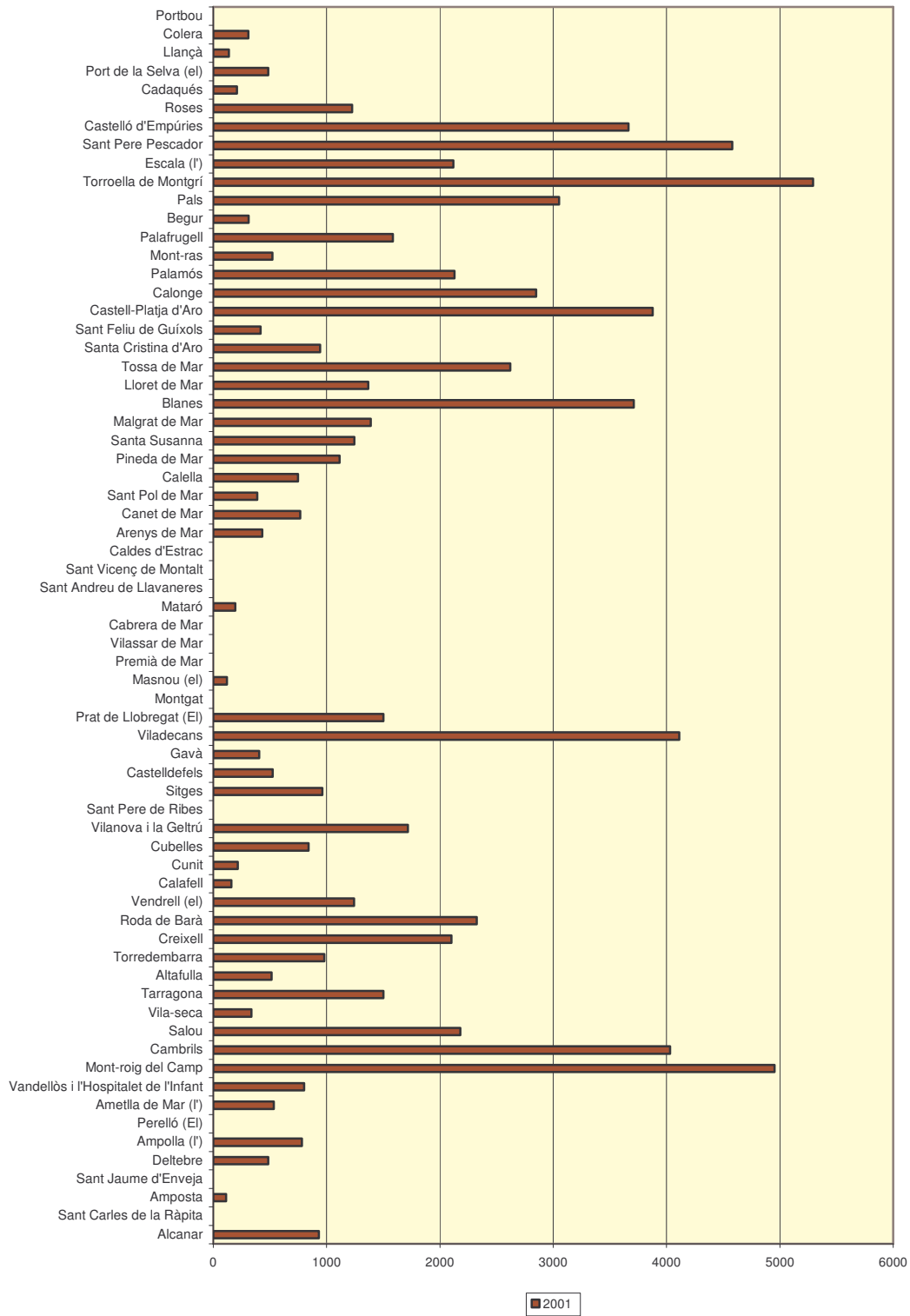
Catalunya és la principal destinació en oferta de càmpings del litoral espanyol. De les 396.649 places que hi ha al litoral espanyol, dos de cada tres, 264.291, estan a la costa catalana. Per marques turístiques, la Costa Brava amb 133.350 places és la que disposa de l'oferta més àmplia concentrant una tercera part de les places espanyoles (Taula 2.11). A nivell català, tal com demostra la gràfica 2.35, la Costa Brava ofereix el 50% de les unitats d'acampada del litoral català, i si a aquestes hi sumem les de la Costa Daurada, l'altra marca important, veiem que entre les dues, tal com passa també amb els hotels, i amb les places turístiques totals, disposen de tres quartes parts de l'oferta.

Gràfica 2.36. Distribució percentual de l'oferta de càmpings per marques turístiques. 2001



Font: Guia oficial de càmpings de Catalunya 2001.

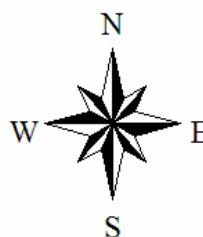
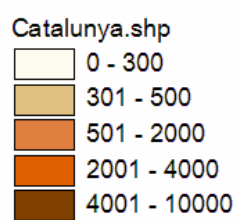
Gràfica 2.37. Unitats d'acampada per municipis a Catalunya. 2001



Font: Guia oficial de càmpings de Catalunya 2001

Mapa 2.3. Unitats d'acampada per municipis 2001

Unitats d'acampada 2001



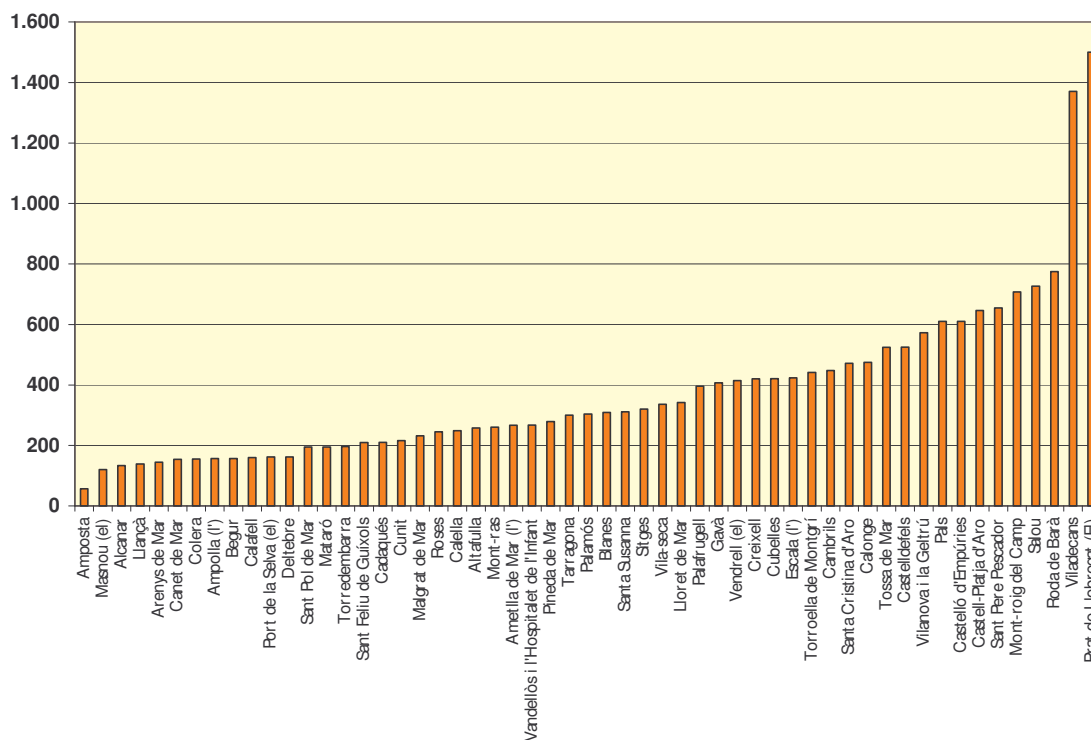
Font: Guia oficial de càmpings de Catalunya 2001.

A diferència dels hotels que hem vist com es concentraven al voltants de dos nodes i en una desena de municipis més, els càmpings tenen una distribució més dispersa pel territori, tal com mostren el mapa 2.3. i la gràfica 2.36. És només al Baix Maresme, des de Caldes d'Estrac a Montgat (exceptuant els municipis de Mataró i el Masnou), a Sant Jaume d'Enveja i Sant Carles de la Ràpita, al Delta, i als municipis de Portbou, Sant Pere de Ribes i El Perelló a on no es troba cap signe d'aquesta oferta.

Si intentem definir al llarg del litoral es espais especialitzats en zones d'acampada ens donen les següents: A la Costa Brava, l'àrea compresa entre Roses i Pals, a on es recullen 19.933 unitats d'acampada. La zona dels municipis de Palamós a Castell-Platja d'Aro, amb 8.856 unitats, i l'espai de Tossa de Mar a Blanes (7.700 u.a.), són altres concentracions importants de l'oferta de càmping a la Costa Brava. Pel que fa a la Costa Daurada, dos municipis, Mont-roig del Camp i Cambrils concentren el 42% de les més de 21.300 unitats d'acampada d'aquesta demarcació. El Baix Llobregat i el Garraf, amb 10.068 unitats d'acampada, també és una zona destacable, especialment el municipi de Viladecans, que aglutina el 41% de la seva capacitat.

En el conjunt d'aquestes localitats, Torroella de Montgrí, Mont-Roig del Camp, Sant Pere Pescador, Viladecans i Cambrils són els municipis amb una major capacitat campista, representant un 27,9% de les places totals. Si ens fixem, per altra banda en la Taula 2.13 veiem que dels 20 primers municipis litorals espanyols amb més unitats d'acampada, 18 són catalans.

Gràfica 2.38. Mitjana d'unitats d'acampada per càmping segons localitat. 2001.

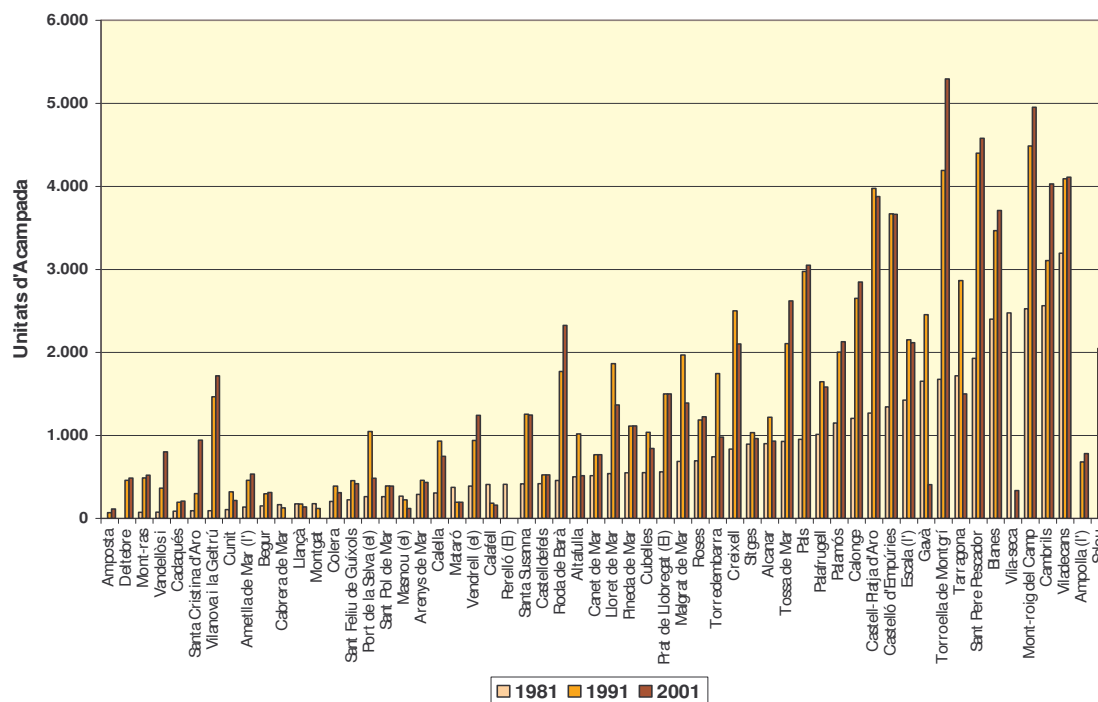


Font: Guia oficial de càmpings de Catalunya 2001.

Pel que fa a la grandària dels equipaments, coincideix gairebé sempre que als municipis més especialitzats en aquesta modalitat d'allotjament, amb més unitats d'acampada, hi ha també els càmpings més grans, tal com assenyalava la gràfica 2.37. Per marques, la Costa Brava i la Costa Daurada tenen gairebé 400 places per equipament, al Maresme poc més de 200 i a les Terres de l'Ebre 150. A la Costa del Garraf la mitjana, impulsada pel Prat de Llobregat i Viladecans es situa en més de 700 places (gràfica 2.11 de l'apartat 2.1.4.).

En relació a la seva evolució temporal, l'oferta d'unitats d'acampada del 2001, es pràcticament igual a del 1991 (gràfica 2.38).

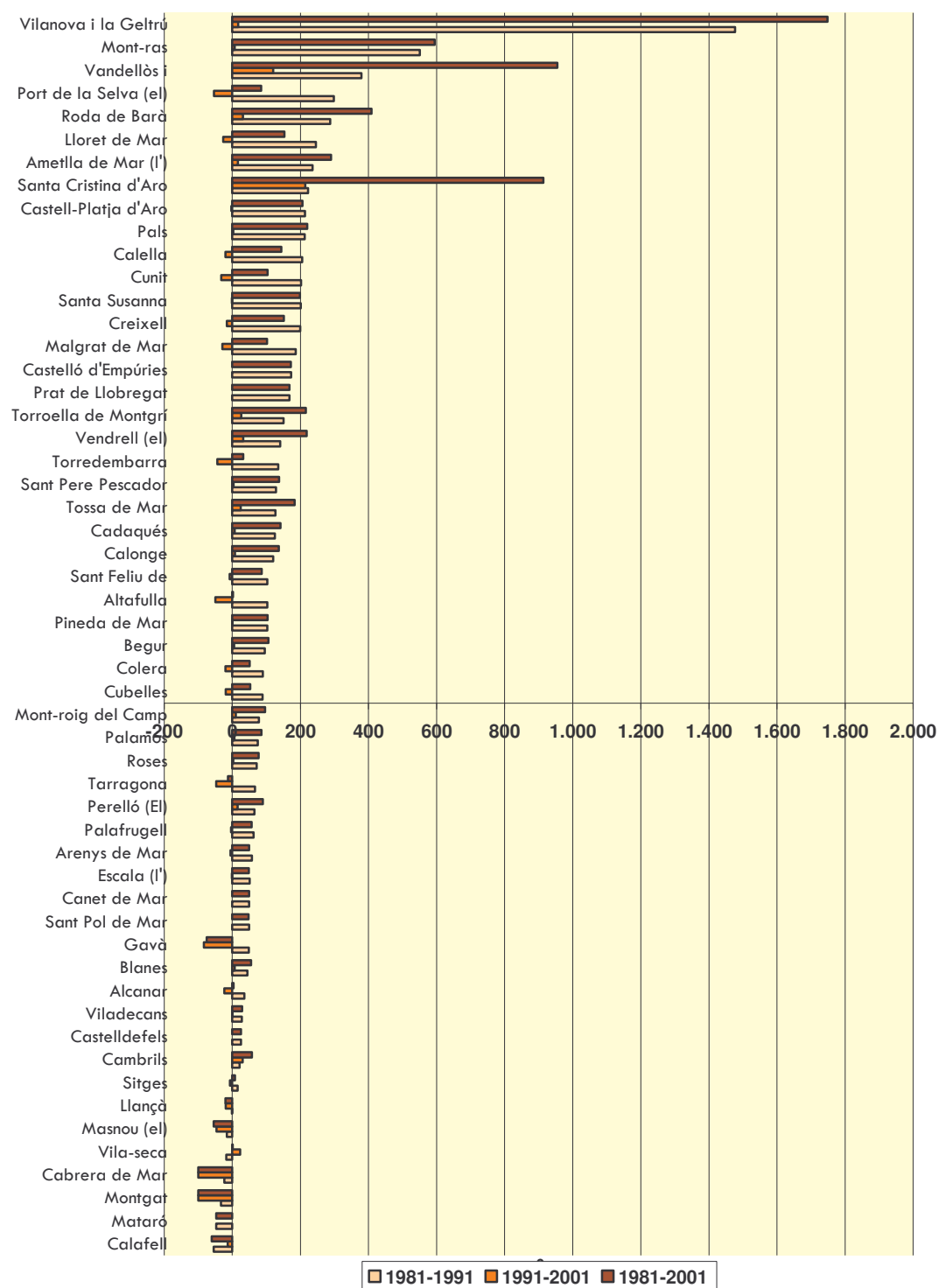
Gràfica 2.39. Evolució real de les unitats d'acampada. 1981, 1991, 2001.



Font: Guia oficial de càmpings de Catalunya 2001.

El gran creixement dels càmpings es va donar a la dècada dels 80 amb la creació de 125000 places (38.639 unitats d'acampada) i un augment del 90% de l'oferta. La proximitat de la demanda, tan internacional com local (en el cas de Viladecans i el Prat de Llobregat), uns espais amb un cost relativament baix i un marc agradable, i una legislació mediambiental que els permetia situar-se en indrets de gran valor paisatgístic va fer possible aquest creixement. La darrera dècada del segle XX la capacitat dels càmpings ha disminuït un 1,77% i es preveu una disminució paulatina a zones amb una pressió immobiliària important, sobretot els que els afecta el fenomen de metropolització.

Gràfica 2.40. Evolució de les unitat d'acampada en%. 1981, 1991 i 2001



Font: Guia oficial de càmpings de Catalunya, 1981, 1991 i 2001.

Els municipis més afectats, amb una regressió que ha comportat una desaparició total dels establiments de càmping són Cabrera de Mar, i Montgat. A Gavà i al Masnou s'ha reduït a la meitat la capacitat i a Mataró també ha baixat però amb menys mesura. Altres municipis amb disminució són El Perelló que també s'ha quedat sense places de càmpings, Llançà i Tarragona. En termes absoluts, Gavà és la localitat que ha perdut més unitats d'acampada (1.246), juntament amb Calafell (250) i Tarragona (218). A Gavà la zona de càmping, ara és municipal, s'ha transformat en un part urbà i s'hi vol construir un hotel.

En total, però només són 10 municipis. Exceptuant 9 municipis que mai han disposat d'aquesta oferta turística, la resta de localitats de Catalunya s'han caracteritzat per un creixement positiu. En aquest sentit, són 24 les localitats que han més que duplicat les unitats d'acampada durant aquest període. Vilanova i la Geltrú lidera aquesta progressió, amb un increment del 1.748%, havent passat de 93 unitats d'acampada el 1981 a 1.719 el 2001. Santa Cristina d'Aro i Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant es troben al voltant del 900% de creixement, Mont-ras i Roda de Barà entre el 400-594%. Mentre que l'Ametlla de Mar, Pals, El Vendrell, Torroella de Montgrí i Castell-Platja d'Aro, han incrementat les seves places entre un 200 i 300%.

La Costa Brava, a més de comptar amb el major nombre de places també ha capitalitzat el creixement. El gran augment de capacitat s'ha produït a la Costa Brava, on Torroella de Montgrí ha assumit una ampliació des del 1981 de 3.618 unitats d'acampada. El segueixen Sant Pere Pescador, Castell-Platja d'Aro, Castelló d'Empúries i Pals, que han incorporat entre 2.000-2.600 unitats d'acampada. Pel que fa a la distribució territorial dels càmpings, ja hem dit que es caracteritza per la

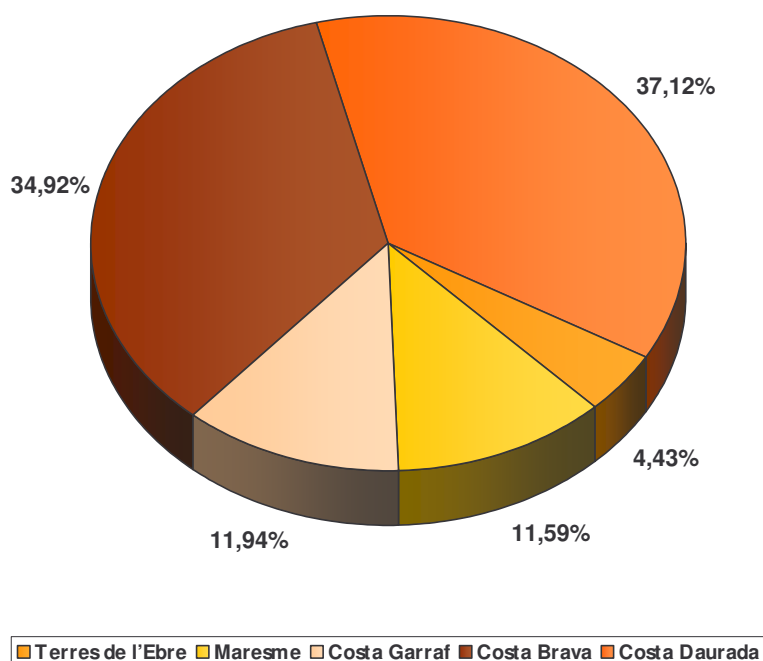
dispersió tot i haver-hi municipis que concentren gran quantitat de places. Així, un 29,63% dels municipis disposen de més de 6.000 places i un 22,2% superen les 4.000 per localitat.

Per tant, a Catalunya disposem de la més extensa indústria de càmpings d'Espanya que es va consolidar als anys 80 i que ara està estancada o en regressió, especialment a les zones afectades per la intensificació i ampliació del fenomen metropolità. Tot i que està dispersa pel litoral català, a la Costa Brava i la Costa Daurada és on es concentren tres quartes parts de l'oferta.

2.3.4. Els habitatges turístics al litoral català

Els habitatges turístics són la principal modalitat d'allotjament al litoral català: quatre de cada cinc places, el 80% de l'oferta, són d'habitatges d'aquest tipus. La resta se la reparteixen els càmpings amb el 12% de l'oferta i els hotels amb el 8%. Aquesta relació, si bé és desproporcionada, és lleugerament més moderada que al total del litoral espanyol, on els habitatges turístics arriben a acaparar el 88% de l'oferta (Gràfica 2.4.). L'any 2001 a Catalunya hi havia una oferta de 381.440. habitatges que representen més de 1.600.000 places.

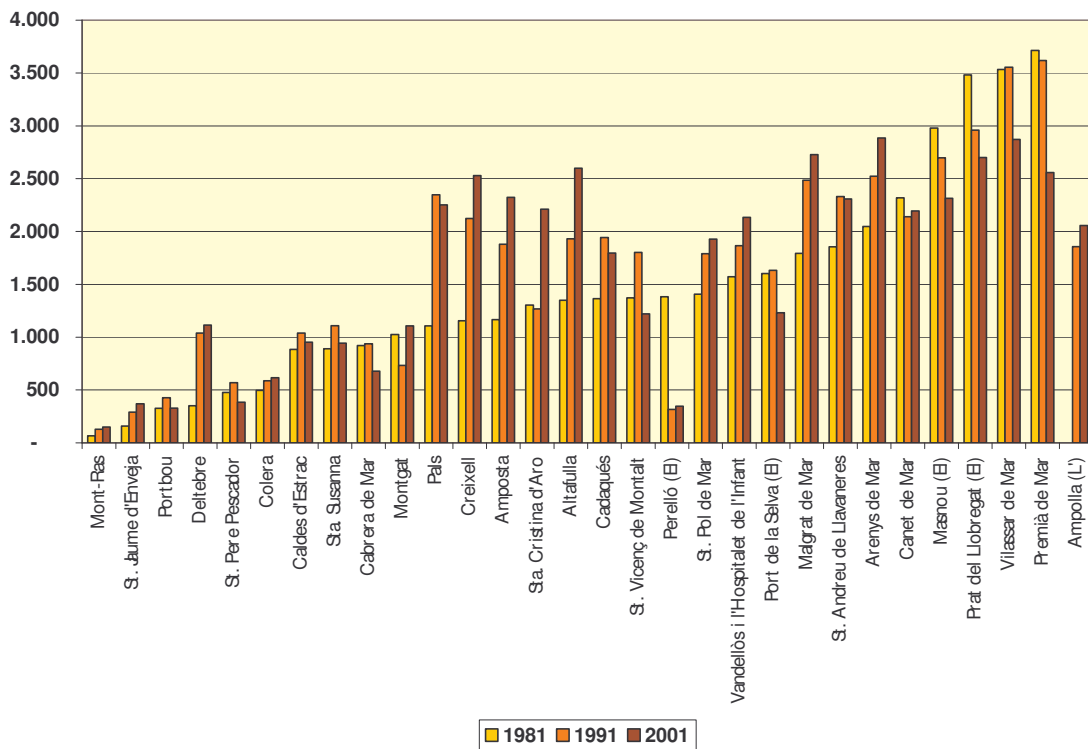
Gràfica 2.41. Distribució percentual de l'oferta d'habitatges turístics per marques. 2001.



Font: INE, Censos de población y viviendas 2001.

El gran creixement dels habitatges turístics a les darreres dècades ha fagocitat el desenvolupament de càmpings i hotels que s'ha estancat, mentre que la construcció d'habitatges turístics continua creixent.

Gràfica 2.42. Evolució real dels habitatges turístics per municipis <3.000 habitants el 2001. Període 1981-2001



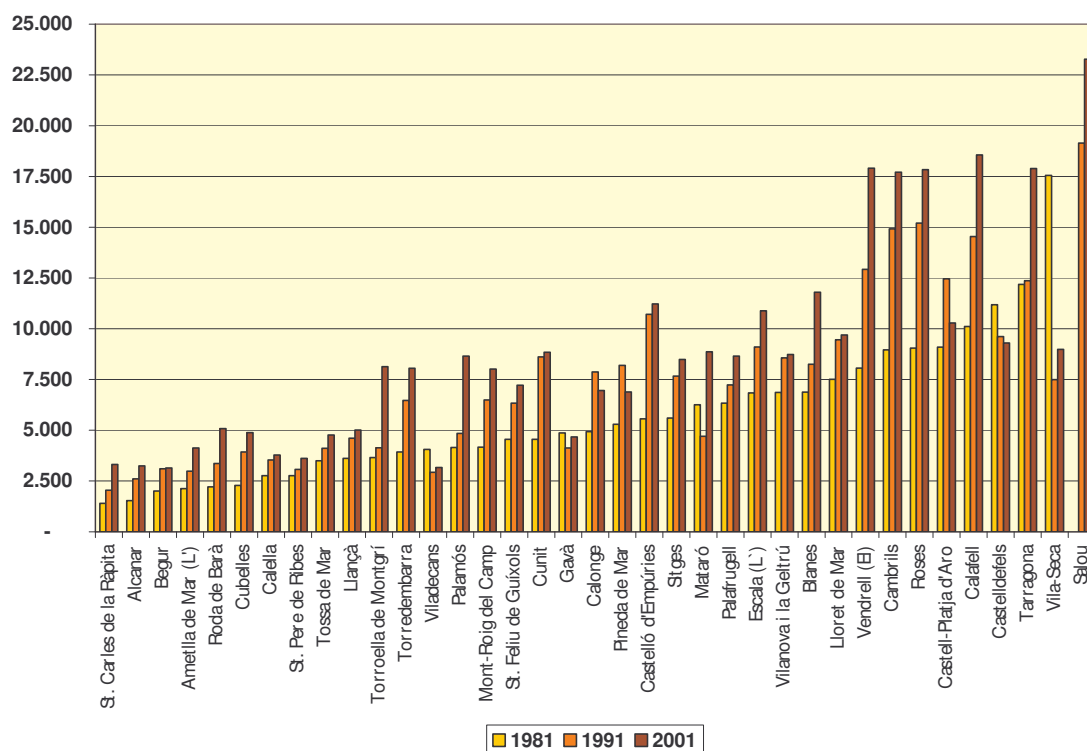
Font: INE, Censos de población y viviendas 1981, 1991 i 2001.

La seva distribució territorial es correspon amb les marques on hi ha més càmpings i hotels: la Costa Daurada i la Costa Brava són les demarcacions catalanes amb una major representació absoluta, una oferta que supera els 274.000 habitatges en conjunt i que representa el 72% de l'oferta de Catalunya (el pes dels hotels i càmpings a aquestes dues destinacions era del 75%). La diferència amb les altres dues formes d'allotjament estudiades està en què, tal com assenjala la gràfica 2.41,

la major concentració es troba a la Costa Daurada, i no a la Costa Brava.

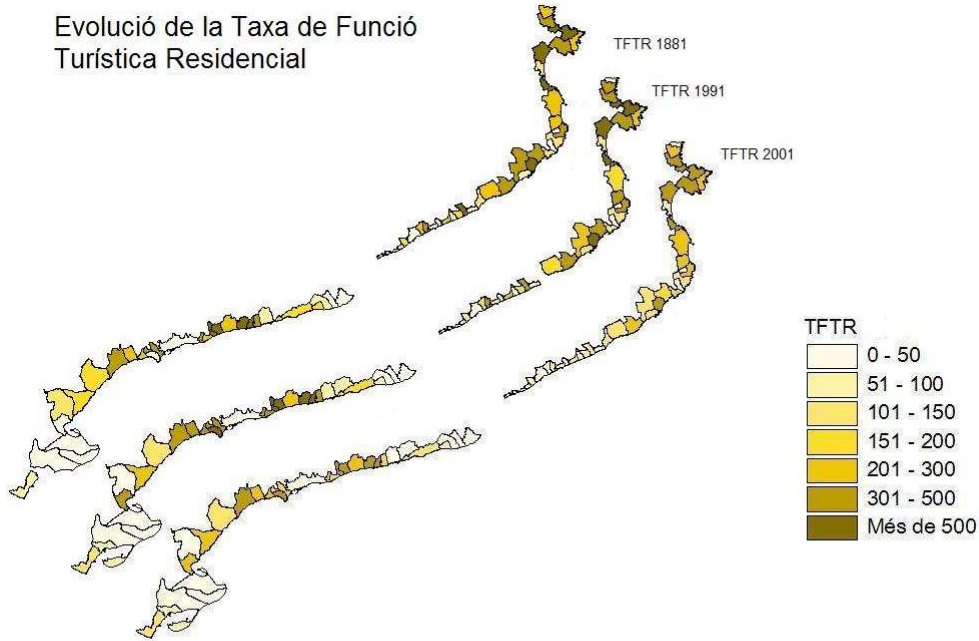
És a la Costa Daurada, precisament, on es localitzen els principals municipis catalans amb major oferta d'habitatge turístic (gràfiques 2.42 i 2.43). Salou encapçala la llista amb 23.269 habitatges, seguit de Calafell, Vendrell i Tarragona, al voltant de les 17.800 i 18.500 residències. Aquestes localitats concentren el 20,35% de l'oferta total. A la Costa Brava, Roses aglutina la major dotació d'habitatges turístics (17.865), Castelldefels (9.306) a la Costa del Garraf, i Mataró (8.870) al Maresme.

Gràfica 2.43. Evolució real dels habitatges turístics per municipis >3.000 habitants el 2001. Evolució 1981-2001



Font: INE, Censos de població y viviendas 1981, 1991 i 2001.

Mapa 2.4. Evolució de la TFTR per municipis. 1981, 1991 i 2001



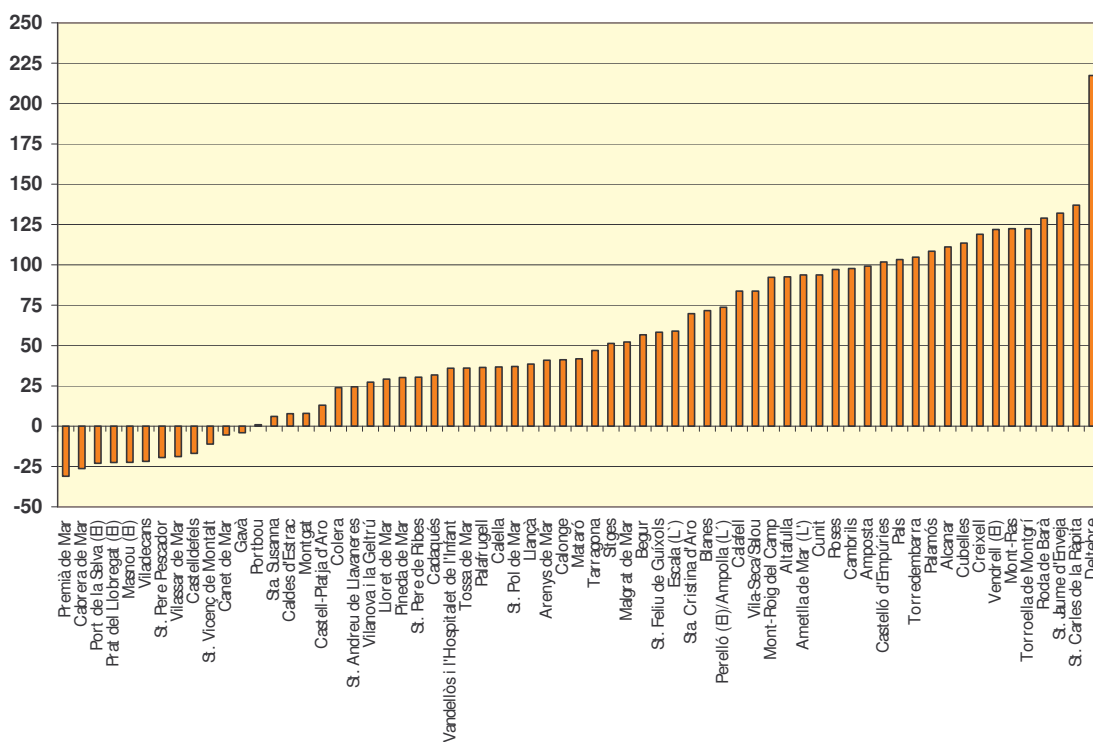
En una visió general del litoral català que mostren els mapes 2.4 es pot apreciar un increment del nombre d'habitatges turístics a quasi bé tots els municipis del sistema litoral català (55 dels 67 municipis) i en alguns casos amb una evolució espectacular.

Territorialment, s'observa un creixement continuat important al sud del país, des de Sitges fins a Alcanar, amb creixements significatius a Calafell i El Vendrell, i a Tarragona, Vilaseca, Salou i Cambrils que situen aquestes poblacions davant del rànquing català d'habitatges turístics, amb més de 17.500 habitatges per localitat. En termes absoluts, Vilaseca/Salou han incorporat la major dotació d'habitatges secundaris (25.749) des del 1981. Només Roses, a l'altre extrem de costa, assimila

aquesta dimensió de l'oferta, havent incorporat 8.790 habitatges turístics. Com a resultat d'aquesta evolució diferencial a nivell territorial, s'obté una concentració de gran part de l'habitatge turístic al sud de Catalunya. De tal forma que entre Castelldefels i Mont-roig del Camp, àrea a on es produeix la major tendència de creixement, es localitzen 174.448 habitatges d'ús turístic, el 45,7% de tota la costa catalana.

D'altra banda, en aquesta evolució també s'hauria de destacar el creixement, encara tímid, dels municipis de l'Ebre, que han iniciat el creixement cap a les segones residències i els habitatges turístics.

Gràfic 2.44. Evolució percentual dels habitatges turístics. 1981-2001



Font: INE, Censos de població y viviendas 1981, 1991 i 2001.

La major incidència d'aquest creixement es va produir durant els anys 80, amb un increment del 32% en el conjunt de Catalunya, tot i que la crisi de la primera dècada dels noranta va alentir aquest ritme amb la disminució de l'índex de creixement (16%). Malgrat tot, hi ha municipis que van continuar creixent a finals del segle XX, com són les localitats de Torroella de Montgrí, Palamós, Mataró, Sant Carles de la Ràpita, Santa Cristina d'Aro, Roda de Barà i Montgat, que van superar el 50% de creixement.

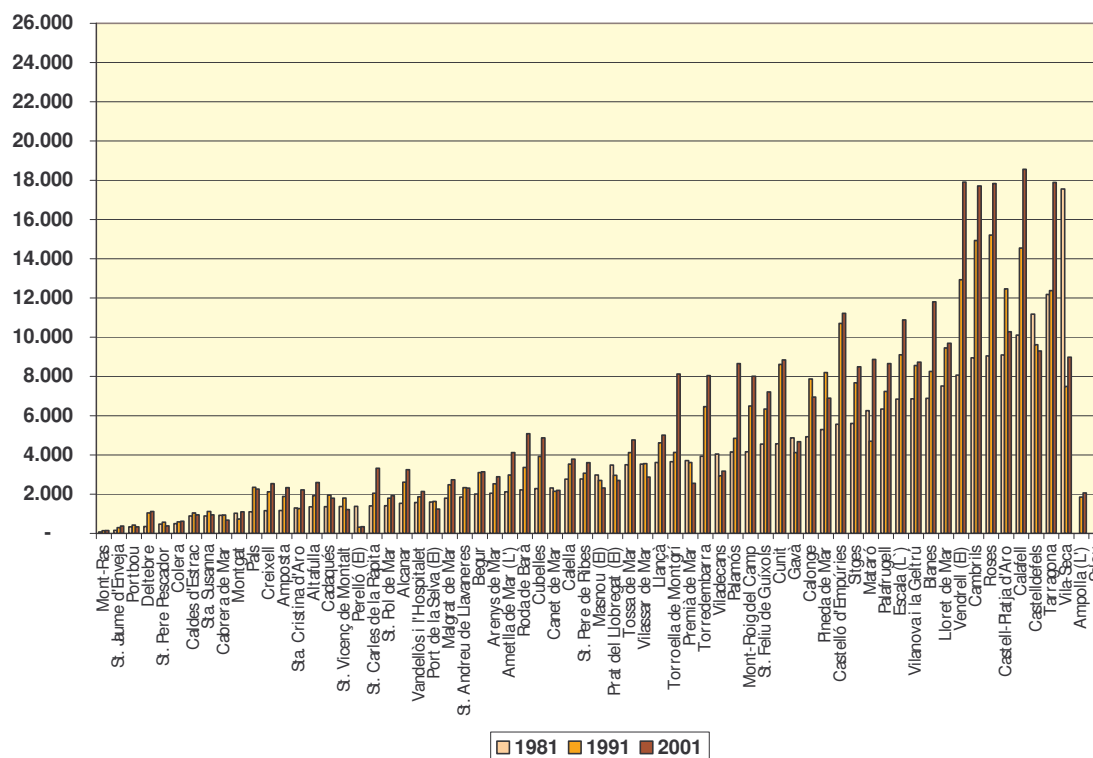
La reducció més important d'aquesta modalitat d'allotjament turístic i la seva conseqüent conversió en habitatge principal s'ha produït al voltant de la zona de Barcelona, per la intensificació i ampliació del fet metropolità. Al nord, al Baix Maresme, torna a aparèixer com una zona de regressió turística (gràfica 2.44). Premià de Mar lidera aquest escenari, amb un descens continu des del 1981 al 2001, arribant a perdre quasi bé una tercera part de la seva planta d'habitatges d'ús turístic (31,1%). El segueixen Cabrera de Mar, amb el 26,2% de descens, El Masnou -22,3%, Vilassar de Mar 18,8%, Sant Vicens de Montalt 11,1% i Canet de Mar 5,4%. Ni tant sols Santa Susanna, que en la dècada dels 80 havia ampliat la planta d'habitatges turístics s'ha pogut evadir d'aquesta tendència i en els 90s ha perdut el 15%.

Pel que fa al sud, el litoral del Baix Llobregat també es veu afectat per la metropolització del país i, municipis com El Prat de Llobregat, Viladecans, Castelldefels i Gavà mostren saldos negatius de creixement en un 22,5%, 21,7%, 16,8% i 4,1% respectivament.

Per altra banda, localitats de l'Alt Empordà com El Port de la Selva, Sant Pere Pescador i Portbou, també mostren un cert retrocés en l'habitatge

turístic. En les dues primeres localitats, especialment al Port de la Selva, aquesta davallada pot venir donada per la política restrictiva municipal en matèria d'urbanisme i de noves construccions, mentre que en el cas de Portbou, també incidiria l'alentiment general de l'activitat econòmica que s'ha vingut produint en els darrers anys (Gràfica 2.45). A la resta del sistema costaner, tant al sud, des de Sitges fins a Alcanar, com al nord, des de Malgrat de Mar fins a Colera, s'ha produït un creixement que ha derivat en una ampliació molt significativa de les places d'allotjament turístic. Entre el 1981 i el 2001, els allotjaments turístics han crescut a la costa catalana un 53,5% fins a situar-se en 381.440.

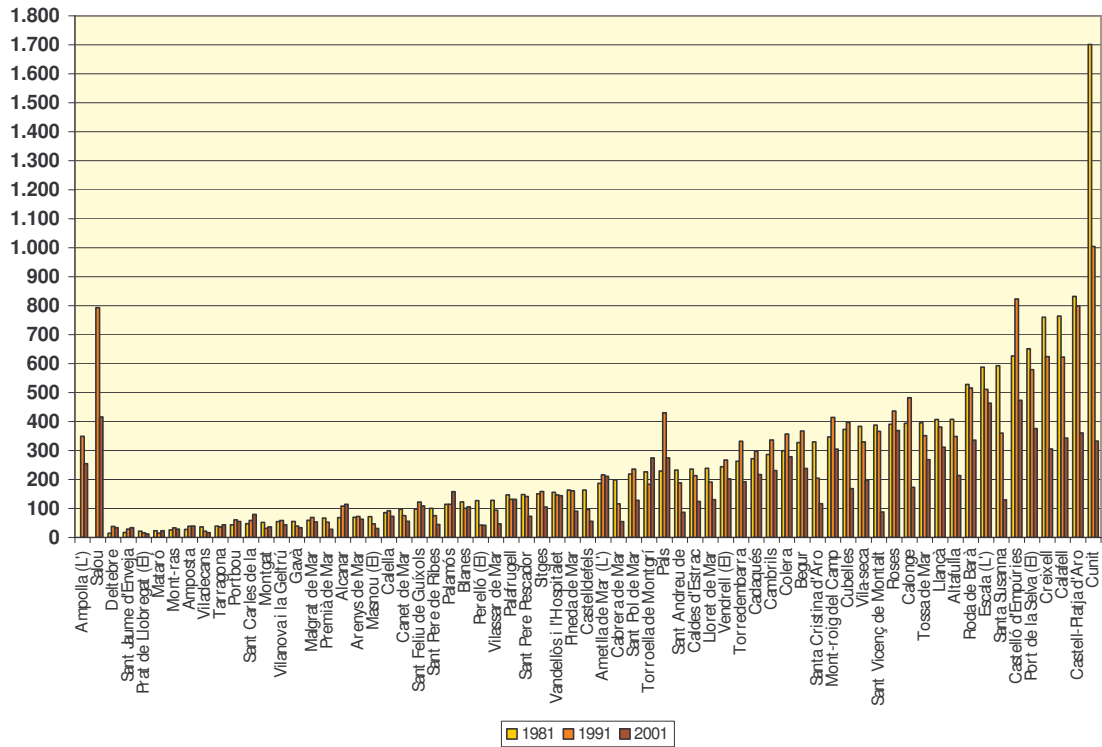
Gràfica 2.45. Evolució real dels habitatges turístics a Catalunya. 1981-2001



Font: INE, Censos de poblaci3n y viviendas 1981, 1991 i 2001.

A 33 dels municipis del litoral català, pràcticament la meitat, la xifra d'habitatges d'ús turístic ha crescut més d'un 50% entre el 1981 i el 2001, donant-se creixements de més d'un 100% en 14 localitats.

Gràfica 2.46. Evolució real de la TFTR per municipis. 1981, 1991, 2001.



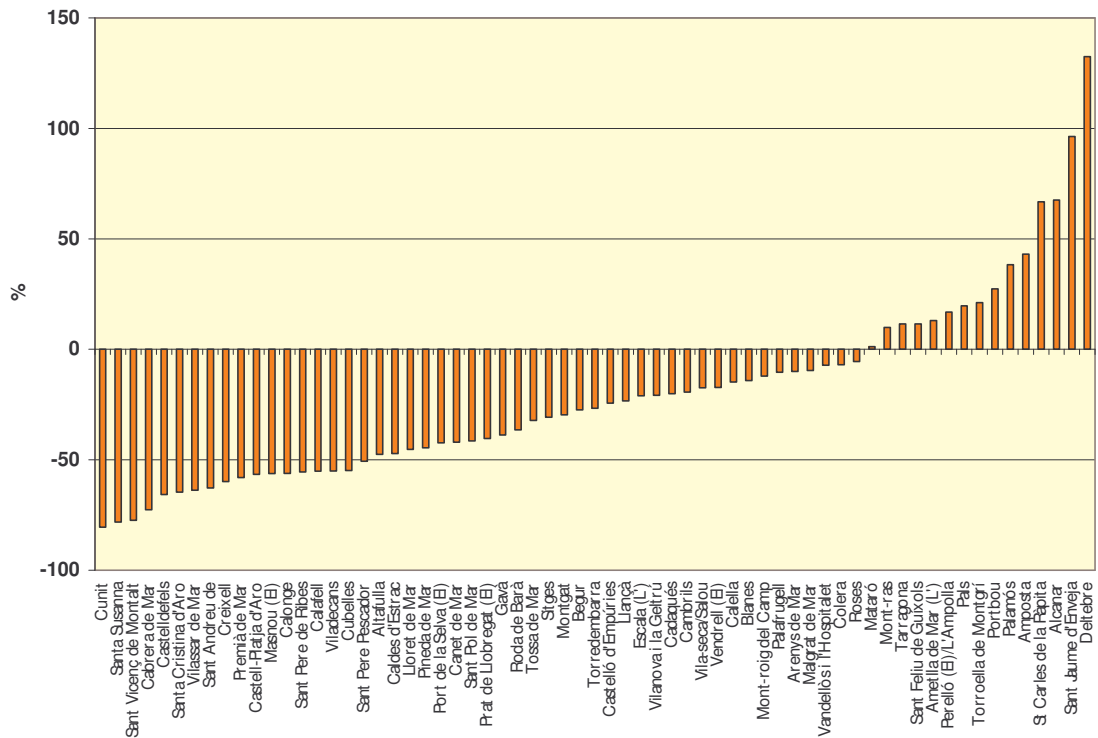
Font: INE, Censos de poblaci3n y viviendas 1981, 1991 i 2001.

Alguns d'aquests municipis ja es caracteritzaven als anys vuitanta per un elevat índex d'habitatges turístics en relació a la seva població. Així doncs, localitats com Castelló d'Empúries, Torredembarra, Palamós, Cubelles, El Vendrell, Torroella de Montgrí i Roda de Barà, no han aturat el creixement d'aquesta oferta, tot i disposar d'antuvi d'una alta concentració de places residencials turístiques. Per contra, municipis com Castell-Platja d'Aro o Lloret de Mar, que disposaven d'una gran representació proporcional d'aquesta oferta, han vist com el creixement

de la població censada ha crescut a un ritme més ràpid que els habitatges turístics.

Al mateix temps que la planta d'habitatges turístics creix, el litoral també atreu una important quantitat de primers residents. Això fa que la Taxa de Funció Turística Residencial hagi disminuït en 20 anys (gràfica 2.46). A principis dels anys 80, només hi havia 20 municipis litorals amb una Taxa de Funció Turística Residencial (TFTR) inferior a 100, és a dir, que tinguessin menys habitatges principals que turístics. Aquests es localitzaven a les Terres de l'Ebre, on el fenomen de la segona residència i els habitatges turístics no s'havia iniciat i a algunes ciutats mitjanes del litoral, especialment al voltant de Barcelona. Eren especialment baixes les taxes de Deltebre (15,7%) i Sant Jaume d'Enveja (17,2%) seguides de prop per Amposta, Sant Carles de la Ràpita i Alcanar, on la taxa tampoc esdevenia molt significativa (27,5%, 47,6% i 68,2% respectivament). Fora de les Terres de l'Ebre, a Port Bou i Mont-ras es repetia el mateix cas. A municipis amb un pes important de la població autòctona com El Prat de Llobregat, Mataró, Viladecans, Tarragona, Vilanova i la Geltrú o Gavà, la taxa també es mantenia baixa, però les dues terceres parts dels municipis restants es caracteritzaven per una superioritat en l'habitatge turístic. Dominaven les taxes que doblaven i triplicaven la vivenda principal, i destacaven casos com els de Llançà i Altafulla, amb una xifra d'habitatges turístics 4 vegades superior; Roda de Barà, L'Escala i Santa Susanna, amb taxes que multipliquen per cinc la planta de la primera residència; o Castelló d'Empúries i Port de la Selva, amb una dimensió de l'oferta 6 vegades superior. Finalment, les taxes més significatives són a Creixell (760%), Calafell (764,4%), Castell-Platja d'Aro (832%) i Cunit, que el 1981 representava la TFTR més elevada de l'Estat Espanyol (1.702%).

Gràfica 2.47. Evolució percentual de la TFTR. 1981-2001.



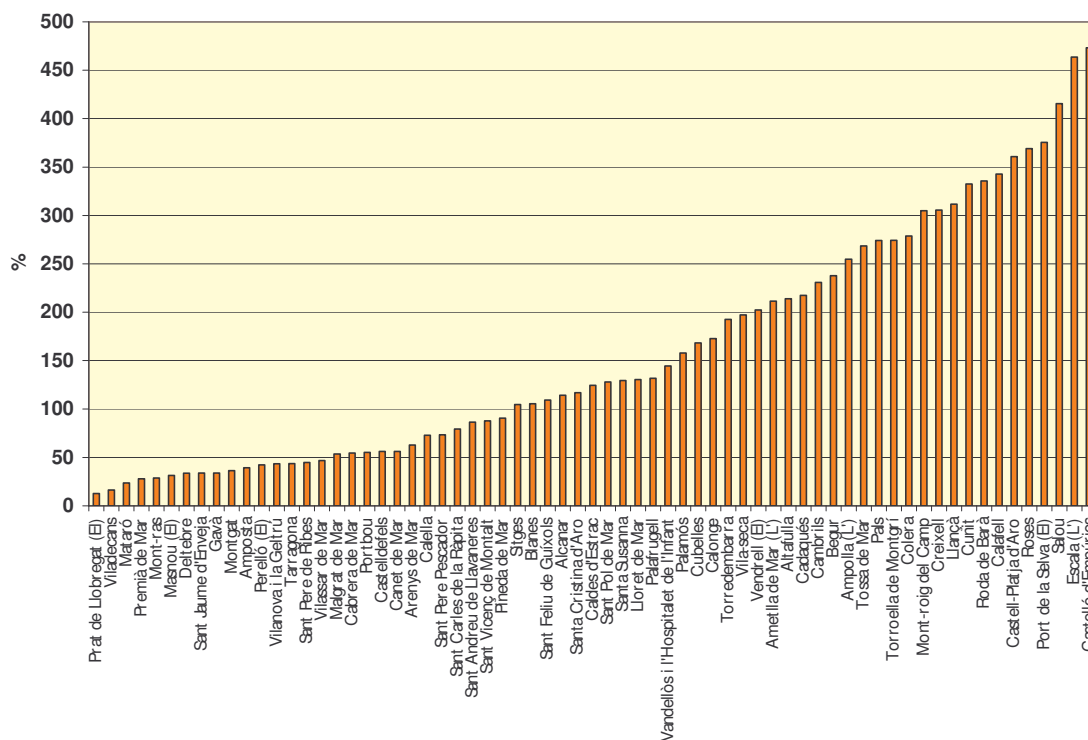
Font: INE, Censos de población y viviendas 1981, 1991 i 2001.

Després de vint anys, l'atracció de nova població fixa als municipis litoral ha fet baixar la taxa quasi bé a tots els municipis tal com mostra la gràfica 2.47, menys alguns que al 1981 les tenien molt baixes com Deltebre, Sant Jaume d'Enveja, Mont-ras, i Tarragona. Es donen els casos únic de Palamós i Torroella de Montgrí, que tot i tenir una taxa superior a 100 i a 200 respectivament, continuen pujant.

En xifres absolutes, (gràfica 2.48) el números grans es concentren a la Costa Brava i a la Costa Daurada, essent Castelló d'Empúries qui lidera aquest escenari amb una taxa del 473,22%, seguit de l'Escala, Salou, el Port de la Selva, Roses, Castell-Platja d'Aro i Calafell, entre d'altres municipis que no baixen del 300%. Al marge d'aquestes marques

turístiques, cal destacar les localitats de l'Ampolla (255%), l'Ametlla de Mar (211%) i Alcanar (114%) a les Terres de L'Ebre.

Gràfica 2.48 Taxa de Funció Turística Residencial per municipis el 2001.



Font: INE, Censos de poblaci3n y viviendas 1981, 1991 i 2001.

Uns canvis que, tal com ja s'ha remarcat, han vingut determinats per l'augment demogràfic de la població. Cunit ha multiplicat per 7 els seus habitants en 20 anys, Creixell per 4, Calafell l'ha més que doblat i Castell-Platja d'Aro quasi l'ha multiplicat per dos, tot i que continua essent, com ja hem vist, un dels municipis amb una major proporció d'habitatges turístics.

Vista la implantació dels habitatges turístics en els darrers anys hem de concloure que la irrupció i consolidació d'aquesta modalitat d'allotjament ha canviat l'estructura turística del litoral català acaparant quatre de

cada cinc places turístiques. Aquesta oferta es concentra principalment a les zones que ja tenen una important planta d'habitacions d'hotel o unitats d'acampada però no deixa d'ampliar-se per tota la costa. La seva presència només baixa als municipis on, pel fenomen de metropolitanització creix considerablement la població resident. L'atracció del litoral no es reserva als turistes sinó que cada vegada hi ha més gent que situa la seva vivenda habitual a aquests municipis, cosa que ha fet baixar la TFTR.

2.3.5. Conclusions

En definitiva, l'estructura territorial del turisme a Catalunya coincideix a grans trets amb el dibuix del conjunt del mediterrani espanyol:

1. Les àrees tradicionals mostren símptomes d'esgotament, especialment el Garraf i el Maresme i, en menor mesura, la Costa Brava. El dinamisme es concentra en el sud, sobretot a la Costa Daurada i en termes relatius a les Terres de l'Ebre. Hi ha també a Catalunya dues velocitats turístiques.
2. Malgrat aquesta dinàmica, les àrees tradicionals continuen essent els principals receptors dels fluxos turístics i les principals concentracions d'oferta. De fet es constata també l'estructura piramidal que té dos grans pols d'atracció: l'eix Tossa-Calella (que acull el 50% de la capacitat hotelera) i el node de Salou i la seva àrea d'influència (amb un 25% de la capacitat hotelera i grans concentracions habitatges secundaris).
3. Catalunya es distingeix per la rellevància del càmping que és un factor estructural del seu model i que té una localització relativament dispersa. La proximitat als mercats emissors i la precocitat del turisme (que permeté accedir a grans extensions properes al mar) expliquen aquest factor diferencial.
4. Els habitatges turístics són els principals protagonistes de l'oferta i del model, tot i que el seu pes relatiu és inferior al del conjunt de l'estat. Les dinàmiques recents tendeixen a incrementar la

rellevància d'aquesta modalitat. Tanmateix, l'augment de la població al litoral (que confirma un nou escenari terciari i residencial) ha fet créixer globalment la Taxa de Funció Turística Residencial.

Ara fa noranta anys que va aparèixer a La Veu de Catalunya l'article de Ferran Agulló titulat "Per la Costa Brava". Aquell text és tingut com l'acta de baptisme del litoral selvatà i l'empordanès, (...)

El periodista i polític gironí es desfeia en elogis del paisatge, però estava preocupat per l'escassa potència econòmica de la zona: la indústria només prosperava a Palafrugell, Palamós i Sant Feliu de Guíxols, i la resta de pobles vivien de l'agricultura i la pesca.(...)

Per contrarestar tanta passivitat, va proposar iniciatives que avui semblen ingènues però que eren el germen d'allò que havia de venir: "Cal que de Blanes al Port de la Selva es convencin de la necessitat de muntar hotels on, a més de l'estatge, es trobin guies i facilitats per llogar embarcacions, organitzadors de pesqueres i excursions, establiments de banys, i que els ajuntaments tinguin cura dels camins i les viles. La salvació de molts pobles és la indústria dels forasters: per cada pesseta que els pobles gastessin, els forasters n'hi deixarien deu o cent."

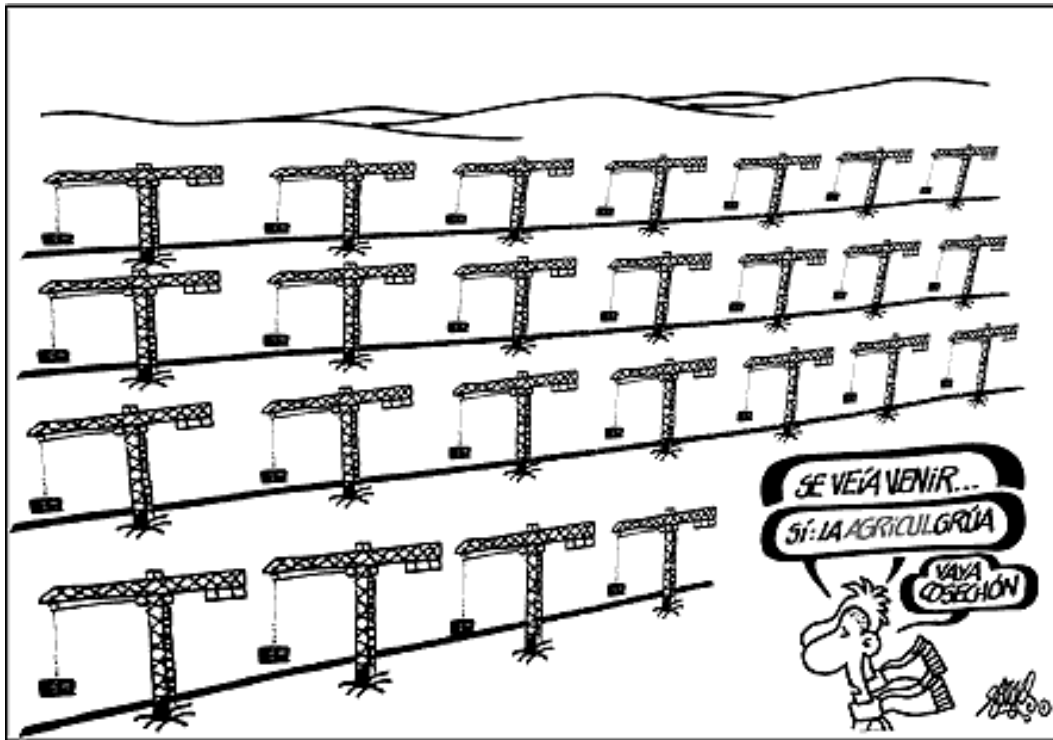
Però Agulló no es podia imaginar el xoc traumàtic, de dimensions còsmiques, que l'allau de forasters provocaria. Aquell egoisme i aquella "ànima de cupó" -del risc mínim i del guany ràpid- han fet que la Costa Brava arribés als noranta anys amb el rostre arrugat per la disbauxa i amb el cos desfet pels excessos de la inconsciència.

La Costa Brava compleix 90 anys, per Narcís Jordi Aragó
Publicat al diari El Punt el 4.9.98

Capítol 3

Les estratègies dels municipis del litoral català.

La resposta a les noves condicions de la demanda turística és una resposta local. El turista neofordista se sent atret per la singularitat del lloc, per la seva identitat cultural i tradició i és des de l'àmbit local de decisió des d'on s'han introduït noves estratègies turístiques. Unes estratègies que són necessàriament diverses. Cada localitat aprofita els elements competitiu, singulars, de què disposa per diferenciar-se en un complex escenari de competència entre llocs i territoris. Això dona lloc un ampli ventall de respostes que hem agrupat, en un exercici de taxonomia, en cinc grans estratègies. Abans d'abordar l'anàlisi d'aquestes les estratègies, ens interessa determinar prèviament quina ha estat la dinàmica urbanística del litoral i els efectes sobre l'estructura territorial i el comportament del turisme.



Acudit de Forges al diari El País, 26-5-2005

3.1. El creixement urbanístic actual al litoral català

Dedicarem aquest apartat previ a esbrinar, a partir dels instruments de planejament i de les entrevistes amb els responsables locals, quines opcions de creixement urbanístic pren en aquests moments cada municipi.

Al cap i a la fi, és aquest creixement el que modela el territori i condiciona les opcions de futur de les localitats i els espais d'influència.

Al llarg de les quatre últimes dècades del segle passat, els municipis del litoral català han experimentat un creixement que ha canviat la seva fisonomia. Han desaparegut molts dels trets paisatgístics, ambientals, socials i culturals que els donaven identitat als llocs. Aquests han estat substituïts per un urbanisme estandarditzat, que els iguala a tots, i que durant uns anys va ser la clau del desenvolupament turístic. Les lamentacions per aquesta pèrdua d'identitat, per la destrucció del paisatge, per la massificació s'han fet esment en molts estudis, sobretot a partir del primer debat Costa Brava l'any 1976. Tot i amb això, el creixement continua al segle XXI a la majoria dels municipis amb una intensitat considerable. Segons les dades que ens ofereixen els instruments de planejament en vigor, l'any 2003 les disponibilitats de sòl urbanitzable al litoral català és de 18.619 ha., cosa que permet augmentar un 57% les 32.873 ha. de sòl classificat com a urbà. La potencialitat de creixement, a alguns llocs de la costa com al Baix Penedès i la Costa Daurada al sud de Tarragona, podria fer possible que molts municipis puguin doblar o triplicar el sòl urbà tal com han observat estudis del Departament de Política Territorial i Obres Públiques (Vicente i Gutiérrez, 2004). A partir d'entrevistes amb responsables municipals i l'anàlisi dels instruments de planejament, no sols dels que estan en vigor sinó també dels que encara no estan aprovats, exposem a continuació, des del sud de Catalunya fins al nord, com s'albira el creixement urbanístic al litoral català per als propers anys.

3.1.1. Les Terres de l'Ebre

La dinàmica urbanística de les Terres de l'Ebre s'ha caracteritzat durant la dècada dels 90 per un creixement molt significatiu de la superfície urbanitzada. Incorporada recentment a la influència turística i immobiliària, i afavorida per una propietat del sòl relativament concentrada, les dades demostren que aquest espai és un dels àmbits amb més creixement relatiu (i, en alguns casos, absolut) del litoral. Una de les àrees més amenaçades ha estat la zona litoral, a l'entorn de la qual s'han dissenyat projectes d'estacions recreatives i marines. En els darrers anys, però, els canvis municipals i les directrius del Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner (a partir d'ara PDUSC) (Departament de Política Territorial i Obres Públiques, 2004) han creat una atmosfera de major contenció.

Pel que fa al sud de Catalunya, les previsions del Pla Territorial Parcial de les Terres de l'Ebre (Departament de Política Territorial i Obres Públiques, 2002) estableixen uns objectius de creixement per a Amposta de 21.101 habitants el 2016. Si comptem que el 2001 aquest municipi tenia 16.865 habitants, veiem que el pla vol complir les expectatives. Seguint aquestes directrius, el nou Pla d'Ordenació Urbanística Municipal preveu un creixement de 101,32 ha del sòl urbanitzable residencial que donaria lloc a 3.897 habitatges. A més d'això, es mantenen com a residencials els sectors Valletes i Lligallo Baix Nord que ocupen 30,34 ha i possibiliten la construcció de 1.293 habitatges. La major part d'aquest creixement es preveu que sigui de primera residència i es desenvolupi al voltant del nucli urbà.

Taula 3.1 Planejament i classificació del sòl (en ha)

Municipis	Tipus de pla	Data aprovació DOGC	Sòl urbà	Sòl urbanitzable	Sòl no urbanitzable	% sol urbà + urbanitz.	% sòl urbanitz.	Urbanitz. / urbà
Alcanar	PG	01/12/1997	305,1	203,3	3.658,5	12,20	4,9	0,67
Altafulla	PGr	02/05/1984	136,1	87,0	470,9	32,14	12,5	0,64
Ametlla Mar, l'	PGr	04/05/1992	437,8	1.138,1	5.115,1	23,55	17,0	2,60
Ampolla, l'	PGr	15/07/1994	313,0	173,1	2.941,9	14,18	5,1	0,55
Amposta	PG	31/12/1985	186,7	116,0	13.317,4	2,22	0,9	0,62
Arenys de Mar	PG	01/08/1984	202,3	149,3	293,4	54,52	23,1	0,74
Begur	POUM	10/11/2003	599,5	225,2	1.239,3	39,96	10,9	0,38
Blanes	PGr	11/11/1981	388,5	211,6	1.183,9	33,64	11,9	0,54
Cadaqués	PGr	25/03/1987	136,5	152,6	2.283,9	11,24	5,9	1,12
Calafell	PGr	08/11/1989	713,6	353,4	917,0	53,78	17,8	0,50
Caldes d'Estr.	PG	19/10/1984	46,0	22,9	5,2	93,01	30,9	0,50
Calella	POUM	10/03/2005	184,4	83,9	505,24	34,9	10,8	0,45
Calonge	PGr	30/11/1994	630,0	142,5	2.582,5	23,03	4,2	0,23
Cambrils	PGr	26/11/1993	575,0	617,3	2.283,7	34,30	17,8	1,07
Canet de Mar	NSb	31/01/1992	123,2	71,5	425,2	31,41	11,5	0,58
Castelldefels	PG	19/07/1976	596,7	352,8	291,5	76,51	28,4	0,59
Castelló d'Em	PGr	03/02/1984	580,5	84,1	3519,4	15,88	2,0	0,14
C-Platja d'Aro	PGr	03/06/1991	782,1	179,8	1231,1	43,86	8,2	0,23
Colera	PGr	20/05/1985	17,5	28,9	2.348,7	1,94	1,2	1,66
Creixell	PGr	09/09/1992	155,2	183,4	699,4	32,62	17,7	1,18
Cubelles	PGr	10/09/1993	273,9	171,7	890,4	33,35	12,8	0,63
Cunit	PGr	22/02/1984	420,0	155,1	396,9	59,17	16,00	0,37
Deltebre	NSb	03/07/1995	532,8	186,8	8.385,4	7,90	2,1	0,35
Escala, l'	PGr	14/07/1993	535,7	246,1	859,3	47,64	15,0	0,46
Gavà	PG	19/07/1976	395,6	841,9	1.852,4	40,05	27,2	2,13
Llançà	PGr	18/07/2002	248,5	99,1	2.453,4	12,41	3,5	0,40
Lloret de Mar	PGr	19/06/1985	865,1	705,9	3.216,0	32,82	14,7	0,82
Malgrat de M	PG	23/03/1990	212,6	62,9	629,5	30,44	7,0	0,30
Masnou, el	PGr	05/11/2001	250,5	44,3	35,1	89,35	13,4	0,18
Mataró	PGr	24/04/1997	745,9	315,9	1.195,2	47,04	14,0	0,42
Montgat	PG	19/07/1976	83,0	93,9	106,1	62,51	33,2	1,13
Mont-ras	NSb	10/09/1990	57,5	63,4	1.102,1	9,88	5,2	1,10
Mont-roig	PGr	20/01/1986	103,6	1.287,0	4.928,5	22,01	20,4	12,43
Palafrugell	PGr	07/12/1983	483,4	145,7	2033,0	23,63	5,5	0,30
Palamós	PGr	07/09/1992	138,4	157,6	1.093,0	21,31	11,3	1,14
Pals	PGr	04/03/1987	299,6	250,6	2.024,8	21,37	9,7	0,84
Perelló, el	NSb	17/10/1994	83,7	120,6	10.124,7	1,98	1,2	1,44
Pineda de Mar	PG	13/11/1992	416,6	121,7	496,7	52,01	11,8	0,29
Port d.Selva	PGr	23/09/1992	56,7	68,2	4.005,2	3,02	1,7	1,20
Portbou	NSb	03/12/1986	43,1	26,3	860,7	7,46	2,8	0,61

Premià de Mar	PGr	01/03/1991	164,4	3,1	24,6	87,21	1,6	0,02
Roda de Barà	PG	15/01/1996	389,7	193,7	1.039,6	35,95	11,9	0,50
Roses	PGr	06/09/1993	367,6	225,4	3.994,0	12,93	4,9	0,61
Salou	POUM	19/12/2003	423,0	279,3	786,7	47,17	18,8	0,66
St Andreu Lla	NSb	14/07/1995	400,0	212,2	577,8	51,45	17,8	0,53
Sant Carles R.	PG	11/03/1991	198,6	211,8	4.683,6	8,06	4,2	1,07
St Feliu Guíx.	PGr	18/12/1985	393,8	141,5	1.026,6	34,28	9,1	0,36
St Jaume d'En	NSb	24/07/1991	112,8	43,7	4.721,5	3,21	0,9	0,39
St Pere Ribes	PGr	21/11/2001	403,2	637,7	3.030,2	25,57	15,7	1,58
St Pere Pesc.	PGr	16/10/2001	57,5	152,5	1.570,0	11,80	8,6	2,65
Sant Pol Mar	PGr	27/03/1992	99,9	74,7	574,4	23,31	10,0	0,75
St Vicenç Mon	NSb	14/05/1986	5,8	146,3	647,9	19,02	18,3	25,05
Sta Cristina A	NSb	11/05/1998	375,9	392,9	6.008,2	11,34	5,8	1,05
Sta Susanna	PGr	18/08/1982	109,4	136,7	998,9	19,77	11,0	1,25
Sitges	NSb	31/07/1998	382,8	195,5	3.788,7	13,24	4,5	0,51
Tarragona	PGr	27/02/1995	2.286,6	945,4	2.992,0	51,93	15,2	0,41
Torredembarra	PGr	14/05/2002	333,8	164,4	359,8	58,07	19,2	0,49
Torroella Mont	PGr	11/06/2002	349,4	289,4	5.895,3	9,78	4,4	0,83
Tossa de Mar	PGr	17/12/1986	275,5	138,4	3.404,0	10,84	3,6	0,50
Vandellòs i l'H	PGr	22/01/1998	357,7	370,1	9.471,2	7,14	3,6	1,03
Vendrell, el	PGr	21/12/2000	412,0	741,3	2.489,7	31,66	20,3	1,80
Viladecans	PG	19/07/1976	372,3	852,8	786,0	60,92	42,4	2,29
Vilanova i la G	PGr	02/08/2001	664,6	529,3	2.156,1	35,64	15,8	0,80
Vila-seca	PGr	01/09/1993	317,1	210,4	1.654,5	24,18	9,6	0,66
Vilassar de M.	PG	27/09/1999	93,3	60,5	238,1	39,25	15,4	0,65
Total litoral	-	-	32.873	18.619	163.662	23,93	8,65	0,57

Font: Elaboració pròpia a partir del Departament de Política Territorial i Obres Públiques i ajuntaments

Però també preveu creixement de residències al nucli de Poblenou del Delta, al Montsianell a la serralada del Montsià, a la zona la platja dels Eucaliptus, i als dos extrems del canal de Carles III si es desenvolupa la dàrsena fluvial. A aquests tres últims sectors, el Pla General hi preveu la construcció de segona residència, i hi permet també l'ús hotel·ler i de restauració. A Poblenou, el pla hi preveu un creixement de 5,2 ha per a edificar amb una densitat de 15 habitatges per hectàrea, i a la falda del Montsianell, unes 8,8 ha per a desenvolupar habitatges aïllats amb una densitat de 8,8 ha. Al la zona d'Eucaliptus, situat a primera línia de mar al delta, el S-17, Sòl Urbanitzable Delimitat Eucaliptus proposa ampliar considerablement la zona residencial i desenvolupar 34,2 ha

d'edificacions aïllades amb densitat de 10 habitatges per ha. A Eucaliptus ja existeix una zona residencial, un càmping i un hotel. Els altres dos sectors considerats d'ús residencial turístic pel pla són el sector 16 Canal de Navegació Nord de 41,5 ha en sòl urbà i al sector 20 Canal de Navegació Sud de 29,9 ha. Ambdós tenen una densitat de 10 habitatges per ha, i l'ús hoteler i el de restauració estan permesos.

A municipi veí de Sant Carles de Ràpita, el creixement que permet el Pla General (Roca, 1991) i que impulsa el mercat encara és més gran i quasi bé exclusivament en sòl per a segona residència. En els darrers anys el creixement urbanístic ha sigut molt intens. Segons les dades municipals, a partir de l'any 2000 s'han construït entre 600 i 700 habitatges nous per any i el 2005 es preveu que encara s'augmenti més aquest ritme i s'arribi a 1.000 habitatges per any. El que més destaca de la gestió urbanística d'aquest municipi és que la majoria de les promocions de nous habitatges es fan a iniciativa municipal, bé pel sistema de cooperació o per promoció directa a través de la Societat Anònima Municipal Pro-Ràpita (La Ràpita Promocions Urbanístiques Municipals SAM). Per a aquest motiu, l'ajuntament compta amb un regidoria que s'anomena "Promoció Econòmica i Sòl". A iniciativa municipal s'ha desenvolupat recentment la nova zona residencial Vila del Far, als solars de l'antiga fàbrica de l'empresa Cross, que donarà lloc a 1.000 habitatges i un hotel. La majoria dels habitatges ja s'han iniciat. L'hotel, en canvi, està aturat mentre els promotors negocien amb l'administració la possibilitat d'incloure alguns habitatges turístics a la parcel·la d'usos hotelers per rendabilitzar la inversió. L'any 2005 es començaran a construir els 900 habitatges a les parcel·les de l'eixample Catalunya, una promoció també d'iniciativa municipal que ja ha aconseguit vendre tot el sòl urbanitzable als promotors. Només queda una parcel·la, encara de

propietat municipal que l'ajuntament vol oferir, com en el cas de Vila de Far, per a edificar un hotel. En tràmit estan els plans parcials Mas de la Bruna, l'únic dels esmentats de promoció privada i amb una extensió de 900 habitatges, i el Barranc del Suís, desenvolupat a iniciativa municipal, de 600 ha. Ambdós es destinaran a sòl residencial i es preveu que a principis de gener del 2005 estiguin aprovats definitivament.



Imatge 3.1. Maqueta de l'antiga proposta per una urbanització marina a Sant Carles de la Ràpita.

Font: Ajuntament de Sant Carles de la Ràpita

Amb el canvi de govern municipal han quedat momentàniament paralitzats el Pla Especial del Saliner, promogut directament per l'ajuntament junt amb un soci a través de la SAM Pro-Ràpita, que pretenia construir una marina navegable amb 1.513 habitatges i 759 amaraments, en unes antigues salines i el d'Horta Vella, que preveia 700 habitatges més. En el cas del pla especial del Saliner, el nou ajuntament

no vol que es desenvolupi la marina per raons ecològiques però sí que aprovarà el projecte de construcció dels habitatges. Les Salines es troba en un paratge estratègic de la població: per un part esta prop del port esportiu, per l'altra, toca amb el Canal de Navegació Carles III que properament connectarà amb el Riu Ebre tal com han assenyalat abans, i per altra, a les terres del Delta. Per això l'anterior consistori havia previst una macrourbanització de luxe en les seves 32,11 ha, amb canals navegables per poder dotar d'amarratges a peu de porta a la meitat dels seus habitatges de luxe. El nou equip municipal té previst eliminar la marina, i per tant els amarratges i ja té enllestit un projecte per a construir 1117 habitatges. L'Horta Vella, l'altre d'iniciativa municipal que es va paraitzar i que es troba a continuació del Saliner, seguint el Canal de Carles III, resta encara paraitzada. L'anterior projecte pretenia construir entre 700 i 750 nous habitatges (539 habitatges en blocs de planta baixa i dos pisos, 67 dúplex, 108 aparellats i 30 xalets) i 3350 m² de nous equipaments comercials. L'ajuntament està en negociacions amb els 250 propietaris de les hortes on s'ha d'ubicar la promoció per redactar un nou pla.

Però si a Sant Carles de la Ràpita s'ha notat una gran diferència en la gestió urbanística per les decisions que ha adoptat un nou consistori, al municipi que es troba més al sud, Les Cases d'Alcanar el canvi ha estat més brusc. Aquest municipi tenia, en els darrers anys, un ritme de creixement de les segones residències molt intens. No arribava al nivells de la Ràpita, però des del 2.000 se'n construïen uns 500 habitatges nous a l'any. L'any 2004, no han superat la dotzena els que s'han demanat llicència d'obres. El canvi principal es deu a la interpretació de la qualificació 17a. Segons el pla de 1997 es permet fer una vivenda unifamiliar a cada parcel·la de 400 m² amb una ocupació de 0,8 m² de

sostre. Fins fa poc es permetia ocupar el terreny amb diversos habitatges fins a ocupar els 380 m² de sostre per parcel·la.



Imatge 3.2. Urbanitzacions a Alcanar Platja. Font: Ajuntament d'Alcanar.

El nou equip tècnic i de govern que regeix l'ajuntament des del 2003, després de consultar amb els redactors del pla i amb els serveis tècnics de la Generalitat, interpreta que només es pot donar el vist i plau a projectes amb un habitatge per a cada parcel·la de 400 m². Davant aquest fet, els promotors han deixat de presentar de moment nous projectes. Això afecta principalment a la zona d'Alcanar-Platja, que s'estén a la llarga línia de costa que té el municipi.

Pel que fa a Sant Jaume d'Enveja i Deltebre, aquests dos municipis de les terres deltaïques es regeixen encara per normes subsidiàries aprovades els anys 1991 i 1995 respectivament. Si bé en els darrers anys no han tingut un creixent important de segones residència, aquesta normativa podria possibilitar que en pocs temps es pugui doblar o triplicar el nombre d'habitatges totals. A Sant Jaume, per exemple, s'ha plantejat

fer una urbanització al costat de l'Ebre per a 300 habitatges. El fet que aquesta iniciativa, el Pla Parcial Urbanització Marina, necessités el permís de la Direcció General de Ports per incloure canals navegables, ha provocat la seva paralització.

L'Ampolla, que ja compta amb una proporció considerable de vivendes de segona residència, vol augmentar encara més el seu parc d'habitatges turístics. Per això ha iniciat els estudis previs per fer una revisió del Pla General aprovat l'any 1994 (Roca, 1994) i posar més sòl a disposició de la construcció. Les intencions municipals han topat però amb les regulacions del Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner. La revisió del pla tenia la intenció d'ampliar la zona urbanitzable als terrenys que hi ha per damunt de la via i aquests es troben dins la línia dels 500 metres de la costa i no es poden desenvolupar. Per altra banda, el pla director no afecta quasi bé gens al planejament de l'any 1994 que ja està quasi bé tot desenvolupat o aprovat inicialment. D'aquest manera, el sector 1, on hi ha un càmping i un hotel i la possibilitat d'edificar 10 habitatges per ha, i els Sectors 7.2 i 8 de 6,69 i 8,84 ha respectivament, destinats a residències amb una densitat de 15 habitatges per ha es podran tirar endavant al haver estat desafectats pel Pla Director. A aquests s'ha d'afegir els plans parcials 7.3 de 8,54 ha, el 12 de 12,32 ha i el 13 de 30,09 ha que estan més a l'interior cap al municipi de Camarles, que ja s'estan desenvolupant i permeten l'edificació de 15 vivendes per ha. A aquests darrers es preveu també la construcció d'un hotel a cadascun.

Finalment, en el municipi veí de l'Ametlla de Mar, el Pla territorial de les Terres de l'Ebre no permet ampliar la zona urbanitzable. Quan es va redactar aquest pla, l'Ametlla ja era el municipi d'aquesta zona on hi

havia més superfície edificable. Però tot i el gran nombre de segones residències, el Pla General de l'any 1992 encara permet un gran creixement al desenvolupar plans que recentment s'han aprovat o que s'estan tramitant com el sector 22 b de 30 ha, que es troba per damunt de l'autopista, el sector O. K. que té unes 100 ha o la segona fase de la gran urbanització Les Tres Cales, que té 144 ha, i permet, com les anteriors, la densitat de 15 habitatges per ha.

3.1.2. La Costa Daurada

L'àrea de la Costa Daurada ha estat un dels àmbits geogràfics de major creixement residencial, d'hotels i d'habitatges turístics. A partir de l'epicentre de Vila-seca i Salou, amb l'efecte positiu del parc temàtic, s'ha consolidat un models de creixement extensiu més fort en el conjunt dels municipis litorals. La resposta municipal ha estat molt diversa i, en alguns casos, s'opta per limitar el creixement, però reforçant alhora la centralitat urbana i els serveis a la població (allò que anomenem l'espai no turístic); en altres casos es pren la via de la construcció urbanística i la creació de nuclis compactes; finalment, algunes localitats mantenen les expectatives de creixement amb l'ampliació de la superfície urbanitzable.

Mont-roig del Camp, que té dotze vegades més sòl urbanitzable que el pròpiament urbà, vol revisar el Pla General per poder augmentar encara més la urbanització. Els termes d'aquest augment no s'han fet públics perquè estan a l'espera de presentar el nou pla que ha de substituir el de 1986.

A Cambrils es proposa, en l'avanç de la revisió del Pla General, créixer fins a 60.000 habitants fixos sense sobrepassar la superfície de sòl urbanitzable que s'estipulava al pla de 1993 (Interlands, 2004). De les 385 ha que queden per urbanitzar, poc més de la meitat (203 ha) es destinaria a eixamples urbans (usos mixtes d'habitatge, d'habitatge protegit, comerç i serveis), una quarta part (91 ha) a serveis turístics (hotels, i altres servies lúdics i turístics) i l'altra quarta part, a sòls industrials i agropols. D'aquesta manera, la ciutat creixeria de manera compacta, ocupant un rectangle de 1.800 per 4.000 metres, i podria

acollir a 60.000 residents en el període de 8 a 10 anys. El pla considera que l'autopista AP-7 és la frontera de creixement del nucli per sobre de la qual hi ha terrenys d'alt valor natural, ecològic i agrícola. A més, Cambrils vol arribar a aquesta quantitat de població fixa sense sacrificar els 15.000 habitatges de segona residència, és a dir, sense comptar que, encara que augmenti considerablement la població de primera residència, sempre quedarà una part important d'habitatges turístics. En xifres totals, Cambrils vol arribar a implantar 8.600 habitatges nous de primera residència, 2.120 dels quals seran de protecció oficial. El procés final regulat per a aquesta revisió del Pla General donarà lloc a 23.000 habitatges principals i els esmentats 15.000 de turístics. Ara té 25.500 habitants i uns 10.000 habitatges principals, i semblaria que aquestes previsions poden quedar lluny de la realitat, però el fet és que el ritme de creixement en els darrers anys és intens. Només l'any 2003 van construir-se 1.200 habitatges nous, i els anys anteriors, 1.655 habitatges el 2002 i 706 el 2001.

Vila-seca vol contenir el creixement de la segona residència de la ciutat i centrar-se en un creixement limitat al voltant del nucli urbà en forma d'eixamples per a nous residents procedents de l'àrea metropolitana de Reus-Tarragona. Aquest augment de població es fa paral·lel a la creació i ampliació dels equipaments sanitaris, esportius, culturals i educatius i la millora urbana. En aquest sentit destaca el campus educatiu i esportiu on, a més de seu de l'Escola de Turisme i Oci de la Universitat Rovira i Virgili, hi ha, entre altres equipaments, dos Instituts i la piscina municipal. Quan a millora urbana, el Parc del Pinar de Perruquet i el projecte de renovació de tot el centre històric, ja iniciat, en són dos exemples. Pel que fa a segona residència, encara queden petites zones per desenvolupar a la zona de la Pineda. L'ajuntament considera que el municipi no ha de

créixer gaire més, i per això, no creu convenient la revisió del pla. Cal tenir en compte, que part del municipi està dintre del Centre Recreatiu i Turístic, la figura urbanística que defineix l'àmplia zona de 825 ha del parc Univeral's Port Aventura. A aquesta zona encara s'han de desenvolupar més de 1.400 vivendes en un sector de 300 ha i una zona comercial i hotelera de 60 ha més. D'aquesta manera Vila-seca es consolida com un espai de nova centralitat en el que els usos convencionals d'un CBD es combinen amb la creació d'un RBD, que pivota entre l'escola de turisme i el projecte de recerca turística (CISTO).

La contenció de Vila-seca contrasta amb Salou que ha emprés un fort desenvolupament urbanístic residencial a partir del Pla d'Ordenació Urbanística Municipal aprovat l'any 2003. Aquest pla preveia crear 15.450 places hoteleres i construir 1.091 habitatges turístics. Al mateiralitzar-se els plans parcials, però, part d'aquestes places hoteleres inicialment previstes s'han substituït per habitatges turístics. Així ha passat al sector 4 Emprius Nord, on les 2.020 places hoteleres que es preveïen a l'aprovació inicial cedeixen el seu sòl per habitatges turístics. Al Sector 5 Emprius-Sud ha passat el mateix amb 1.420 places. El creixement residencial es completarà al Sector 4, de 43,6 ha, es preveuen 1.091 habitatges turístics i 468 de permanents, al sector 5 de 30,65 ha on es poden construir 767 de turístics i 328 de permanents, i al sector 01, de 35,74 ha, que es reserva per a primera residència amb la previsió de construir 658 habitatges. Per complementar el creixement, el pla preveu una extensa zona de 33,2 ha al sector sud de Barenys per a la construcció de 10.010 places hoteleres en parcel·les mínimes de 40.000 m² que donarà lloc a un gran complex amb zones enjardinades, serveis integrats i establiments hotelers tipus resort. De moment, però, aquest sector no es pot desenvolupar l'estar afectat pel Pla Urbanístic Director

del Sistema Costaner. A la part nord d'aquest sector hi ha prevista una zona lúdica i esportiva de 25 ha que no es desenvolupa de moment a l'espera de l'inici de les obres del gran espai hotel·ler de Barenys. Aquest important creixement, tant de primera residència, com de places turístiques hotel·leres i residencials i d'equipaments, es basa en les previsions de creixement del municipi en els propers 10 anys que estarà en vigor el pla. Des del govern municipal s'ha previst que la població augmenti unes mil persones per any i que la implantació hotel·lera segueixi l'intens ritme que ha portat en els darrers anys, situant Salou com una població turística rellevant.

Altafulla, que els darrers anys ha tingut un dels creixements urbanístics i de població més importants de Catalunya prosseguirà amb aquest desenvolupament amb l'aprovació del Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (Ajuntament d'Altafulla, 2004). Aquest municipi, que rep la pressió de la implantació de nous residents de l'àrea de metropolitana de Tarragona i de segona residència d'Aragó, Navarra i La Rioja, podrà créixer en 1.272 habitatges més en sòl urbanitzable i 550 en sòl urbà. Aquest creixement urbanístic representa un augment de més del 50% i es preveu que sigui en un 60% en primera residència.

Torredembarra ha esgotat la majoria del sòl que preveia la revisió del Pla General (Ademà, Canela, Comella, 2002). De les 333 ha de sòl urbà, les 104 de Sòl Urbanitzable Programat i les 60 de Sòl Urbanitzable No Programat no queda pràcticament res per construir o tramitar. Per altra part, la superfície del Sòl No Urbanitzable és escassa (357 ha). Només queden petits sectors residencials per desenvolupar i el sector de Can Mercader, qualificat d'usos exclusivament hotel·lers (per a un o dos hotels) que de moment no atrau l'interès dels promotors. El

creixement s'ha produït en primera residència per la demanda d'habitatges des de les àrees metropolitanes de Barcelona i Tarragona, i segona residència especialment pels clients de la Rioja, Aragó i Navarra.

Creixell ja té quasi bé esgotat tot el sòl residencial del seu Pla General en vigor (Romero, 1992). A més del ràpid creixement del municipi en segona residència, hi ha influït també les afectacions del Pla Director i una resolució de Medi Ambient de la Generalitat que va declarar el sector del Gorg com a zona no urbanitzable inclosa en el PEIN. L'ajuntament, que considera que ha de ser urbanitzable (Romero, 2004), va presentar un recurs. A més hi ha tres sectors: Marinada, Gavina i PP 5, afectats pel Pla Director i dos càmpings on en la propera revisió es volia donar la possibilitat de desenvolupar un PAU, i ara no es possible perquè estan afectats.

El Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Roda de Barà, (Ademà, Canela, Comella, 1996), preveu un creixement de 2.643 habitatges nous, el 27% dels quals són per a primera residència i la resta per a segona. Els de primera són els que es van desenvolupant en forma d'espiral en els sòls que el Pla General ha qualificat d'urbanitzables al voltant del centre urbà, i els altres a les urbanitzacions més prop de la costa. Tant uns com altres es desenvolupen ràpidament, (700 llicències d'obres a l'any entre 2003 i 2004) i ja estan esgotant el sòl urbanitzable disponible. Per altra part, l'ajuntament i la Generalitat han pactat unes modificacions al pla especial del port que redueixen a 15.000 m² els 38.000 m² de sòl edificable. El port, que ha estat aturat amb les esculleres i els contradics ja construïts pels problemes de la primera empresa promotora, serà un punt important del creixement de Roda de Barà pels propers anys.

A Calafell (Ajuntament de Calafell, 1989), el potencial de creixement urbanístic que li resta del pla de 1989 és limitat. Queden encara 7 sectors perifèrics per urbanitzar i parcel·les lliures dintre de la gran urbanització de Segur de Calafell, les Brises i Valdemar, però la majoria tenen qualificació de residències unifamiliars. De totes maneres, el ritme de concessió de llicències d'obres majors és d'un 300 a l'any. Allà on sí està intentant créixer Calafell és en equipaments per donar serveis a una població de 50.000 residents reals que en els darrers anys han ubicat en el municipi passant a primera la segona residència. Encara que el cens indiqui 16.000 habitants, els serveis de recollida de deixalles, sanitat, educació i transport, estan dimensionats per a tres vegades més.

Cunit ha vist com en els darrers anys bona part del seu gran potencial de segona residència va passant a primera i això li pot obligar, a curt termini, a donar serveis al llarg de tot l'any a unes 40.000 persones. Per això l'ajuntament s'ha plantejat no augmentar la zona urbanitzable quan faci la revisió del pla actual (Cañelles, 1984). Com a màxim es preveu ampliar el centre urbà i permetre acabar amb els plans actuals ja quasi bé esgotats, segons els primers estudis de l'equip CCRS Arquitectes, encarregats d'elaborar el POUM. En aquests moments s'estan desenvolupant la zona de Prats de Cunit, que ja ha edificat 200 vivendes de les 400 previstes, els sectors 1 i 2 del Parc Central on hi van 200 vivendes unifamiliars adossades, i Sol Cunit amb 250 vivendes més.

3.1.3. La Costa del Garraf.

L'espai litoral de la Costa del Garraf (que inclou els àmbits comarcals del Garraf i el Baix Llobregat) mostra una evident tensió entre la tradicional ocupació recreativa metropolitana (que s'evidencia amb el sobrepès dels càmpings i les segones residències) i l'expansió del fet metropolità més enllà dels seus límits. Des d'un punt de vista geogràfic, l'efecte de les dinàmiques és apassionant: lluny dels models tradicionals de gradient de la distància, els espais d'oci s'estenen de forma discontinua entre els paisatge urbà postmodern on s'integren tecnòpolis, extensions urbanes modelades com a exòpolis i noves centralitats metropolitanes. Només Sitges i la seva àrea d'influència manté una política urbanística basada en la preeminència de l'oci en el disseny urbà.

Cubelles està experimentant un gran creixement tant de segona com de primera residència. De qualsevol manera creix. S'ha desenvolupant a molt bon ritme els sectors Residencial Les Salines, entre el càmping del mateix nom i el terme de Cunit i la via del tren i el mar, i el Corral d'en Tort i el Prat de Sant Pere. Els plans parcials de nova planta L'Eixample Nord, de 9,07 ha i el Bardagí-Vilanova, que estén les seves 8,75 ha fins al municipi veí, també tiren endavant. Després d'aprovar-se el planejament actual (Palou, 1993) el procés d'urbanització va quedar quasi bé aturat durant uns anys, però a partir de l'any 2000 tots els sectors s'estan desenvolupant, per l'impuls que els han donat sobretot les empreses immobiliàries de fora del poble que han promogut vivendes per primera residència. Les previsions és que aquests sectors acullin unes 4.000 residències noves.

Vilanova i la Geltrú va aprovar una revisió del Pla General (Páez, 2001) que preveia un creixement de la població, i conseqüentment dels habitatges i serveis, d'un 25% més que el pla anterior. En els 8 anys de vigència del pla, a Vilanova i la Geltrú es preveu que es construeixen 7.000 habitatges més per a primera residència i uns 4.000 per a segona. Aquestes previsions es basen en la projecció de les dades de creixement dels darrers anys i ressalten la importància dels serveis ferroviaris i de l'autopista A-16 com una dels principals impulsors de l'augment de la planta d'habitatges. També ha influït sobre aquestes previsions de creixement la consolidació d'indústries implantades als anys 80, l'augment de l'activitat terciària i del campus universitari de la UPC i l'augment de l'activitat turística.

Sant Pere de Ribes també va aprovar l'any 2001 la revisió de la norma urbanística que datava de l'any 1982. El nou Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (Roca, 2001) permet un creixement, en 8 anys, de fins a 48.091 persones, 5.176 més que el pla de 19 anys enrera. Aquest creixement que implica doblar, quasi bé, la població del 2001, es va basar en els índex de creixement anteriors a la redacció del pla i a les dinàmiques metropolitanes. Des de la seva posta en funcionament s'estan complint les expectatives amb una mitjana de 800 llicències per a nous habitatges a l'any. Després de desclassificar 251 ha de sòl urbanitzable, el pla preveu augmentar en 2.851 els habitatges actuals i dedicar-los a primera residència. El creixement en habitatges es centraria principalment al voltant de dues rondes, una de circumval·lació al nucli de Ribes i una altra, la ronda de Garraf, que lligaria entre sí els nuclis dispersos de Les Roquetes, i enllaçaria amb els municipis de Vilanova (per la Ronda Ibérica) i Sitges. A més de zones verdes i lúdico-comercials,

es crearia una nova àrea de centralitat a Can Petaca, on hi haurà també les noves dependències de l'Entitat Municipal Descentralitzada de Les Roquetes. En total es defineixen 5 nous sectors residencials, dos industrials i un lúdico-comercial, a més de preveure un nou parc tecnològic a la zona de Can Puig. Mentre que la nova ronda de circumval·lació de Ribes, concèntrica a l'actual, que s'ha de construir encara no s'ha iniciat, a Roquetes ja es van perfilant els nous espais que han de relligar el que era un nucli desestructurat que va créixer desordenadament amb l'allau migratori dels anys 60.

Sitges ha redactat un Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (Roca, 2004), aprovat inicialment el desembre del 2004, que preveu arribar en 8 anys a una capacitat per a 43.324 persones, 27.324 de les quals seran de primera residència. Tenint en compte que el 2004, a Sitges hi havia 25.000 residents, i que el nou planejament incorpora 53.833 habitants més que la normativa anterior del 1989, es confirma que Sitges vol fer servir aquesta eina de planejament per controlar les pressions sobre el territori que exerceix el fenomen d'ampliació i intensificació del fet metropolità. Aquest municipi es troba en un lloc privilegiat, i per tant molt sensible, per estar prop del centre metropolità, de les comarques interiors (sobretot, amb la potenciació de l'eix Igualada-Vilanova), de les vies de comunicació estatals A-2 i A-7, i dels centres internacionals a través de l'aeroport, el port i el TGV.

Castelldefels, que es regeix pel Pla General Metropolità de 1976 que ordena Barcelona i 8 municipis del voltant, ha optat per créixer en nous equipaments com el centre comercial Àncora Blau o la gran intervenció urbanística que suposa el Parc Mediterrani de la Tecnologia, un espai de 38 ha en el que hi ha 202.000 m² de sostre edificable que es destina a

crear un gran centre de recerca, innovació i transferència del coneixement en el que hi ha implicats, a més de l'ajuntament i el consell comarcal, la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), el Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació (DURSI) i empreses privades. Aquest parc s'està bastint a un espai estratègic, al costat del canal olímpic de Castelldefels, ben comunicat, amb la regió i l'aeroport. Tindrà a més d'una zona acadèmica de 74.000m² i una de recerca de 78.000 m², 6.000 m² de residència universitària. Per altra part, el centre comercial Ànec Blau, que ocuparà 25.000 m² de sostre, és un cas particular dintre d'aquestes iniciatives perquè està impulsat per una empresa privada, Ginesa, i un centenar de comerços locals.

En el seu Pla d'Actuació Urbanística Municipal (PAUM), Gavà planteja un creixement exclusivament en primera residència que combina habitatge, espais lliures, equipaments i natura. El pla planteja cinc actuacions, quatre residencials i un de 10 ha d'usos industrials. De les actuacions residencials, al de la Riera de Sant Llorenç de 4,7 ha es construeixen 78 habitatges de protecció oficial i 48 de lliure, a més de 2.240 m² de sostre comercial; A les Ferreres, de 2,6 ha, hi van 90 vivendes de protecció oficial i 1530 m² de sostre comercial; a Llevant Mar de 11,7 ha, 237 habitatges i un equipament lúdico-comercial i 500 nous metres de passeig de mar i al Pla de Ponent, de 186 ha es construeixen 865 habitatges de promoció pública, 1.384 de lliure i diversos equipaments al voltant de la nova estació intermodal de RENFE i FGC, a més de la preservació d'espais paisatgístics.

Viladecans centra el seus plans de futur en el parc del Delta i en el Parc de Negocis. El parc del Delta, que comparteix amb altres municipis, té l'objectiu de recuperar el front litoral protegir-lo i integrar altres

activitats turístiques i de lleure, entre elles hotels, un golf i zones recreatives, culturals i docents. El parc de negocis serà una gran zona de creixement amb 500.000 m² construïts en el que es preveu un gran centre de noves tecnologies i de reunió d'empresa, administració i formació (Bitàgora), un gran espai verd (parc de la Marina) i un espai lúdic, comercial i residencial (Vilamarina).

El principal creixement residencial que preveu el Prat de Llobregat és l'Eixampla Nord, on es construeixen 4.000 habitatges per a primera residència.

3.1.4. La Costa del Maresme

Un altre espai en el que s'evidencia la tensió entre l'oci metropolità periurbà i l'extensió i intensificació del fet metropolità és el Maresme. De fet, les dinàmiques territorials és diferencien clarament entre la nord i el sud. La zona del baix Maresme, al sud, molt a prop de Barcelona, ha incrementat notablement la pressió immobiliària que ha afectat el caràcter recreatiu dels nuclis històrics com Sant Andreu de Llavaneres. De fet, amb l'obertura de quatre platges de Barcelona a l'entorn del Besós, aquest espai s'ha transformat en una àrea d'oci urbà (i no periurbà). Malgrat la pressió, algunes iniciatives intenten mantenir la identitat del territori amb la protecció dels espais agrícoles o forestals. Per contra, l'Alt Maresme, al nord és el resultat de tres tensions: la de les noves àrees (Santa Susanna) i les àrees madures del turisme tradicional; la tensió entre els usos turístics i els usos residencials, agrícoles i industrials afavorits per per la xarxa de comunicacions; i la tensió entre l'extensió de l'àrea metropolitana de Barcelona i la creació d'una nova centralitat intermèdia a l'entorn del curs baix de la Tordera.

Vilassar de Mar vol mantenir el 50% del seu terme municipal com a espai agrícola, tal com estableix el seu Pla General de 1999 tot i que només resta per créixer urbanísticament el sector de Les Pinedes. Amb l'aposta per un equilibri entre l'espai agrícola i l'urbà vol aconseguir dos objectius: per una part mantenir l'activitat relacionada amb els vivers de plantes com una de les activitats econòmiques més importants i conservar la identitat del poble davant un creixement massa gran de nous residents procedents de l'àrea metropolitana. A les Pinedes, a més dels 60 habitatges de promoció pública, i habitatges de promoció privada, els terrenys cedits per les promotores per a aprofitament mitjà es destinaran

a equipaments públics com el nou institut d'ensenyament secundari o la biblioteca pública.

Sant Andreu de Llavaneres, municipi pioner en acollir la segona residència de l'àrea metropolitana, veu com bona part dels habitatges de les seves 17 urbanitzacions passen a ser de residència habitual i ha de fer un esforç per dotar al municipi de serveis d'aigua, d'ensenyament, de cultura etc. Les normes subsidiàries de 1995 ja preveien un creixement de fins a 15.000 habitants, a un ritme d'increment de la població de 500 a l'any. Això mateix recull l'avanç del POUM (Jornet, Llop, Pastor Arq. SCP, 2005), però a diferència del planejament vigent, les previsions de la nova norma aposten per desclassificar els terrenys edificables de la part alta del municipi i convertir en urbanitzables l'àrea rural que hi ha al costat de la riera al nucli de la platja. Aquesta iniciativa entra en conflicte amb el PDUSC. L'ajuntament ha presentat una al·legació per poder desenvolupar urbanísticament l'espai que encara queda vora el mar però és conscient que si no s'aprova el recurs haurà de modificar substancialment l'avanç presentat.

Sant Vicenç de Montalt ha triplicat la seva població en els darrers 10 anys, però encara preveu incrementar en els propers anys un màxim de mil habitatges més, que és el que estableix el planejament. Això representa un augment important del parc de vivendes que ara està en les 3.000 unitats. Un cop assolit aquest nivell és dona per tancat el procés d'urbanització en nou sòl ja que de la cota 250 fins la 600 es suprimeix tota edificació i es demanarà que aquesta zona s'inclogui en el PEIN. També s'elimina com a sòl urbanitzable l'ampliació prevista del sector de Súper Maresme, es concentra l'edificabilitat de la Coma del Bou per eliminar superfície urbanitzable. El creixement es produirà en

espais intersticials, entre les urbanitzacions ja desenvolupades que sumen unes 41 ha edificables que s'aniran urbanitzant i en el sector del Sot del Camp on hi queda encara una bona part per desenvolupar. El sòl augmentarà en un 20% i entre aquest creixement, que representa unes 510 vivendes, i el que restava per desenvolupar del planejament de 1986 suma 1000 habitatges més. Això és almenys el que preveu el nou PUOM (Coromines, 2004) que en aquests moments està en fase de "suspensió", segons la Comissió d'Urbanisme de Barcelona, perquè el PDUSC l'afecta en gran mesura i cal esperar les resolucions a les causes presentades per l'ajuntament. Sant Vicenç, que ha basat els ingressos municipals en el creixement urbanístic, veu amb preocupació el relantiment d'aquesta activitat que ha permès finançar al municipi. Només el golf, que ocupa un 10% del seu territori municipal, ha aportat a les finances municipals 6.000€ i 20 parcel·les d'aprofitament mitjà, ja venudes per cobrir la riera del Gorg i construir el polisportiu. Ara però, a un ritme d'edificació de 100 habitatges a l'any, en 10 anys esgotarà aquesta font d'ingressos i haurà de donar serveis a més població.

Caldes d'Estrac ja fa anys que té el terme municipal esgotat per a més edificacions. Les iniciatives municipals es destinen a canvis de qualificació i rehabilitació d'espais existents. En aquest sentit, l'acció que destaca més és la reconversió del vell hotel Colon, a primera línia de mar, en un centre de thalassoteràpia modern i en la reurbanització del passeig de mar i la seva conversió en zona de vianants.

Arenys de Mar està en fase de redacció del nou POUM que té com a objectiu no augmentar el creixement per sobre dels 18.000 habitants que ja preveu el planejament vigent de 1984. També proposa condensar i integrar les urbanitzacions que cada vegada són més de

primera residència, protegir la zona agrícola i construir una ronda per millorar la circulació. A la zona costanera es desclassificarà el sòl que ocupen dos càmpings i que, abans de la publicació de PDUSC podia ser urbanitzat amb residència i apartaments. L'altre càmping que tenia la població ja s'està urbanitzant.

Canet de Mar ha començat a créixer urbanísticament des de l'any 1996, amb l'entrada en funcionament de l'autopista. El primer a desenvolupar-se va ser el pla parcial Els Salats, promogut per l'Incasol, i a partir d'aquí, s'ha crescut fins arribar a una capacitat edificada per a 20.000 persones, tot i que n'hi ha 12.000 de censades. En aquests moments s'estan construint 150 habitatges a la Ronda del Anglesos i unes 150 vivendes unifamiliars a prop del Santuari. Les normes de l'any 1992 permeten una ocupació de 30.000 persones i no es pensen revisar fins que el desenvolupament urbanístic s'acosti a aquestes dades. Un sostre edificatori que ara cal contemplar a la baixa, per què a l'igual que el municipi veí d'Arenys, la zona de la platja, ocupada també per càmpings, està afectada pel PDUSC. Només un d'ells, *La Llave*, ha començat a urbanitzar-se després de l'entrada en vigor del PDUSC.

Sant Pol de Mar, que actualment té 4.500 habitants no preveu créixer per sobre dels 7000 habitants un cop s'hagi desenvolupat tota la planificació vigent. L'any 1998 es va desenvolupar la urbanització els Garrofers que va augmentar la capacitat d'habitatge en 1.700 persones, i pels propers anys es preveu aprovar plans parcials per augmentar 1300 persones i deixar el creixement urbanístic per finalitzat. Tot i que part de les segones residències passen a primeres, es preveu que la major part de les properes construccions encara es dediquin a

habitatges turístics i que només restin de moment com a primeres les 250 de protecció oficial que ha de construir-se.

Calella ha aprovat un PUOM (Coromines, 2005) que atura l'expansió urbanística del territori: no classifica més sòl del que ja existia a les normes subsidiàries anteriors, llevat d'una petita part de sòl no urbanitzable que s'incorpora al PMU-8 el Raig, i per contra desclassifica més de 400 parcel·les de la macroubanització de Can Carreres que no s'havien desenvolupat. A les zones de nou creixement –SUD 1 Camí Fondo, SUD 2 el Raig, SUD-4 Riera Capastre Central i SUD 5 Sant Quirze- el pla obliga a reservar un 20% del sòl per a usos hotelers. D'aquesta manera es preveu crear 1.600 places hoteleres noves de 3 i 4 estrelles.

El futur urbanístic de Pineda de Mar es centre en l'opció que es prengui en la definició del Pla Parcial 1, conegut també com a Pineda Centre, una extensió de 28 ha al bell mig del poble, entre Pineda Centre i Poblenou on segons la redacció actual s'hi pot arribar a construir fins a 2.000 vivendes, a més de zones comercials, hoteleres, equipaments municipals i espais verds. La proposta actual està en tramitació però es troba afectada pel PDUSC. Mentre no es resol l'afectació, l'ajuntament, davant la pressió veïnal i el descontent general amb aquesta redacció, ha encarregat un estudi a la Universitat Politècnica de Barcelona que ha de tenir en compte les següents premisses: que faci la funció de centre de la ciutat, assegurar una bona comunicació amb la resta del municipi, conservar la riera i contenir importants zones verdes i que garanteixi equipaments pels milers de persones que han de viure-hi.

L'Ajuntament de Santa Susanna, tal com expliquem més endavant, ha modificat la qualificació de sòl residencial de diversos espais per passar-la a hotelera, donada la demanda que hi havia per a la construcció d'hotels. Ara, en els estudis previs que està realitzant per modificar la normativa urbanística, es manifesta la intenció de qualificar com a hotelera una àmplia zona de sòl agrícola que es troba a segona línia, darrera una de les zones hoteleres actuals. Tot i no estar a primera línia, aquesta zona es troba afectada pel PDUSC. Davant això, l'ajuntament vol presentar recurs per poder ampliar de la seva planta hotelera a aquesta segona línia.

Malgrat de Mar ha aprovat provisionalment una redacció del PUOM en la que dues terceres parts del nucli urbà es qualifiquen com a sòl no urbanitzable (Fernández i Cels, 2004). Bona part d'aquesta classificació l'ocupa la zona agrícola del Pla de Pineda que es vol protegir i l'altra la zona deltiaca de la Tordera. Es renuncia, per tant, a l'ús residencial i turístic d'aquests espais tot i l'interès que tenen per a implantacions hoteleres i de càmpings. El creixement de la urbanització és mínim i es permetrà augmentar la zona industrial per les demandes de nous terrenys.

3.1.5 La Costa Brava

La Costa Brava és un espai complex, determinat per forces diverses: etapes de creixement, gran ocupació del litoral, governança... La suma d'aquests factors explica el plantejament urbanístic dels municipis, relativament plural, tot i que s'intueixen algunes dinàmiques majoritàries: una tendència tímida en alguns casos i més decidida en altres, a la limitació del creixement, i fins i tot la reducció de la superfície urbanitzable, una tendència a la creació d'espais urbans de forta centralitat; i una voluntat de cosir el territori amb l'ocupació, total o parcial dels espais intersticials que havia creat un model de creixement fragmentat. Tot i aquest model bàsic de gestió urbanística, constatem varis municipis que creen dinàmiques de creixement superiors a les previsions dels plans aprovats a la dècada dels 80.

Blanes es va desenvolupant com una ciutat mitjana que ha d'arribar als 60.000 habitants a mitjà termini. Tot i que la redacció d'un nou Pla General que ha de substituir el de 1981 ha aturat alguns grans projectes, la construcció de residències manté una mitjana de 1.000 habitants l'any des de finals de la dècada dels 90. Els plans parcials Valdoreig i el Costa Brava, que s'estan executant, aporten 1.000 nous habitatges a la ciutat, i les previsions són esgotar la capacitat de fins a 50.000 habitants que preveu l'anterior pla. Pel que fa a la nova revisió, es treballa amb la hipòtesi de fer de Blanes un ciutat per a 60.000 persones, amb tots els serveis que això comporta. La nova direcció municipal de Blanes ha deixat en estudi la construcció del centre lúdic Illa de Blanes (o Illa Isozaki), ha desestimat la construcció d'una zona hotelera a la riba de la Tordera fins a la carretera de Malgrat, un espai

ocupat actualment per càmping i zones esportives, i ha descartat l'edificació de Pinya de Rosa, una zona d'alt valor ecològic i ambiental.

Lloret de Mar va ser el primer municipi de la Costa Brava que va elaborar una agenda 21 davant les alarmes que varen sonar quan els turoperadors anunciaven que no continuarien treballant amb Lloret si no s'ajustava als paràmetres de sostenibilitat que demandes els turistes europeus. Més endavant, la pressió ciutadana es va fer sentir quan es va arribar a una població de 17.000 habitants i es continuava creixent, amb la possibilitat de doblar aquesta població en pocs anys. La primera resposta municipal va ser la suspensió temporal de l'otorgament de llicències d'obres de tres urbanitzacions: Cala Banys de 5,8 ha de sòl urbanitzable, Cala Marcona de 46 ha de sòl urbanitzable no programat, i Sant Quirze, de 32,7. Una altra resposta ha sigut l'inici de l'elaboració del nou POUM que té com a un dels objectius principals revisar a la baixa el creixement urbanístic residencial de Lloret per adaptar-lo a criteris de sostenibilitat ambiental (Roca, 2003). Altres intencions que es detallen quant al creixement són aturar l'edificació al sector de Les Masies de Lloret, potenciar una nova implantació hotelera integrada en el paisatge, i rehabilitar el centre històric.

La revisió del Pla General de Tossa aprovada inicialment el març del 2005 preveu un creixement moderat de la urbanització i la població que situaria aquest municipi als 7000 habitants el 2015, 2000 més que actualment. Segons l'empresa redactora del pla, BCPN SL es calcula que s'haurà de destinar a aquest creixement 90.000 m² de sostre repartits en 900 habitatges. Cal destacar que a Tossa en els darrers anys s'han posat al mercat 400 vivendes més a conseqüència del desenvolupament urbanístic del Pla Avinguda Puerto Rico, un espai situat a l'entrada del

poble per la carretera de Llagostera, on també s'hi ha construït un nou hotel. Tot i aquest creixement, es preveu acotar l'espai a urbanitzar i potenciar les rehabilitacions d'habitatges i la intensificació de l'edificabilitat, com a les zones de xalets, abans d'ocupar nous espais. En aquest sentit, a les zones de ciutat jardí, es permetrà edificar dos habitatges a les parcel·les on abans se'n permetia un si aquests no tenen una grandària de més 150 m². El pla també preveu convertir la platja i la riera en els eixos vertebradors del poble, creant un passeig de mar nou, convertint la riera en una zona verda i eliminant els espais d'aparcament que a l'estiu s'habiliten en plena platja. Dos plans especials específics ordenaran aquestes zones.

Santa Cristina d'Aro te encara un potencial de creixement important tot i que les normes subsidiàries de 1989 varen rebaixar el sostre constructiu. La immensa zona edificada de les seves 12 urbanitzacions i el seu nucli urbà, que ara acull a uns 4000 habitatges, encara es pot doblar.

Tot i que Sant Feliu de Guíxols és un dels municipis que més ha crescut en els darrers anys, fins a arribar l'any 2001 a la construcció de 20 habitatges per cada mil habitants, la revisió del Pla General aprovada inicialment el gener de 2005 proposa créixer 3.091 habitatges més. Això significa incrementar un 17% el nombre d'habitatges que encara permetia el pla de 1985 i passar el conjunt de sòl urbà i urbanitzable de 554,5 ha a 568,2. No és un pla de contenció de la urbanització. Es programen com a mínim 107.000 m² de sostre nou –sense comptar per tant els vials- en territori fins ara no urbanitzable. Bona part d'aquest creixement ja es va estimular amb l'obertura de Ronda de Ponent. A aquesta zona la revisió del Pla General hi preveu un dels màxims creixements que es concentraria a ponent, als sectors SUD-6.1 Gaziol,

SUD-6.2 Mas Gras, SUD-7 Bujonis Residencial / Mas Balmanya Sud i SUD-8 Enamorats). L'altre pol de creixement el trobem al nord del municipi, als sectors relacionats amb les Parc de les Bateries SUD-1 Cubells, SUD-2 Mas Cabanyes Nord, SUD-3 Sant Pol més Lluny, SUD-4 Vinya Miomi, SUD-5 Santa Júlia / Mas Cabanyes Sud). Queden també per desenvolupar sòls de millora urbana amb un sostre edificable considerable com SMU-16 Cala Sans amb 73167 m², SMU-2 Quatre Arbres i SMU-3 Bujonis Nord amb 26148 i 38757 respectivament, SMU-13 Puig de la Rúpia amb 25778 i SMU-11 Mascanada Ponent 25237. A més del creixement d'habitatges el PUOM generarà 86.329 m² de sostre específicament destinat a activitats econòmiques integrades en el nucli urbà i 106.643 m² de sostre destinat a activitats econòmiques periurbanes

Castell-Platja d'Aro no ha fet cap redacció nova del Pla General perquè l'any 1997 va aprovar el document *Objectius, criteris i solucions generals per a la modificació del Pla General vigent*, (Equip BCpn SL, 1998) i que tenia com a objectiu millorar i augmentar la qualitat ambiental i l'atractiu turístic. A partir d'aquí es varen projectar cinc grans desenvolupaments urbanístics i es varen redefinir i adaptar alguns criteris del Pla General. Aquests grans projectes urbanístics afecten el Port d'Aro, la zona de Castell d'Aro i la rambla de Castell del que en parlem al capítol de la hiperrealitat, la zona de la Bòbila que s'ha convertir en la zona lúdico-comercial del Parc d'Aro, el parc central que implica la construcció d'un llac artificial en una zona gran zona verda de 13 ha, i el pla parcial *Les escoles dels Estanys*. Aquest darrer pla és un gran projecte que ha començat a desenvolupar-se el 2005 i que inclou la construcció de 726 vivendes unifamiliars i en apartaments d'alta qualitat amb vocació de ser primeres residències. A més d'aquesta zona residencial que ocuparà, a

grans trets 70000 m², hi haurà una zona comercial de 10000 m² i una superfície igual es vol destinar a zona hotelera. El pla dels Estanys que envolta la zona comercial i hotelera tradicional de Platja d'Aro, vol donar un referent de qualitat residencial a la població i intentar augmentar el nombre de primers residents.

A Calonge, fins ara només s'ha construït el 50% del sostre edificable que permeten els plans parcials de les urbanitzacions. Un cop desenvolupats tots, la població de Calonge pujaria a 400.000 persones. És per això que els serveis tècnics municipals han elaborat un ampli *Informe sobre l'estat del desenvolupament de les unitats d'actuació en sòl urbà* que defineix la situació de les 28 urbanitzacions que hi ha al terme municipal. Amb aquest informe, es pretén, a base de pactes, reduir el sòl edificable, cosa que ja s'ha aconseguit parcialment. Cal tenir en compte que a aquesta població hi ha diverses urbanitzacions que ocupen més de 100 ha als contraforts marítims de les Gavarres, com el Vescomtat de Cabanyes-Más Ambrós amb 218 o el Comptat Sant Jordi-Puig Ronquil-Castell Madelaine amb 160. Per altra part, el nucli urbà de Sant Antoni ja té 120 ha urbanitzables, quasi bé totes desenvolupades.

EGI sl, (2004) preveu un important increment de la zona urbanitzable en la propera revisió del planejament de Palamós. Aquest creixement se centrarà a una àrea d'unes 30 ha, anomenada Paratge Eixample, que forma un triangle entre la riera Aubi, el camp de futbol i el camí de la Font. Per altra banda, a part de la desclassificació del paratge de Castell, del que en parlem en el següent apartat, no es preveu la desclassificació de cap altra zona.

Mont-ras encara preveu créixer un 35% en nombre d'habitatges, majoritàriament en edificis de planta i pis i per a primera residència, segons el que permeten les normes subsidiàries de 1990. Aquestes es revisaran per poder justificar el creixement de 50.000 m² de sòl que aportarà la construcció de la zona lúdica comercial *Mont-ras Park* que es situarà al bell mig del poble, al voltants de la carretera C-31 que en port es soterrarà.

El Pla General del 1983 de Palafrugell encara permet construir 2.500 habitatges més de les que hi ha actualment. En la revisió que es preveu presentar al primer trimestre de 2005, es vol ampliar en 2.500 habitatges el creixement. Segons les intencions municipals aquest creixement ha de ser en habitatges de primera residència situats principalment al voltant del nucli de Palafrugell. Als sectors de Calella, Llafranc i Tamariu no es posarà més sòl a disposició de la urbanització. Amb aquest creixement de 5000 habitatges es vol equilibrar el parc de vivendes, disminuint el pes dels habitatges turístics. En aquests moments de les 15.216 vivendes que hi ha, segons el cens del 2001, 6.568 són de primera residència i 8648 de segona.

El PUOM 2003 de Begur desclassifica 120 hectàrees de sòl urbanitzable. El sòl no urbanitzable previst en el Pla General Municipal d'Ordenació de l'any 1989 era de 1.133 hectàrees i ara és de 1.234 (Interlands, 2003). Aquest sòl que ha passat no edificable prové d'espais de les urbanitzacions qualificats en el pla de 1989 com Sòl Urbanitzable No Programat, i que fins el moment no s'han desenvolupat. Això i les deficiències que encara mantenen algunes urbanitzacions ha permès recuperar aquest sòl sense cost per l'Ajuntament.

L'Ajuntament de Pals es proposa aturar el creixement de la implantació de les segones residències, que ara representen el 50% de la planta d'habitatges i promoure la residència al nucli urbà. Aquest són dos dels paràmetres de què parteix el PUOM que s'està elaborant i que ha de definir també què fer amb urbanitzacions com Mas Tomasí i la conversió de masies amb gran valor arquitectònic en hotels de luxe.

La revisió del Pla General Torroella de Montgrí aprovada l'any 1998 ha permès ajustar el creixement que preveia l'anterior pla de 1983 regulant els models de construcció excessiva que agredien el territori. Entre altres coses, s'han desclassificat 60.000 m² edificables a primera línia i 160.000 a segona a la zona de la Pletera i s'ha reduït l'edificació a l'urbanització de Torre Gran i a la Cala Montgó.

A més de desclassificar sòl urbà, el nou pla de Torroella (Pié, 2002) planteja altres actuacions per un desenvolupament sostenible com són el creixement en taca d'oli al voltant dels eixos de comunicacions entre els dos centres del municipi i la preservació dels terrenys de la costa i les zones elevades de construccions que agredeixen la imatge paisatgística global de la zona.

L'Escala és un dels municipis més urbanitzats del litoral català. Els responsables municipals saben que un cop esgotat el nou sòl urbanitzable ja no hi haurà possibilitat d'expandir-lo més. Compten però, que hi ha centenars de vivendes de segona residència de poca qualitat, construïdes a principis dels anys 70 en paratges privilegiats que, derruint-les o rehabilitant-les poden donar pas a noves residències. Els espais que queden per edificar poden encabir encara uns 1.000 habitatges; 180 d'aquestes seran per a primera residència, en propietat o lloguer al pla

parcial que projecta INCASOL a Closa del Llop, 550 més es construiran a dos sòls urbanitzables programats, 200 a un sòl en tramitació i un petit nombre d'habitatges més a bosses disperses de sòl no programat que es pot desenvolupar. Fins fa poc, l'Escala encara podia créixer en 300 vivendes més i un hotel, al voltant d'un camp de golf a la zona de Vilanera que ha decidit no tirar-se endavant.

Sant Pere Pescador va redactar el PGOU (CCRS, 2001) amb la intenció de mantenir i protegir la zona agrícola i contenir el creixement de les infraestructures turístiques. S'ha permès l'ampliació dels càmpings segons uns barems i s'han protegit els espais agrícoles des de la Carretera de l'Armentera i la de Castelló d'Empúries a la platja. Tota aquesta àmplia zona, que ocupa gairebé la meitat del terme municipal s'ha protegit de qualsevol tipus d'urbanització amb la figura urbanística de "Zona d'Especial Protecció Agrícola". S'han passat algunes zones petites al costat del nucli urbà de Sòl no Urbanitzable a Urbanitzable, com el Clos d'en Mengol i s'ha creat una petita zona industrial. La protecció de tota la zona agrícola ha desactivat la construcció d'una gran urbanització al costat i a darrera del càmping Aquarius. Fa uns anys, aquesta zona agrícola es volia classificar com a urbanitzable després de construir una ampliació del passeig de mar. El que no es va desclassificar en el nou pla és la zona de la Unitat d'Actuació de Fluvià Nàutic, anomenat també, Marina Fluvià. Una zona que des de l'ajuntament es desenvolupa urbanísticament i que per pressió popular s'ha desclassificat, tal com expliquem més endavant.

130,27 ha més, de les que el 60% (113 ha) es destina a eixamples urbans, el 25% (49 ha) a usos nàutics, hotelers, lúdics i turístics i el 16% (30 ha) a usos industrials.

Roses, abans de redactar el nou PUOM, ha tramitat una revisió del sòl urbanitzable (CCRS Arquitectes, 2005) que entre altres coses ha desclassificat una zona amb molta pendent i un fort impacte visual, la UP9, i ha passat de residencial a zona d'usos turístics i hotelers diversos espais en els que es preveu es pugui edificar uns 12 o 13 hotels. A més d'això també ha desclassificat la UA 26, entre Canyelles Petites i Almadrava. En la primera revisió del Pla General no preveu reduir l'edificabilitat a algunes zones i no augmentar la zona edificable.

L'Ajuntament de Cadaqués vol contenir el creixement tant de visitants com de d'edificacions per no desvirtuar el seu medi natural, social i paisatgístic. Les noves propostes de planificació volen allunyar més els cotxes de visitants del nucli urbà amb aparcament disuasoris i mantenir l'actual trama urbana.

El Port de la Selva ha revisat per segona vegada el seu Pla General. El seu POUM preveu augmentar mínimament el sòl urbanitzable modificant alguns polígons i lliurar d'edificacions el front de mar. El creixement s'expandeix per la carretera de Cadaqués, a una densitat de 40 habitatges per hectàrea i a la de Llança amb una densitat més baixa de 9 habitatges per hectàrea. Una de les accions que preveu és enderrocar l'hostal Arola, que després d'aprovar el pla és un volum disconforme i es pot expropiar, i la zona de càmping Arola que estan a primera de línia de mar. També preveu que la zona edificable que hi ha al voltant d'aquests establiments quedi protegida. Per això s'ha arribat a un pacte

amb els propietaris dels terrenys per permutar l'edificació a uns terrenys més cap a l'interior que eren no urbanitzables.

A Llançà el nou Pla General d'Ordenació Urbana preveu un creixement important de la capacitat de primeres i segones residències fins arribar a una capacitat de 46.872 persones (Fina, 2002). 5.500 d'aquestes places residencials sorgeixen de la classificació com a urbanitzable d'una àmplia zona, entre el nou vial de connexió i la part urbana actual, abans qualificada com a rural. Una altra part d'aquest creixement es preveu a la zona entre la carretera de Port Bou i la via del tren, que es reservarà més a segona residència, i de l'ampliació de la zona urbanitzable des de l'avinguda Mestral cap a l'interior, a les dues bandes de la riera Valleta. En aquests moments, es preveu que Llançà pot acollir unes 35.000 persones. Els habitants censats no arriben a 5.000. L'INCASOL, ha adquirit alguns terrenys de la zona de l'eix de circumval·lació, en presió a un futur desenvolupament.

Colera tenia previst revisar el Pla General abans d'acabar a legislatura 1999-2003, i crear 4 zones noves que duplicarien la zona edificable: un polígon per a magatzems i serveis complementaris del port esportiu, al costat de la depuradora, una zona hotelera amb edificacions de planta i dos pisos a la part interior de la vila, una zona d'esbarjo amb bars i diversos equipaments a la zona de la Murtra, i una nova urbanització al sector de la pineda amb parcel·les de 1.000 m² i vistes al mar. El canvi de govern municipal, amb un equip que no vol un creixement tan intens i el Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner, que ha afectat a la pràctica totalitat del desenvolupament que pretenia l'anterior consistori, ha limitat molt la urbanització de Colera. Tot i amb això, encara queden solars buits al casc urbà i a les urbanitzacions ja desenvolupades que

permeten la construcció de vivendes de segona residència a un ritme d'unes vint-i-cinc a l'any.

Port Bou creu que el creixement urbanístic és la solució a la regressió econòmica i social que pateix el municipi des de l'any 1990, per això compta amb l'entrada en funcionament del tram de la carretera N-260 que enllaça amb Colera per atraure als inversors i als particulars. Segons el Ministerio de Fomento, abans de l'estiu del 2005, s'obrirà el túnel i el nou tram. Una de les màximes aspiracions de l'Ajuntament és la urbanització del Barri Sec, una zona a primera línia de mar, on les normes subsidiàries, que la denominada SAU 16, hi preveuen la construcció d'entre 130 i 150 vivendes en planta i dos pisos, en parcel·les d'entre 200 i 400 metres quadrats. De moment, aquesta promoció destinada a la segona residència està aturada pel PDUSC, però l'ajuntament espera arribar a un tracte a la Generalitat per desafectar-la, almenys en part. Les altres dues urbanitzacions afectades en principi, el sector 15, a l'entrada del poble, i el 17 al costat del camp de futbol, ja es poden tirar endavant. Des del consistori, però, es vol pactar un augment de la densitat de 15 habitatges per ha que marca el Pla General del 1986, perquè creu que en aquests moments la demanda es dirigeix cap a habitatges més petits.

3.1.6. Conclusions

L'estudi dels diversos plans (previstos, anul·lats, anunciats, aprovats, o executats) dibuixa com afirma Vicente (1998) els discursos territorials inherents. Els plans poden ser considerats com l'expressió material de la ciutat imaginada i alhora com el subtil resultat de les tensions entre agents implicats. Per això la cartografia que dibuixa no és unànime, sinó que fixa més dinàmiques heterogènies, que s'expliquen per molts factors; les condicions ambientals i territorials, la governança, les dinàmiques precedents, els efectes territorials de les de les activitats veïnes... Tot i això, podem detectar algunes regularitats bàsiques:

1. A grans trets, la planificació urbanística d'aquesta dècada es caracteritza per una certa contenció, una tendència a fixar els límits del creixement de població i les fites que marquen el llinar màxim de creixement urbanístic. En alguns casos s'accepten o es corregeixen lleugerament les cotes dels plans dels 80; en altres, fins i tot, es desclassifiquen terrenys urbanitzables més o menys sensibles. Les excepcions, però, són molt freqüents. En alguns casos es tracta de noves àrees amb una ocupació més feble i unes expectatives de creixement notables; en altres, els vells espais madurs intenten esgotar la capacitat de creixement.
2. Els plans tenen un important component de rehabilitació o estructuració del paisatge urbà. No es tracta tant d'un exercici de recuperació dels espais naturals, sinó d'un procés de coherència territorial: ocupació dels espais intersticials, de trasllat d'àrees i de compactacions, reorganització de les trames urbanes a partir de densitats decreixents... S'engega una mena de partida de *Tetris* al

territori que intenta encaixar les peces en un paisatge urbà, no necessàriament més estètic, però possiblement més coherent.

3. L'espai litoral es consolida com un espai d'atracció residencial i d'activitats terciàries. La major dels plans creen nuclis compactes, dotats de serveis i amb expectatives de creixement de la població que sovint es descompta del possible creixement de la segona residència. Existeix per tant una de *desturistificació* i l'assumpció de la funció residencial i terciària que jugaran un pes rellevant en les dinàmiques territorials de Catalunya. Aquest procés s'explica bé per l'extensió del fet metropolità més enllà dels seus límits territorials, en un paisatge postmodern de parcs d'oci, *shopping malls*, ciutats del coneixement o tecnovilles, bé per la creació de noves centralitats en les àrees perifèriques, que basen la seva capacitat d'atracció econòmica en les bones condicions de vida.

4. Al marge de les restriccions municipals, les directrius generals acoten notablement la capacitat de creixement. A l'efecte de delimitació del PEIN, cal afegir ara, un nou element que farà modificar els plantejaments de molts ajuntaments del litoral català. És el Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner, que afecta a 23.500 hectàrees del litoral català en els primers 500 metres respecte la línia de la costa que no havien sofert un procés de transformació urbanística. D'aquest total, 7.050 ha són espai PEIN i 16.500 sòl urbanitzable costaner amb diferents nivells de protecció. Hi ha 1.000 ha més que el pla recomana passar a no urbanitzable però deixa a la decisió als ajuntament respectius. Ara, a partir de la seva aprovació el maig del 2005, els ajuntaments afectats que hem anat anomenant, tenen 6 mesos per

adaptar el seu planejament urbanístic a la nova norma. Aquesta consolidació del no urbanitzable obre un nou procés territorial, que és la connexió entre la trama urbana tradicional i els espais naturals protegits.

5. Molts dels plans expliciten una voluntat de recuperar o dinamitzar la planta hotelera. Per això són infreqüents les operacions de catalogació com a ús hotelier d'un habitatge, una pastilla o tot una figura de planejament derivat. Alguns municipis fan de la creació d'un complex hotelier el seu argument de creixement de futur. Per contra es tendeix a reduir les possibilitats de creixement dels habitatges turístics i fomenta el pas de la segona a la primera residència.

6. El **projecte** juga un paper central en molts plans. Nombroses localitats del litoral català han construït un discurs territorial nou, que necessita la creació de complexos diversos que actuïn com a l'**espacialització** del dinamisme, l'àncora que fixa el nom del model territorial i urbà. Aquests projectes poden fer esment a elements turístics, culturals, urbanístics o naturals.

Todos sabemos que el turismo genera empleo, y que la construcción también. (...).

Con esta moratoria se creará más paro, y el país no se lo puede permitir. En Baleares aún hay muchas zonas desaprovechadas: zonas agrícolas, fincas rústicas, espacios despoblados, bosques, zonas abruptas, calas inaccesibles, islotes desiertos, y sí, que están muy bien!, pero que son improductivos, y lo que se tiene que hacer es construir, generar riqueza, crear empleos... Todavía se pueden hacer muchas cosas: pisos, urbanizaciones, campos de golf, puertos, autopistas, grandes áreas comerciales, hoteles, industrias, "port aventuras", parques acuáticos, auditorios, complejos lúdicos, circuito de carreras, centrales eléctricas, aparcamientos, etc., etc., etc. Eso sí, lo que se construya, respetando a las personas y el medio ambiente (...).

Lucio Rodríguez

La Vanguardia, 25 de juliol del 2001. Cartes al director

3.2. L'estratègia de la sostenibilitat

Sembla un contrasentit voler aplicar criteris de sostenibilitat a espais on el desenvolupament turístic tradicional ha provocat un creixement extensiu, en el que la prioritat bàsica era obtenir el màxim benefici a curt termini, incrementant constantment el número de places, primer hoteleres i després d'habitatges i creant nous equipaments turístics, independentment de la capacitat d'acollida del territori. Aquest tipus de creixement ha donat com a resultat un territori amb greus problemes en la qualitat ambiental i paisatgística, i una oferta homogènia i

estandarditzada, que poc té a veure amb la cultura i les tradicions locals. En el marc d'aquest model insostenible, que ha perdurat quatre dècades, era impensable introduir criteris mediambientalistes o una oferta singular que posés en valor els trets socio-culturals dels municipis catalans.

Arribats els anys 90, aquests municipis, entren en un nou escenari imposat per l'evidència que aquest model no pot continuar per les contradiccions internes que comporta. Així es comencen a plantejar els models de desenvolupament sostenible que procuren conciliar el creixement econòmic, la justícia social i la gestió eficient dels recursos naturals. El principal aliat d'aquesta estratègia és el municipi balear de Calvià. A principis dels 90, va aconseguir un ajut del Pla d'Excel·lència i va iniciar un procés de reconversió del model turístic basat en criteris de sostenibilitat: eficiència del sistema del transport, gestió eficient dels recursos naturals, adequació de les zones verdes amb espècies locals, limitació del creixement, integració dels espais naturals en l'oferta turística... Però sens dubte, el principal "impacte" de l'operació ha estat el procés esponjament. La voladura de l'hotel Magalluf (seguit d'una dotzena més) ha estat el principal emblema de la reconversió turística de Calvià. Des de l'any 1998, aquest municipi disposa de deu línies d'actuació i quaranta programes mediambientals, consensuats en el Forum Assessor dels Ciutadans; un organisme que sorgeix a partir de l'aprovació l'any 1991 de l'estratègia *Calvià Agenda Local 21* (<http://www.calvia.com/cat/media/pdf/agl21/agl21.pdf>).

En sentit estricte, però, no existeix un turisme sostenible, sinó que haurem de parlar del paper del turisme en el desenvolupament sostenible d'un espai. Els criteris de sostenibilitat han d'integrar el conjunt de factors socials, econòmics i ambientals que interactuen en un territori. Per tant,

podem dir que les estratègies de sostenibilitat no són un model tancat, sinó obertes i flexibles. Alguns autors han fet esforços per conceptualitzar el model de turisme sostenible. Fraguell (1998) proposa una interpretació basada en set criteris: planificat, integrat, obert, dimensionat (en el temps i en l'espai), participatiu, durador i viable.

En sentit ampli, podríem considerar tres estratègies turístiques sostenibles:

- 1 La major part de les iniciatives turístiques litorals que es consideren sostenibles han posat accent en la reducció de l'impacte sobre el territori, especialment a partir de la limitació del creixement en àrees sensibles. Es tracta, en part, d'iniciatives vinculades amb el planejament. Les formes que pot prendre aquesta limitació són la previsió de creixements tous, la preservació de determinades àrees, la desclassificació de sòl urbanitzable o la restitució d'espais construïts.
- 2 En segons lloc, podem considerar que les estratègies sostenibles integren els elements identitaris (patrimoni natural o cultural) en l'oferta turística: s'intenta reorientar la mirada turística cap als elements del territori que configuren la identitat del lloc. En aquest cas, a diferència del model anterior, assistim a un redfinició (parcial o general) del model turístic. D'altra banda, la condició de sostenible no es garanteix perquè "la matèria primera" de l'experiència turística sigui la identitat. La geografia del turisme està atapeïda de destinacions turístiques en espais naturals, en les que el procés de desenvolupament és obertament insostenible.
- 3 Finalment, algunes iniciatives intenten aplicar una concepció més integral de la sostenibilitat, que intenta minimitzar els desequilibris ambientals generats per una activitat econòmica: reducció dels residus, millora del reciclatge, reducció del consum d'aigua... En

aquest cas, les estratègies no es diferencien en excés de les polítiques sostenibles d'altres espais urbans o industrials. De fet, a l'experiència portada a terme a les Illes Balears (La mesura de la sostenibilitat de les Illes Balears, 2003), un dels exemples més coneguts de sostenibilitat turística, els indicadors combinen variables relacionades amb la pressió immobiliària, (índex de pressió humana, canvis d'usos del sòl, edificació...), variables vinculades amb la transformació del model turístic (índex de saturació turística, freqüentació Espais Natural Protegits (ENP), evolució de la superfície d'ENP), i variables ambientals (consum d'aigua, balanç hídric, emissions de CO₂, producció de residus...)

3.2.1. La descassificació del sòl urbà

Si alguna imatge ha de simbolitzar el canvi de la gestió turística del litoral, segurament aquesta seria la destrucció de l'hotel Magalluf de Calvià. El creixement urbanístic negatiu és, possiblement, la metàfora més eloqüent dels primers símptomes d'una concepció alternativa de la gestió del litoral. La destrucció d'edificis, com el cas també de Fluvianàutic, a l'Alt Empordà, és una anècdota, però la classificació de sòls urbanitzables (o fins i tot urbans) ha assolit una certa reputació a la costa catalana.

En aquest sentit, després de dècades de creixement urbanístic continuat a la costa, a alguns municipis s'ha limitat el creixement que permetia els seu planejament i s'ha desclassificat sòl urbà. Aquesta opció s'ha pres per dos motius principals. En un grup de casos, els municipis han propiciat ells mateixos la desclassificació per ajustar en la mesura del possible el creixement a la capacitat de càrrega del municipi o bé per augmentar la qualitat turística i paisatgística d'espais emblemàtics, especialment a primera línia de mar. En aquests casos els ajuntaments s'han servit de mecanismes com aprofitar les revisions del planejament per qualificar com a No Urbanitzable (SNU) el Sòl Urbanitzable No Programat (SUNP) que no es va arribar a desenvolupar en els temps de vigència del pla o les compensacions a través de convenis urbanístics amb els promotors.

Altres municipis han desclassificat sòl més per pressions alienes, de la ciutadania, les d'entitats ecologistes o la intervenció de l'administració superior, especialment el Departament de Medi Ambient, que com una

opció prevista des del govern municipal. Això ha fet que en alguns casos el procés de desclassificació comportés aturar bruscament processos d'urbanització ja iniciats, que es demanin fortes indemnitzacions a l'administració i que la protecció del medi entri en via morta ja que no es troba sortida satisfactòria per a totes les parts. En altres casos l'administració o les entitats ciutadanes han pogut trobar una sortida legal que dona cobertura a les seves demandes. Una nova eina, que en principi es presenta molt efectiva per aturar el creixement en sòls urbanitzables no programats i no urbanitzables és Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner.

Analitzarem per separat els dos grups de casos, els que es preveuen des de l'administració i les que s'improvisen per donar resposta a pressions de la societat.

3.2.1.1. Les iniciatives de desclassificació

Torroella de Montgrí amb el seu projecte de desclassificació dels terrenys urbanitzables a primera línia de mar a la zona de la Pletera, va servir d'exemple a molts municipis a l'hora de plantejar-se la difícil tasca de limitar el creixement urbanístic, en llocs on ja està avalat per la legislació. La desclassificació d'aquest espai s'ha portat a terme amb l'ajuda del Ministerio de Medio Ambiente que ha modificat la línia de la Zona Marítimo Terrestre i es farà càrrec de tractar amb els propietaris afectats. D'altra manera potser no hagués estat possible ja que la urbanització d'aquest espai estava ja molt consolidada, amb les obres del passeig de mar ja iniciades. Aquest procés es va acompanyar d'una forta operació ambiental a l'entorn de la desembocadura del riu Ter, que comentarem més endavant, i que dóna sentit a la desqualificació.



Imatge 3.4. Zona de la Pletera que s'ha desclassificat amb el Ter a primer pla. Font: Ajuntament de Torroella de Montgrí.

En un procés que ha durat uns deu anys, l'ajuntament de Vila-seca, amb la participació la Generalitat i el Ministeri de Medi Ambient ha aconseguit desurbanitzar les 2,5 ha del Pinar d'en Perruquet, que està a primera línia de mar a la Pineda. La Generalitat i el Ministeri es varen encarregar de recuperar els terrenys que ocupa el passeig de mar. L'ajuntament, per la seva part, mitjançant expropiacions i adquisicions d'uns terrenys que anteriorment eren edificables, ha pogut finalment fer-se amb la propietat de tot l'espai i consolidar el projecte del parc, situat immediatament després del passeig. Al llarg d'aquest temps s'han enderrocat petits locals, vivendes i altres equipaments que hi havia a la zona. El cost per l'ajuntament, ha sigut d'uns 5 milions d'euros, entre compensacions amb terrenys alternatius, compres i, en pocs casos, expropiacions. El Pinar és un exemple notable dels efectes de la voluntat de re-construcció de l'espai litoral. En darrera instància, l'operació intenta apropar el paisatge litoral a una imatge prèvia, que implica la desaparició de les intervencions antròpiques anteriors. De fet algunes de

les actuacions urbanístiques vinculades amb desqualificacions creen una escenografia idealitzada, en la que s'intenta esborrar les traces antròpiques per crear un marc natural d'inspiració romàntica.

Roses, abans de redactar el nou PUOM, ha tramitat una revisió del sòl urbanitzable (CCRS Arquitectes, 2005) que entre altres coses ha desclassificat una zona amb molta pendent i impacte visual, la UP9, i ha passat de residencial a zona d'usos turístics i hotelers diversos espais en els que es preveu es pugui edificar uns 12 o 13 hotels. A més d'això també ha desclassificat la UA 26, entre Canyelles Petites i Almadrava. En la primera revisió del Pla General no preveu augmentar la zona edificable.

La revisió del Pla General de Tossa aprovada el mes de març de 2005 vol desqualificar els espais, tant urbans com urbanitzables que no s'han desenvolupat fins ara. El text refós de Calella de Mar preveu la desqualificació de 400 parcel·les que no s'havien desenvolupat de la Urbanització Can Carreres, i una petita part del SUD 6, d'usos industrials que es preveia de 15 ha es redueix a 9. A Cambrils es vol reduir en 14 ha es sòl urbanitzable que permet l'actual normativa urbanística, el PGOU de 1993. Això és almenys el que proposa en l'Avanç de la revisió del pla. A principis de 2005 vol aprovar provisionalment el pla.

A Palafrugell vol desclassificar els sectors Puig Gruí 1 i Puig Gruí 2 que estan a primera línia de mar a Tamariu. En aquests moments està a l'espera que es resolgui del tot el Pla Director Urbanístic de Sistema Costaner per veure si definitivament aquesta iniciativa de la Generalitat pot protegir aquest espai. Per altra part, també es planteja desclassificar, a la mateixa zona el sector de Les Muscleres. Aquí, però,

es troba amb el problema que els promotors ja havien fet cessions a l'Ajuntament condicionades a la tramitació de la urbanització de 7 cases aïllades.

El nou Pla d'Ordenació Urbanística Municipal Sant Pere de Ribes aprovat el 2001, s'està executant amb la ferma intenció de desclassificar 251 ha de sòl urbanitzable que permetia el Pla General del 1982 i passar-los a algun dels règims de protecció previstos pel sòl no urbanitzable. Alguns sectors, com Can Puig Residencial es volen qualificar com a sòls industrials per a noves tecnologies. Altres zones, com Els Vinyals/Can Girabalts o can Pere de la Plana, l'edificabilitat es redueix a una quarta part, quedant-se en 306.167 m² i 529.646 m² de sòl edificable, i a Can Lloses/Can Marcer, es redueix la superfície a menys de la meitat quedant-se amb 1.104.485 m². Aquesta dràstica reducció del sòl urbanitzable no vol dir que el planejament no permeti que Sant Pere de Ribes creixi. Es permet l'edificació de 2.851 habitatges nous, dels quals bona part ja estan en marxa, que es concentraran principalment a cinc zones noves que s'urbanitzaran de manera més densa que les urbanitzacions previstes fins al moment. Les àrees que suposen una reducció més important sobre el pla anterior són, a més de la supressió esmentada de sector de Can Puig, la reducció de l'àmbit del sector Can Pere de la Plana, de Can Lloses/Can Marcer, dels Vinyals/Can Girabels i l'ajust del sector Mas Perés de Dalt/Torre del Veguer.

Al Port de la Selva, el PUOM aprovat l'any 2004 preveu enderrocar el vell edifici de l'hotel Arola i el càmping del mateix nom i requalificar 8000 metres quadrats per fer un parc públic. La intenció és recuperar l'antiga estètica del litoral i connectar la platja del Bell Repòs amb la platja gran del municipi. La compensació que s'ofereix al propietari són

uns terrenys a l'altra banda de la carretera on s'hi poden construir dotze edificis. Una altra vegada, l'esperit de la iniciativa és la re-construcció d'una imatge prèvia i re-crear un escenari litoral idealitzat.

A Sitges el nivell de desclassificació de sòl urbanitzable que preveu el PUOM 2004 és molt important. El nou pla redueix en 424 els habitatges previstos en la normativa de 1989. En el continu urbà de Montgavina fins als Colls-Miralpeix es redueix en 473 els habitatges i a la zona de Garraf s'incrementa en 49 pel desenvolupament dels nous accessos de ponent i de llevant (PMU 12 i 13). La reducció més important és conseqüència del conveni urbanístic ja signat amb els promotors del PE Montgavina que redueix de 869 a 431 el nombre d'habitatges previstos. Una altra reducció important són els 185 habitatges que havien d'anar a les fases 1 i 2 del sector de Ponent. Aquesta reducció es correspon amb els sòls de Colls-Miralpeix, un sector que es desclassifica pel seu valor ecològic (està afectat també pel Pla Urbanístic Director del Sistema Costaner) i es protegeix especialment. L'altra zona on s'elimina l'edificabilitat és al sector del Càmping Miralpeix, on hi estaven projectats 45 habitatges. Pel que fa al sector de La Plana-Santa Bàrbara-Vallpineda, es reestructura la zona i es concentra l'edificabilitat reduint les hectàrees edificades. Amb tot però, el nou pla permet créixer 5383 habitants més que la normativa del 1989 i convertir a Sitges en una ciutat per a 43.324 habitants, dels quals es preveu que 27.324 siguin de primera residència. El gener de 2004 estaven censades 24.255 persones a Sitges.

Els ajuntaments de Sant Vicenç de Montalt i Sant Andreu de Llavaneres volen desclassificar sòl a les urbanitzacions de la part alta dels seus termes. Sant Vicenç preveu desclassificar per sobre de la cota dels 250

metres i Sant Andreu passarà a no urbanitzable el sòl que no s'hagi desenvolupat, i si el PDUSC ho permet, passarà l'edificabilitat a la zona de la costa.

En definitiva, els nous plans generals inicien tímidament un procés de reducció del sòl urbanitzable. És un procés molt més rellevant pel seu valor qualitatiu que quantitatiu: afecta a uns espais que tenen un valor simbòlic per la seva ubicació i per la seva incidència en l'*skyline* del paisatge litoral. En el rerafons d'aquestes iniciatives s'hi amaga sovint la voluntat de re-construir algunes peces del perfil litoral d'acord amb la fisonomia precedent, en un exercici escenogràfic basat en la idealització de determinades imatges del passat.

3.2.1.2. La desclassificació brusca per la pressió popular.

Des de que les activitats de la Plataforma Salvem Castell iniciades l'any 1992 varen aconseguir que 74 ha de finques d'aquest paratge de Palamós classificades com a urbanitzables passessin a ser incloses en la zona PEIN de Castell-Cap Roig (decret 23/2003) moltes altres veus, agrupades en entitats ciutadanes i ecologistes es fan sentir per protegir espais qualificats com a urbanitzables que tenen important valor mediambiental, paisatgístic i/o històric. Aquest cas, que va donar exemple a molts altres, es va poder tirar endavant amb l'aportació de 19,2 milions d'euros per part de l'administració autonòmica en concepte d'indemnitzacions.

La generalització de plataformes i entitats demostra la redifinició de les regles del joc de la governança. L'objectiu dels grups de defensa (a cavall entre la idealització del paisatge i els processos NIMBY) és

integrar en una idea de preservació col·lectius que defensen interessos i models diferents, però que globalment s'oposen a l'ocupació d'espais simbòlics d'alt valor emocional. Seguidament exposem alguns exemples.

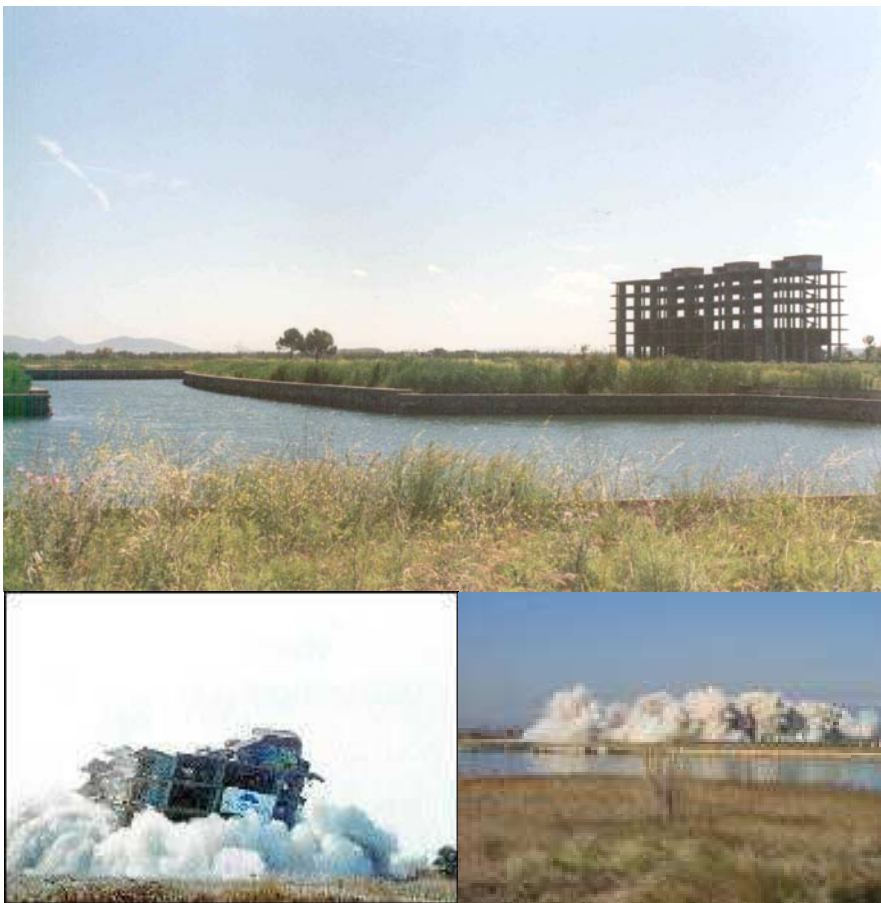
La Plataforma Pinya de Rosa de Blanes es va formar l'any 2002, poc després que es presentés un projecte d'urbanització que inclou tres-centes trenta cases, un centre comercial i un hotel de luxe a construir a l'antiga masia en aquest paratge que ara té nom de nus mariner i està inspirat en un recull d'escrits de Joaquim Ruyra. El paratge Pinya de Rosa, situat entre la platja i les urbanitzacions de Sant Francesc, Cala Treumal i Santa Cristina, té 1.000 metres de costa i un total de 55 ha. Entre els seus encants hi ha els penya-segats típics de la Costa Brava i un jardí botànic de cactus. La plataforma va aconseguir el suport de tots els grups municipals i de la Generalitat que va declarar Pinya de Rosa paratge natural d'interès nacional (Llei 25/2003).

La pressió de la plataforma ciutadana SOS Lloret i la convicció de l'ajuntament de replantejar-se el creixement del municipi han fet que es suspenguessin les llicències de les tres urbanitzacions: Cala Banyes de 5,8 ha de sòl urbanitzable, Cala Marcona de 46 ha de sòl urbanitzable no programat, i Sant Quirze, de 32,7 ha amb un pla parcial aprovat definitivament que permet edificar 920 habitatges. Pel que fa a les dues primeres es veu la possibilitat de desclassificar-les i convertir-les en parc urbà. Per Sant Quirze es vol suspendre cautelarment el pla i negociar a la baixa la seva edificabilitat. De moment s'està redactant el nou PUOM que té intenció d'aturar el procés d'edificació a Masies de Lloret i protegir part de les urbanitzacions de Serrabrava, i els sectors de Lloret Blau, Lloret Verd, Mont Lloret i altres susceptibles de ser tractats de manera especial per la seva fragilitat.

El projecte del camp de golf de Vilanera, que es volia construir en els darrers terrenys de caràcter agrícola de l'Escala, prop d'Empúries sembla que ja ha quedat descartat, tot i que encara queden per resoldre alguns recursos presentats per la promotora. Aquest projecte ja es contemplava en el Pla General aprovat a principis dels 90 que delimitava 109 ha del sector de Vilanera amb la denominació SUP VII Empúries Golf per a ús residencial amb la possibilitat de construir un camp de golf. El 1983 es va aprovar per unanimitat el pla parcial que proposava la construcció de 327 habitatges, un hotel de luxe i un camp de golf de 18 forats. La promotora, Vilanera 94 SL, es va cuidar de tenir cobert l'expedient mediambiental: tot el rec es faria amb aigua reciclada de la depuradora, el 70% de la vegetació del camp seria autòctona, es preveien preparar els recs agrícoles pel pas de les llúdrigues, i es crearia un centre de seguiment ambiental de les institucions. Les obres es varen iniciar el mateix anys de l'aprovació del pla i es preveia tenir-lo acabat abans de sis anys. Unes restes arqueològiques de gran valor que varen aturar i retardar les obres, un petit propietari que es negava a vendre els seus terrenys, el canvi de posició d'alguns grups municipals i de la Generalitat i, especialment, la pressió de les entitats ecologistes associades sota el nom de Fòrum Transversal, varen aconseguir que finalment l'administració aturés un projecte que s'havia considerat una benedicció per a l'interès del poble. Com en altres casos, encara està pendent la indemnització a la promotora.

Pals ha superat ja el repte de la protecció dels antics terrenys de Ràdio Liberty, ara en mans de l'Estat Espanyol, però que han de revertir al municipi. El que s'està discutint en aquests moments és la conservació o no

de dues antenes per dedicar-les a fins mediambientals i per recordar la història recent del lloc. Sembla que finalment es preservarà l'edifici principal i una antena per reutilitzar-la per captar CO. En tot cas es descarta la idea inicial de que una part del terreny es dediqués a l'ampliació del nou camp de golf Serres de Pals i de que es mantinguessin tots els edificis.



Imatge 3.5. L'únic edifici de Marina Fluvial o Fluvianàutic l'estiu del 2002 i el febrer del 2005 al ser **dinamitat**. Font: Fotografia superior de l'autor i les inferiors del *Diari de Girona*

Dintre d'aquestes accions, la que ha produït una imatge més impactant ha sigut la voladura de l'estructura de formigó de sis pisos d'alçada de l'edifici de Fluvianàutic a Sant Pere Pescador, que des de l'administració autonòmica es posava com a exemple de les polítiques que la

Generalitat ha d'impulsar. Aquesta estructura formava part de les restes de la urbanització Marina Fluvià que als anys 70 una filial de la corporació RUMASA volia tirar endavant al voltant d'uns canals, que també va arribar a construir, a la desembocadura del Fluvià, al costat del que ara és el Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà. Els canals i l'estructura de l'edifici varen ser abandonats quan l'empresa promotora, a principis dels 80, es va enfonsar junt amb la matriu. Els terrenys varen continuar com a sòl urbà i ni la delimitació del parc natural el 1983, ni les delimitacions del PEIN l'any 1992, ni la darrera revisió del Pla General el 2001 varen canviar la situació. L'oportunitat d'edificar-los la va voler aprofitar una empresa de Navarra, VLV, que, en el pla parcial presentat, es comprometia a enderrocar el vell edifici i prometia una urbanització de luxe amb 6 edificis de tres plantes que enquibirien a 2.000 persones en cinc-cents o set-cents apartament, un hotel de luxe, una zona comercial i gairebé 400 amarradors en els canals ja existents. Des de l'ajuntament es valorava positivament una inversió lluny del nucli urbà i que no afectava a la zona agrícola. Per això quan grups ecologistes com IAEDEN, DEPANA, i Salvem el Fluvià varen exigir la protecció de l'espai, l'ajuntament va demanar que se l'indemnitzés pels diners en impostos que es perdien. Les activitats d'aquests grups varen aturar el projecte, però la història de Marina Fluvià o Fluvianàutic no s'acaba aquí. La Generalitat va comprar en una subhasta la finca de 1.375 m2 on hi havia l'edifici per 20.000 €, però encara queden per protegir 15 ha de terreny pels quals els promotors demanen indemnitzacions.

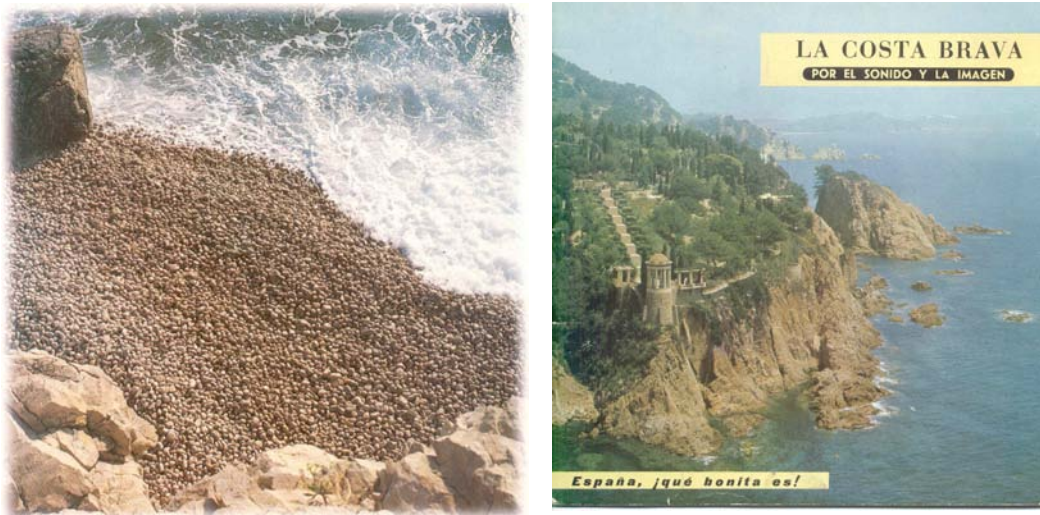
Però abans de que es fessin endavant totes aquestes accions a favor de la protecció d'espais urbanitzables ja s'havia fet una alta acció que de manera més silenciosa va aconseguir sentar un important precedent en la

recuperació de terrenys de qualitat ecològica, fins i tot, quan s'ha iniciat ja la urbanització. És el cas, ja comentat, de la desclassificació dels terrenys de La Pletera, al Ter Vell, una urbanització projectada i iniciada a primera línia de mar en una zona d'aiguamolls al terme de Torroella de Montgrí, ala zona de l'Estartit. Aquesta actuació ha permès alliberar de la pressió urbanística 60.000 m² de primera línia de mar i 160.000m² més a segona línia i desenvolupar el projecte de restauració i ordenació de les llacunes i els sistemes costaners del Baix Ter. La desclassificació d'aquest espai s'ha portat a terme amb l'ajuda del Ministerio de Medio Ambiente que ha modificat la línia de la Zona Marítimo Terrestre i es farà càrrec de tractar amb els propietaris afectats. D'altra manera potser no hagués estat possible ja que l'urbanització d'aquest espai estava ja molt consolidada, amb les obres del passeig de mar ja iniciades.

Per altra part, van sorgint nous exemples de desclassificació que no estan encara resolts. A Creixell, a la zona d'aiguamolls de l'espai litoral del Gorg, hi ha dues promocions urbanístiques que en el seu moment varen comptar amb el vist i plau de l'ajuntament i ara, degut a la pressió popular i a la intervenció del Departament de Medi Ambient, estan aturades. Una és el sector de la Marinada amb un pla parcial aprovat l'any 2000 per construir-hi 200 habitatges, i l'altre el que ocupava el càmping la Gavina, on es vol construir dos hotels. Ambdós estan també afectats per les directrius del Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner.

3.2.2. El desenvolupament sostenible com a atractiu turístic

La segona via sostenible dels municipis litorals és la incorporació de la natura o de la cultura en el catàleg de productes turístics litorals. En sentit estricte, la platja també és un espai natural. Però és evident que les intervencions en l'espai de platja i la seva artificialització, la mirada universal de les platges, i la pràctica passiva dels banys de sol han desdibuixat molt la condició natural de les platges. En els darrers anys, els municipis litorals han iniciat un procés de descoberta, valoració i promoció de determinats recursos naturals i culturals.



Imatge 3.6. Els municipis posen en valor els trets mediambientals i patrimonials. La segona imatge mostra els Jardins Mar i Murtra de Blanes en una guia del 1962. Font: Fotografia de l'autor i portada de la guia turística (*La costa Brava por el sonido y la imagen*, 1962)

És cert que aquest recurs implica, conceptualment, una modificació de la naturalesa del model turístic. La incorporació de peces de la identitat en la mirada turista intenta transformar un producte de caràcter homogeni, estandarditzat, en un producte singular recolzat en elements únics. Dintre d'aquestes tendències, iniciades a finals dels anys 80 i intensificades després de la crisi de principis dels 90, en podem separar dues: per una

part les que tenen el desenvolupament sostenible i la preservació del patrimoni com a principal atractiu turístic. Per altra les que volen aprofitar els trets mediambiental i patrimonials com a un atractiu més, és a dir, protegir i potenciar aquests espais per posar-los davant la mirada del turista com una part més del valor de la destinació. En el fons d'aquesta estratègia hi ha la idea de la singularitat i la diferenciació del lloc per dotar de competitivitat el producte tradicional.

3.2.2.1. El desenvolupament sostenible com a principal atractiu turístic

El paradigma de l'aposta de protegir i posar en valor el patrimoni natural és l'Estartit. Si fa vint-i-cinc anys aquesta destinació era considerada com un nucli turístic degradat apte per a un turisme amb pocs recursos econòmics, ara és reconegut internacionalment pel seu medi natural i els seus equipaments turístics relacionats amb l'immersió i altres activitats relacionades amb el mar i el medi natural.

Però l'Estartit, un cop obtingut l'èxit amb les Medes continua amb l'aposta de protegir espais i impulsar noves activitats relacionades amb la protecció mediambiental. Ara té la vista posada en la zona dels aiguamolls del Baix Ter (Ter Vell i la Pletera), on ha aconseguit, com ja hem comentat, desclassificar un sòl urbanitzable que havia començat a edificar-se, i retornar aquests terrenys als aiguamolls. Un cop recuperats els terrenys, a través d'un programa LIFE de la Unió Europea que ha aportat uns 60.000€ al projecte, s'ha iniciat la restauració de les llacunes i els sistemes costaners, i s'han creat itineraris, programes lúdics i d'educació ambiental que milloraran l'oferta de l'Estartit amb uns atractius sostenibles i de qualitat. L'obtenció del programa LIFE i la recuperació dels aiguamolls del Baix Ter varen ser la base per a la

creació del Consorci Alba-Ter, un projecte supramunicipal que agrupa 44 municipis amb l'objectiu de recuperar els valors patrimonials, històrics i ecològics del riu i utilitzar-los com a eina de promoció econòmica i turística. El consorci ha signat un conveni amb la Generalitat de Catalunya, la Federació d'Hostalera de Girona, i el Gremi d'Hostalera d'Osona per aprofitar els valors del Ter com a eina de desenvolupament sostenible i de qualitat. En el període 2005-2007 es destinarà un milió d'Euros al projecte.

Tossa de Mar, després d'anys de créixer en urbanitzacions a primera línia de mar en espais d'alta qualitat paisatgística i d'incorporar grans establiments a la seva planta hotelera, com el Golden Bahía de 370 habitacions per citar un exemple, vol ara donar un tomb i mantenir i potenciar el paisatge com a atractiu turístic principal. De moment ha descartat la creació d'un port nàutic esportiu i un camp de golf amb la corresponent urbanització que hi havia prevista, vol frenar el desenvolupament urbanístic de les segones residències i vol encarregar un Pla Estratègic Turístic que centri l'oferta en hotels petits i amb caràcter, amb la potenciació de la cultura, la tradició i el paisatge i la dinamització de la vida ciutadana. Entre d'altres projectes hi ha el Pla Especial Vila Vella, per reformar el nucli monumental i donar-li vida ciutadana, el museu del far, la construcció d'un auditori i el museu d'art modern. Es parteix de la idea que Tossa no ha de crear una imatge nova, els seus símbols ja estan a totes les guies que es fan de la Costa Brava i a l'imaginari dels turistes que busquen un lloc singular. Tant sols cal potenciar aquesta imatge i preservar-la de les intrusions del turisme fordista.

Llançà, un dels municipis que fins ara havia apostat per la implantació d'urbanitzacions turístiques i que està a cavall de dos grans parcs naturals, el de l'Albera i el del Cap de Creus, ha decidit recentment impulsar la dinamització turística basant-se en l'entorn i endegar dues accions, cap de les dues convencionals. La primera, que ja es porta a terme, és el Programa d'Animació Turística basat en la descoberta de l'entorn que inclou les convencionals visites guiades al poble, al sector pesquer, a l'entorn natural de la costa etc. El programa intenta que tot el es relacioni amb la dinamització turística tingui un contingut lligat amb el medi. Per això, entre les activitats que s'ofereixen a la platja a l'estiu hi ha també uns tallers infantils lúdico-pedagògics sobre descoberta de l'entorn natural, i la nova oficina de turisme programada estarà pensada com un centre d'informació ambiental. Però una de les accions més innovadores, almenys a Catalunya, (a altres llocs d'Europa, com als Alps, ja s'han posat en pràctica) es basa en la mobilitat turística sostenible. Aprofitant que a Llançà s'hi pot arribar en tren, s'ha obert una nova línia de treball que consisteix en promocionar aquest mitjà de transport col·lectiu per anar a fer turisme a aquest municipi. Entre les actuacions previstes, a més de la promoció dels viatges i de rendabilitzar la imatge de turisme sostenible que dóna l'ús del tren, hi ha tota una sèrie d'accions per facilitar l'estada als que arriben a l'estació, des d'habilitar espais d'acollida fins a posar a la seva disposició altres mitjans de transport que els permeti moure's lliurement per l'entorn de proximitat de Llançà.

3.2.2.2. La valorització dels recursos naturals, patrimonials i socioculturals.

La integració dels elements naturals en l'oferta turística s'ha generalitzat en el conjunt del litoral, especialment a partir de l'any 1995, (Anton,

2004). No es tracta de reorientar el producte turístic local, que continua centrant-se en el sol i platja, sinó de complementar l'oferta estandarditzada amb elements naturals singulars. El mateix ha passat amb els elements patrimonials i socioculturals. S'han inclòs en el catàleg dels atractius turístics per donar una pinzellada d'autenticitat i un valor cultural que complementa l'oferta tradicional.

En els cas dels recursos naturals, aquesta estratègia pot prendre varies formes. En alguns casos es crea un sistema de protecció bàsic, i unes mesures d'accessibilitat que faciliten la connexió entre l'espai natural i l'urbà. En altres es facilita la interpretació dels espais naturals a través de serveis de guia, i finalment, en algunes localitats, s'organitzen a més activitats d'acolliment.

Exemples el primer cas serien Les Basses d'En Coll a Pals i el parc de les Dunes de Sant Pol a Sant Feliu de Guíxols. A les basses d'En Coll (Aiguamolls del Baix Empordà, espai inclòs en el PEIN), es presenten recursos naturals i culturals, en el que a través d'un itinerari a peu es pot observar la cultura de l'arròs i l'ecosistema de l'arrossar. Sant Feliu de Guíxols ha construït un parc al voltant de la vegetació dunar de Sant Pol i té pendent de distribuir una guia sobre aquest espai natural.

Altres municipis han creat un producte turístic basat en la interpretació dels espais naturals, a partir de programes pedagògics o centres d'interpretació. En aquest cas, l'experiència del visitant està mediatitzada per un intermediari local que selecciona els continguts i les lectures de l'espai natural.

Així, a l'alt Maresme, els municipis costaners ofereixen també les activitats del parc Montnegre-Corredor. Entre aquestes hi ha el programa "Viu el Parc" amb activitats de promoció del patrimoni cultural i natural i itineraris senyalitzats, visites guiades, cases de colònies etc.

El Parc de les Dunes, situat entre els passeigs de mar de Gavà i Castelldefels, està preparat per poder passejar i descobrir la vegetació típica d'aquest espai litoral, a través de passarel·les i plataformes de fusta que transcorren entre la pineda i les dunes. Prop d'aquí, el Centre d'Activitats ambientals Cal Ganxo, és un dels que facilita participar en activitats ambientals al parc natural del Garraf. El municipi de Torredembarra ha inclòs en el PEIN la platja dels Muntanyans, de més de dos quilometres de llargada i quasi 100 d'amplada, amb un ecosistema de dunes semimòbils i llacunes d'aigua salada. Des de Cal Bofill, Centre d'activitats mediambiental de l'ajuntament, s'ofereixen serveis per a la descoberta de la zona.

A Palafrugell, l'Ajuntament ha aprovat un projecte per convertir el Far de Sant Sebastià en un *Observatori de la Costa Brava* que ofereixi activitats mediambientals relacionades amb el paisatge costaner i els seus valors, i al mateix municipi però a la zona de l'interior, a les antigues escoles de Llofriu, es preveu instal·lar una escola de la natura per potenciar el món del suro i el coneixement de les Gavarres. Més endavant es preveu que sigui la seu del museu del suro que està de forma provisional al centre del poble.

Al Delta de l'Ebre, entre els termes de Sant Carles de la Ràpita i Amposta, hi ha els Ullals de Baltasar, un atractiu natural que té poc a veure amb el medi natural que ofereix el Delta. Consisteix en uns

manantials d'aigua subterrània i dolça provinent de la Serra del Montsià que afloren de manera espectacular a les terres argiloses de la plana deltaica. Estan protegits i s'hi organitzen visites guiades.

A Begur funciona des de fa uns anys el Parc Mediambiental del Mas d'En Pinc, on es vol destacar la singularitat de les espècies autòctones. Aquest parc, impulsat també per Nereo, funciona com uns tallers ocupacionals on es formen guies i cuidadors del parc. Aquest municipi té la intenció d'obrir i promocionar la Reserva de Ses Negres, que gestiona l'associació Nereo i el Departament de Medi Ambient. L'Ajuntament ha entrat darrerament en la Comissió de Seguiment, que regula la protecció i els usos de boies, pas d'embarcacions, immersions d'apnea etc.

Els municipis que llinden amb el Parc Natural del Cap de Creus, confien amb la direcció d'aquest organisme per aprofitar els recursos turístics d'un medi natural protegit. De moment, algunes entitats com *Albera Viva* ja ofereixen itineraris.

Sant Pere Pescador, al costat dels Aiguamolls de l'Empordà i travessat pel riu Fluvià vol aprofitar aquest medi natural com a atractiu turístic i com a mitjà per fer arribar al centre del poble la gran quantitat de gent que s'allotja en els seus càmpings atrets, sobretot, per la qualitat dels establiments i pels esports nàutics. A més de la reserva natural Mig de Dos Rius, adquirida per la Fundació Territori i Paisatge per desenvolupar-hi activitats vinculades al medi ambient, a través del Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà està desenvolupant el "Projecte de Centre d'Informació i Itinerari Natural". Aquest itinerari per a vianants va des de la mota del Riu Fluvià fins al pont del rec del Molí

Finalment, algunes localitats, a partir de la preservació i posta en valor del patrimoni natural, han organitzat activitats d'acolliment com el senderisme, el cicloturisme, la nàutica, l'snorquel, sortides en caiac, immersió etc. Per millorar i diversificar la seva oferta. Algunes han aconseguit agafar envergadura, com les estacions nàutiques o la xarxa d'itineraris del Baix Empordà, desenvolupat a través d'un Pla d'Excel·lència, però encara n'hi ha poques que siguin el motiu principal del viatge turístic. Només l'oferta de l'immersió de les Illes Medes podria destacar com a activitats que atrau per si sol l'atenció del turista.

Els recursos patrimonials i culturals també van configurant-se com a valors turístics. Després de quatre dècades d'implantació d'un turisme de masses, les destinacions turístiques madures litorals han esdevingut semblants, amb una arquitectura, uns serveis i una imatge turística estàndard. Les seves característiques peculiars, els seus edificis significatius, els racons típics, la tipologia del nucli urbà s'ha anat amagant o substituint per edificis i imatges "modernes". Així els passeigs de mar de Roses, Cambrils, Tossa, Lloret, l'Ametlla de Mar, Sant Carles de la Ràpita, Colera, Canet de Mar i moltes altres localitats han vist desaparèixer els seu patrimoni modernista, noucentista o simplement la seva tipologia de localitat litoral per bastir blocs de pisos que representen la imatge de modernitat, que donaven fins i tot sensació de progrés, i que eren tots iguals, tant els que varen desplaçar les cases noucentistes senyorials del Passeig de Sant Feliu de Guíxols, com les que varen derruir els habitatges de pescadors de Llafranc per estar a primera línia.

Des de finals dels vuitanta i principalment a partir dels noranta del segle passat, els municipis han iniciat estratègies de singularitat a partir de la

valorització del patrimoni : la història i la cultura local, el que fa peculiar a un municipi. Ara els municipis rebusquen entre el que queda del seu patrimoni per posar-lo en valor com una estratègia turística de singularització de la destinació. Es recuperen vells símbols, apareixen com a imatges turístiques trets del patrimoni que havien estat desestimats, amagats i que ara cal recuperar i presentar com a producte turístic. Com en el cas dels recursos naturals, la seva posta en valor es dona en diferents nivells. L'estratègia més senzilla passa per la simple recuperació o restauració de l'objecte de patrimoni. Hi ha casos en que a més s'integren en la promoció del municipi (sobretot amb fulletons específics). Un pas més endavant és preparar itineraris per visitar el patrimoni i, fins i tot, organitzar visites guiades.

L'aposta més complerta és quan tota la promoció o bona part d'ella i de l'activitat turística del municipi es centra en el patrimoni. Un exemple és l'ús turístic que es fa de la ciutat grecoromana d'Empúries, al municipi de l'Escala, el patrimoni que té Tarragona de l'època romana (el llegat romà de Tarraco està inclòs a la llista de patrimoni de la Humanitat), i la tipologia singular dels nuclis de Tossa de Mar, Cadaqués o Pals. A una escala menor però amb interès des dels municipis per anar millorant el producte està la Ciutadella de Roses, la ciutadella ibèrica de Calafell, el nucli històric de Castelló d'Empúries, la Ruta modernista de Canet de Mar, el nucli urbà de Sitges, de Torroella de Montgrí o el de l'Escala. En tot cas, quasi bé tots els municipis ha situat en el seu catàleg d'atractius algun aspecte relacionat amb la història, o el patrimoni local. relacionada amb la històric a la cultura

El que hem descrit per al patrimoni val també per a la cultura i les tradicions. El bens culturals propis de cada municipi turístic, sobretot si

estaven lligats amb les tradicions locals han estat durant anys amagats, apartats dels ulls del turista per considerar-los una cosa antiquada, no apta per oferir com a atractiu. Ara es recuperen i es posen en valor no sols els museus lligats amb la història, la cultura o els personatges locals, sinó també els fets culturals, les tradicions, les festes, la recuperació històrica a través de celebracions, festivals, diades, fires, representacions, aconteixements... Moltes vegades aquesta recuperació històrica va lligada a tematitzacions de l'espai, i es representa en esdeveniments efímers. Per això en parlarem més àmpliament en els apartats 3.4 i 3.5.

3.2.3 La gestió sostenible de les destinacions turístiques litorals

Davant l'interès creixent del turista i de la ciutadania per a la gestió mediambiental, els municipis han endegat, amb més o menys encert i convicció, vàries estratègies que no necessàriament es presenten juntes.

Taula 3.2. Situació dels PALS als municipis litorals

No iniciat	En procés	Acabat
Portbou	Port de la Selva (El)	Roses
Colera	Cadaqués	Escala (L')
Llançà	Castelló d'Empúries	Torroella de Montgrí
Sant Pere Pescador	Pals	Begur
Santa Cristina d'Aro	Palamós	Palafrugell
Tossa de Mar	Calonge	Mont-ras
Santa Susanna	Blanes	Castell-Platja d'Aro
Canet de Mar	Sant Pol de Mar	Sant Feliu de Guíxols
Caldes d'Estrac	Sant Vicenç de Montalt	Lloret de Mar
Sitges	Sant Andreu de Llavan.	Malgrat de Mar
Vendrell (El)	Gavà	Pineda de Mar
Roda de Barà	Cubelles	Calella
Creixell	Cunit	Arenys de Mar
Torredembarra	Calafell	Mataró
Tarragona	Altafulla	Cabrera de Mar
Vila-seca	Salou	Vilassar de Mar
Ametlla de Mar (L')	Mont-roig del Camp	Premià de Mar
Perelló (El)	Vandellòs i l'Hospitalet	Masnou (El)
Ampolla (L')		Montgat
Deltebre		Prat de Llobregat (El)
Sant Jaume d'Enveja		Viladecans
Amposta		Castelldefels
Sant Carles de la Ràpita		Sant Pere de Ribes
		Vilanova i la Geltrú
		Cambrils
		Alcanar

Font: Elaboració pròpia a partir de la informació de les Diputacions de Girona, Barcelona i Tarragona

Per una part hem vist que alguns municipis intenten adaptar el seu creixement urbanístic a la capacitat de càrrega del seu territori, altres estratègies es destinen a adaptar l'oferta turística a les noves exigències

posant en valor el capital mediambiental, patrimonial i sociocultural, i una darrera, que analitzarem a continuació, es basa en la gestió del seu territori amb criteris de sostenibilitat, aplicant les agendes 21 locals, planificant la gestió del sòl no urbanitzable i implantant normatives europees de gestió mediambiental tant als servicis públics com als equipaments privats.

Les agendes 21 locals i els seus resultats, els Plans d'Acció Local per a la Sostenibilitat (PALS) són un fenomen relativament recent. Tot i el gran interès que han mostrat quasi bé tots els municipis litorals en la seva confecció i aplicació, els seus efectes no es poden avaluar encara. Aquest instrument local ha rebut un gran impuls gràcies a les Diputacions de Barcelona, Girona i Tarragona que han finançat part dels estudis i han creat marcs de treball i col.laboració entre els municipis per fer el seguiment de la gestió mediambiental. Barcelona va ser la pionera amb la creació de la Xarxa de Ciutats per a la Sostenibilitat; més endavant a Girona es va organitzar el CILMA, (Consell d'Iniciatives Locals per a la Sostenibilitat) i, finalment, a Tarragona, encara no està en funcionament però ja s'ha fet una reunió prèvia per crear el CODAT, Consell per als Desenvolupament de les Agendes 21 a Tarragona.

Com a exemple d'agenda 21 realitzada en un municipi turístic analitzarem la de Lloret, que tot i ser la degana de la Costa Brava, l'any 2005 celebra només el seu 5è aniversari. Els treballs de l'agenda 21 s'inicien el 1997, anys abans que la Diputació de Girona donés un important impuls a l'elaboració dels PALS a les comarques gironines. En aquella data, representants dels grups polítics, del Patronat de Turisme, del Gremi d'Hotelers, d'empresaris, i de la societat civil van crear la comissió impulsora de l'Agenda Local XXI de Lloret de Mar. El que va fer

que tots els sectors estiguessin d'acord amb tirar endavant una estratègia ambiental va ser, a més de l'interès pel medi, un factor econòmic: la convicció que la qüestió ambiental cada vegada té més a veure en la competitivitat dels sectors turístics. Lloret ja havia rebut un avís dels operadors turístics alemanys, TUI i Neckermann. En unes entrevistes que Josep Capellà va mantenir l'any 1990 amb responsables d'aquestes dues empreses touoperadores i que recull el document de l'Agenda XXI de Lloret, fan les següents afirmacions:

...“Aquesta política de preus a la baixa i la no selecció de la clientela provoca una degradació del producte turístic. Si continua, TUI, de la mateixa manera que Neckermann, es replantejarà continuar treballant. Els alemanys estan cada vegada més conscienciats amb el problema del medi ambient, per això les destinacions verdes tenen cada vegada més demanda. De seguir amb aquesta política, en el futur els turistes de Lloret seran només gent jove i un turisme massificat.” Per altra banda, les persones entrevistades a Neckermann afirmaven que “el turisme de la Costa Brava es capta únicament amb la política de preus a la baixa i això ha significat la decadència de la zona. A igualtat de preus, el client se'n va a altres destinacions...”

A partir d'aquí es va signar un conveni amb el centre Unesco de Catalunya, la Universitat de Girona i amb el Consell Internacional

d'Iniciatives Locals per al Medi Ambient (ICLEI). El ple va acordar signar la Carta d'Aalborg i es va començar a treballar. Es creen cinc àrees temàtiques: entorn natural, recursos, problemàtica ambiental urbana, educació i formació ambiental i identitat i territori. A partir d'aquestes àrees s'han anat formant ja els grups de treball sobre boscos i rieres, camins de ronda i senders, residus, qualitat integral, mobilitat, educació ambiental a la població escolar i salut i medi ambient i esports. No es constitueix cap àrea dedicada específicament a turisme per que es creu que aquest és un tema transversal a Lloret i està present en totes les decisions.

Al mateix temps s'encarreguen estudis tècnics com l'auditoria energètica, i un estudi sobre el Sòl No Urbanitzable. Es fixen també dotze indicadors de sostenibilitat per poder avaluar els progressos i ara es publica trimestralment la revista el "el XXI de Lloret", sobre l'aplicació de l'agenda. Per altra part, les redactors del nou PUOM es basen en conclusions que han sorgit de l'agenda per planificar el municipi. Amb els coneixements adquirits, Lloret va establir relacions amb poblacions turístiques que es troben en una situació semblant, perquè en turisme no hi ha gaires referents de projectes com aquest.

Des de Lloret Turisme, l'organisme que gestiona les accions del municipi, s'és molt conscient que s'han d'anar creant dinàmiques de canvi per arribar al que el mercat exigeix. Per això participa també en la gestió sostenible portant a terme les accions que es defineixen en l'Agenda Local XXI i ajudant a les empreses a millorar en la gestió ambiental. Aquest organisme ha creat darrerament un paquet turístic cultural que porta a la gent en vaixell, en bus i en tren turístic i un programa de visites organitzades als jardins de Santa Clotilde, (que per cert, han

calculat la capacitat de càrrega d'aquest espai noucentista i només es permeten 200 persones al dia en 4 grups de 50). Per altra part, des del Pla d'Excel·lència, també es porten a terme accions interessants en aquest sentit. No podem oblidar els altres projectes impulsats des de turisme com la xarxa de minibusos per reduir la circulació, polítiques d'esponjament etc. ([Http://www.lloret.org/cat/agendaxxi/intro.htm](http://www.lloret.org/cat/agendaxxi/intro.htm))

El projecte de *Municipio Turístico Sostenible*, anomenat abans *Municipio Verde* està impulsat per la Secretaria General de Turismo, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio amb l'objectiu d'implantar un sistema de gestió mediambiental basat en el reglament EMAS de la Unió Europea. El Ministeri ofereix suport tècnic a través d'una consultora ambiental i dona dret a la qualificació de *Municipio Turístico Sostenible*, avalada pel ministeri i a l'etiqueta ecològica comunitària EMAS. Dels municipis litorals catalans que segueixen el projecte Roses, Castell-Platja d'Aro, Sant Feliu de Guíxols, Tossa de Mar, Viladecans, Castelldefels, Sitges, el Vendrell, Cambrils, Vandellós i l'Hospitalet de l'Infant i Deltebre, cap ha aconseguit encara l'acreditació, tot i que Sant Feliu de Guíxols ja està enllestint tot el procés.

Sense impulsar cap Agenda 21, el Port de la Selva està portant a terme un programa de millora de la gestió ambiental que ha suposat un important estalvi d'aigua. Aquest municipi ja compta amb una depuradora de segona generació i tota l'aigua que es consumeix al municipi prové dels seu terme. Ha protegit la zona dels Horts on hi ha els aqüífers i ha anat construint una xarxa paral·lela amb aigua depurada que serveix, principalment per a les funcions de rec. Les noves urbanitzacions tenen l'obligació d'incloure la doble conducció i cada vegada que s'obre una rasa, s'aprofita per fer-hi la conducció

paral·lela. D'aquesta manera es vol fer arribar a tots els immobles la xarxa de recuperació d'aigua de la depuradora. En aquests moments compta amb una capacitat de generació de 800 m³ d'aigua regenerada al dia. A la xarxa pública hi ha quatre hidrants que són suficients per a regar els jardins del passeig i la neteja dels carrers.

Però la gestió sostenible no sempre es pot portar a la pràctica tot i les bones intencions i accions dels ciutadans que la volen implantar. Sant Feliu de Guíxols correspon a un d'aquests casos en què els processos endegats varen quedar aturats o relentits. Al mateix temps que Lloret iniciava la seva agenda 21, l'Ajuntament de Sant Feliu de Guíxols començava a apostar fort per la preservació del patrimoni. L'objectiu que es va proposar a ser la redacció d'un Pla Especial Rector de Protecció Ambiental i Paisatgística. Aquest pla havia de regir totes les actuacions que es fessin a la ciutat i que afectessin el seu medi ambient. El primer pas va ser l'elaboració d'un primer document per analitzar el paisatge i el medi natural de la ciutat i determinar quins havien de ser els àmbits d'actuació del futur. Aquest document, *Els estudis preliminars del Pla de Protecció ambiental i Paisatgística*, proposava aquestes línies d'actuació:

- La necessitat de reduir les activitats constructives a les carenes i altres zones sensibles de la ciutat.
- Invertir l'ús de les rieres i que es converteixin en espais d'atracció pel lleure, l'educació ambiental i el turisme.
- Potenciar i protegir l'espai rural.
- Tractar com un ecosistema el fons marí.

I marca tres àmbits d'actuació que requereixen una normativa que garanteixi la seva preservació

- La primera línia de mar.
- La frontera entre sòl urbanitzable i el no urbanitzable.
- El sòl no urbanitzable i les àrees urbanitzables que es troben sota la seva àrea d'influència.

Aquests estudi es va presentar a les entitats cíviques i al Consell Econòmic i Social.

Paral·lelament es varen encarregar altres estudis i treballs:

- El Pla d'Eficiència i Estalvi Energètic, redactat per l'Àrea de Medi Ambient de l'Ajuntament que va ser aprovat el febrer del 1999 pel Ple de l'Ajuntament.
- El Pla Especial de Protecció Ambiental i Paisatgística del Front Marítim de Sant Feliu de Guíxols, elaborat per Pro- Arq, i que no s'ha arribat a aprovar. (Pro-Arq, 1999)
- I altres documents per completar una auditoria ambiental de la ciutat. Així es varen encarregar el Diagnòstic del Cicle del Residu, a CEPA i la Diagnosi del cicle de l'aigua que no es va arribar a elaborar.

Per sensibilitzar la població es varen encarregar sis mòduls d'educació ambiental de la ciutat, però només se'n varen arribar a redactar dos, el del residu i el de l'aigua. El pla que va arribar a concretar-se més va ser el Pla d'Eficiència i Estalvi Energètic. La intenció d'aquest era que al cap de 12 anys s'establitzés el consum d'energia municipal al nivell del punt de partida, el 1999. Això volia dir que tot el creixement que es preveia en les necessitats energètiques de la ciutat es compensés amb diverses

accions que estipulava el pla. El ple de l'Ajuntament va aprovar un conveni amb l'Institut Català de l'Energia (ICAEN) per portar a terme les seves propostes innovadores a l'Estat Espanyol. La Generalitat però, va retardar la signatura d'aquest conveni fins la següent legislatura, el 5 d'agost de 1999.

El conveni suposava portar a la pràctica les propostes innovadores del pla, amb l'ajut tècnic i financer de l'administració autonòmica. Per les seves característiques, aquest pla es va considerar com un pla pilot únic a Catalunya, que havia de servir de guia per l'aplicació de les polítiques d'eficiència energètica de l'ICAEN arreu del país. A més d'una àmplia campanya de difusió i conscienciació dels ciutadans, aquest conveni preveia portar a terme, en els seus dos anys de vigència:

- L'estudi sobre la viabilitat de construir una central de cogeneració per proveir d'energia la zona de serveis de La Corxera, on hi ha la piscina municipal coberta, el pavelló polisportiu i el teatre, i hi havia la intenció de construir-hi la nova seu de l'Escola Oficial de Turisme de Catalunya, una opció que amb el retorn de l'escola universitària a Girona s'ha perdut.
- L'adaptació dels projectes dels nous edificis de la Biblioteca Municipal i la residència assistida per a la gent gran, per incloure-hi elements com plaques solars i altres mesures per optimitzar i disminuir el consum energètic.
- Elaborar un pla integral per les noves zones de la ciutat: Vilartagues Nord i Cala Sans- Zona Portuària. L'urbanització d'aquestes noves zones ja s'havien de desenvolupar segons les noves pautes mediambientals.

- Línies de subvenció i bonificacions fiscals per a instal·lació de sistemes solars tèrmics en edificis particulars existents o de nova construcció.
- Finançament d'auditories energètiques i projectes d'estalvi per a empreses hoteleres. L'Ajuntament i la ICAEN es fan càrrec del 75% del cost i l'empresa del 25%.
- Estudi per a millorar l'eficiència de l'enllumenat públic i reduir el consum, ja que un dels objectius era posar a l'Ajuntament com a consumidor exemplar.

El conveni va finalitzar l'agost del 2001 i es va prorrogar dos anys. Només es va complir part d'un objectiu: l'estalvi energètic de l'enllumenat (la continuació de la substitució de les bombetes mercuri de per les de vapor de sodi d'alta pressió, recomanades pel pla) i un estudi sobre l'eficiència energètica del Centre Cívic Vilartagues, que inclou millores en els sistemes de refrigeració i enllumenat. S'havia proposat un altre estudi per a l'estalvi energètic del nou hospital, però no s'ha arribat a entregar. Ni els hotels, ni les instal·lacions municipals, ni els barris de nova construcció, ni les noves construccions, ni la central de cogeneració ni l'Ajuntament com a consumidor exemplar. Al pressupost del 2005, tampoc hi consta la partida, que ja era habitual, per la substitució de bombetes.

L'ajuntament de Castell-Platja d'Aro té un projecte redactat i aprovat per recuperar la lògica hidràulica anterior al desenvolupament turístic i disminuir els problemes d'inundació i desguàs que pateix la zona urbanitzada del nucli de Platja d'Aro. Es tracta del Projecte del Parc Central que consisteix en la construcció d'un llac permanent, a la zona dels Estanys, que actui com un gran receptacle hidràulic que reguli el

cicle de l'aigua. Aquest llac tindria una connexió directa amb la depuradora de Castell d'Aro, i en cas de sequera utilitzaria les aigües residuals per adquirir nivell. Aquesta instal·lació s'ha de situar enmig d'una gran zona verda que ha de fer de frontissa entre el sòl urbà i el rural, entre el marge esquerra del riu Ridaura, el pla parcial de les Escoles dels Estanys i l'Avinguda de Santa Cristina. A més del seu ús mediambiental, serà un parc d'activitats i oci. En un principi es volia condicionar el desenvolupament del pla parcial de les Escoles dels Estanys, amb 728 habitatges i zones comercials i hoteleres a la construcció del parc. Això que hauria assegurat el seu desenvolupament, no es va fer i s'esperen fons europeus per iniciar les obres.

Les empreses turístiques també han començat a treballar en aquest camp i algunes d'elles ja han iniciat millores importants en la gestió mediambiental. Aquesta línia de treball els permet posicionar-se millor en el mercat, sobretot l'internacional, que cada vegada és més exigent en aquest camp. Un dels objectius d'aquestes empreses és obtenir els segells de qualitat ambiental reconeguts internacionalment, en especial, el segell EMAS (EcoManagement and Audit Scheme), que atorga la Unió Europea des de l'any 1993. De les 148 empreses catalanes que a principis del 2005 tenien l'etiqueta de qualitat EMAS reconeguda oficialment, 23 eren establiments dels municipis litorals amb activitats relacionades amb el turisme. Com es pot apreciar a la taula 3.3., aquest sistema de gestió i auditoria ambiental és apreciat en especial en els càmpings, on el client té un especial interès per la natura.

Taula 3.3 Empreses amb certificacions EMAS al litoral català vinculades al turisme

Establiment	Localitat	Activitat	Nº registre
CAMPING LA BALLENA ALEGRE (2)	Sant Pere Pescador	Camping	E-CAT-000133
CÀMPING BOTÀNIC BONAVISTA	Calella	Càmping	E-CAT-000047
CAMPING LAGUNA	Castelló d'Empúries	Càmping	E-CAT-000155
CÀMPING MAS NOU	Castelló d'Empúries	Càmping	E-CAT-000163
CÀMPING LES MEDES	Torroella de Montgrí (L'Estartit)	Càmping	E-CAT-000033
CÀMPING INTERPALS	Pals	Càmping	E-CAT-000080
CÀMPING STEL	Roda de Barà	Càmping	E-CAT-000069
CÀMPING SALATÀ, SL	Roses	Càmping	E-CAT-000139
CÀMPING SANT POL	Sant Feliu de Guíxols	Càmping	E-CAT-000049
CÀMPING CALA LLEVADÓ	Tossa de Mar	Càmping	E-CAT-000071
CLUB NAUTIC ESTARTIT	Torroella de Montgrí	Club Nàutic	E-CAT-000161
MARINELAND CATALUNYA	Palafolls	Dofinari zoo marí i parc aquàtic	E-CAT-000100
HOTEL SAMBA	Lloret de Mar	Hotel	E-CAT-000017
HOTEL OCCIDENTAL BLAU MAR	Salou	Hotel	E-CAT-000057
HOTEL EL PASO	Salou	Hotel	E-CAT-000153
HOTEL PORT AVENTURA	Salou	Hotel	E-CAT-000154
HOTEL TAHITÍ PLAYA	Santa Susanna	Hotel	E-CAT-000
HOTEL CAPRICI VERD	Santa Susanna	Hotel	E-CAT-000166
ART STAR TEAM, SL	Sitges	Hotel	E-CAT- 000123
HOTEL MELIÀ GRAN SITGES	Sitges	Hotel	E-CAT-000066
UNIVERSAL PORT AVENTURA	Vila-seca	Parc d'atraccions	E-CAT-000070
AJUNTAMENT DE ROSES	Roses	Platja del municipi	E-CAT-000145
PORT OLIMPIC DE BARCELONA, SA	Barcelona	Port Nàutic	E-CAT-000167

Font: Departament de Medi Ambient

Un dels primers establiments hotelers que aconseguí el segell de qualitat ambiental va ser l'Hotel Samba de Lloret de Mar. Entre altres accions concretes per a estalvi energètic, l'Hotel Samba va instal·lar una planta de 50.000 m³ de reutilització d'aigües grises (és a dir, procedents dels processos de refrigeració, de les banyeres, dels bidets etc. i de la piscina). Aquesta aigua, que d'altra manera es llençaria, passa un procés de filtratge, es tracta amb clor i serveix per a l'abastament de les cisternes dels sanitaris. Altres establiments de Lloret com l'Hotel Anabel i el Monterrey ja estan aplicant accions de gestió de recursos com reutilitzar l'aigua de les dutxes i els lavabos, es fa servir l'aigua de l'última esbandida de la rentadora per ensabonar la propera rentada, l'aigua calenta dels aparells de refrigeració va a parar a la cisterna de l'aigua calenta i només es fan servir envasos reutilitzables, etc.

Per altra part, per facilitar a les empreses la gestió sostenible dels seus establiments, equipaments o serveis que ofereixen, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, ha publicat la *Guia Metodològica per Auditories de competitivitat en temes ambientals al sector turístic* redactada per La Vola, Companyia de Serveis Ambientals. La guia s'ofereix com l'instrument per avaluar l'eficiència en la gestió ambiental d'allotjaments, serveis i equipaments de lleure, centres d'oci i restauració, serveis de transport, i fins i tot esdeveniments turístics com festes, fires, mercats, i mostres.

3.2.4. Conclusions

El model turístic litoral de Catalunya s'ha basat en criteris poc sostenibles: un creixement extensiu de l'àrea urbana, i urbanitzable, la destrucció de peces de l'espai natural de gran valor ecològic, un èmfasi en l'oferta estandarditzada de sòl i platja i la negació conseqüent dels actius del territori que doten d'identitat al model turístic. Les noves estratègies cerquen, amb itineraris molt diferents, la transformació del model a partir de criteris de gestió més sostenibles. En essència, aquests itineraris poden assumir tres formes: la integració de la identitat en el catàleg de productes turístics, la limitació del creixement amb la preservació de zones vulnerables o el desenvolupament de models de gestió sostenible.

La preservació s'ha basat en la desclassificació de zones urbanitzables, que generalment provenen de pressions populars i que, lentament, s'han integrat en les estratègies ordinàries municipals. En molts casos, aquests exercicis de recuperació no només es basen en la preservació (qualificació del sòl com a no urbanitzable), sinó que a més va acompanyada d'una actuació específica sobre el paisatge litoral, procurant apropar l'escenografia de la zona costanera a una imatge idealitzada del passat. El que s' intenta és fer desaparèixer la mà de l'home, esborrar els vestigis de qualsevol intervenció antròpica, recrear zones humides i boscoses, manipular els terrenys... Portat al seu extrem, poden resultar, per tant, un exercici de tematització.

Quant a conversió del model turístic, el principal recurs utilitzat és la integració d'elements del patrimoni natural i cultural en el catàleg de recursos i atractius turístics del municipi. L'estudi demostra que la majoria d'aquestes iniciatives són concebudes només com un complement de

l'oferta tradicional. Sovint aquestes estratègies han caigut en el parany de l'estandardització: són la repetició del mateix model en el que només varia l'espai de referència. Segurament el principal canvi en els darrers anys ha estat la creació de centres d'interpretació que actuen com a intermediaris entre el medi natural i l'experiència turística.

Finalment, la darrera estratègia es la integració de criteris de gestió sostenible. En general, no hem constatat una política de gestió específica que afecti al turisme, sinó que han aplicat els models d'altres espais residencials i productius.

Juan Tutau, ministro de Hacienda de la I República, denunciaba el absentismo de los propietarios rurales como una de las causas de la decadencia de la agricultura en el Empordà en el siglo XIX. Algo parecido podría reprocharse hoy a los promotores de la fiebre urbanizadora en las comarcas litorales, en la Cerdanya y el Pirineo. El absentismo durante 11 meses al año es una pauta de conducta muy extendida entre los nuevos propietarios residenciales y una causa de decadencia segura para los municipios y comarcas que se entregan a un crecimiento urbano desmedido.

La construcción de segundas residencias es una antigua tradición originaria del turismo interior, que ha dado carácter y prestigio a numerosas poblaciones de la costa y del interior. (...)

La extensión ilimitada de ese modelo de crecimiento que hoy se pretende en algunas zonas más preciadas del paisaje catalán provoca reacciones contrapuestas. La paralización de nuevos proyectos de campos de golf, puertos deportivos y urbanizaciones apartadas de núcleos urbanos anunciada por la Generalitat satisface a quienes denuncian ese proceso expansivo como una huida hacia delante ante la crisis de calidad del turismo de masas, pero alarma a quienes se agarran a su capacidad para activar las economías comarcales.

Abstencionismo residencial

De Jaume Guillanet
Diari El País 18.10.2004

3.3. La re-creació de l'espai urbà

Les ciutats turístiques del litoral, ja sigui per la seva creació ex-novo o per la transformació de les estructures preexistents, no són ciutats “de veritat”. Tot i la seva aparença urbana, els falten molts dels elements dels espais urbans. No tenen un centre urbà al voltant del qual s'articula l'espai (Soja, 1995), són espais fragmentats formats per peces de mosaic que no encaixen entre sí, que no estan connectades, i que tenen la seva

lògica pròpia fora del context. Són urbanitzacions, càmpings, zones comercials, barris de residents de primera residència. Són *espais-al-marge* segons la terminologia de Shields (1992). Tenen, per altra part, una sobreoferta comercial o recreativa però els falten altres serveis de l'espai urbà.

Una de les estratègies més agosarades a aplicar a aquests llocs és la recreació de l'espai urbà, és a dir, tornar a crear espai urbà en uns llocs fragmentats, degradats pels estralls de dècades de creixement incontrolat i fer-los aptes per viure-hi com a qualsevol altra ciutat. Els municipis turístics s'han fet més extensos, tal com hem vist a l'analitzar els creixements, però no s'han fet grans com a ciutats, no estan preparats per acollir aquests turistes tot l'any com a residents. No tenen una estructura urbanística compacta. Estan formats per fragments desconnectats entre si (urbanitzacions, càmpings, zones recreatives, nuclis urbans residencials, zones residencials turístiques, zones comercials...) que donen com a resultat un espai *patchwork*, sense sentit de conjunt.

Alguns municipis turístics del litoral català han emprès accions perquè aquests nuclis puguin funcionar com a ciutats, segons unes estratègies que es poden sintetitzar en tres grans línies d'actuació:

1. Creació i/o revitalització d'un centre urbà i d'una identitat.
2. Residencialisme. Prolongació tot l'any la vocació residencial.
3. Cosir la ciutat. Unió de tots els fragments per donar un sentit unitari.

3.3.1. La creació o rehabilitació d'un centre urbà

El centre és on la ciutat manifesta la seva identitat, la seva vitalitat ciutadana. A les ciutats turístiques aquest centre, o bé havia perdut potencial enfront altres llocs turístics nascuts ex-novo (Castell d'Aro, Torroella de Montgrí, Vila-seca), o bé s'havia degradat (Lloret, Roses, Sant Feliu, Palafrugell, Calafell, Sitges, Cambrils, Mont-roig del Camp, Sant Andreu de Llavaneres etc.) o no existia (Platja d'Aro, l'Estartit, Sant Antoni de Calonge, Salou, l'Ampolla). Això no vol dir que aquestes ciutats no fossin eficients com a llocs turístics, però no com a ciutats *de veritat*. En realitat, moltes d'elles són simulacres de la realitat, veritables decorats que prenen l'aparença urbana com a únic referent de desenvolupament territorial, però que funcionalment no són espais urbans (Anton, 1997; Donaire, 1999)

L'esforç dels municipis turístics per recuperar o crear un centre urbà i posar en valor els seus atractius culturals, patrimonials, socials és una tendència encaminada a trencar la dicotomia entre l'espai turístic i l'espai residencial o d'ús dels residents, a donar més autenticitat a l'experiència turística, a anar convertint l'ociurbs en una ciutat.

La creació de centres urbans és una de les iniciatives més complexes de l'urbanisme. Sabem que els centres no són només realitats territorials, sinó també socials i antropològiques. Per això, l'esforç de les exòpoli per dotar-se d'un centre, una àgora, pot seguir camins diferents. El més comú és la millora física del casc urbà, i la creació de nous atractius. Altres localitats han basat la centralitat en el desenvolupament de noves funcions, és a dir, s'han centrat en el fons més que en la forma. Finalment,

una tercera estratègia és la creació de noves centralitats, la creació ex novo de centres que puguin articular el territori.

L'estratègia més comuna és la creació d'espais urbans en els centres en els que es combinen dos elements: la vianalització, és a dir, la creació d'espais de vianants amb un ús molt restringit de vehicles, que està unida a una millora de les condicions de les peces de l'espai públic (voreres, cablejat...) i en segon lloc la potenciació d'icones territorials que actuen com a referents simbòlics i també com a factors d'estímul per a la rehabilitació privada dels edificis. Les icones territorials poden ser sovint la visualització del projecte de ciutat, la plasmació en el territori d'una determinada aposta de ciutat més adequada a criteris culturals, lúdics, pedagògics... És interessant constatar que la major part d'aquestes actuacions (dels parc de Garbí a Sant Carles de la Ràpita al museu del suro de Palafrugell) tenen una orientació turística o recreativa.

3.3.1.1. La millora epidèrmica dels centres urbans

La intervenció més freqüent és l'adequació dels centres històrics per a reforçar la seva centralitat. Ja hem comentat que la característica fonamental dels espais turístics és la fragmentació i la pèrdua de la funció central dels seus nuclis històrics. La major evidència d'aquest procés és la manca de centres efectius en les ociurbs, especialment si han nascut ex novo com Empuriabrava, l'Estartit o Platja d'Aro.

En la major part dels casos, aquestes intervencions responen a una política universal a l'Estat Espanyol de recuperació dels centres històrics, que té altres referents europeus a Itàlia i a França. En aquest sentit, no hi ha molta diferència entre la proposta del PERI del Barri Vell de Girona i

la política urbanística a Torroella de Montgrí, per exemple. El matís essencial és que la major part d'arranjaments urbans dels nuclis històrics s'han creat, entre altres motius, per a cercar l'atracció turística. En l'espai litoral, aquest objectiu és parcialment diferent perquè la vocació del conjunt de l'espai és turística. Per això es combinen dos objectius: la creació d'elements d'identitat per a un ús turístic i la formació de centres (CBD o millor, RBD (Recreational Business Distric)) que articulin territorialment l'espai fragmentat.

Aquestes iniciatives són essencialment epidèmiques i actuen sobre els elements més visibles: creació de places, regulació del trànsit, ampliació de voreres, soterrament de línies elèctriques, regulació de la imatge externa dels edificis... El propòsit és canviar el fons, el contingut a partir de la forma.

Pals, Cadaqués, el Port de la Selva i Tossa tenen en el seu nucli històric la millor imatge turística del municipi. De fet, el Pla Sostenible de les Comarques Gironines i l'Aplicació del projecte dels 25 atractius de la Costa Brava, inclouen Cadaqués i Tossa com arguments clau de la promoció turística de tota la província (GET, 1992). Pals és el municipi que ha aplicat una normativa de conservació més estricta del seu recinte gòtic i ara es planteja una revisió de la normativa per poder permetre activitats econòmiques que donin vida al nucli. Tossa de Mar està redactant un Pla Especial per a la Vila Vella (per incloure en la propera revisió del Pla General) que, al mateix temps que vetlli per a la seva conservació, permeti també activitats que revitalitzin la zona i la facin apta per a viure-hi amb les mateixes condicions que altres parts de la població.

Calella és un dels municipis que va aprofitar el Pla d'Excel·lència concedit al 1999 per arranjar el centre. Entre altres actuacions ha millorat urbanísticament la plaça de l'Ajuntament, ha esponjat el nucli al enderrocar dos vells hotels i construir la nova plaça Vicens Ferrer i ha millorat la plaça Catalunya. A tot això s'hi ha d'afegir les millores que està fent com a destinació de turisme familiar, dintre del Pla de Turisme Familiar de la Generalitat de Catalunya, que consisteix en millorar la seguretat de la circulació i crear lloc de trobada de les famílies dintre del centre.

L'Escala, que té com a un dels atractius per a la seva promoció turística la imatge de poble tradicional de la costa catalana, vol conservar el caràcter i la tipologia del seu nucli històric i millorar-lo urbanísticament. Per això està creant tota una sèrie d'aparcaments al voltant del nucli històric, té la intenció de construir-ne un altre de subterrani al passeig Lluís Albert, i vol convertir l'antic camp de futbol en un parc urbà. També promou la rehabilitació dels edificis i la millora dels carrers, voreres i serveis. Lligat amb tot això, hi ha també la intenció de potenciar el comerç i s'ha iniciat el Pla de Dinamització Comercial. Per promocionar més el casc antic es vol aprofitar les visites a les Ruïnes d'Empúries i s'ha preparat un paquet turístic on s'ofereix la visita a les ruïnes i un recorregut amb tren turístic fins al centre de l'Escala. De fet, l'Ajuntament ha modificat *de facto* el nom del municipi i es promociona com a l'Escala-Empúries.

El municipi Castell-Platja d'Aro ha aconseguit recuperar i protegir el nucli històric de Castell d'Aro, que amb el seu castell dels Benedorments i l'església és un nou atractiu turístic. A més de contemplar el valor arquitectònic dels carrers i dels monuments, es poden visitar les

exposicions del castell i el Museu de la Nina. Tot el nucli està protegit per un pla parcial que regula, entre altres coses, la tipologia i l'alçada de les edificacions. Pel que fa al nou centre de Platja d'Aro, antic nucli de Fenals de Mar, s'està intentant crear un nucli urbà al voltant de la Masia Bas, propietat de l'Ajuntament. A aquest lloc s'hi estan ubicant serveis culturals municipals i s'hi desenvolupen activitats per als joves amb la intenció de crear un centre urbà "artificial".

Calonge ha redactat un PERI per a la rehabilitació i millora del casc antic. Amb això i la remodelació del Castell, on s'hi desenvolupen regularment activitats culturals, vol posar en valor el seu nucli històric que fins fa poc no atreia els turistes. Al nou nucli turístic de Sant Antoni, s'hi ha remodelat l'ampli passeig i s'ha peatonalitzat, però l'exòpoli no compta amb un nucli urbà definit, tot i les noves places i serveis que hi ha.

Per la seva part, Begur ha anat remodelant el casc antic en diferents fases des de 1997. La intenció és anar ampliant la zona de vianants i crear més aparcaments al voltant del nucli. A més de les platges, Begur està promocionant darrerament el seu nucli com a atractiu turístic amb activitat cultural i comercial.

Roses aprofita la seva participació com a municipi pilot en el Pla d'Excel·lència Turística, signat el desembre del 2000, per a continuar millorant el seu casc antic. En la primera anualitat d'aquest pla es contemplava l'adquisició de dues finques per enderrocar el que hi ha i per crear al seu lloc espais públics de lleure. El cost de l'adquisició de les dues finques supera els 600.000 €. Una és l'antiga cooperativa agrícola al carrer Riera Ginjolers. Pel cobriment de la Riera Ginjolers, ha sorgit una nova avinguda que és considerada com l'eix vertebrador d'un espai

amb una intensa activitat comercial, hotelera i de lleure, i el nexa d'unió entre la Gran Via Pau Casals i el passeig Marítim. L'altra finca enderrocada és al carrer Trinitat número 55. El seu lloc s'ha convertit en la Plaça de la Pujada de l'Escorxador, situada en una zona especialment densa d'activitat i edificació. Altres accions varen ser la millora de la urbanització de la vorera de l'Avinguda de Rhode en diferents trams, o l'adquisició de l'antiga oficina de Correus per a instal·lar-hi la nova oficina de turisme. Com en altres llocs, però, la millora del casc antic no es planteja només a nivell de millores urbanístiques. L'Ajuntament ha impulsat un pla de Dinamització Comercial, junt amb la Cambra de Comerç, la Generalitat i les associacions de comerciants per adaptar el comerç tradicional a les necessitats actuals. Roses, que té un 70% de les places turístiques en segones residències, vol oferir un comerç obert tot l'any.

Sant Feliu de Guíxols va iniciar fa molts anys la rehabilitació del nucli urbà creant illes de vianants i renovant la urbanització dels carrers Rutlla, Verdaguer, Sant Pere, Sant Joan i Clavé i més endavant la Rambla Vidal. Totes aquestes millores han fet que en els llocs rehabilitats hi retorni la funció comercial i residencial. Encara però, queda molt per fer, tant a nivell de rehabilitació dels espais que queden com de dinamització comercial i cultural. En l'àmbit del comerç, l'Ajuntament disposa d'un estudi del sector comercial, elaborat per l'Escola Oficial de Turisme de Catalunya, que recomana continuar la reforma i rehabilitació de tot el centre històric, millorar l'oferta pública d'espais d'oci i cobrir la riera de Les Comes des del carrer Hospital fins a l'aparcament de La Corxera (Roldós, 2.000). Des de la conclusió de l'estudi s'ha constuït un aparcament subterrani a la plaça del Mercat, però no s'ha continuat amb l'ampliació de l'illa de vianants.

3.3.1.2. La creació d'icones de referència urbana

La segona intervenció és la creació de nodes o icones en el nucli, que són els símbols de la rehabilitació urbana. A partir del concepte de *projecte* (en el sentit que li dona Dematteis), els municipis articulen una idea de ciutat en unes actuacions emblemàtiques. Els equipaments són en realitat la lectura espacial del projecte i tenen dues funcions: crear una fita en el nucli històric que permeti estructurar el centre a l'entorn d'un espai simbòlic i, en segons lloc, fixar les bases estètiques de la millora pública i privada del centre (gamma cromàtica, materials, obertures...)

Novament és una estratègia molt comuna a les ciutats no turístiques, o bé en aquelles on la funció turística no és central: del Guggenheim de Bilbao al centre de convencions de Salamanca, de la Ciutat de les Arts i les Ciències de València al Port Vell de Barcelona. Com s'ha contrastat abastament en l'anàlisi d'aquestes estratègies urbanes, el principal argument de les icones dels projectes urbans són equipaments turístics: museus, centres de convencions, organismes culturals, espais temàtics, centres de noves tecnologies, aquaris, ... l'estètica postmoderna de les noves ciutats s'estructura en la ficció turística. Per això en l'*skyline* de la nova Barcelona hi sobresurten peces urbanístiques adreçades al consum recreatiu.

Els espais litorals també reconstrueixen la identitat urbana a partir d'equipaments que són l'especialització d'un projecte de ciutat. En aquests cas però, notem diferències significatives. La més rellevant és que l'accent no és turístic. L'objectiu és invers: dotar la ciutat turística d'una identitat complementària, no turística, basada en atributs culturals

(històrics, patrimonials, tradicionals, d'arqueologia industrial). En segon lloc la feblesa dels centres històrics reforça la relació entre les icones i l'espai: si en les ciutats no turístiques les icones trenquen l'espai on s'ubiquen (com l'extraordinària Torre Agbar de Jean Nouvel), en aquests espais les icones creen un codi d'intervenció urbanística en l'espai on s'estableixen. Finalment existeix una preeminència de l'adequació d'espais existents (amb un canvi d'ús òbviament) com magatzems, fars, torres, velles indústries, per sobre de la creació d'estructures noves, molt més freqüent en els espais residencials i terciaris (com la zona del Fòrum de Barcelona, la vila Mediterrània d'Almeria o el projecte de la Ciutat de la Llum a Alacant).

Sant Carles de la Ràpita ha desenvolupat, al mateix temps que la seva expansió urbanística, una millora important del seu nucli urbà, especialment de la seva façana marítima. Al parc de Garbí, amb la seva zona d'oci i l'aquàrium, s'hi afegeix ara la construcció del nou passeig, amb un pressupost de 700.000€ que inclou la remodelació del vell moll de la Ribera per convertir-lo en públic. Aquesta darrera acció forma part del pla especial del port i acabarà de canviar la fesomia d'aquesta població litoral.

Palamós ha sabut fer del seu nucli històric un atractiu turístic amb opcions culturals, comercials, gastronòmiques i d'altres activitats. Ha donat una funció lúdica a la zona més propera al port pesquer i ha fet de vianants la zona comercial. Destaca a aquesta ciutat baixempordanesa el Museu de la Pesca, on a més de les exposicions, les activitat les visites guiades, hi ha la Càtedra d'Estudis Marítims de la Universitat de Girona. Aquest establiment, que ha quedat finalista del Premi del Museu Europeu 2005, és hereu del Cau de la Costa Brava, una entitat ciutadana nascuda al

1920 que es va dedicar a recollir un fons d'objectes relacionats amb el patrimoni històric de la ciutat, des de restes arqueològiques, estris domèstics, instruments de la indústria surera, elements marins etc. Des del 2002, el Museu de la Pesca té al seu al *tinglado* del moll, i ofereix, a més de l'exposició, visites guiades, tallers, navegació amb vela llatina, i el programa pedagògic d'educació ambiental Viu la mar (<http://www.museudelapesca.org>).

Palafrugell ha anat renovant el seu casc antic, amb voluntat que sigui un centre comercial, cultural i residencial. Després de millorar-lo físicament i anar-lo ordenant i esponjant amb noves zones verdes, s'ha dedicat terciaritzar aquest centre potenciant les zones comercials, i incorporant nous atractius culturals. L'obtenció del sòl per a aquest equipament es fa a través de plans parcials pactats amb la iniciativa privada. Un exemple d'això és la reconversió de l'antiga fàbrica Amstrong que donarà lloc, a més de zones verdes, residencials i aparcaments públics, a una nova zona amb dos grans centres de dinamització cultural. Per una part el Museu del Suro, que ara funciona en un local provisional, i que podria translladar-se a una nau d'aquesta nova zona que s'anomenarà Torre de Can Mario, o a l'escola de la natura, a les antigues escoles de Llofriu. A una altra nau d'aquest complex, s'ha creat la seu de fotografia de la Fundació Vila Casas. A aquests equipaments culturals cal afegir la Fundació Josep Pla, un altre dinamitzador cultural, en funcionament des de fa anys. Entre tots tres establiments donen una nova identitat cultural al centre urbà. El museo del Suro, a més d'una àmplia exposició permanent sobre el passat i l'actualitat del món de la indústria surera, organitza jornades científiques, festes populars (festa de la Pela del Suro), itineraris guiats i ofereix activitats pedagògiques, a més d'oferir els serveis del centre de documentació (<http://www.museudelsuro.org>). La

Fundació Josep Pla, per la seva part, ofereix tota mena de materials i propostes culturals al voltant de Josep Pla i la seva obra. Entre aquestes destaca el recorregut teatralitzat *Ruta del Capvesprol* (<http://fundaciojoseppla.net/>).

Torroella de Montgrí fa anys que va emprendre la reforma del seu nucli històric amb l'objectiu no sols de presentar unes millors infraestructures i una millor imatge turística, sinó per fer un lloc per viure-hi dotant-lo de possibilitats econòmiques per als veïns. La potenciació del centre de Torroella com a nucli cultural ha permès la creació de nous productes com les estades temàtiques del Festival de Música, itineraris pel centre històric rutes teatralitzades sobre la història de la ciutat, o les visites d'escolars i famílies desenvolupades de del *Centre Cultural de la Mediterrània Can Quintana*. Aquest espai que compta també amb un museu interactiu sobre la natura, la història, la música i la interculturalitat mediterrànies, ha aconseguit atreure fora de la temporada turística entre 3.000 i 4.000 estudiants a les seves visites guiades i altres activitats. La diferenciació del nucli de Torroella com a destinació amb interès cultural es reforça amb la Fundació Privada Vila Casas (www.fundacionvilacasas.org) que ha adquirit la Casa del Marquès de Solterra al nucli de Torroella, per a instal·lar un dels seus museus, el de pintura. Per a l'Ajuntament, que ha intervingut activament en la materialització d'aquest projecte, l'elecció de Torroella per part de la Fundació Vila Casas, és el fruit d'una estratègia clara per destacar el paper del patrimoni i la cultura en un municipi amb una funció turística important. Per assolir els objectius previstos, la millora del nucli ha de continuar amb noves activitats que continuïn donant-li vida. Per això, entre altres iniciatives, l'ajuntament ha obert l'oficina de rehabilitació, que funciona com a part de la oficina de promoció econòmica, per atendre qualsevol tema relacionat amb la recuperació

dels nuclis històrics de Torroella i l'Estartit i amb la revitalització de la seva activitat econòmica (www.Torroella.org).

Sitges és un municipi de centralitat complexa. Té tres nuclis (la Vila, les botigues i el poble del Garraf), en vol crear un de nou a la Vila i vol potenciar el nucli urbà tradicional conservant el seu encant i fer-lo apte com a lloc de residència, treball i activitat turística. A aquest nucli tradicional, amb encants arquitectònics, culturals i històrics, a més d'activitat turística, vol afegir-hi la possibilitat de què hi visqui més gent i es terciaritzï, hi hagi més llocs de treball. Per això el nou PUOM (Roca, 2004) preveu un pla de millora urbana amb la peatonalització fixa o temporitzada de diverses zones, l'esponjament i la creació d'aparcaments als voltants. Bona part de la reactivació del centre es donaria a partir de la conversió de Sitges en un gran centre de congressos i convencions a nivell internacional, i totes les empreses que hi donarien servis s'hi instal·larien. Però a més de potenciar aquest centre vol crear-ne un de nou a la nova zona que apareixerà a Santa Bàrbara-Les Planes on a més del trasllat de les dependències municipals principals hi haurà una gran plaça, zona comercial, zona hotelera, zona de negocis i aparcaments, i estarà en la cruïlla dels nous camins que unir totes les parts d'aquesta localitat. Els altres dos nuclis urbans també es potenciaran: s'hi concentrarà habitatge i serveis. L'exemple de Sitges il·lustra clarament les tensions entre la funció turística i la funció terciària i residencial. En aquest cas, la ciutat opta per una via complexa en la qual una funció turística (atracció de congressos i seminaris) permet la creació d'una nova centralitat i actua com a motor de transformació urbana (residencial i terciària). Així la dicotomia convencional entre espai urbà i espai turístic (seguint les tesis de McCannell) s'ha resolt amb una proposta conciliadora.

Des de fa 25 anys, Sant Feliu de Guíxols està buscant un símbol lligat amb la cultura que singularitzi el seu nucli urbà i li doni una nova funció d'usos terciaris que ara no té. Semblava haver-ho aconseguit l'any 1998 amb la rehabilitació del Monestir Benedictí i la seva recuperació per a usos docents amb la instal·lació a aquest centre de l'Escola Oficial de Turisme de la Generalitat de Catalunya. El projecte s'havia de completar amb la construcció d'un nou edifici per a aquesta universitat i convertir el centre de la ciutat en un gran campus junt amb el teatre auditori, les pistes esportives de tennis i camps de futbol, la piscina coberta i el poliesportiu. Aquesta opció, com ja hem recordat, ha quedat desestimada al retornar l'escola a Girona. Ara l'Ajuntament es planteja recuperar l'edifici antic residència assistida per a la gent gran situada al carrer Hospital. Aquest important edifici, inclòs en el catàleg d'edificis del protegit del PGOU, pot acollir una part de les obres de la col·lecció Carmen Thyssen cedides al Museu Nacional d'Art de Catalunya.

Fa pocs anys, el nucli de Castelló d'Empúries era visitat per alguns turistes que sortien dels itineraris habituals turístics per anar a visitar l'església de Santa Maria, una *catedral* que semblava treta de context, a poca distància d'un centre turístic eminentment fordista com és Empuriabrava. En els darrers anys, des de l'Ajuntament i en col·laboració amb les associacions locals, s'està portant a terme una important transformació per convertir-lo en un centre de residència i atracció turística. L'Ajuntament no sols inverteix en la millora dels espais i edificis públics sinó que fa unes aportacions molt generoses per a la rehabilitació de façanes i l'obertura de nous locals comercials. Pel que fa a la façana, a més de subvencionar l'impost de construccions subvenciona amb un màxim de 1.200 € a fons perdut la reforma. Per l'obertura i manteniment del

petit comerç, subvenciona en un 90% el permís d'obertura i en un 50% l'ocupació de via pública. A més de tot això, destina uns 600.000 € a l'any en la rehabilitació del patrimoni i de l'espai públic d'aquest nucli. Però més enllà del valor de les reformes físiques hi ha l'estratègia de posar en valor la tradició i l'aspecte medieval de la que va ser la capital del Comptat d'Empúries. Les visites guiades al centre antic, la presó gòtica, la Farinera, i l'Església de Santa Maria, les iniciatives del museu, l'espectacular festa de la Terra dels Trobadors que dura tres dies al voltant de l'11 de setembre i que congrega a unes cent mil persones, i la prioritat que es dóna dintre de les campanyes de promoció turística d'aquest espai, és el que fa que es vagi millorant i desenvolupant com a atractiu.

Lloret ja fa anys que va iniciar la remodelació del casc adequant-lo com a espai de vianants i portant a terme obres de millora però aquest procés s'ha accelerat amb la el Pla d'Excel·lència Turística que es va començar a desenvolupar el 1999 i s'acabarà el 2001. Pel que fa al casc antic, s'ha portat a terme un projecte d'esponjament que consisteix en la compra d'edificis vells o en desús, la seva demolició i la construcció de zones verdes i espais ciutadans. Un dels edificis demolits amb el pressupost del pla és l'hotel San Francisco. Amb aquest projecte es pretén adaptar el centre urbà als vianants i recuperar vells immobles que estaven deshabitats alhora que es creen espais emblemàtics per a ús lúdic dels ciutadans. Al voltant del nucli antic s'ha construït una anella d'aparcaments amb 2.600 places, per reduir trànsit rodat. A més d'això s'ha creat un sistema de transport urbà que enllaça tots els nuclis de la ciutat. Però si bé aquest fet ja és important, el que més destaca en la gestió de Lloret sobre el nucli urbà es que aquesta està englobada a dintre d'un projecte més ampli que preveu construir una nova estació

d'autobusos, treure l'antiga terminal del centre per construir una zona verda i crear una xarxa de minibusos tipus llançadora que estalviaran el trànsit de grans vehicles per les zones turístiques. Això també és un clar exemple d'aposta per a la gestió sostenible, inspirat en el paradigma de Calvià. A les zones de nou creixement també s'ha aplicat el concepte d'esponjament, ampliant voreres on hi havia previstos aparcaments, rebaixant les alçades d'edificació i s'han creat àrees de serveis públics en punts que seran nous centres urbans de Lloret.

Blanes preveu un important canvi de funció del seu centre si es materialitza la construcció del Parc Temàtic lligat amb les noves tecnologies i la cultura mediterrània que vol impulsar a l'anomenada Illa Isozaki, o Illa de Blanes, el nou centre de la ciutat a pocs metres del casc antic. No està clar encara què s'hi podrà fer en aquest espai. El projecte Isozaki sembla descartat per la seva inviabilitat econòmica i ara l'ajuntament ha encarregat un estudi a la Universitat Politècnica de Catalunya per definir el futur d'aquest espai amb una situació privilegiada. Per altra part, Blanes ja fa anys que està millorant els accessos al centre de la ciutat amb la construcció de l'Avinguda Europa i el Passeig de Catalunya, i creant noves àrees de vianants. Ara té en projecte ampliar la zona de vianants a tot l'espai entre el Passeig Cortils i Vieta, i els carrers Ample, Muralla, Joaquim Ruyra i Jaume Ferrer. Altres accions per millorar el centre es basen en la potenciació de centres culturals i en l'enjardinament i l'embelliment amb escultures.

Vila-seca té aprovat un ambiciós projecte per reurbanitzar tot el casc urbà. Ja s'ha licitat el carrer Major, i es preveu que l'any 2009 estigui tot enllestit. A aquesta iniciativa s'ha d'afegir la que es va iniciar l'any 1992, "Vila-seca sigues coqueta" que va aconseguir renovar el 60% de

les façanes a través de subvencions en metàl·lic (de fins a 3.000€) i de gratuïtat de la llicència d'obres. L'objectiu d'aquesta iniciativa és, com veiem a altres llocs, fer del centre un lloc agradable per viure, i dotar-lo, a més, d'altres funcions. Una d'elles és la universitària, amb la ubicació de l'Escola Oficial de Turisme i Oci i el corresponent campus, una altra la cultural que s'ha aconseguit prestigiar amb la construcció de l'auditori. Però ara es vol anar més enllà amb l'especialització del centre i s'està pensant en la creació del CISTO, un important centre d'investigació en turisme i oci.

Roses no només ha rehabilitat físicament el seu centre, també està creant una nova funció a partir del projecte cultural que envolta la recuperació de la Ciutadella. Des de cursos fins a visites guiades i trobades d'estudi, festivals de música i festes tradicionals, tot un conglomerat d'activitats lligades amb la recuperació del patrimoni per dotar a Roses d'una icona que sobresurti sobre l'oferta tradicional i la complementi.

De la mateixa manera que els espais tradicionals creen noves centralitats, fins i tot en els espais periurbans, sovint a partir d'una lògica que Sorkin (1992) anomena la "fi de l'espai públic", també els nuclis turístics litorals complementen l'estratègia de potenciació dels centres tradicionals amb l'aparició de noves centralitats. En essència aquesta estratègia pot seguir dos vies contradictòries. El primer camí és la creació de centres en espais consolidats que estan mancats d'articulació. L'exemple més evident són les urbanitzacions creades a partir de la deformació del concepte de Pla Parcial de la Llei del Sòl.

Alguns plans urbanístics ja planifiquen o preveuen planificar en aquest sentit. Cambrils, Sant Pere de Ribes, Calella, Sitges, parlen de dotar

d'equipaments les noves zones de creixement residencial o bé redotar amb aquests equipaments urbanitzacions i zones residencials existents, fins i tot les de segona residència, per crear petites centralitats i donar una mínima identitat a aquests espais.

Paral·lelament a la potenciació del centre urbà, de l'àgora, del lloc de trobada ciutadà que fa "poble" i dona més sentit al grup, i de les petites centralitats a escala més gran que volen fer el mateix, hem d'assenyalar l'aparició de nous centres de comerç i d'oci que proliferen al litoral i creen noves centralitats. Platja d'Aro ha desenvolupat la primera fase del seu, el *Parc d'Aro*, Mont-ras té aprovat el pla parcial per tirar endavant el *Mont-ras Parc*, i Blanes, al voltant de la zona industrial té un dels espais més grans de les comarques gironines. El Pla General de Castelló d'Empúries en preveu un a la zona d'Empuribrava, Arenys de Mar ja fa anys que ha estrenat el seu, Cambrils ja el desenvolupa a les Roquetes, Salou en preveia un al seu Pla General però està pendent del desenvolupament de les noves zones hoteleres, a Castelldefels, comerciants associats i una promotora volen tirar endavant el centre *Ànec Blau*. Amposta, Calafell i el Vendrell disposen també de petits centres al voltant de multicinemes. A més gran escala, Mataró amb el *Mataró Parc*, i Tarragona amb diferents centres comercials, entre ells el *Parc Central*, i Gavà amb *Barnasud*, també reuneixen a molta gent a aquest tipus d'establiments.

Tots aquests nous centres de comerç i oci, són un fenomen relativament recent, i tenen en comú la seva voluntat de crear un centralitat per a activitats de comerç i oci supramunicipal, (regional, fins i tot en alguns casos) que entra en competència amb el centre urbà dels municipis. No tenen cap intenció de ressaltar la identitat municipal, ans al contrari,

accentuen la estandardització de l'espai i dels lloc d'oci i consum, tal com va fer el desenvolupament turístic al llarg de 40 anys. Tenen aparença d'espai públic amb entrada i circulació lliures però són de propietat i gestió privada. La seguretat, l'organització de l'espai, la promoció i publicitat, es gestionen conjuntament atenent a l'interès particular del centre i en la majoria dels casos sense tenir en compte l'espai que els envolta.

En definitiva, la creació o potenciació d'un centre urbà, un punt de referència que articuli no només la vida turística sinó sobretot la vida urbana, és una estratègia gairebé unànime en el conjunt del litoral català. Els simulacres urbans, les rèpliques d'una estructura urbana, guanyen amb aquesta estratègia la seva condició de ciutats articulades entorn un centre i - en conseqüència - deixen de ser les exòpolis que va descriure Soja (1995).

3.3.1.3 La limitació de la capacitat d'acollida

La tercera via és la limitació de les densitats en el centre. L'objectiu és evitar la saturació espacial en els períodes de sobrefreqüentació en les àrees urbanes més vulnerables. Com hem comentat aquesta mesura té un alt valor simbòlic ja que és el primer exercici de limitació de la capacitat d'acollida del litoral (si exceptuen algunes actuacions puntuals al ENP). Les dos iniciatives més comunes són la limitació del trànsit rodat i la creació d'espais d'aparcament exteriors i, en segons lloc, la limitació de creixement urbanístic del centre.

Cadaqués, una de les icones turístiques de la Costa Brava pateix per la sobrefreqüentació i sobreocupació del seu casc antic i està intentant

poder fer una modificació del Pla General que eviti la partició de les cases antigues en varis apartaments petits, que augmenten el nombre de residents dintre del casc. També vol construir uns grans aparcaments a les entrades de la ciutat per restringir al màxim l'ús de vehicle per part dels visitants.

Llançà preveu la construcció de nous aparcaments dissuasius per millorar la circulació als seus dos centres antics: la Vila i el Port. Aquests, per la seva tipologia i els seus monuments, ja són un atractiu turístic. També ha projectat la millora del passeig de Mar en front del nucli del Port. Aquestes mesures van lligades a un projecte més ambiciós que inclou un vial de circumval·lació que alliberi en part, el trànsit als nuclis antics.

També el Port de la Selva està preocupat per la sobrefreqüentació del seu nucli, que suporta el trànsit del port pesquer i dels diferents recintes de nàutica esportiva. La seva intenció, que ja està contemplada en la propera revisió del pla d'urbanisme, és construir un nou vial d'accés al port que enllaçaria amb la zona de les Pedreres i d'aquí amb la Carretera de Cadaqués. Això permetria peatonalitzar alguns carrers i millorar l'espai. Per altra part, també està pendent que s'acabi la concessió al Club Nàutic per l'explotació d'una de les zones de nàutica esportiva i reordenar les gairebé 900 places d'amarratge que hi ha al front de mar.

3.3.2. El residencialisme. La prolongació de la vocació residencial

Els municipis turístics han crescut molt quantitativament, han desenvolupat grans àrees urbanitzades, amb residències i equipaments turístics però, qualitativament han generat grans dèficits en serveis. La seva dotació en equipaments sanitaris, educatius, esportius, culturals no ha crescut, ni molt menys, al mateix ritme. Aquests municipis han entès que han de preparar la ciutat per fer-la atractiva tot l'any. Per això han emprès tota una sèrie d'actuacions, des de millorar el nucli antic fins a crear nous serveis com biblioteques, piscines cobertes, teatres, auditoris, centres sanitaris, i organitzar activitats al llarg de tot l'any.

N'hi ha que han anat més enllà en la seva aposta per perllongar la seva vocació residencial turística i intenten atreure nous residents tot l'any aprofitant els atractius de la seva ciutat. Els efectes d'aquest procés són molt complexos. En essència és tracta d'una iniciativa no turística perquè se centra en noves activitats i, bàsicament, en la condició residencial de la ciutat. De moment aquestes iniciatives no depenen de la funció turística, sinó que la complementen Tanmateix, en els conflictes clàssics entre espai residencial i espai turístic (seguint la concepció de McCannell) l'aposta pel primer crea *de facto* una lenta substitució del segon. És interessant destacar que la rellevància del residencialisme (i el no turisme) se sustenta en els atributs turístics de la ciutat: el passeig, el clima, el paisatge i, sobretot, la imatge. La paradoxa és que la funció no turística es basa en els atributs turístics.

Blanes és l'exemple més clar d'una població turística que aposta per prolongar tot l'any la vocació residencial. El seu objectiu a mitjà termini

és convertir-se en una ciutat residencial de 60.000 habitants amb la qualitat de vida que pot donar una ciutat mitjana, amb un medi natural destacable, a 1 hora i vint minuts de la plaça Catalunya en trens que surten cada 15 minuts, amb uns equipaments públics sanitaris com l'Hospital Comarcal, culturals com la biblioteca comarcal, lúdico-comercials com la zona de multicinemes i grans superfícies comercials o el centre comercial històric que està remodelant i augmentant la seva zona de vianants, amb una vida associativa important, amb bons equipaments educatius. A més Blanes actua com a centre de l'àrea de la Tordera i la Baixa Tordera, fa de ròtula entre les àrees d'influència de Girona i de Barcelona. Aquesta zona aglutina 100.000 habitants, i li està donant també possibilitats de creixement. Per això, la ciutat està responent al gran creixement que està experimentant la ciutat, uns 1.000 habitants cada any en els darrers anys, amb la creació d'equipaments públics i privats, i la millora de la vialitat. La ciutat vol estar preparada pel creixement que s'espera que es pot produir en els propers anys, com a conseqüència de la instal·lació de ciutadans provinents sobretot de l'Àrea Metropolitana de Barcelona. De moment ja s'ha notat una important afluència de ciutadans que ha triat Blanes per jubilar-se pels seus serveis per a la gent gran i la mesura de la ciutat i les condicions naturals, si bé ha patit la urbanització intensa dels anys 60 i 70, la seva situació urbanística és molt millor que moltes de les zones de provenença dels nous ciutadans.

El que ja està passant a Blanes també es preveu que arribi a Lloret. L'Ajuntament creu que unes parts de la població es convertiran en barris residencials de ciutadans que treballen a l'àrea metropolitana. Està previst que a Lloret, en un futur proper hi arribi un ramal de l'autopista C-32 (abans A-19) i que tinguin una estació de tren que els apropi més a

Barcelona. A part d'això, la política de desenvolupament de Lloret es basa en fer una ciutat per a les persones, construint nous equipaments, esponjant la ciutat, creant noves zones verdes, potenciant la rehabilitació de vivendes al casc antic... També està desenvolupant plans parcials de primera residència (el de Rierol per exemple) i promovent vivendes protegides en pisos de 70 i 80 m². Però com ja hem assenyalat anteriorment, un creixement excessiu i massa ràpid no coincideix amb els interessos de la població de Lloret. Per això, després d'una intensa pressió popular, i dels resultats de l'agenda XXI, l'ajuntament ha optat per suspendre les llicències urbanístiques a tres grans urbanitzacions i programar un desenvolupament més sostenible a partir de la redacció del PUOM (Roca, 2003).

Palafrugell preveu un creixement només en primera residència al voltant del nucli urbà. A les zones de la platja vol reduir l'edificabilitat i, fins i tot, desclassificar sòl. El seu nou planejament preveu la conversió de Palafrugell en una ciutat mitjana aturant la implantació de segones residències. Aquest fet es veu estimulat per les previsions del Pla Director del Sistema Costaner, actualment en fase de consulta. El Pla preveu que Palafrugell i Figueres siguin nuclis centrals de l'articulació del territori, mentre que preveu creixements moderats en nuclis complementaris (com Roses i la Bisbal) i un estancament en la major part de nuclis litorals i en la plana interior.

Palamós desenvoluparà, segons els estudis per al seu nou POUM una gran expansió de 30 ha del seu eix ampla a la plana de la riera. Això, junt amb la creació d'una nova zona industrial al costat de les naus actuals de la indústria Hutchinson i la possible ampliació del port

comercial faran de Palamós una ciutat mitjana amb uns equipaments turístics poc representatius (Egi sl, 2004).

Sant Feliu de Guíxols ja és una ciutat que en els darrers anys ha incrementat molt la seva població degut a l'augment de ciutadans provinents de la comarca i sobretot dels municipis veïns de Santa Cristina d'Aro, Castell-Platja d'Aro i Palamós (Rosset, 1998) segons l'Anàlisi Socioterritorial de la Diagnosi General del Municipi, elaborat pel CES (Consell Econòmic i Social) el juny de 1998. Aquest document justifica el fet que Sant Feliu sigui un municipi que atrau població del municipis veïns perquè:

“té una economia bastant més diversificada que algunes poblacions veïnes i pot oferir, per una banda, llocs de treball estables (sobretot industrials) i llocs de treball de temporada (derivats de les activitats turístiques), per altra. Les bones comunicacions amb els municipis que generen un elevat nombre de llocs de treball (sobretot Platja d'Aro), fa que molta gent que treballa en aquestes poblacions opti per anar a viure a Sant Feliu pel fet que és un municipi que disposa de tots els equipaments i serveis necessaris per gaudir d'una bona qualitat de vida i a més, el preu de l'habitatge, relativament més barat en que altres poblacions veïnes, afavoreix aquesta situació” (CES 1998:7-8)

Platja d'Aro també preveu mantenir el seu atractiu tot l'any i vol crear una gran zona residencial amb 700 vivendes noves unifamiliars amb vocació de primera residència. Espera que aquestes noves vivendes situades a la zona dels Estanys siguin ocupades per famílies de classe mitja alta (Pié, Barba ; 1999).

Els municipis del Golf de Roses creuen que la construcció de la línia del TGV permetrà anar reconvertint els segons residents en primers, en el cas de Roses, l'Escala i Castelló d'Empúries, i per augmentar la població en el cas de Sant Pere Pescador. Roses espera també tenir desdoblada la carretera fins a Figueres i l'autopista per ser un lloc atractiu per residir-hi tot l'any encara que no es tingui el lloc de treball a aquesta població. L'Escala preveu que una part de la seva àmplia platja de residències passi a ser habitatge habitual després d'un procés de rehabilitació dels edificis i les zones que abans eren eminentment turístiques, i Castelló, en el seu nou PUOM (Interlands, 2005) preveu la continuació de la construcció de vivendes de primera residència al nucli de Castelló.

Als municipis del Maresme on la pressió de l'expansió i intensificació del fet metropolità és més gran, es donen estratègies diverses, tot i que la majoritària és la que aposta per captar residents nous. Malgrat, Sant Pol, Arenys i Vilassar de Mar han intentat compensar la creació de noves residències amb la protecció de bona part del territori com a zones rurals o protegides. Altres com Canet de Mar, Sant Vicenç de Montalt, Sant Andreu de Llavaneres i el Masnou i Montgat han permès una urbanització i un creixement de la població més intensiva.

Al Garraf, conscients que la metropolitanització del seu espai és inevitable, aquests municipis aposten per una especialització de gamma

alta del residencialisme. Saben que compten amb un espai privilegiat i no volen morir d'èxit. Així, l'avanç del nou POUM de Sitges (Roca, 2004) especifica que vol desenvolupar un nou model residencial per la classe mitjana alta, tot i que defuig del tipus d'habitatge que obliga a un alt consum de territori i de vehicles particulars. Un cop d'ull als plans d'ordenació vigents o en tramitació de Sant Pere de Ribes, Vilanova o Sitges ens mostra grans avingudes arbrades, passeigs per a vianants o cicloturistes, noves centralitats amb tots els serveis, millora de les zones residencials existents amb la creació de serveis i unió d'aquestes zones residencials per què no siguin llocs aïllats i un llarg etcètera d'accions per fer d'aquests nuclis turístics un espai per a viure-hi bé tot l'any.

Més lluny de l'àrea metropolitana de Barcelona i sense les pretensions dels anteriors, trobem uns municipis que estan creixent molt en habitatges i relativament poc en serveis. Cubelles, Cunit, Calafell i el Vendrell (aquests darrers amb més de 15000 habitatges secundaris), i Roda de Barà també tenen voluntat residencial, tot i que la part de segona residència encara és molt alta.

A l'àrea metropolitana de Tarragona-Reus són Vila-seca i Cambrils les poblacions que més aposten per passar de ser destinacions eminentment turístiques a ser ciutats mitjanes litorals. Cambrils fins i tot ho assenyala a la memòria del seu Avanç de POUM (Interlands, 2004) i Vila-seca ho demostra amb el desenvolupament de tota una sèrie d'iniciatives, que ja hem esmentat, per ser una ciutat amb serveis, no sols per viure-hi tot l'any, sinó també per treballar-hi. Ambdues aprofiten els seus atractius com a destinació turística litoral per captar nous equipaments, serveis i empreses que facin possible la seva conversió en ciutats "de veritat", amb la forma urbana i les funcions d'un ciutat mitjana. Cambrils fins i tot

ha especificat la magnitud de la seva entitat ciutadana que ha fixat en 60.000 persones. Els municipis de Torredembarra, Altafulla i Salou també volen que part dels nous habitatges siguin de primera residència però no tenen interès en transformar-se en un nucli residencial i Mont-roig del Camp continua creixent sense que encara hagi definit un model de ciutat diferent al que té. Per la seva part, Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, un cop ha vist passar de llarg el projecte ITER per instal·lar un gran centre d'investigació, continua amb l'interès de créixer en segona residència i ampliar les 17 urbanitzacions que ja té al seu ampli terme.

Amposta és la població litoral de les terres de l'Ebre que més interès posa en la recepció de nous residents. El seu creixement al voltant del nucli urbà per a habitatges de primera residència, la creació de nous serveis, la seva funció de capital del Montsià i la búsqueda de noves activitats per als residents fan que es vagi consolidant com la ciutat litoral del Delta. Al seu voltant, Sant Carles de la Ràpita i Alcanar, no deixen de créixer en segona residència a un ritme de 700 a 1.000 habitatges nous per any.

L'estratègia del residencialisme va tenir mot predicament en les sessions de la darrera edició del Debat Costa Brava (Debat Costa Brava, 2004). És una idea atractiva per a molts col·lectius i administracions la intenció d'aprofitar tot l'any uns habitatges, uns serveis, uns territoris que en el millor dels casos es fan servir durant dos mesos a l'estiu. A tots els municipis costaners, però especialment a llocs com Llançà, Port de la Selva, Roses, Castelló d'Empúries, l'Escala, Castell-Platja d'Aro, Cunit, Calafell, Roda de Barà, Creixell, Salou o Mont-roig del Camp que tenen entre 3 i 5 habitatges secundaris per cada un d'habitual, és una temptació voler augmentar el rendiment del parc d'habitatges amb més

ocupació permanent. Per això, els ajuntaments demanen a l'administració més inversió en carreteres, ferrocarrils -convencional i TGV- i fins i tot en facilitats pels vols barats per acostar, en temps, el treball al lloc de residència.

Un ràpid cop d'ull a l'evolució de la població dels municipis litorals, ens dona com a resultat un creixement mitjà del 34,3% entre 1981 i 2001, més o menys l'increment de tot Catalunya, i que en la darrera dècada estudiada, 1991-2001, ha crescut quasi un 20%. A escala més gran, veiem que en aquests 20 anys 15 municipis han augmentat més d'un 100% la població. Al capdavant hi ha Cunit, amb un increment del 613%, Santa Susanna un 310%, Creixell un 286%, Cubelles 230% i Sant Vicenç de Montalt un 223%, per posar alguns exemples.

Taula 3.4. Capacitat màxima població als municipis litorals

Municipi	Cens 2001	Capacitat planta d'habitatges
Total litoral*	1.053.450	3.292.501
Tarragona	113.129	253.760
Mataró	106.358	200.896
Vilanova i la Geltrú	54.230	124.197
Salou	14.164	124.184
Vendrell (El)	23.744	115.025
Castelldefels	46.428	111.331
Cambrils	21.000	109.113
Prat de Llobregat (El)	61.818	103.265
Calafell	13.503	103.127
Blanes	30.640	98.844
Roses	12.720	97.468
Viladecans	56.841	96.909
Gavà	39.815	79.412
Lloret de Mar	20.144	73.616
Sitges	19.893	71.311
Palafrugell	18.204	65.429
Pineda de Mar	21.074	62.307
Palamós	14.791	60.720
Sant Feliu de Guíxols	17.872	59.430
Castelló d'Empúries	5.886	58.441
Vila-seca	13.353	58.209
Escala (L')	5.823	56.885
Castell-Platja d'Aro	6.771	56.468
Torredembarra	11.187	52.580
Premià de Mar	26.334	50.366
Sant Pere de Ribes	23.134	50.237
Cunit	6.402	49.441

Torroella de Montgrí	8.220	47.696
Calonge	6.635	47.227
Mont-roig del Camp	6.753	45.765
Masnou (El)	20.678	41.663
Vilassar de Mar	17.369	38.829
Calella	13.694	38.554
Amposta	16.865	35.406
Malgrat de Mar	14.367	33.673
Cubelles	7.326	33.428
Sant Carles de la	11.572	32.272
Arenys de Mar	12.835	32.147
Llançà	3.890	28.457
Roda de Barà	3.639	28.350
Tossa de Mar	4.365	28.096
Canet de Mar	10.778	26.239
Alcanar	8.032	26.166
Ametlla de Mar (L')	5.015	26.105
Sant Andreu de	7.833	21.388
Begur	3.459	19.200
Deltebre	10.478	19.040
Montgat	8.835	17.849
Santa Cristina d'Aro	2.857	17.656
Altafulla	3.293	16.396
Vandellòs i l'Hospitalet	4.373	15.536
Sant Pol de Mar	3.927	14.771
Creixell	2.086	14.435
Pals	2.046	13.210
Ampolla (L')	1.995	12.311
Cadaqués	2.005	11.275
Sant Vicenç de Montalt	3.847	11.232
Cabrera de Mar	3.763	8.260
Caldes d'Estrac	1.974	7.383
Santa Susanna	2.090	7.190
Port de la Selva (El)	760	6.708
Sant Jaume d'Enveja	3.309	6.278
Perelló (El)	2.228	4.997
Portbou	1.398	3.978
Sant Pere Pescador	1.425	3.892
Colera	502	3.599
Mont-ràs	1.676	2.877

*Sense el Barcelonès Font: Elaboració pròpia a partir d'INE

A l'altre costat Port Bou i Sant Jaume d'Enveja perden població, el primer amb un percentatge considerable del 38% i Sant Jaume no arriba al 3%. A part d'aquest dos casos, des de Colera a l'Ampolla con assenyalen estudis recents (Vicente i Gutiérrez, 2004), es dona un creixement gairebé continu del 3% anual, llevat del Barcelonès, que no forma part de l'àmbit d'aquest estudi. Segons aquest autors, el creixement de la Vall d'Aro, la Selva Marítima, l'Alt Maresme, del Garraf, Baix Penedès i Baix Camp es deu com ja hem assenyalat, a

l'ampliació del radi d'influència de la regió metropolitana i la millora de les comunicacions amb l'autopista del Maresme i el del Garraf, i del servei de tren de rodalies, però també a creixements dels propis municipis en els sectors de la construcció i del turisme.

Aquests mateixos autors assenyalen que aquest creixement demogràfic de la costa catalana no explica l'important increment de la construcció dels darrers anys, que ja hem analitzat en l'apartat de l'estratègia de la sostenibilitat. Les dades que aporten mostren que el creixement de la població d'entre el 1992 i el 2002, justifica poc més de la meitat del total dels habitatges nous. Tot això ve a demostrar un cop més la immensa importància dels habitatges turístics i la segona residència al litoral català. Només a tall d'assaig, compararem la població de cada municipi l'any 2001, i la capacitat del parc d'habitatges d'aquell mateix any.

Notem que aquests municipis litorals poden encara acollir tres vegades més que la seva població habitual, i que ens apareixerien 9 municipis amb més de 100.000 habitants, alguns d'ells com Calafell que no arriba ara als 13.000. Cal tenir en compte que a aquestes dades hi haurem de sumar el potencial de construcció que té encara cada municipi per obtenir la mateixa radiografia per als propers anys. Per exemple, Llançà amb una població el 2001 de 3890 habitants i una capacitat per 28.457, ha aprovat un Pla General que permet créixer fins arribar a enquibir 50.000 persones (Fina, 2001). Per això, l'estratègia del residencialisme portada al seu extrem crea un efecte de concentració geogràfica difícilment sostenible. És cert que resulta més coherent l'aprofitament residencial permanent dels habitatges d'ús turístics, però la magnitud d'aquesta oferta és tan elevada que la seva plena ocupació generaria un model de col·lapse territorial permanent.

El planejament supramunicipal modula aquesta capacitat de creixement. El Pla Director Territorial de l'Empordà reforça la centralitat de l'eix Palafrugell,-Palamós-Platja d'Aro-Sant Feliu de Guíxols i l'àrea de Figueres, però preveu un creixement moderat en els nuclis secundaris amb una forta pressió (com Santa Cristina d'Aro, Calonge, Pals, o Verges), la protecció de les àrees de valor agrícola, la connexió dels espais PEIN, la limitació de les opcions de noves trames de segona residència i, en general, centrar les possibilitats de creixement en els espais urbans més compactes.

En aquesta mateixa línia, un pla més complex ha dibuixat també la centralitat del triangle, Tarragona-Reus-Valls i ha delimitat la frontera entre espais oberts, usos industrials i usos turístics: El Pla Director de les Activitats Turístiques i Industrials del Camp de Tarragona. La principal característica d'aquest pla és la delimitació d'un sistema d'espais lliures perimetrals de protecció a l'entorn dels àmbits químics que afavoreix la seguretat de les àrees residencials i l'activitat turística, i minimitza l'impacte visual de la indústria química. El pla també preveu noves formes d'aprofitament dels sòls urbans i urbanitzables que no posin en perill els espais d'alt valor agrícola o paisatgístic al voltant dels nuclis.

Afectaran també la lògica de contenció supramunicipal el Pla Director de les Comarques de Tarragona; i el Pla Director de les Terres de l'Ebre, redactat el 2001, i en vies de revisió. Altres espais litorals estan afectats per plantejaments territorials sectorials com el Pla Director de Mobilitat i el Pla d'Ordenació del Sòl del Maresme, que intenta racionalitzar el creixement urbanístic en els nuclis centrals i promou la protecció de les àrees agrícoles de la plana més enllà dels espais PEIN. Però el principal

instrument de planificació del litoral ha estat el Pla Director Urbanístic del Sistema Costaner (PDUSC).

3.3.3. Cosir els fragments de la ciutat per donar un sentit unitari.

L'espai turístic és fragmentat perquè està format per unitats bàsiques relativament independents que s'escampen pel territori sense cap mena de connexió entre elles. Així és habitual trobar una zona turística formada per un hotel, un càmping, un parc aquàtic, una zona comercial, una urbanització, una zona residencial turística, un nucli de primera residència... espais que conviuen entre sí sense que s'estableixin relacions entre ells. Els intents que fan els municipis per cosir el territori, per unir els fragments i donar-los un sentit unitari, de pertinença a un grup, a una comunitat no s'han d'interpretar tant com una manera de millorar la prestació turística, sinó més aviat com un intent de construir (o reconstruir) l'espai urbà. En realitat, l'espai urbà no és només una entitat articulada a l'entorn d'un centre, sinó també l'espai "cosit", vertebrat i amb una certa funció de continuïtat. Per això les estratègies d'unir i vertebrar el territori són sobretot esforços dirigits al residencialisme. Trobem forces exemples d'aquestes estratègies al litoral català. En alguns casos el creixement dual es deu al sorgiment d'un nou nucli que acull els equipament turístics, i en d'altres la fragmentació es produeix entre les urbanitzacions i el nucli turístic.

Llançà ha estat durant molts anys una ciutat partida en vàries parts. Tradicionalment la Vila i el Port ja eren nuclis separats i després es varen afegir les urbanitzacions que varen sorgir amb el creixement turístic a la línia litoral. El nou Pla General preveu anar cosint la ciutat que quedarà encerclada pel nou vial de connexió amb la carretera de Port de la Selva i la via del tren. D'aquesta manera es regula el creixement de la ciutat fins als límits del Parc Natural del Cap de Creus. Les noves zones

de creixement són la que tanca el nou vial programat que enllaçarà amb la carretera de Port de La Selva per darrera del Camp de Futbol, i a la zona nord fins la via del tren. Amb aquestes dues actuacions previstes es lliga la ciutat, que en aquests moments està partida entre la Vila, el port i les urbanitzacions. Fora d'aquest dos eixos només es preveu una altra zona de creixement a l'entrada de la ciutat que es dedicarà a usos industrials i residencials. El vial de circumval·lació, unirà la vila amb les urbanitzacions de Cau del Llop, la Zona de Fané, la Farella, les Carboneres i el Port. I la urbanització entre la carretera de Port Bou i la via del tren, destinada més a segona residència, i creixement de la zona urbana, lligarà el port i la vila amb el passeig i les urbanitzacions de l'Argilera, Sant Genís, Estanys de Dalt, Grifeu i Cap Ràs. Tant el nou vial, com l'antiga carretera, comptaran amb un passeig per a vianants i bicicletes al llarg del seu recorregut.

Un altre municipi de la Costa Brava que es troba amb una situació semblant, amb un nucli històric a l'interior i una extensió turística nascuda de nova planta és Calonge. Per lligar els dos nuclis, l'Ajuntament ha preparat un pla especial que reurbanitza l'Avinguda de la Unió, un ambiciós projecte (i amb un nom que no deixa dubtes a la seves intencions) que va des del nucli urbà de Calonge, fins el nucli litoral de Sant Antoni de Calonge (carretera Gi-661) i un cop allà travessa tot Sant Antoni fins a Palamós reformant l'eix viari actual (c-253) per convertir-lo en una gran zona comercial amb 50 metres d'amplada que enllaci, en lloc de separar, l'interior i la costa. La magnitud d'aquest projecte, que preveu reurbanitzacions, expropiacions i canvis d'usos ha fet que de moment l'ajuntament l'hagi retirat pel descontent de molt veïns afectats. Un altra projecte que lligarà els dos centres és el Parc d'Activitats Econòmiques, l'entrada del qual presideix l'esfera del

l'espectacle "Moure el món" del Fòrum de les cultures de Barcelona. L'esfera, que ara passarà dir-se de *la Convivència i de la Tolerància*, és una metàfora de les dificultats per crear fites territorials. En l'espai intermedi entre el litoral i el nucli històric, aquest monument intenta crear identitat urbana a partir de la seva capacitat simbòlica. Tanmateix es tracte d'una "fita mòbil", un dels emblemes del Fòrum que ara esdevé l'ensenyà d'un espai completament diferent. Com els obeliscos egipcis de París o Roma, aquestes icones espacials són descontextualitzades i tenen el mateix valor cultural que les cultures mòbils que identifica Rojek (1997). A més d'aquest projectes, Calonge també intenta que les 28 urbanitzacions, que encara tenen molt d'espai per desenvolupar, es vagin lligant entre si, i amb el nucli urbà.

També Castell-Platja d'Aro es troba en aquesta situació. Donada la importància que va arribar a tenir el nucli turístic desenvolupat a la zona de Fenals d'Aro, fins i tot l'Ajuntament l'any 1962 va canviar d'emplaçament i el nom turístic de la ciutat ha superat en importància a l'original, Castell d'Aro, que fa honor als orígens feudals de l'assentament. Ja fa uns anys, l'Ajuntament ha iniciat un ambiciós pla per lligar la ciutat amb àmplies voreres i arbrat. Primer ha lligat els tres nuclis de població importants: S'Agaró, Platja d'Aro i Castell d'Aro, i té previst anar enllaçant també les urbanitzacions. A més, la construcció d'equipaments comercials, que es van instal·lant al llarg de la carretera que enllaça Platja d'Aro amb Castell, permet la connexió física, funcional i simbòlica de la ciutat. A l'únic espai que queda buit, l'Ajuntament ha previst desenvolupar, a partir del pal parcial Rambla de Castell, del qual en parlem més endavant, una gran àrea lúdica a banda i banda de carretera que acabarà unint els dos nuclis. Entre el nucli de Platja d'Aro i S'Agaró, el gran projecte d'urbanització residencial dels Estanys (Pié,

Barba 1999) i la nova zona d'equipaments lúdics, hotelers i comercials de la Bòvila, anomenat comercialment *Park d'Aro*, a més del projecte de llac artificial al parc central, ja no deixen cap espai intersticial entre aquestes zones.

De nuclis fragmentats en dues realitats, el centre històric i l'espai turístic, Torroella i l'Estartit en són un altre exemple. El nou Pla General, (Pié, 2002) aposta per un model de creixement en taca d'oli al costat de les infraestructures ja consolidades, seguint la carretera que uneix l'Estartit amb Torroella, per substituir el creixement a la primera i segona línia de mar. D'aquesta manera allibera de la pressió urbanística els espais naturals més sensibles i va enllaçant els dos nuclis .

Palafrugell, que compta amb 5 (Llafranc, Tamariu, Calella, Llofriu i el nucli històric) no preveu fer cap intent d'unir-los entre sí perquè estan molt aïllats i significaria augmentar considerablement la urbanització. El que ha promociat l'urbanisme municipal és el nexa entre els tres nuclis litorals a través de passeigs i camins de Ronda. La connexió ja està molt avançada i només queda per executar el camí de Ronda que va de Tamariu fins a Sant Sebastià.

A Sant Pere de Ribes s'ha optat per compactar els dos nuclis de població amb noves edificacions i relligar-los amb nous vials. Al nucli de les Roquetes s'ha traçat una nova ronda, la Ronda del Garraf, que de forma sinuosa va unint els antics nuclis de població amb barris de nova creació, nous equipaments i zones verdes. Les antigues urbanitzacions, que varen créixer als anys 60 de manera desestructurada per la forta demanda d'habitatge que va reclamava l'allau migratori de l'època, es van unint entre sí i amb els nous nuclis de població que es

desenvoluparan a la plana. Es crearà un nou eix ampla amb una nova àrea de centralitat a Can Petaca on es posaran les noves dependències municipals de l'Entitat Municipal Descentralitzada de les Roquetes. Completaran els espais buits, un gran Parc Central, que farà de pulmó verd, i una zona lúdico-comercial, ja realitzada en part, que s'anomenarà *Cambrils Parc*. Pel que fa al nucli de Ribes, la idea és concentrar el creixement al voltant d'una nova ronda de circumval·lació, concèntrica a l'actual, on es preveu bona part del creixement. A aquesta zona, que estaria enllaçada amb el nucli actual, es preveu també transpassa-hi el volum edificatori d'altres zones que s'han desclassificat. Aquestes mesures, junt amb la intenció, especificada en el Pla d'Ordenació Urbanística Municipal aprovat l'any 2001, i ja en part portada a terme, de desclassificar sòl urbanitzable a zones més aïllades del nucli, pretenen aconseguir que els dos nuclis del municipi, les Roquetes i Ribes, siguin cada vegada més un lloc per a viure, amb forma i funcions de vertadera ciutat.

A Sitges, el Pla d'Ordenació Urbanística Municipal presentat a final del 2004, i redactat pel mateix equip que el de Ribes (Estanislau Roca & Associats) vol aconseguir els mateixos resultats, amb unes estratègies semblants, però posant en primer lloc la seva funció turística. A nivell urbanístic, Sitges també vol un canvi en el model imposat per la metropolitanització que implica l'ús del vehicle privat i un consum extens de sòl. Per invertir la tendència, es proposa desqualificar una part important del sòl urbanitzable, compactar la ciutat concentrant l'edificabilitat de les noves residències, potenciar la barreja d'usos als nous sectors per evitar la mobilitat obligada, relligar els nuclis amb nous vials arbrats i àmplies zones verdes, protegir les zones paisatgísticament sensibles i crear una nova centralitat a la zona de la Plana/Santa

Bàrbara. A més, proposa 6 espais per a zones d'implantació hotelera d'alta qualitat i una potenciació del casc antic amb la intenció última de poder-lo destinar a zona de vianants. Els diferents assentaments de la conurbació de Sitges (de Montgavina als Ports-Miralpeix) es relligaran amb dues xarxes: una rodada per a vehicles, i una altra per a vianants i bicicletes que implicarà la creació d'un gran sistema de parcs i vies verdes. A l'esmentada zona de la Plana- Santa Bàrbara es crearà un nou centre urbà amb dependències municipals, una gran plaça, vivendes, centre comercial, i fins i tot, oficines i implantació hotelera. Per al casc antic es preveu un Pla de Millora Urbana que contempla la peatonalització fixa o temporalitzada, i possibles esponjaments.

Castelló d'Empúries vol resoldre la seva segregació en dos nuclis, la marina residencial d'Empuriabrava (amb 511 ha és la més gran del món) i el nucli històric de Castelló, amb l'increment de la zona urbanitzable d'ambdós espais. Per la part d'Empuriabrava es construiran nous canals, una marina nova de 15ha, un espai comercial i hotelier i la zona residencial Empuriabrava Oest, a més de nous serveis perquè aquest espai es programa per arribar a ser una nova centralitat al municipi. Aquestes noves actuacions ja superaran l'actual traça de la carretera de Roses (C-260) i s'acostarà més al nucli històric. Per aquesta altra part, s'ampliarà el nucli amb la zona residencial de l'Hort d'en Negre i el Tió de l'Estanyol, zones de serveis i l'estany d'aigua dolça a la zona inundable de la Mugueta. Amb aquestes actuacions previstes en l'Avanç del nou pla d'ordenació urbanística de Castelló d'Empúries, només separarà el dos nuclis un espai de 350 metres ocupat pel corredor biològic de la Mugueta que permetrà la connexió entre els dos espais del Parc Natural del Aiguamolls de l'Empordà que queden a banda i banda del municipi.

Blanes ha anat lligant tot el seu territori amb la promoció de noves zones industrials, residencials i lúdico-comercials. Ara, amb dos projectes més, que no estan en el Pla General vigent, vol acabar de fer taca urbana i tenir tota la ciutat dins un continu urbà. Preveu lligar la zona lúdica comercial que acaba al mas Cremat amb la part del nou hospital comarcal, creant una gran zona urbanitzable que ompliria els espais intersticials entre Mas Florit, Ca la Guinó, Mas Carolet, Mas Guelo, Blanes Vistamar, Residencial Blanes, Mas Borinot i Ca n'illes i Valldolí. En el Pla General actual ja hi ha la urbanització Costa Brava i l'ampliació de la urbanització Valldolí. A més ha lligat tot el front marí amb el passeig de S'Abanell. L'única part que no quedaria lligada és l'espai central que ocupa l'anomenada illa Isozaki o Illa de Blanes, que es reserva per a una promoció urbanística especial. Això podria produir una contradicció entre l'estratègia de crear una àrea urbana cohesionada, basada en criteris de residencialisme i la creació d'un "forat negre" desconexionat de la resta de la ciutat. A més, aquest espai es troba en l'àrea que podria actuar com a nexa, com a transició entre la ciutat turística i la ciutat "antiga".

Els nuclis amb gran quantitat d'urbanitzacions es troben també amb el municipi fragmentat. Santa Cristina d'Aro ho va solucionar integrant les urbanitzacions més properes al nucli urbà i enllaçant les urbanitzacions entre elles. Però a part d'algunes que han pogut ajuntar-se al casc urbà, el procés és lent. Moltes d'aquestes urbanitzacions funcionen com a espais tancats amb un alt grau de cohesió interna i una clara diferenciació dintre-fora. L'exemple més evident és el reguitzell d'administracions en els límits municipals de Santa Cristina d'Aro i de Castell-Platja d'Aro, als darrers contraforts de les Gavarres. Aquí, una quinzena d'urbanitzacions es

succeeixen sense solució de continuïtat, però totes mantenen la seva identitat i diferenciació. Tenen, si més no una gestió i uns interessos comuns diferents i/o enfrontats als de les urbanitzacions veïnes.

Mont-ras també té el seu poble fragmentat. La carretera C-31 parteix el poble en dos. A una part queda el nucli antic i a l'altra les urbanitzacions i equipaments turístics. Unes modificacions parcials a les normes subsidiàries preveuen qualificar més sòl urbà (passar de no edificable a SAU) per anar agrupant les urbanitzacions més properes al nucli, Torre Simona, Sadurní, Mas Roqués i Mas Soley. Però el projecte que ha de fer créixer i unir les dues meitats ha vingut amb el desdoblament de la carretera. Mont-ras ha aprofitat que la carretera s'havia d'eixamplar per soterrar-la en part i fer una gran zona comercial i lúdica de 5000 m² edificables, amb hotel inclòs, al seu voltant. Tot i el rebuig dels municipis veïns, *Mont-ras Parc* -nom que previsiblement adoptarà la zona comercial- ja s'està tramitant i canviarà la fisonomia i l'entitat municipal. En aquests cas, la gran superfície comercial i lúdica serà un element capital en l'articulació del territori de l'eix La Bisbal-Palafrugell. Curiosament, aquest espai ex novo que supera amb escreix l'escala local, actuarà com a pont entre les dues realitats territorials dissociades. Novament la unió entre els fragments es realitzarà a partir d'una estructura artificial.

Roses ha lligat els seus nuclis dispersos al llarg de la badia amb la construcció de 3,5 quilòmetres de passeig marítim. Així, des de la Marina de Santa Margarida, fins a la platja dels Palangrers, queden lligades les urbanitzacions de Sant Margarida, Salatar, la zona de la ciutadella, el nucli antic i el port pesquer. L'Escala també ha aconseguit lligar els nuclis de la Ciutat Grecoromana d'Empúries i les zones de creixement turístic

de Riells amb el nucli històric a través de la construcció del passeig de Mar, que adopta diferents noms i un camí de Ronda que properament es construirà entre La Clota i Cala Montgó. Per altra part, la Urbanització del Pilans que va néixer reparada del casc urbà, ara ja en forma part.

Cambrils proposa un nou eixampla, a la part oest de la ciutat, entre el Torrent d'en Gener i el Barranc de la Mare de Déu del Camí, per "relligar i dotar de serveis urbans els sectors ja urbanitzats de forma dispersa" (Interlands, 2004). Aquest nou eixampla urbà, que ha de donar "continuitat a la trama urbana", ha d'estar ocupat a mig termini per entre 10 o 12.000 habitants, bona part en vivendes de protecció oficial, i ha d'esdevenir una nova centralitzat urbana. No només tindrà habitatges, sinó totes les infraestructures d'una ciutat tant comercials, com culturals, educatives, de transport i econòmiques. Es preveu que el desenvolupament també serveixi per anar millorant les urbanitzacions, ara disperses, que l'envoltaran i que no compten amb cap mena de serveis, a part dels residencials. En aquest cas, l'element que articula l'espai fragmentat (les diferents urbanitzacions) és un eixampla dotat de molta personalitat, que pot actuar com a centre de serveis no només dels habitants de l'eixampla, sinó també dels espais urbanitzats veïns. A més d'aquesta gran operació, també es crearà un nou eixampla urbà de dimensions més reduïdes des dels límits de l'actual casc urbà fins el Barranc del Regueral i el terme de Vinyols i els Arcs. És el que anomenen l'eixampla de Llevant. Per compactar i donar sentit unitari a la ciutat no només es volen crear noves centralitats, sinó consolidar buits urbans amb planejament aprovat o en tramitació com l'entorn del casc antic (Unitat d'Actuació 6-El Pinalet, i PEMU-1), l'entorn del Raval i la urbanització Nou Cambrils (sectors 2, 3 i 4) i l'entorn del barri del Port (Unitats d'actuació 1, 2 i 3- Horta de Santa Maria). Tot això permetrà tenir una

ciutat diversa i compacta, enquadrada dins un rectangle de 1.800 per 4.000 metres, amb sectors connectats entre si horitzontalment pel nou vial que es dissenya a la traça que ocupa actualment el ferrocarril (que ha de desviar-se) i verticalment per la Riera d'Alforja, la nova estació de ferrocarril, el barri del port i les platges centrals.

Pel que fa a les urbanitzacions disperses que quedaran fora d'aquest rectangle, tindran un tractament en conjunt que permeti integrar-les a la ciutat. Les actuacions que es consideren són la millora de les connexions entre elles, amb el nucli urbà i amb els espais lliures; la redotació de serveis urbans i equipaments socials i culturals, i la creació de petites centralitats que permetin donar a aquests espais la funció d'una vertadera ciutat. Exemples d'això són:

- Crear una nova franja d'equipaments, en els àmbits dels actuals sectors 5 i 6, als terrenys que deixaran lliures els trams actuals del ferrocarril i la carretera A7. Aquesta franja ha de donar serveis al nou eixampla de Llevant i a les urbanitzacions que es troben immediatament al sud, a més garantir una connexió entre aquestes zones i les urbanitzacions de primera línia de mar.
- Crear una petita centralitat al barri de la Llosa aprofitant la ordenació del buit urbanitzable del sector 10.
- Rehabilitar la part més obsoleta de la urbanització Regueral del Prat d'en Forés amb mecanismes de substitució de l'edificació.
- Dotar amb una petita centralitzat de serveis a les urbanitzacions de Ponent aprofitant la urbanització del Pla parcial 8 i del sector 8.

El municipi veí de Salou també vol aprofitar la desaparició del traçat urbà del tren per relligar la ciutat amb un gran vial transversal que vertebrerà la xarxa urbana i descongestionarà la façana marítima.

Roda de Barà que com molts altres pobles costaners té una urbanització molt dispersa, impulsa un creixement en espiral des del centre per omplir buits i tenir un continuum urbanitzat. Es preveu que als nous plans parcials que permetran aquestes noves urbanitzacions s'hi instal·lin equipaments i serveis als terrenys que s'obtindran de l'aprofitament mitjà.

3.3.4. Conclusions

Els espais turístics litorals s'han estructurat com a veritables mosaics territorials, un conjunt de fragments sense una aparent unitat funcional o simbòlica. Per això, el paisatge litoral pren la forma de les exòpolis que Soja utilitza per descriure la suburbanització de Los Angeles: espais mancats de centre, en els que cada fragment té un alt grau d'autonomia funcional. Aquests espais fragmentats s'expliquen essencialment perquè la lògica de creació de l'espai se centra en els visitants, uns agents que tenen una mobilitat reduïda i una experiència més efímera. Per això no crea grans complexos territorials, sinó unitats *operatives* que funcionen d'acord amb les lleis de Hagerstrand.

Una de les estratègies locals més innovadores en els espais litorals ha estat la re-construcció (o la construcció, a seques) d'espais urbans, de veritables ciutats que no estan guiades només per la lògica turística. Aquesta iniciativa és interessant perquè desdibuixa el pes del turisme en la configuració del territori: l'objectiu és la creació de noves activitats (bàsicament terciàries i residencials), que complementin, i en alguns casos anul·lin la funció turística. En essència, aquesta estratègia parteix precisament de la paradoxa espacial de Harvey; en un context de "mort aparent de la geografia", en la que els models clàssics de localització perden el sentit per la compressió espacio-temporal, els atributs complexos del territori tenen un valor capital en les noves localitzacions. I les destinacions turístiques aporten molts dels factors que determinades activitats terciàries o residencials valoren de forma preferent: atmosfera urbana, el paisatge, el clima, el mar, la trama urbana tradicional i, especialment, la imatge turística. La rellevància d'aquest procés és cada vegada més evident. Mentre que els espais productius i residencials la

major part dels projectes i la planificació estratègica se sustenta en icones turístiques i recreatives (ports, hotels, museus, *shopping malls*) els espais turístics basen la seva estratègia de dinamització en l'aposta per elements no turístics, per la integració en l'espai de peces residencials i productes que sovint s'integren en el catàleg d'iniciatives postindustrials: tecnivilles o pols científics de recerca, complexos residencials emblemàtics, nous espais orientats al teletreball...

Els processos de residencialisme responen a dos estratègies desiguals. D'una banda l'extensió al nord i al sud del fet metropolità i la creació de noves centralitat perifèriques de la tercera i quarta corona. Al sud, els efectes arriben fins als límits del Garraf i, al Nord, a la Costa Brava Sud. Un segon grup està integrat per les àrees que s'escapen de la taca metropolitana i que basen una part dels seus atractiu precisament en la seva condició relativament perifèrica, que permet mantenir una estructura paisatgística amb molta personalitat.

La construcció d'una ciutat a partir dels fragments fordistes és un exercici interessant de geografia social. En general, se sustenta en la idea que les transformacions espacials (formals, superficials) poden alterar la lògica profunda del territori (el pas de la indústria turística a la ciutat *real*) Per això els canvis que segueixen són més diversos. En alguns casos, els esforços se centren en la creació (més o menys artificial) d'un centre que vertebrí l'espai urbà; aquestes iniciatives enfatitzen més la millora superficial, epidèmica dels centres urbans que una veritable articulació centre-territori de la ciutat. També hem assistit a ala creació d'icones i espais emblemàtics com a referències urbanes o la integració de nous equipaments residencials que millorin la centralitat de les ciutats. Finalment, algunes localitats intenten vertebrar el territori fragmentat a

partir de corredors urbans que donin sentit de continuïtat al mosaic turístic.

Según Molas, (Joan Molas, presidente de la Confederació Empresarial d'hosteleria i Restauració), el FC Barcelona debería promocionar el turismo hacia Catalunya de forma gratuita: "Tendrían que usar siempre en la camiseta, no sólo en los partidos de pretemporada, la marca Catalunya sin cobrar nada, porque el turismo es la primera industria del país, de la que se beneficia todo el mundo".

La postura muestra hasta qué punto los del tinglado turístico han llegado a creerse que el país es de su propiedad, un paseo marítimo con souvenirs, y los ciudadanos meros figurantes que sirven para dar el toque humano que incluso los turistas en chancletas necesitan.

(...) tienen el cinismo de repetir que del turismo "se beneficia todo el mundo" (...) Pero a una grandísima parte de la población el turismo no sólo no nos beneficia, sino que nos repatea los hígados.

Por la cara
De Quim Monzó
La Vanguardia, *El Runrún*, 17.6.2005

3.4 L'estratègia de la hiperealitat

La hiperrealitat és, probablement l'estratègia "natural" dels espais turístics. De fet, sabem des de McCannell que els espais turístics són dissenyats amb criteris teatrals inuatèntics. En bona mesura, els espais turístics poden ser considerats un simulacre, un *pastiche*. Per això, la recreació d'espais llunyans, de símbols universals o d'altres temps poden formar part del paisatge turístic. Si això ja era un fet natural del turisme

tradicional, ara la iniciativa neofordista ha incidit encara més en les presentacions inuatèntiques i hiperreals dels llocs.

L'estratègia de la hiperrealitat no consisteix només en la creació de parcs temàtics sinó a aplicar alguns dels principis bàsics d'aquests a espais públics, a complexos privats de comerç i oci i a la tradició, la cultura i la història dels llocs. A aquests llocs se'ls incorpora els trets d'un espai temàtic. Si els parcs temàtics es caracteritzen per tenir un disseny integral, una gestió única o coordinada, una identificació comú sobre un tema, una planificació conjunta de la promoció, la imatge, l'accessibilitat, la seguretat i una teatralització dels espais, les relacions socials i les activitats; les noves estratègies apliquen aquestes característiques a espais ja existents, a nous espais a desenvolupar, a tota una àrea urbana o a les tradicions i als trets culturals i històrics locals.

3.4.1. Els parcs temàtics

A part de Port Aventura, que ja va tenir les seves dificultats per portar-se a terme, els altres intents de crear una gran parc temàtic a altres zones han acabat en fracàs o en replantejament total del projecte. Recordem per exemple, el projecte HECAS, un parc sobre l'origen de l'home que l'ajuntament de Colera volia impulsar a Molinars o el parc temàtic relacionat amb la música que primer es volia desenvolupar a Lloret i després a Maçanet de la Selva però no es va trobar finançament pels 250 milions d'euros del seu cost estimat. Altres però, encara no estan descartats del tot, com l'Illa Isozaki, o illa de Blanes que està en procés de replantejament i l'Espai Cousteau-Planeta Oceà de Sant Feliu de Guíxols, en una fase més endarrerida. Analitzarem tres exemples, un de ja consolidat, Universal Studios Port Aventura, i els de Blanes i Sant Feliu de Guíxols, que encara els queden forces dificultats per superar.

La creació d'Universal Estudios Port Aventura sorgeix per la necessitat expressada per l'administració autonòmica de transformar el model turístic de Catalunya. Després que Disney decidís instal·lar el seu parc europeu als voltats de París la Generalitat de Catalunya vol impulsar un equipament d'aquest tipus, i es posa en contacte amb Anheuser Busch, propietari de la cadena de parcs Bush Gardens, que el 1989 dissenya el que actualment és el parc Universal Port Aventura. La Generalitat no el promou directament sinó que aprova la Llei de Centres Recreatius i Turístics (Llei 2/1989 del Parlament de Catalunya) que estableix els incentius urbanístics que es posen al servei de l'empresa adjudicatària. El mateix any s'adjudica a aquesta empresa la construcció del parc en uns terrenys al municipi de Vila-seca i Salou de 833 ha, que es qualifica amb la nova figura de Centre Recreatiu i Turístic (CRT). Segons el

projecte inicial es dedicaran 194 ha a la faceta lúdica (el parc inicial més ampliacions), 52 ha a una zona comercial, 215 ha a la residencial i 307 ha a l'esportiva (inclou camps de golf i esports nàutics, ja que els terrenys arriben fins a la costa). Tal com explica Antón (2005) la segregació de Vila-seca i Salou, deixant el parc dintre de dos termes municipals, problemes amb les expropiacions i canvis en l'estratègia de l'empresa fan que aquesta abandoni el projecte a finals del 1990. La Generalitat aconsegueix mantenir el projecte que passa a mans de Tibidabo. SA. I poc abans d'obrir-se, l'empresa financera "La Caixa" i el grup Pearson es fan càrrec del projecte que s'obre el 1995. Aquest parc compleix des del principi les previsions, i el primer any de funcionament genera un impacte al seu entorn de 120 milions d'euros, segons els estudis de COCIN citats per Antón. Això fa que es disparin les expectatives i des de les administracions autonòmiques i locals impulsin projectes com Isla Mágica a Sevilla, Terra Mítica a Benidorm i Warner Bros. a Madrid. A diferència de Port Aventura, a aquests parc l'administració autonòmica entra a l'accionariat i cedeix el terreny, a més de dotar d'infraestructures, com es va fer amb Port Aventura. Per altra part, el resultats econòmics i de freqüentació d'aquest tres altres parcs no són, de moment, satisfactoris.

Port Aventura es considera un parc regional, dissenyat per atreure a visitants situats a un entorn de 200 quilòmetres i rebre entre 1,5 i 3,5 milions de visitants. En aquests moments ja són 3,5 milions els visitants que té cada any i amb les ampliacions posteriors a la inauguració, com el parc aquàtic Costa Caribe, la zona lúdica ja ocupa 125 ha. L'objectiu següent dels propietaris es arribar a convertir-lo en un parc de destinació, com és en aquests moments Disneyworld Paris. Això significaria ampliar les atraccions a més de 50, captar més de 3,5 milions

de visitants i que més del 50% d'aquest siguin turistes (es a dir, de fora de la seva zona). En definitiva, això multiplicaria encara més impacte sobre el territori, portant més pernoctacions, i desenvolupament per a l'activitat turística.

A més de la zona lúdica, en aquests moments s'està desenvolupament el complexe hoteler integrat Rambla del Parc, amb els hotels Port Aventura, El Paso, i Costa Caribe, de tematització caribenya, en funcionament. També hi ha el projecte Beach Area, amb una zona esportiva a primera línia de mar, i sòl urbanitzable programat amb la possibilitat e construir de construir 14.000 habitatges en un ressort de 360 ha, un centre comercial de fins a 60 ha.

Les vicissituds que va passar Port Aventura abans que el projecte no es fes realitat es repeteixen ara, a escala diferent en parcs més petits, amb l'agreujant que els que volen sorgir ara no tindran mai el mateix suport que el de la Costa Daurada. Dels que presentem a continuació, tots dos tenen un avantprojecte fet, però un ja té una entitat constituïda que el tira endavant i l'altre està aturat.

Des de l'any 2004, un grup d'experts de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) està elaborant una nova proposta per modificar el projecte d'Illa Isozaki (més tard Illa de Blanes) després que el nou consistori tingués seriosos dubtes sobre la seva viabilitat econòmica i la conveniència per a la ciutat d'apostar per aquest projecte que implicava una alta urbanització de la zona. L'ajuntament considera que cal redimensionar el projecte i adaptar la temàtica a la identitat del municipi.

Les línies mestres del projecte impulsat per l'anterior consistori de Blanes i l'arquitecte Arata Isozaki definien el que es va arribar a anomenar Illa Isozaki com un petit parc temàtic, en el que es volia jugar amb les noves tecnologies de la imatge i la comunicació per presentar de manera atractiva el passat i el futur de les cultures mediterrànies. Preveia un parc, en bona part virtual, però amb personalitat pròpia i en el que l'arquitectura era un dels màxims atractius, ja que tot el complex estaria sota la direcció l'arquitecte Isozaki, famós a Catalunya pel Palau Sant Jordi de Barcelona i, en menor escala, pel polisportiu de Palafolls, on va treballar desinteressadament. En la maqueta que es va arribar a presentar hi destaca un espectacular sostre metàl·lic que simula les ones del mar. El seu contingut es presentava amb una calculada ambigüïtat mentre es buscaven els inversors que havien d'aportar els 250 milions d'euros del cost estimat del projecte. El que sí es sabia és que el parc ocuparia 50.000 m² que es repartirien en dues parts: la meitat més propera a mar, dedicada al parc temàtic pròpiament dit, i l'altra a equipaments municipals. Tots aquests serveis municipals (una piscina coberta, un auditori, una sala polivalent que serveixi de teatre i per congressos i un nou pavelló esportiu) els havien de sugragar les empreses promotores del parc temàtic. La repartició del terreny i els costos es farien a través d'una concessió administrativa que fixava la cessió per part de l'Ajuntament per un període de temps, que previsiblement serien 49 anys, a canvi de la construcció del parc.

Pel que fa al parc pròpiament dit, a part de les atraccions basades en les noves tecnologies i amb el tema comú de la cultura mediterrània, es preveia la construcció d'un gran hotel de 4 o 5 estrelles, una zona comercial, restaurants i un aparcament per a 2.000 vehicles. Com ja hem dit, bona part del parc encara estava per definir, i no es podia

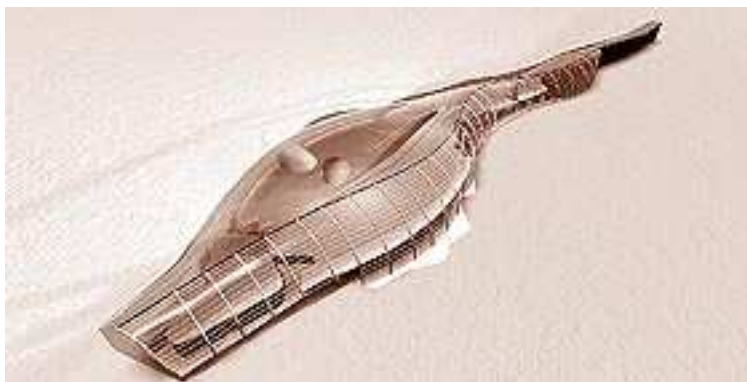
aventurar si els restaurants serien tipus “El Bulli”, de cuina marinera o McDonal’s, o de tots tres tipus.

La nova proposta gira al voltant del lema “el Mar dels Sentits” proposat pel mateix equip de la Universitat Pompeu Fabra, i preveu, en principi la creació d’un gran balneari i instal·lacions culturals dedicades a l’aigua i al Mediterrani, com un museu interactiu dedicat al mar i als trets mediterranis. La gestió de tot el projecte la duu el consorci “Portal Costa Brava, Illa de Blanes” en el que hi participen diverses institucions. Per l’any 2005 té un pressupost de 750.000 € dels quals la Generalitat n’aporta dues terceres parts i l’altra la Diputació de Girona. Com l’anterior, aquest projecte no es definirà del tot per deixar que els possibles inversors puguin ajustar el resultat a les necessitats del sector privat.

El complex que definitivament s’adopti s’ha de desenvolupar en una extensió de 50.000 m² situats al nou passeig de Catalunya, que ha sorgit del cobriment de la riera. Una petita franja dóna a mar, al costat de la plaça del Països Catalans, molt a prop de l’emblemàtica Sa Palomera. En aquests moments, aquesta zona és la més cèntrica i ben comunicada de Blanes. Es pot accedir directament a ella des de l’autopista a través de les noves vies recentment inaugurades: Avinguda Europa i el Passeig de Catalunya. A una part de l’Illa ja s’està construint la nova estació d’autobusos i a davant la nova biblioteca comarcal de la Selva, que es preveu sigui també un edifici emblemàtic. Pel que fa als equipaments esportius que ocupaven aquest espai s’estan traslladant a uns terrenys que l’Ajuntament va comprar prop de la carretera de Tordera, a la zona del Mas Cremat. Curiosament, la nova construcció dels equipaments esportius, que era un efecte col·lateral del parc temàtic ara s’ha convertit

en el projecte de la Ciutat Esportiva i unes de les grans apostes de futur de Blanes. De moment ja s'ha aprovat el projecte del Poliesportiu, basat també en un avantprojecte de l'arquitecte Isozaki que tindrà 6 pistes i un aparcament per a 400 vehicles. El pressupost del polisportiu és de 23 milions d'euros i es financia amb un crèdit de 30 milions que l'entitat pública Institut Català de Finances ha concedit per la ciutat esportiva. Per més endavant està previst completar el complex amb un alberg, una piscina coberta, un centre esportiu i diversos camps de futbol. Blanes és una de les Destinacions de Turisme Esportiu (DTE) de Catalunya.

El projecte inicial de l'Illa de Isozaki s'apropa a la concepció temàtica que defineix Anton (2005). L'objectiu és la creació d'un espai tancat que força la frontera entre el dins i fora. L'espai interior és un espai fragmentat format per unitats relativament autònomes, però dotades d'un sentit universal que és el tema. Una de les condicions centrals del tema, és precisament, que sigui declinable, és dir, que es pugui dividir en unitats que es relacionin amb aquest tema. L'objectiu de l'Illa, és que tots els elements del complex (els restaurants als accessos) responguin estèticament als criteris generals del tema. Així i tot, en sentit estricte l'Illa no és ni un parc, ni un espai temàtic. Sí és un exercici de tematització, és a dir, la re-creació integral dels elements que formen l'espai a partir d'un concepte únic.



Imatge 3.7. **Maqueta de l'edifici bioclimàtic per a l'espai Cousteau.**

Font: Ajuntament de Sant Feliu de Guíxols.

Una altra il·lusió que es tenia per tematitzar el litoral català era el “Planeta Oceà-Espai Cousteau” un gran complex dedicat a les ciències del mar que s’havia d’ubicar al port de Sant Feliu de Guíxols. En principi s’havia de construir un edifici bioclimàtic, inspirat en una rajada, que tindria més de 2.500 m² dedicats a comerços, una sala de conferències de 1.500 m², més de 5.000 m² per a exposicions i un aparcament de 4.200 m², a més d’una botiga i una cafeteria restaurant. Tot aquest edifici, que tenia un pressupost de 13 milions d’euros, estaria concebut per estalviar i produir energia i seria autònom en un 80% del seu consum. El cost total l’espai Cousteau s’elevaria a 20 milions d’euros que s’havien de finançar amb inversors públics i privats que aconseguís l’ajuntament. La manca d’aquests i les dificultats legals per ubicar un projecte amb una superfície comercial tan àmplia a la zona portuària han aturat la construcció d’aquest parc temàtic impulsat per l’entitat Una Sola Terra. L’Illa o l’Espai Cousteau són dos exemples de processos de reactivació urbana basa en un concepte d’inspiració temàtica. En alguns casos, la transformació de la ciutat s’ancora en una complex de dimensions mitjanes que respon al prototipus de la tematització: un

dissenyi integral dels elements a l'entorn d'un concepte declinable en subtemes.

Aquesta estratègia ha pres molta força en el País Valencià, on el complexos temàtics són concebuts com un instrument de dinamisme urbà: la ciutat de la Llum (dedicada al cinema), a Alacant (www.ciudaddelaluz.com), la ciutat de les Arts Escèniques a Sagunt o la Ciutat de les Arts i les Ciències a València.

3.4.2. La tematització d'espais

El gust per l'espectacle, per la ficció abans que la funció, per la recerca d'una autenticitat (encara que sigui representada), per la nostàlgia d'altres d'èpoques en un context d'estètica postmoderna, fa que la tematització d'espais resulti un bon atractiu turístic que serveix també per a espais que no van estar concebuts ni pretenen ser un parc temàtic. A principis del segle XXI trobem a les zones turístiques diversos exemples de tematització d'espais ja existents, de creació de nous espais amb ingredients de parc temàtic, i fins i tot, de tematització de l'àrea urbana.

El primers exemples que s'han donat de tematització d'espais ja existents s'ha donat a Empúries i a Tarragona. A ambdós llocs es recrea la vida de l'època clàssica a través de representacions i visites guiades i es completa la posta en escena als respectius museus. Aquests espais són tancats.

A altres llocs es tematitza l'espai públic. Castelló d'Empúries ha concebut el seu propi nucli històric, i centre de la vila, com a espai medieval. Aquest municipi està recuperant el passat medieval de la vila, no només millorant-lo urbanísticament i posant en valor el patrimoni arquitectònic, sinó que també organitza visites guiades i festes relacionades amb la vida de la ciutat comtal a l'edat mitjana. La que va ser residència dels comtes d'Empúries disposa d'un espai monumental que conserva el seu aspecte tradicional. D'aquest patrimoni urbanístic antic, destaquen les places porticades, el carrer del Bordell, els barris artesans i el Call, que encara conserva el seu traçat. Dintre d'aquest recinte hi ha 13 edificis d'interès de l'època medieval, al voltant del quals s'organitza un recorregut turístic que posa en valor des del grafits dels presos de

l'antiga presó, fins al retaule gòtic de l'altar de l'Església de Santa Maria. El passat medieval es porta cap al present amb activitats com la setmana gastronòmica medieval (la segona setmana d'octubre) o la impressionant festa medieval Terra de Trobadors, que reuneix dintre del casc urbà a més de 40.000 persones.

Hi ha molts més espais susceptibles d'envoltar-se d'un mantell d'autenticitat teatralitzada, o de tematització. Port Bou, per exemple, té la proposta de crear un espai que recreï la vida lligada al ferrocarril i a l'exili. L'Escala intenta preservar i potenciar la tipologia de cases marineres que fins i tot formen part de les visites guiades. A Pals s'ha obert un debat per veure si es preserven les instal·lacions de Radio Liberty, antenes incloses per presentar el lloc de manera tematitzada.

No sols es tematitzen els espais existents. Hi ha projectes de futur per crear nous complexos que giren al voltant d'un tema. Tenim un cas a Castell- Platja d'Aro, on es proposa convertir els dos marges del tram de carretera Gi-226 que enllacen el nucli original de la localitat, Castell d'Aro, amb el nucli turístic, Platja d'Aro, en una gran zona lúdica, lliure de zones d'allotjament, on s'hi instal·larien atraccions innovadores, bars, restaurants, discoteques, cinemes, zones comercials, esportives i aparcaments. El nexa d'unió, la tematització de totes aquestes atraccions, estarà basat en la platja. El projecte, aprovat ja per l'ajuntament i elaborat per l'equip BCpn SL, dirigit per Ricard Pié, el defineix com un passeig on l'aigua, la sorra, les zones de d'ombra i de sol, les embarcacions i tota la iconografia del litoral turístic serà la protagonista de la urbanització. És a dir, serà una representació, una còpia del que va ser el principal atractiu turístic de Castell-Platja d'Aro: la seva àmplia

platja. Això és un exemple del que Urry vol expressar quan diu que el que s'acosta es:

“Un món de símbols i espectacles... on no hi ha res originàriament real... Tot és una còpia, un text basat en un altre text, on la farsa sembla més real que el que ho és de veritat” (Urry, 1990:85)

Els diferents usos d'aquesta zona es distribuïran en bandes paral·leles a la via. A la part de muntanya hi haurà: una franja de 50 metres d'espai públic, una franja de construccions d'un màxim de dues plantes amb zones comercials, restauració, pubs, atraccions etc., i finalment l'aparcament. A la banda de la plana hi haurà una zona verda arbrada de deu metres i un espai per a activitats lúdiques amb equipaments que requereixin molt de lloc i necessitin poca edificabilitat, com zones esportives i recreatives.

La idea que impulsa aquest nou pla parcial, que en el planejament urbanístic consta com a Rambla de Castell, parteix que Castell-Platja d'Aro té una important oferta lúdica i comercial que supera la demanda local. Amb aquest espai temàtic es vol donar sortida a la creixent demanda, relocalitzar les instal·lacions lúdiques molestes situades prop d'àrees residencials, i millorar la imatge i els serveis. Contràriament al que ha passat amb altres gran projectes que Castell-Platja d'Aro va endegar des del 1999, aquest encara no s'ha desenvolupat. A la zona de la Bòbila s'hi està construint la zona ludico-comercial tradicional el Parc d'Aro, i la gran expansió residencial del nucli de Platja d'Aro, Els Estanys, ha iniciat la seva urbanització.

Un cop estigui desenvolupat ens trobarem altra vegada amb un espai que quedarà al marge de l'organització actual, que podrà gestionar de manera integral la seguretat, la imatge, els accessos, la promoció etc, en el que l'espai públic i privat quedaran difuminats, i en el que la recreació de la realitat es farà per poder gaudir d'espais hiperreals representats.

Però d'espais urbanitzats de nou amb una temàtica preestablerta ja en teníem un exemple a Roda de Barà, a la urbanització que es va iniciar als anys 60 i es va concloure l'any 1972. Està situada en un lloc privilegiat, a primera línia de mar, en un promontori que sobresurt a la costa entre les platges de la Pelliseta i la Punta de la Guineu. El seu nom no es deu a cap topònim de la zona si no al seu promotor Gaietà Bori, que amb inversors belgues volia construir un poble típic mariner sobre les roques. Així, a primera línia, es van fer apartaments inspirats en els pobles pescadors eivissencs i mediterranis. Per a segona línia varen buscar l'encant dels patis granadins i sevillans, i varen completar l'urbanització amb elements d'estil romànic, àrab, gòtic i d'altres llocs de la geografia espanyola. Varen construir també un embarcador i un centre social per al club marítim. Les instal·lacions d'aquest club les ocupa ara el centre cívic la Roca Foradada on l'ajuntament hi exposa obres de Salvador Dalí.

Tornant a Castell-Platja d'Aro recordarem que ja a principis dels 90 disposava d'uns equipaments privats de gran qualitat. L'alt nivell de disseny i servei dels hotels, bars, restaurants i especialment dels comerços donaven entitat a aquesta destinació turística. Per aquestes dates l'ajuntament va voler dignificar l'espai públic per situar-lo al mateix nivell que els establiments privats. Les àmplies voreres, signe d'identitat

de la zona comercial de Platja d'Aro des dels seus inicis, i les zones enjardinades s'estenen per tot el terme municipal. Un cop es considera que l'espai públic té un nivell de qualitat equiparable al privat, se li vol donar caràcter, un valor simbòlic, un tema amb què relacionar-lo i que li doni entitat. És així com als "no llocs", les rotondes, els espais al marge, i més endavant també les places públiques i els carrers s'hi realitzen diverses actuacions per caracteritzar un espai que abans no tenia sentit. Es decora l'espai amb la intenció de donar-li un valor simbòlic que expliqui l'espai on s'ubica, amb un llenguatge que pugui arribat al 95% dels ciutadans. Per això es defuig de les imatges massa abstractes que podrien donar els grups escultòrics que habitualment situen els municipis a les entrades i rotondes.

Així es transformen espais com les 4 hectàrees que queden sense cap funció al construir-se la gran rotonda a l'encreuament entre la carretera C-31 i la GI-662, a mig camí entre els nuclis de Castell d'Aro i Platja d'Aro. A més d'enjardinar-se s'hi col·loquen més de 100 escultures de mida natural d'ovelles simulant un ramat i amb lletres gegants, d'acord amb l'estètica de Hollywood, s'anuncia el lloc on ens trobem. Aquesta actuació ha convertit un no lloc en un espai amb sentit simbòlic que ha arribat a ser un referent en la ment dels ciutadans i els visitants. És un espai tematitzat que la gent se l'ha fet seu com altres llocs remarcables de la zona. L'apreci que li té el ciutadà es podrà valorar dintre d'uns mesos quan les obres d'ampliació de la variant C-31, que es desdobra, el faran desaparèixer.

L'efimeritat d'algunes actuacions no espanta al creador d'aquests espais, perquè si no funcionen, diu, es poden canviar. Es vol donar interès als



Imatge 3.8. Platja d'Aro ha seguit l'estratègia de tematitzar l'àrea urbana. Font: Fotos autor.

llocs encara que sigui amb recursos tan vistos com una rosa dels vents. El que la fa especial, però, és que ocupa tota un rotonda de 60 metres de diàmetre, té un gran element mòbil al centre i està a l'encreuament de carreteres, ara amb les seves grans voreres per a vianants, que porten als tres nuclis del municipi: Castell-Platja d'Aro, s'Agaró i Platja d'Aro. Altres actuacions que s'han aconseguit amb èxit són la rotonda de la carretera local Gi-665 amb la C-253, ara ja la rotonda dels bolets, on a sota d'un gran pi s'hi ha instal·lat diverses clapes de rovellons que de nit s'il·luminen.

La tematització amb elements que volen ressaltar l'espai públic per superar al privat en l'imaginari col·lectiu moltes vegades supera la delimitació de l'espai enjardinat o de les rotondes i ocupa el lloc dels vianants, com una plaça que ha estat envaïda per grans formigues.

Amb tot, l'espai es tematitza per fer més agradable l'espai d'oci, consum i turisme, que és Platja d'Aro. Se li dona caràcter a l'espai públic amb símbols i representacions que entrin en competència amb els equipaments privats. Així entre el que és públic i el que és privat es forma un gran espai per a ser consumit en conjunt.

3.4.3. La tematització de la tradició, la cultura i la història local

El postmodernisme, com ja hem dit, recupera l'atracció per la nostàlgia, per la història, pel que és antic, que dóna un aura d'autenticitat als llocs, en contra de la idea moderna, que denostava el passat i ho considerava no com una cosa antiga, sinó com a vell, com un atràs, com quelcom ja superat (Harvey, 1989). La història real, però, explicada amb tots els detalls i de manera objectiva, no és un bon producte per al turista postmodern, que prefereix una recreació de la història, una síntesi on és més important el símbol que la complexa realitat, l'anècdota que el fet històric. Per això, la història representada és un bon atractiu. Els municipis ja comencen a oferir representacions de la història del lloc més o menys fidels al fet real, però on l'espectacle, la posta en escena, és l'important. El mateix passa amb els trets culturals i tradicionals. Al llarg de la costa catalana trobem molts exemples.

Un dels actes pioners en recrear la història i les tradicions és el ja mencionat festival Terra de Trobadors de Castelló d'Empúries, que l'any 2005 celebrarà la seva quinzena edició. A llarg de tres dies, que solen ser al voltant de l'onze de setembre, els carrers i places i edificis visitables del nucli de Castelló d'Empúries queden col·lapsats per les més de 40000 persones que hi assisteixen. La vila Comtal, ja atractiva per sí mateixa, s'engalana com als temps medievals amb banderoles, domassos, i un centenar de torxes, i els ciutadans, tant els que aquells dies treballen com els que participen a la festa van vestits d'època. El mercat medieval funciona amb monedes pròpies que són rèpliques fidels a que s'usaven al comtat i cal descanviar-les a la banca, també medieval, si es vol adquirir alguna cosa. Pels carrers es troben actuacions musicals, teatre, bufons, soldats, bugaderes, bruixes i meuques. Les dues

darreres compten amb casa pròpia que es pot visitar els dies del festival. Hi ha també mercat amb venda de productes gastronòmics i una fira d'artesans jueus que mostren les destreses de diversos oficis. Els plats forts de la fira són un sopar d'època, que representa una gran banquet organitzat pels comtes que es celebra el primer dia, i el torneig medieval, realitzat pel Grup Cavallista de Castelló d'Empúries, on els cavallers lluiten per defensar l'honor del comte. Ficció, espectacle i representació dels trets històrics componen un atractiu turístics de primer ordre.

A Pals, Sant Jaume d'Enveja, i Deltebre, les respectives oficines de turisme promouen una atracció turística on uns arrossaires representen la plantada de l'arròs tal com es feia abans de la mecanització. En el cas de Deltebre s'hi afegeix també la representació de la birbada, que consisteix en treure les males herbes dels arrossers i la festa de la sega. A l'Ampolla, per la seva part, celebren només la sega. S'ha de destacar que les persones que ho protagonitzen no són actors, sinó antics arrossaires que havien recollit l'arròs a la manera tradicional, a mà, un sistema que va ser substituït pel mecànic a finals dels anys 50. Així, cada mes de juny a Pals a l'Estany, a Deltebre a les Barraques d'en Salvador (establiments de turisme rural) i als camps de Sant Jaume d'Enveja, es programa la representació de la plantada tradicional. Al municipi baixempordanès es lliga amb la Fira Mediterrània de l'Arròs de Pals, que inclou conferències, nostres gastronòmiques i vol ser un punt de trobada de zones del mediterrani on es conrea l'arròs. A Sant Jaume es lliga amb una demostració d'oficis tradicionals i un concurs literari anomenat "arròs amb lletres", a l'Ampolla amb les Jornades



Imatge 3.9. Els arrossaires de Pals representen la plantada de l'arròs manual tal com es feia als anys 50. La imatge correspon a la setena edició de la festa l'any 2004. Font: Fotos autor.

gastronòmiques de l'arròs, i a Deltebre, els plantadors ja surten del poble vestits amb roba tradicional i es desplacen en bicicletes i motos antigues fins a fer la plantada. A més de les corresponents activitats gastronòmiques, a Deltebre es programen activitats d'època com jugar amb bitlles, curses de barques de perxar o jugar a les ballarugues. Per donar més fidelitat a l'acte, el cap de colla es dirigeix als plantadors amb les expressions típiques de la professió com "un guaix a la dreta", "Ojo de colzar-lo!", "Filem més!", "Tres Brinques i arrere!". A tots tres llocs s'ofereix als visitants no entesos, anomenats "potros" a la zona de l'Ebre, a participar en les feines després d'un curset intensiu que es fa al mateix lloc. Un mes després, a Deltebre es representa, amb la mateixa intensitat la Birbada, i al setembre la sega també amb un gran desplegament d'activitats. L'any 2005 a Pals es celebra la vuitena



Imatges 3.10 i 3.11. Representació de feines de la manufactura surera a la Festa de la Pela del Suro de Llofriu (Palafrugell) i reproducció de l'estada del Escalencs a Cala Rovira de Castell-Platja d'Aro. Les imatges corresponen al 2004. Font: Fotografies de l'autor.

edició, a Sant Jaume la segona, l'Ampolla la cinquena i a Deltebre la quarta.

Per les mateixes dates que la plantada, a Palafrugell s'organitza des de l'any 2000 la festa de la Pela del Suro. La història contemporània i el progrés d'aquesta població del Baix Empordà no es podria entendre sense la indústria que es va crear a partir d'aquesta matèria primera. El suro forma part de la tradició d'aquesta localitat que acull, a més de diverses empreses que fabriquen taps de vi i de cava, paper, roba i aglomerat de suro, la seu de l'Institut Català del Suro, l'Associació d'Empresaris Surers i el Museu del Suro. La festa es desenvolupa al nucli de Llofriu, on en un bosc proper es fan demostracions de la pela del suro i al nucli de la població hi ha parades que ensenyen velles maquinàries de fer taps. La festa, organitzada des de l'àrea de turisme municipal es complementa amb activitats lúdiques i debats sobre l'herència de la cultura del suro. Al mateix Palafrugell, però en aquest cas al centre de la ciutat, la fundació Josep Pla, ofereix la Ruta del Capvesprol, un recorregut teatralitzat on dos actors que representen a lectors de Josep Pla passen pels espais on va viure i reciten els textos de l'escriptor empordanès.

La festa de la Sal, que se celebra a l'Escala és, tal com diu la publicitat de l'oficina de turisme, “una recreació d'un dia de la vida quotidiana a l'antic port de l'Escala” en la que els actors són la mateixa gent del poble, uns dos-cents, molts d'ells de famílies de pescadors. És una gran festa que recupera i posa a l'abast del turista la tradició d'aquest lloc d'arrel mariner rememorant l'antic ofici de transportar la sal per via marítima, que des de fa més de tres segles fins a principis del segle passat, ocupava a gent de l'Escala. A partir de l'arribada de la sal al port es va desenvolupar a aquesta població la indústria de la salaó d'anxoves. L'oficina de turisme, conscient de l'encant d'aquesta activitat tradicional també organitza una festa que es celebra el primer diumenge d'octubre i que entre d'altres coses s'ensenya les arts de pesca de l'anxova i la preparació de la salaó. Al llarg de tot l'any les empreses que formen part de la denominació de qualitat Anxova de l'Escala, ofereixen visites per mostrar la seva elaboració que porten nombrosos turistes fora de temporada.

Però l'interès per mostrar i tematitzar la seva història, produeix encara més esdeveniments a l'Escala. La història relacionada amb les ruïnes de la ciutat grecoromana d'Empúries es reviu en la festa del Triunvirat Mediterrani que recrea aspectes de les cultures que han forjat l'Escala actual: la indigueta, la grega i la romana. Així, amb una teatralització molt fidel i molt acurada podem trobar una fira mercat, espectacles de carrer, lluita, artesanía, art, música, ciència, història presentats de manera lúdica i atractiva pel visitant. I a més de la festa del Carme, que es celebra a molts municipis litorals, l'Escala encara reviu la seva tradició amb una altra festa, però en aquest cas es celebra a Platja d'Aro, i els d'aquesta població en diuen la festa del Escalencs perquè reviu les

estades que feien els pescadors de l'Escala amb les seves famílies a l'antiga zona de Fenals d'Aro per poder pescar quan faltava peix a la seva zona. Feien cabanes a la platja per passar-hi llargues temporades. Pescaven i anaven a vendre el peix a Sant Feliu de Guíxols, cosa que els ocupava la meitat de jornada tant si hi anaven a peu com en barca. Ara els respectius ajuntaments celebren cada any aquest fet construint cabanes a cala Rovira i realitzant activitats al llarg de tres dies.

L'antiga ciutadella ibèrica de Calafell no sols ha sigut recuperada arquitectònicament sinó també ambientada. És com un parc temàtic de 3000 m² tot fortificat. Dintre es pot visitar la casa d'un cabdill, diverses cases amb recintes annexos destinats a cultes domèstics, els forns per panificar, les forges de metall, una mina d'aigua excavada a la roca de més de nou metres de profunditat, torres-magatzem i uns carrers amb desguassos per a l'aigua i parcialment pavimentats amb pedres. S'han refet fins i tot els mobles i el visitant pot sentir els olors d'aquests llocs, cosa que dóna una idea molt acurada de la vida de fa més de 2000 anys. La recreació es completa quan es celebren a l'estiu les Nits Ibèriques que consisteixen en representacions fidedignes de la vida a la ciutadella. Al llarg de la primera part, els visitants podem contemplar com funcionava un forn metal·lúrgic, un d'adobatge de pells, l'elaboració i estampació de teixits de cotó, elaboració del vi, la feina d'un escriba, el canvi de guàrdia i la vigilància de la fortalesa, i unes caracteritzacions dels habitants que poblaven la ciutadella. En una segona part, els actors representen el funeral d'un cabdill mort en combat i la proclamació d'un successor. Tot succeeix en el context de la segona guerra púnica, al segle tercer abans de Crist. Aprofitant aquesta herència històrica, a Calafell s'ha arribat a tematitzar fins i tot el comerç. En una iniciativa de l'ajuntament anomenada *Calafell Ibèric*, els comerciants del poble donen

uns punts per fidelitzar els clients amb els que es poden adquirir productes i serveis dels mateixos comerços associats, que són més d'un centenar. El que és significatiu és que els punts acumulats es diuen ibers i es simbolitzen amb una moneda antiga i tota la imatge de la campanya està lligada a la cultura dels ibers.

A més gran escala, però també interessants des del punt de vista de la tematització, hi ha iniciatives que es van desenvolupar a diversos municipis turístics. Per exemple a Palamós, l'oficina de Turisme va llogar a uns actors del grup de teatre El Galliner perquè representin a personatges paradigmàtics de l'etapa premoderna: el taper, el pescador, la peixatera, etc. Aquests actors, en un clar exemple de barreja entre l'antic i l'actual, aprofitaven la seva actuació per comunicar les activitats que organitzava cada dia l'oficina de turisme. A Begur era un altre grup de teatre, La Genial, el que a través de les actuacions d'una suposada artista de varietats de l'Hospitalet de Llobregat, Ernestina Bravo, anava fent un recorregut pel casc antic per explicar la història del poble. Enmig del recorregut apareixien actors que representaven personatges característics de l'època i completaven la història.

A aquest municipi es recuperen per a l'espectacle turístic les cançons de taverna, les que cantaven els mariners, els pescadors i els tapers. Es recreen les antigues tavernes, s'improvisen cançons i es fa un espectacle on moltes vegades el públic comparteix escenari amb els cantaires i pot, fins i tot interpretar o participar en les cançons. Sant Feliu està fent amb les cançons de taverna el que ja es va fer amb les havaneres ara fa trenta nou anys. La generalització de les cantades d'havaneres com a activitat lúdica i turística va ser el primer èxit de la recuperació postmoderna de la tradició dels municipis del litoral. Primer es varen

considerar un valor patrimonial que es va recopilar l'any 1967 en un llibre, poc després d'organitzar-se les primeres cantades, i després de la bona acollida se'n varen compondre de noves, adaptades més als gustos actuals però amb la temàtica marinera de la flota d'ultramar del segle XX.

Sense arribar a aquests nivells de tematització que ara hem exposat, a molts llocs de la costa s'organitzen fires i festes que volen mostrar la tradició, la cultura o la història com a atractiu turístic. Les més recurrents estan lligades amb els temes medievals, mariners o gastronòmics.

Després dels gran èxits de les propostes de Montblanc, Terrassa, Castelló d'Empúries o l'Escala, ara quasi bé cada municipi que té un nucli medieval organitza algun esdeveniment al voltant d'ell. Des de Begur, fins a Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, passant per Castell d'Aro, Calonge, Calella, Lloret de Mar, Sant Vicenç de Montalt o Tossa de Mar tots tenen el seu esdeveniment que recrea, amb més menys fortuna, el passat medieval. Cal tenir en compte que a part d'aquests municipis litorals, a Catalunya hi ha esdeveniments d'aquests tipus a Hostalric, Peratallada, Argentona, Súria, Odena, Tàrrrega, Cardona, Anglesola, Móra d'Ebre, Santanyí, Selva del Camp, Olesa de Bonesvalls i Saldes.

Lligades amb la cultura marinera, a Calafell se celebra una de les fires que reproduïx més fidelment la tradició comercial del Calafell mariner. A més exhibir el seu bot de salvament, es representen els oficis de nuadors, bufadors de vidre, reparadors de xarxes, boters i forners; es reviu els assentaments sarraïns, es mostra el funcionament de la subhasta del peix i es canten havaneres. A Sant Pol de Mar també se celebra la fira del mar on els mateixos pescadors ensenyen a fer anar

els estris, a cosir xarxes, a cuinar etc. La festa està molt relacionada amb la recuperació del llagut tradicional, que ha desaparegut com a eina de treball dels pescadors. El bot la Tortuga, recuperat del desguàs i que funciona perfectament amb les seves veles i xarxes és una de les insígnies de la festa. Salou, Comarruga (el Vendrell) i Sant Feliu de Guíxols també d'esdeveniments amb temàtica marítima, encara que de manera menys reeixida.

Una altra manera de posar en valor la tradició pesquera és deixar que el turista entri directament a aquest món, participant en les tasques quotidianes dels pescadors. Pel que fa a la subhasta del peix, que és realment un espectacle atractiu pel turista, a pocs llocs es promociona. A Roses ho oferiren com a com a visita guiada però els conflictes entre els turistes i els que treballaven va aconsellar deixar-ho. A altres llocs com Arenys de Mar o a l'Ametlla de Mar es pot anar a veure i a Palamós forma part d'una de les activitats del Museu del Mar. Pel que fa a participar en les activitats de pesca professionals, només a Blanes i Sant Carles de la Ràpita es pot aconseguir, encara però de manera provisional perquè no hi ha una legislació que ho permeti clarament. La Direcció General de Pesca de Generalitat està treballant en el tema a petició de la Direcció General de Turisme.

Per acabar, esmentarem la reacció a la tematització de les seves tradicions d'alguns ciutadans de Sant Pol de Mar, un municipi en el que a la majoria de les fires i festes hi participen els turistes de segona residència. A més de Firamar, es fa una de les trobades de puntaires amb més participació de Catalunya. Les revetlles i la festa major tenen també molta participació dels visitants i quasi cada mes hi ha un aconeixement festiu important. Potser per això una de les activitats que

es va realitzant cada any dintre de la segona quinzena de setembre és un acte per acomiadar la temporada d'estiu que es diu la *despedida del dominguero*. L'acte consisteix en una cercavila encapçalada per un ninot de mida natural que simbolitza *l'últim dominguero* de la temporada. La cercavila arriba fins a l'andana del tren on s'agafa al *dominguero*, se'l puja al vagó i se li compra un bitllet fins a Barcelona. Se l'acomia da fins l'any que ve entre música de banda i mocadors i després s'acaba la festa amb un berenar sopar popular amb música, pa amb tomata, embotit i vi.

3.4.4. Conclusions

La hiperrealitat és la capacitat de reproduir móns alternatius, viatges en el temps i l'espai a escala 1:1. Aquesta estratègia es diferencia de l'autenticitat teatrals de MacCannell perquè en aquest cas, les evidències del simulacre són visibles. En els espais hiperreals el visitant no pren la representació per l'objecte representat sinó que assumeix, i fins i tot celebra, la seva inautenticitat. Existeix un vincle conceptual entre hiperrealitat i tematització que és la forma d'*espacialitzar* una imatge universal, de donar matèria als elements simbòlics que s'articulen a l'entorn d'un tema.

En el litoral, la connexió entre hiperrealitat i estratègies de dinamització turística segueix dos camins paral·lels. D'una banda, complexos temàtics són presentats com grans equipaments recreatius que complementen l'oferta tradicional del litoral. El cas més singular és Port Aventura, una implantació que ha modificat la dinàmica turística de la Costa Daurada i és el primer argument del rejuveniment (seguint el terme de Butler) de la costa de Tarragona. És més, en el cas de Port Aventura, el projecte de nous complexos i instal·lacions poden crear un model relativament autònom, que basi la seva capacitat d'atracció en les economies a escala que genera la concentració de diversos parcs.

Més enllà de Port Aventura, els projectes temàtics actuen més aviat com a icones territorials, com a arguments per al desenvolupament del projecte de ciutat d'acord amb la idea de Dematteis. Tanmateix, el balanç d'aquestes operacions de tamany mitjà és molt limitat i la major part dels projectes no han superat la fase de la maqueta: HECAS de Molinars, el

Parc de la Música de la Selva, l'Espai Cousteau-Planeta Oceà de Sant Feliu de Guíxols o el projecte inicial de l'Illa Isozaki de Blanes.

En un altre sentit, la tematització vol dir la creació de pautes espacials pròpies d'un parc temàtic en un nou espai. Hem vist que les destinacions turístiques han assolit la capacitat de crear escenaris temàtics basats en la pròpia identitat, que intenten posar en valor els trets culturals o antropològics des del passat medieval, l'activitat agrícola o la pesquera. La paradoxa és que la valorització de la identitat se sustenta sovint en la creació d'events o espais hiperreals, que representen a escala 1:1 un passat i una identitat més o menys idealitzada.

3.5. El turisme efímer

L'organització d'esdeveniments puntuals per cridar l'atenció del turisme, enriquir l'oferta i aconseguir dotar al municipi d'un atractiu singular, és una estratègia que ve dels inicis del turisme fordista. Només cal recordar campanyes com *El amor de cita en Playa de Aro*, una iniciativa que reunia a un centenar de parelles que celebraven les noces d'argent o d'or, el dia del turista, una data en què els municipis de la costa organitzaven diversos actes per a satisfer el visitant, o el Festival de Benidorm.

Els municipis catalans segueixen, milloren i posen al dia aquesta estratègia amb fortes inversions per poder destacar per sobre de les altres. S'intenta amb aquestes iniciatives, acostar, al llarg d'un o varis dies, al màxim de visitants a la ciutat, o celebrar un esdeveniment que situï la població al mapa i serveixi de promoció. Dintre d'aquestes propostes podem diferenciar els grans esdeveniments i els d'abast regional.

3.5.1. Els grans esdeveniments

Els municipis litorals catalans, deixant Barcelona a part, no han destacat mai per tenir grans esdeveniments que els promocionin a nivell global. Ni una mostra de cinema com la de Cannes, ni una regata com la Copa del Rei de Palma de Mallorca, ni tant sols un Festival de Benidorm. Tampoc compta amb una reunió de personatges estil Marbella, que els facin aparèixer sovint als mitjans de comunicació, ni són propensos a contractar gales televisives tipus “Murcia, cuánto te quiero” com a element de promoció. Però sí que es programen algunes activitats que fan posar els municipis la mapa.

L'esdeveniment que té més ressonància global és el Ralli España-Catalunya, puntuable per a la copa del món, abans anomenat també Costa Brava quan es celebrava amb seu a Lloret (sembla que a partir d'ara se situarà la seu a la Costa Daurada). La presència als mitjans de tot el món i la gran atracció de públic fa que sigui el que ressalti més de la costa. Dintre dels esportius nàutics podem destacar la Christmas Race de Palamós i la Copa d'Europa de vela de Sitges, i en ciclisme, les etapes de “La Volta”, la Setmana Catalana o La Vuelta Ciclista a España. Tot i tenir grans equipaments de golf o de nàutica, de moment no s'ha organitzat cap altre acte que sobresurti.

Pel que fa a congressos, si es fan realitat els projectes de Sitges, Vilaseca o Gavà potser es podran celebrar esdeveniments i trobades que destaquin a nivell global. De moment, uns dels esdeveniments més rellevants és la trobada d'economia de s'Agaró que es celebra cada any al municipi de Castell-Platja d'Aro, i que a més dels ministres d'economia, porta a algun president del govern.

Com a acte cultural, el Festival Internacional de Cinema de Sitges és el referent (<http://www.cinemasitges.com/>), junt amb els festivals de Música on destaquen, al litoral, el Festival Internacional de Músiques de Torroella de Montgrí, el de la Porta Ferrada de Sant Feliu de Guíxols i el de Cap Roig a Palafrugell. Són esdeveniments que reforcen la singularitat cultural de la destinació però no convoquen massa quantitat de públic. Segons l'oficina de turisme de Sitges, el festival no porta més que 600 persones durant tres dies, i els festivals de música, pel reduït aforament dels locals i l'efimeritat de les programacions (els espectacles no es repeteixen més de dos dies) tenen més interès per la promoció com a destinació cultural que com a aportació de visitants.

A on han posat especial interès els municipis litorals catalans és en el turisme efímer lligat amb les tradicions, la cultura i la història dels llocs. Difícilment la projecció d'aquests actes supera les fronteres del país, però internament mobilitza tant visitants com mitjans d'informació. El Festival d'Havaneres de Calella de Palafrugell, no sols és un dels actes més multitudinaris que es celebra al país, amb l'assistència segons l'organització de 40.000 persones, sinó que més es retransmet per les emissores autonòmiques. El 2005, el festival celebra la seva 39ena edició. També a Palafrugell, la rua de les festes de primavera (<http://www.festesprimavera.com>), anomenada *Carroussel Costa Brava* té una afluència de públic que l'organització xifra en 60.000 persones. Va néixer l'any 1962 com a resposta a la prohibició del carnaval, i està tan arrelada a la població que compta amb la participació de pràcticament totes les entitats i establiments, que al llarg de tot l'any organitzen activitats relacionades amb aquesta festa.

A imatge del Carroussel Costa Brava, a principis dels anys 80 es comencen a organitzar les rues de carnaval als municipis de la Costa Brava. Primer a Platja d'Aro i després a Sant Feliu de Guíxols, Palamós, Santa Cristina d'Aro, Roses, Palafrugell i Lloret. Les de Platja d'Aro i Roses, que són les més encarades cap al turisme, reuneixen a desenes de milers de persones. Cent mil segons els organitzadors. El cert és que col·lapsen les carreteres a cada edició. També a Sitges la programació de carnaval és un gran esdeveniment. Tant pel renom que té com la gent que concentra, és dels més importants de Catalunya. Vilanova i la Geltrú, també celebra la seva festa de Carnaval que no concentra el públic ni acredita la fama del de Sitges però pel seu interès tradicional és una festa declarada d'Interès Nacional a Catalunya.

Un altre acte multitudinari (més fins i tot que els anteriors) lligat amb la tradició festiva municipal és el Concurs Internacional de Focs d'Artifici de Blanes. Segons té documentat l'ajuntament, ja el 1906 hi havia focs per festa major, però va ser el 1971 quan es va instaurar el concurs i s'aprofita com a recurs turístic. Ara hi ha set nits de focs amb les millors pirotècniques del món que reuneixen, segons també dades municipals, entre 120 i 150 mil espectadors cada dia per veure l'espectacle que es desenvolupa al voltant de sa Palonera. A Tarragona també es celebra un concurs amb el mateix nom que té una repercussió semblant. Es dispara des de la platja del Miracle i hi participen sis empreses. La que guanya es l'encarregada dels focs de la diada de Santa Tecla.

3.5.2. Els esdeveniments d'abast regional

Els municipis catalans s'han especialitzat en l'organització d'esdeveniments d'abast regional, que si bé no tenen una transcendència global, ni apleguen a un nombre desmesurat de visitants, sí que donen transcendència al lloc, i moltes vegades el singularitzen a més de convocar a un nombre de turistes que no superar la capacitat del lloc.

A partir de l'any 1990, els municipis han potenciat actes que ja tenien o n'han creat de tot tipus per atraure durant un període curt de temps la mirada del turista. Fires sobre la mel (Colera), sobre teatre shakesperiana, sobre màgia (Santa Susanna), els dolços (Calonge), d'invents (Vilanova i la Geltrú), el cavall (Amposta), la vela llatina (Llançà, Tarragona, Cambrils, Palamós...), les bruixes (Altafulla), la moda antiga, (Vilanova i la Geltrú), el circ (Torredembarra), de mostres (Viladecans, Vilanova), sobre el món immobiliari i sobre la jardineria (Calonge) sobre productes agrícoles tradicionals (l'anxova, la maduixa, l'ostra, la carxofa) i un llarg etcètera comptant també les lligades a la gastronomia. De festes, a més de les tradicionals del Carme, la Puríssima, la de Sant Antoni, les festes majors, les trobades de gegants, els aplecs o la de Sant Joan també en sorgeixen de noves amb temes com la cervesa (Castell-Platja d'Aro, Calella (l'Oktobertfest de Calella celebra al 2005 la 18ena edició), la solidaritat (Blanes), la música i la dansa irlandesa (Arenys de mar), de la verema (Sitges), el comerç just (Palafrugell), la diversitat (Castell-Platja d'Aro), la flor (Vilassar de Mar), l'esport (Lloret de Mar)... Totes tenen un objectiu turístic: donar un toc singular a la població i atreure una franja de possibles turistes que probablement no vindrien a aquest destí.

A més d'aquestes fires i festes diverses, al litoral català hi ha uns tipus d'esdeveniments que s'han multiplicat al llarg de la costa. Són les mostres de cuina, els festivals de música i, darrerament, les fires medievals.

Lligar un destí turístic amb una especialitat gastronòmica és l'estratègia més convencional entre els municipis catalans que volen singularitzar la seva oferta. Des de que l'any 1991 va començar la Garoinada a Palafrugell, i el 1992 el Peix Blau Ganxó de Sant Feliu de Guíxols i la Gamba de Calonge, les mostres de cuina han proliferat per tota la Costa Brava fins a tenir-ne 23 de previstes per a l'any 2005. Després d'anys d'organitzar-les, hi ha municipis que s'han posat d'acord per celebrar-les conjuntament: Sant Feliu de Guíxols, Santa Cristina d'Aro, Castell-Platja d'Aro i Llagostera, a més del Peix Blau Ganxó, organitzen la cuina del Bacallà: el Peixopalo, la cuina de les faves, els pèsols i el suquet d'escrita i la cuina del Bolet (<http://www.cuinasantits.com/>); i Calonge i Palamós celebren la mostra de la gamba. Llançà, Blanes i Tossa han sigut els darrers municipis en incorporar-se a l'organització de mostres gastronòmiques.

Als municipis litorals del Maresme se'n celebren 16, a més de diades dedicades a l'*Escudellada*, la *Carxofada*, la *Carbassonada* i la *Calçotada Popular* (Pineda de Mar) hi ha mostres de coques, de bolets, del vi, del pèsol i molts altres productes. Entre fires, mostres, degustacions i jornades, a tot el Maresme s'organitzen 53 esdeveniments gastronòmics a l'any, segons el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme. La degana són les Jornades Gastronòmiques de la Patata, que es celebren a Palafolls des del 1983.

Al Garraf només se celebra la Mostra de Cuina de Castelldefels i altres actes com les festes de la Xatonada Popular a Vilafranca del Penedès, el Día Internacional del Xató i la de la Verema a Sitges, i la del Pa, l'Oli i el Vi a Gavà. L'estiu del 2005 es completen aquestes activitats gastronòmiques amb la iniciativa *Estiu Slow i amb gust al Garraf*, que proposa tot un seguit d'activitats i tallers per descobrir els aliments que es produeixen de forma tradicional.

Torredembarra concentra quasi bé tots els esdeveniments gastronòmics de la Costa Daurada amb les Jornades Gastronòmiques de la Primavera, les de la Tardor, la mostra La Cuina dels Ranxets i la Diada del Bull. Les altres mostres són la Campanya del Calamar a Salou i la de la Tonyina a Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant. A El Vendrell s'organitza també la diada de la Xatonada Popular.

A les Terres de l'Ebre, se celebren jornades gastronòmiques a l'Ampolla, Deltebre, Alcanar i Sant Carles de la Ràpita, a més de la Festa de l'Ostró a l'Ampolla, la del Musclo i l'Ostró, i la Diada del Llagostí a Sant Carles de la Ràpita, la de l'arròs a Amposta, a Deltebre i Sant Jaume i la festa de la carxofa a Amposta.

Davant la proliferació d'esdeveniments gastronòmics i l'interès per anar ampliant i intensificant aquesta estratègia, l'entitat pública Turisme de Catalunya va presentar l'any 2002 el Club de Gastronomia que té com a principal objectiu la promoció del país a través de les seves cuines. Una de les seves funcions és assessorar a patronats i associacions a organitzar actes, mostres i campanyes gastronòmiques, i ja ha presentat l'edició de la primera agenda gastronòmica de Catalunya que inclou els

esdeveniments com els que hem comentat a aquest capítol (http://www.gencat.net/turiscat_nou/club_gastro.htm).

Els festivals de música, teatre o dansa representen un dels esforços econòmics més importants del municipis per diversificar i singularitzar l'oferta. On hi ha més concentració i tradició és a la Costa Brava que durant els mesos d'estiu es converteix en un gran palau de la música amb una programació d'alt nivell de teatre, dansa i música. Tot i que no es compta amb cap gran auditori, (Torroella està a punt d'iniciar les obres pel seu) els municipis contracten a orquestres de primera línia amb destacats intèrprets que presenten primícies mundials, produccions pròpies o concerts en exclusiva a Catalunya i Espanya. Com es pot veure a la taula 3.5. només hi ha dos municipis que no compten amb una programació estable d'aquests tipus d'activitats. Fins i tot Sant Pere Pescador, amb un pressupost municipal que no arriba als dos milions d'euros en destina uns 10.000 al seu festival que ofereix 6 concerts, un d'ells de Claudi Arimany.

Aquests festivals es financen en la seva major part amb els pressupostos municipals, tot i que, darrerament, entitats bancàries i altres esponsors – companyies de serveis, hotels, mitjans de comunicació- participen en el seu mecenatge. L'aportació del públic a través de l'adquisició de les entrades volta el 25% del cost dels festivals.

Si sumem els actes que es programen a la Costa Brava ens donen 150 actuacions concentrades en els mesos d'estiu. És una oferta molt important a la que cal afegir-hi altres festivals com el de Peralada, el de música Sacra de Girona o la Shubertiada a Vilabertran.

Taula 3.5 Festivals de Música a la Costa Brava previstos per al 2005

Municipi	Festivals de Música
Portbou	Concerts dintre les colònies musicals
Colera	
Llançà	Festival de Música
Port de la Selva (El)	Festival de Música
Cadaqués	XXXIVè Festival de Música de Cadaqués
Roses	Clàssica a la Fresca XIIIè Festival de Blues, Jazz i Gospel
Castelló d'Empúries	Concerts d'Orgue
Sant Pere Pescador	XVIIè Festival de música clàssica
Escala (L')	XIXè Festival Internacional de Música de l'Escala i Empúries
Torroella de Montgrí	XXVè Festival Internacional de Músiques de Torroella de Montgrí
Pals	XXIIè Festival de Música de Pals
Begur	XXXVIIIè Festival de Música Internacional de Begur
Palafrugell	Concerts d'Estiu Festival Jardins de Cap Roig
Mont-ràs	
Palamós	Festival de Música l'Estiu
Calonge	XXXVIIIè Festival de Música de Calonge
Castell-Platja d'Aro	Festival Internacional de Música de s'Agaró
Sant Feliu de Guíxols	Temporada de Teatre Estable XXXIIIè Festival Internacional de la Porta Ferrada
Santa Cristina d'Aro	Festival Internacional de Música de Cambra
Tossa de Mar	XIIè Festival Internacional de Música
Lloret de Mar	Festival d'Agost
Blanes	Concerts de Música a l'Esperança

Font: elaboració pròpia

De tots aquests festivals organitzats pels municipis, l'únic que de Patronat de Turisme Girona Costa Brava destaca i recomana en *Els 25 atractius principals de les Comarques Gironines* és el de Torroella de Montgrí (també recomana el del Castell de Peralada, però no es troba al litoral ni hi participa econòmicament l'Ajuntament). Per tant, Torroella és l'únic municipi del litoral que aconsegueix diferenciar clarament la seva oferta amb un festival, tot i que Sant Feliu de Guíxols compta amb el més antic i amb una excel·lent programació. Els altres festivals donen d'alguna manera, un toc de qualitat a l'oferta del municipi i diversifiquen el producte, però sense arribar a ser una peça important en l'estratègia de

diferenciació que han de desenvolupar els municipis per tenir una oferta singular.

Lluny de tenir una programació tan completa, altres zones del litoral català també volen singularitzar la seva oferta amb aquests esdeveniments. A la costa del Maresme es programa el Festival de Música Clàssica de Santa Florentina, a Canet de Mar, i a la costa del Garraf, el Festival de Dansa de Castelldefels i el Festival Internacional de Música Popular i Tradicional (FIMPT) a Vilanova i la Geltrú. Pel que fa al Sitges Teatre Internacional està pendent de trobar una fórmula per fer viable la seva continuïtat, i de moment ha deixat de celebrar-se. A la Costa Daurada, aquestes activitats tenen lloc a el Vendrell, Vila-seca, Tarragona, Altafulla i Salou. El Vendrell té pràcticament activitat musical tot l'any a l'Auditori Pau Casals. Inicia l'any amb Joves Intèrprets, segueix el cicle +músiques, el Festival Internacional de Música Pau Casals i es tanca amb el cicle de Tardor. A Tarragona es programa el KESSE Festival de Músiques del Món, a Altafulla el Festival de Veus i a Salou les Nits Daurades, mentre que a Vila-seca compten amb el Curs Internacional de Música que al 2005 arriba a la 29ena edició i amb la programació habitual de l'auditori Josep Carreras. Per acabar, a les Terres de l'Ebre els municipis litorals programen tres esdeveniments per al 2005: el Festival Internacional de Guitarra i el Festival Folklòric del Alfacs a Sant Carles de la Ràpita i el XIV Certamen de Música Clàssica i Popular Eloi Mestre a l'Ampolla i l'Aldea. L'oferta d'aquesta zona es completarà aquest any amb el Festival Internacional de música Sacra de Tortosa.

Pel que fa a esdeveniments relacionats amb la temàtica medieval o històrica, recordem que en hi ha tres que ressalten per sobre dels altres i que aconsegueixen singularitzar l'oferta del lloc. Són el Festival Terra de

Trobadors a Castelló d'Empúries, la Festa de la Sal a l'Escala i les Nit Ibèriques a Calafell.

Alguns d'aquests esdeveniments sorgeixen de manera espontània a partir de festes tradicionals que ja existien, d'iniciatives dels patronats de turisme, d'entitats cíviques o d'associacions d'empresaris. D'altres es creen després d'un procés de treball dels anomenats "grups de competitivitat" formats per un equip de professionals i membres d'entitats cíviques coordinats per un tècnic-dinamitzador. Així gent del món de la restauració, l'allotjament, els serveis turístics, la gestió municipal i d'associacions municipals treballen junts per buscar entre els recursos municipals quin es podria potenciar i posar a l'abast del turista. Aquests sistema de treball l'ha impulsat l'àrea tècnica de turisme de la Diputació de Barcelona, que després de crear aquests grups, aporta un tècnic per tirar endavant les iniciatives (Agència de Promoció turística, 2000). Quan aquests grups tenen continuïtat i obtenen resultats acaben agrupant-se i treballant conjuntament convertint-se en un consorci com el Consorci de Turisme del Maresme Costa del Maresme o el Consorci de turisme del Garraf.

3.5.3. Conclusions

Una de les característiques més evidents del turisme actual és la reducció del cicle de vida del producte. En un context de consum immediat i de preeminència de la moda, els productes tendeixen a escurçar el seu temps en el mercat. Com demostrà Rifkin (2000), la nostra societat actual és la societat del consum immediat, d'una ràpida i profunda renovació dels atributs dels productes o de la substitució d'un producte per un altre més innovador. En el turisme, les destinacions, els espais com a productes tenen molts problemes per modificar-se al mateix temps que els canvis en la demanda. Per contra, els productes efímers, (un festival, un mostra de cuina, un esdeveniment esportiu) tenen una vida molt curta i per tant, estan molt capacitats per adaptar-se a les demandes canviants dels consumidors. No és estrany doncs, que en l'estudi empíric haguem constatat que els productes turístics efímers estan representats en tots els municipis del litoral català.

A diferència d'altres espais turístics del litoral mediterrani, a la costa catalana no ha aconseguit implantar-se un gran esdeveniment que tingui una transcendència internacional i que sigui capaç d'esdevenir un producte turístic per sí mateix. En la major part de casos ens trobem davant d'ofertes que complementen però no substitueixen el producte turístic tradicional. Donen singularitat a un part del producte, però no aguanten al producte en si. El litoral català s'ha especialitzat en esdeveniments d'abast regional i de dimensions mitjanes, lligats amb la tradició, la cultura o la història dels municipis. Són esdeveniments que al llarg d'un espai curt de temps porten una quantitat moderada de visitants que no sobrepassen la capacitat del lloc i que donen un toc singular a la destinació.

En aquests últims anys han proliferat tres grans grups d'iniciatives: els festivals de música, les mostres gastronòmiques i, amb menys presència però amb més creixement, les festes medievals o històriques. En festivals de música, teatre i dansa, els municipis de la Costa Brava són els que més esforços hi ha esmerçat, i els que ofereixen una programació més completa. Pel que fa al segon grup d'iniciatives, pocs són els municipis que no disposen dins la seva agenda d'una mostra o esdeveniment gastronòmic que oferir, especialment a la Costa Brava i al Maresme. Lligar un aspecte gastronòmic amb un espai territorial s'ha convertit en l'estratègia més habitual per donar singularitat a un lloc. Primer varen sorgir com a iniciativa municipal, després les corresponents diputacions provincials van aportar finançament i suport per a la creació de nous esdeveniments i, finalment, la mateixa Generalitat ha creat un organisme per impulsar-les. El fenomen més recent són les festes amb ambientació històrica, especialment les medievals.

L'objectiu inicial de l'organització d'esdeveniments efímers és la creació de productes singulars que permetin diferenciar un lloc turístic de la resta dels seus competidors. Però en el moment en que una actuació assoleix l'èxit, com pot ser la mostra de cuina del Peix Blau Ganxó, el Festival de Músiques de Torroella, o les festes de l'arròs del Delta de l'Ebre, els altres municipis tendeixen a adoptar la mateixa estratègia. Així, el que havia nascut per a esdevenir singular, diferent, acaba essent un element estàndard més de l'oferta turística pel mimetisme entre municipis o per sobreexplotació de l'estratègia a nivell intern del propi lloc (hi ha municipis que celebren fins a quatre mostres de cuina que ocupen més de sis mesos a l'any). Aquesta és una de les grans paradoxes del turisme actual.

L'avantatge d'aquesta estratègia és que és de les més capacitades (junt amb la hiperrealitat) per adaptar-se als nous canvis de la demanda. Tot i que responen, en part, a la identitat del lloc, són esdeveniments mutables que poden ésser redefinits una i altra vegada per adaptar-se a la velocitat dels canvis en els gustos del turista.

Playa

¿Por qué la playa urbana y dominguera resiste como lugar ideal del verano a pesar de sus objetivas incomodidades y del desprestigio con que las élites se refieren a ella? (...)

¿Por qué los tópicos de la playa siguen siendo ciertos, incluido el ágape cutre que termina con el melón o la sandía abiertos en la nevera portátil? Porque España ha cambiado pero menos de lo que usted pensaba. A efectos de pensamiento playero, y dejando de lado la generalización del “top-less”, seguimos en el recio ideario que fijó el Ministerio de Información y Turismo de Fraga. La postmodernidad sólo ha llegado a las playas para ofrecernos paellas precocinadas que, si se consumen diez minutos más tarde, sirven de cemento (...).

Francesc-Marc Álvaro

La Vanguardia. 25 de juliol de 2001

3.6. La millora de la qualitat del producte turístic tradicional.

L'estratègia de la qualitat no posa en dubte el model tradicional estandarditzat de sol i platja a preus raonables per a un gran nombre de turistes. Parteix de la idea que les destinacions litorals madures han perdut competitivitat per la mala gestió del model que ha deteriorat l'oferta privada, l'espai públic i el medi ambient. Davant això, l'administració estatal, autonòmica i local i els agents privats, de manera

independent o col·lectiva, estan desenvolupant propostes de millora o de regeneració que passa per aplicar el paradigma de la qualitat a les destinacions turístiques madures de sol i platja. Com hem vist a l'apartat 1.2.5. un dels principals problemes de la seva aplicació és l'àmplia varietat de models, certificacions o referències que guien la seva aplicació i avaluació. Per superar aquesta mancança Ivars (2004) proposa l'ús d'indicadors de qualitat en la planificació i gestió de la qualitat de les destinacions. Uns indicadors que per ser més efectius han d'adaptar-se a cada espai turístic i que requereixen un esforç superior del que es fa en investigació per ser cada vegada més efectius. La gestió de la qualitat de la destinació ha d'integrar-se, tal com proposa Ivars per a la gestió dels espais protegits, dintre d'una estratègia de desenvolupament global, coordinada amb els instruments d'ordenació del territori i el planejament urbanístic, regionals i local i amb les diferents polítiques sectorials, (turístiques, de desenvolupament econòmic, territorial...).

Anton (2004) constata que les destinacions del litoral català, de manera general, no han assolit els nivells de qualitat desitjables. encara pateixen problemes estructurals que afecten a la seva qualitat paisatgística, a les infraestructures, als equipaments urbans i recreatius i a la manca d'integració entre l'activitat turística amb el territori on es desenvolupa. Aquestes mancances són un element negatiu per a la competitivitat de la costa catalana davant altres tipus de turisme i altres països emergents. A més de millorar la relació entre el turisme i la protecció del territori, proposa que l'estada no es centri només en el sol i platja sinó que també es vinculi al lleure. En aquest sentit suggereix que l'oferta de lleure, no sols l'integri l'entreteniment i el turisme actiu. També ha de formar part de l'experiència turística la relació i el creixement personal i la formació

informal. Amb això s'aconseguiria una relació simbiòtica entre turisme i territori. Anton, com Donaire i Mundet (2001) considera que els municipis del litoral català han iniciat ja els processos per adaptar-se a les noves condicions de la demanda. Al conjunt d'aquestes actuacions les anomena *la segona revolució turística* i en distingeix tres generacions. La primera es desenvolupa durant la segona meitat dels anys 80 (aprofitant una nova fase d'expansió turística) i s'orienta a qüestions bàsiques com l'ordenació urbanística i la dotació d'infraestructures com nous vials, depuradores, passeigs marítims, espais verds... La segona generació de processos de requalificació de les destinacions litorals catalanes s'inicia als anys 90. Es vinculen a la millora de la imatge turística de la destinació i la qualitat dels establiments i s'inicien els processos de certificació ambiental dels establiments. En aquesta fase és quan l'administració pren part en la millora de les destinacions turístiques a través del Pla d'Excel·lència Turística (Pla FUTURES) i de la seva ampliació amb el Plan Marco de la Competitividad del Turismo Español i el Plan Integral de Calidad Turística Español (PCTE) citats al capítol 1. És també en aquests anys quan els municipis inicien les estratègies per singularitzar-se creant productes nous que els diferenciïn de l'oferta estandarditzada que dominava el mercat. Es desenvolupen nous equipaments, es creen noves activitats complementàries i es busca l'especialització en segments específics de la demanda. La tercera generació de processos s'inicia a la segona meitat dels anys 90 de segle XX i integra els processos de recuperació del patrimoni natural i cultural, la valorització de nous recursos, i la protecció del medi. És el que hem anomenat l'estratègia de la sostenibilitat i han analitzat a l'apartat 3.2.

En els següents apartats farem un repàs a les iniciatives desenvolupades per millorar el producte turístic, insistint que no posen en qüestió el model sinó que pretenen una millora, una posta al dia, una regeneració, en

paraules d'Anton, del model tradicional. Analitzarem els plans de millora impulsats per les administracions i els programes de qualitat, les millores en l'espai públic, les noves iniciatives que representen la creació de noves activitats i nous equipaments i les iniciatives municipals per promocionar l'ampliació i millora de la indústria hotelera.

3.6.1 Estratègies impulsades des de l'administració

Aquesta estratègia coincideix amb les accions que s'impulsen des de l'administració autonòmica, estatal i europea per millorar la indústria turística. Es considera que per superar l'amenaça de la competència dels nous destins de sol i platja al Mediterrani i al Carib, s'ha d'actuar sobre diferents aspectes d'aquests municipis madurs:

- Les platges: Adequació i millora
- L'oferta turística: Diversificació i embelliment
- El medi ambient: ordenació i actuacions de protecció
- Qualitat urbana: recuperació urbanística i del patrimoni.

Aquestes iniciatives de l'administració s'apliquen des de principis dels anys 90. Apareixen a aquesta època els plans *Futures* (Plan Marco de la competitividad del Turismo Español 1992-95) de l'administració estatal, el *Restore*, de la Unió Europea i més endavant, els *Plans de Dinamització Turística* i els *Plans d'Excel·lència Turística*. Aquests darrers, finançats a terços pel Ministeri d'Economia, la Generalitat i el municipi o territori on es desenvolupa el projecte, tenen com a objectiu la recuperació i regeneració de les destinacions madures. A més d'estar avalat per a aquestes administracions han de comptar amb la participació d'una entitat del sector. No inverteixen en grans infraestructures com depuradores, passeigs marítims o regeneració de platges, però si que poden incidir en petits detalls: la seva funció és millorar l'àrea urbana i els espais més directament percebuts pels turistes, és a dir, rentar la cara al producte turístic. Com es pot veure a la taula 3.6. al litoral són vuit els municipis o dos territoris que han participat o participen en aquestes

plans. El pressupost de les actuacions es desglossa en cinc grans grups: Adequació de l'espai natural, adequació del medi urbà,, Màrqueting i comunicació i Producte turístic. Són els municipis o territoris, junt amb l'entitat del sector que els dona suport els que decideixen la distribució de les actuacions. Alguns municipis han destinat partides a adquirir vells edificis, i (a imatge de l'hotel Magalluf de Calvià), derruir-los i esponjar el nucli urbà.

Taula 3.6. Plans d'Excel·lència Turística al litoral català

Municipi o territori	Període	Pressupost total	Espai natural*	Medi urbà*	Gestió i qualitat*	Màrqueting i gestió*	Producte turístic*
Calella	1998-2000	2.700	39	2.432	143	40	64
Cambrils ¹	1999-2002	1.800	0	453	0	0	0
El Vendrell ¹	2001-2004	3.610	128	897	131	139	331
Lloret de Mar ¹	1999-2001	2.700	0	1.753	39	0	324
Roses ¹	2000-2002	2.700	5	1.542	0	8	217
Salou ²	1999-2002	1.800	0	588	101	64	599
Santa Susanna ³	2004-2006	2.160	14	440	81	100	82
Sitges ³	2003-2005	1.620	0	144	35	132	140
Baix Empordà	1998-2001	2.700	263	49	593	372	1046
Terres de l'Ebre	2005-2008	4200	-	-	-	-	-

Font: Secretaria General de Turisme, 2005

*Només es quantifiquen les anualitats justificades

1 Dues anualitats justificades

2 Tres anualitats justificades

3 Una anualitat justificada

Són per exemple els casos de Roses, Lloret o de Calella. Calella va destinar gairebé la meitat del pressupost (1,3 milions d'euros), en esponjar el nucli urbà. Altres plans, com el del Baix Empordà, en el que hi participa l'Associació d'Apartaments Turístics de Girona, destinen el gruix de la inversió, (quasi dues terceres parts) als apartats de gestió, qualitat i dinamització empresarial i de producte turístic.

També s'inverteix en la diversificació i l'enriquiment de l'oferta, i la dotació i millora de les platges. Tot aquests projectes volen tenir un efecte demostració per a què siguin imitats per altres llocs i un efecte

dinamitzador dintre la mateixa població. Són plans a tres o quatre anys i tenen un pressupost entre els 1,6 milions d'euros del de Sitges als 4,2 milions de les Terres de l'Ebre. Aquest model ha estat estudiat per Anton (1997) per la Costa Daurada o per J.F. Vera (1994) per al conjunt del mediterrani espanyol.

A part d'aquests plans, que afecten a una part molt limitada del territori, es promou l'aplicació de criteris de qualitat a través de la Secretaria del Consell de la Qualitat Turística, un òrgan creat l'any 2003 per assessorar al CIDEM, l'òrgan del Departament de Treball i Indústria de la Generalitat que ofereix suport directe, productes i serveis a les empreses, i a la mateixa direcció general en matèria de qualitat turística.

Com a iniciativa local, Lloret, amb el seu programa Lloret Prestigi, va ser el primer municipi de la Costa Brava en apostar per la qualitat. Ara, aquest municipi segueix un Pla de Gestió Integral de la Qualitat en Destí, que és un dels àmbits d'actuació de Lloret Turisme, el nou òrgan de gestió turística de Lloret (Lloret Turisme, 2000). Les línies de treball d'aquest pla són:

- Col·laboració i suport al desenvolupament de programes de qualitat dels establiments turístics i del Pla d'Excel·lència Turística.
- Integració en xarxes de gestió integral de la qualitat a nivell de destinació o bé d'associacions empresarials
- Gestió de queixes i suggeriments sobre el funcionament de serveis públics i privats.

Els darrers resultats d'aquestes iniciatives són l'obtenció l'any 2004 del distintiu de qualitat de l'ICTE (Instituto para la Calidad del Turismo Español) per a la platja principal i la de Fanals.

El Consell Comarcal del Baix Empordà, conjuntament amb la Secretaria General de Turismo i la Federació Espanyola de Municipis i Províncies ha implantat també a la seva demarcació aquest model de la gestió integral que s'emmarca dintre del Pla Integral de la Qualitat del Turisme Espanyol (PICTE). Fa uns anys ja s'havien iniciat plans semblants a nivell de les Comarques de Girona. La Unió d'Associacions d'Hostalera Costa Brava Centre, l'Associació Turística d'Apartaments i la *Secretaria de Estado para Comercio, Turismo y Pyme*, van promoure el Pla de Qualitat Turística. Aquest pla va començar el 1997, amb la informació sobre el projecte i el 1998, 150 establiments de les comarques gironines s'hi van associar per implantar sistemes de qualitat. Cada un dels sector: hotels, restaurants, apartaments i agències de lloguer tenen les seves pròpies especificacions per obtenir la certificació que compta amb el reconeixement de l'ICTE.

3.6.2. La millora de la qualitat urbana i l'espai turístic

Les actuacions encaminades cap a la millora de la qualitat urbana i l'espai públic són les primeres que es van aplicar per regenerar la qualitat de la destinació. Anton situa el seu inici partir de l'any 1985, aprofitant un període d'expansió. A partir d'aquesta data els municipis turístics litorals milloren urbanísticament el nucli urbà per oferir-lo com un producte turístics més dintre dels espais turístics. El centre històric, els vials, la depuració d'aigües, els serveis de recollida d'escombraries, els edificis emblemàtics es regenera junt amb l'espai que ja es considerava turístic com les platges i el front de mar.

Conscients que el seu atractiu principal segueix essent el sol i la platja, els municipis turístics es dediquen a millorar les seves platges: l'abocament i tractament de residus, la informació mediambiental, la seguretat i les campanyes de manteniment d'uns estàndards de qualitat impulsats per altres administracions, formen part d'un pla de millora en el que també s'inclou una àmplia l'oferta d'activitats i serveis.

La incorporació del centre urbà a l'espai turístic remodelant-lo físicament, creant zones de vianants i potenciant les zones comercials és també una altra estratègia de millora urbana. Dintre d'aquestes programes, sobretot si el municipi està desenvolupant un Pla d'Excel·lència Turística, que aporta finançament extern, la millora inclou l'esponjament del nucli urbà, derruint antics edificis i creant espais públics al seu lloc.

La millora dels passeigs marítims, dels camins de ronda i del front costa/ciutat, és una estratègia que va començar els anys 90 impulsada pel *Ministerio de Obras Públicas, Transportes i Medio Ambiente*, (MOPMA)

i ha continuat amb el *Ministerio de Fomento* i el *Ministerio de Medio Ambiente* i la participació de l'administració autonòmica. A la costa catalana s'han desenvolupat grans projectes i quasi bé tots els municipis han renovat o creat un passeig de mar o tenen el projecte previst. Pel que fa als passeigs de Ronda, es va avançant en la seva realització. Hi ha alguns grans projectes aturats per la seva complexitat o per impugnacions legals, con el de Port de la Selva, però cada vegada els projectes que subvenciona el ministeri són més respectuosos amb el medi ambient.

El tractament dels passeigs de mar té molta importància per a la funció turística. Són l'*interfase* entre l'espai d'atracció (la platja i el mar) i l'espai complementari (els equipaments turístics). La seva importància rau en la seva funció purament contemplativa. Els passeigs són les àgores, la plaça del poble, dels espais turístics. Els camins de ronda, per la seva part, són la connexió entre el mar i la terra. Són l'espai de contemplació fora del nucli i recuperen la funció romàntica del turisme prefordista, d'abans del turisme de masses.

3.6.3. La creació d'activitats d'acolliment, nous productes i nous equipaments

La qualitat s'intenta aconseguir també a través de la singularització de la destinació. Els municipis desenvolupen activitats d'acolliment, nous productes i nous equipaments per sobresortir de l'estandardització de l'oferta que imperava en el turisme tradicional i crear nous incentius que incrementin la seva competitivitat.

Amb la intenció d'oferir un turisme més *actiu* com una estratègia més per enriquir la oferta, des dels municipis s'ha impulsat la creació d'activitats d'acolliment lligades amb els esports, la cultura, la tradició, la gastronomia, el medi ambient i el lleure en general. Els exemples són nombrosos al llarg del litoral català.

Estiu Actiu a Calonge converteix el municipi en un gran espai d'animació turística que desplega una gran oferta d'activitats entre l'1 de juliol i el pont de l'onze de setembre. A imatge dels serveis d'animació dels hotels, l'oficina de turisme organitza per als estivejants de la seva immensa planta d'habitatges turístics més de 500 activitats d'oci, cultura i esports per a totes les edats. L'objectiu és, entre d'altres, que aquests habitatges tinguin la màxima ocupació. L'any 2004, 30.000 persones varen participar en torneigs esportius, tallers, actuacions, visites guiades etc. Iniciatives com aquesta es repeteixen a Salou, Calella, Roses, Cambrils, Santa Susanna... i en un format més petit, a tota la costa.

El golf de Roses és un dels llocs privilegiats per a la pràctica d'esports nàutics. En aquest entorn, els càmpings, les escoles de vela i altres llocs especialitzats com les Wind Station ofereixen tota mena de material de

lloguer, cursos, i espais per practicar des de vela lleugera i conducció de motos d'aigua fins als nous esports com el Fly Sky, el Kitesurf o el Wake Board. Aquestes activitats les promocionen conjuntament els municipis de L'Escala, Castelló d'Empúries i Roses. Tot i que Sant Pere Pescador no participa en la promoció, els seus càmpings són dels més actius a l'hora d'oferir activitats. A aquesta població es troba una seu del club Mistral, un dels més prestigiosos del món en Windsurf i activitats relacionades. A la badia de Roses també s'han implantat altres esports relacionats amb l'aviació com el paracaigudisme i els ultralleugers

Als anys 80 va ser una innovació que l'oficina de turisme de Torroella de Montgrí senyalitzés itineraris i els oferís com a activitat turística. Ara no hi ha quasi bé cap municipi litoral que no pugui oferir un itinerari a peu, en BTT o en cavall. Hi ha fins i tot guies supramunicipals com la que ha publicat el Consell Comarcal del Baix Empordà a través del Pla de Dinamització Turística o la que ofereix caminades pels municipis de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, l'Ametlla de Mar, el Perelló i l'Ampolla.

Esports més habituals com el futbol, el bàsquet, el handbol, la natació també entren en el mercat turístic amb la programació d'estades esportives, tant per a escolars i estudiants com per a gent gran. El Consell Comarcal del Baix Empordà està estudiant la possibilitat de crear un centre d'estades esportives, i Castell-Platja d'Aro vol desenvolupar a través de la modificació puntual del Pla General "Eixampla de Castell" una gran àrea esportiva al voltant del nucli de Castell d'Aro amb equipaments per a celebrar-hi trobades i estades. Blanes ja ha iniciat el seu gran projecte de Ciutat Esportiva i Salou té previst al Pla General gran zona lúdico esportiva al Pla Barenys Nord.

No cal que repetim aquí la importància de les activitats lligades amb la cultura, la tradició i la gastronomia que també organitzen els municipis per millorar la seva oferta i de les que ja hem parlat en capítols anteriors.

Hi ha també iniciatives municipals que no van reeixir com *Pineda Drink* o les *Carpes del Moll*. El primer exemple es va tirar endavant l'any 1986 a Vila-seca a la zona de la Pineda i consistia en promoure la instal·lació de bars de nit a través de concessions municipals. Després d'un temps la zona va decaure, entre altres coses per la competència d'un lloc amb la mateixa oferta al port de Tarragona, i l'existència dels locals que quedaven oberts només portava maldecaps al municipi. Poc a poc l'ajuntament va recuperant les concessions i l'espai que ocupaven. A Sant Feliu de Guíxols l'exemple és semblant. En aquest cas es tracta de bars musicals en instal·lacions tipus carpes a la zona que pertany a Ports de Catalunya. Després d'un temps de relatiu èxit a partir de la inauguració l'any 2000, la poca afluència de públic que ha fet reduir a un sol el nombre de locals i els problemes continus amb els veïns, que fins i tot han actuat emprés accions legals contra l'ajuntament, es dona el projecte per acabat el 2004.

Les activitats per enriquir l'oferta que acabem de descriure moltes vegades només representen un primer pas per singularitzar la destinació. A partir d'aquestes activitats d'acolliment, d'iniciatives particulars, i de singularitats locals, es comencen a crear nous productes preparats per a ser consumits amb la intenció que el turista els associï amb la imatge de la destinació. En un principi, la iniciativa era estrictament local. Més

endavant l'administració autonòmica i la central decideixen que també hi han d'intervenir.

L'entitat Catalunya Turisme desglossa en 12 productes l'oferta turística catalana: turisme familiar, de neu, actiu, de golf, cultural, de sol i platja, nàutic, rural, gastronòmic, de congressos i incentius, esportiu i de *Wellness*. Les marques Actiu, Cultural, Gastronòmic i de Golf, tenen els seus propis clubs amb plans de promoció i comercialització específics.

Caldes d'Estrac, a la costa del Maresme és el municipi que està aconseguint singularitzar-se amb el turisme anomenat de *Wellness*. Des de l'ajuntament s'està posant en pràctica una ferma política per convertir la tradició centenària d'estiueig relacionada amb la cultura i amb "prendre les aigües", que estava en decadència, en el principal atractiu i motor econòmic del municipi. De moment ja s'han aconseguit dues fites: una la creació de la fundació Palau, amb el llegat de Josep Palau i Fabre, que inclou entre d'altres peces de Picasso, i l'Hotel Balneari Colon, un centre de talassoteràpia a primera línia de la costa que simbolitza la nova marca *termalisme vora el mar* que promou l'ajuntament. Aquests dos bucs insígnia de la promoció de ciutat són de titularitat municipal (l'hotel és una concessió municipal a l'empresa STEL Groc Hotels). Com al segle XIX, Caldes vol reunir en un mateix lloc cultura i wellness, i creu que després de l'esforç municipal la iniciativa privada anirà invertint al municipi tal com ha fet l'empresa West Western que des de l'any 2004 ha inclòs en la seva cadena l'antic hotel Jet, que ha reformat.

Pel que fa al turisme de congressos, Sitges ja esta situada en aquest cluster del mercat des de fa anys gràcies a les instal·lacions de l'Hotel Gran Sitges, de la cadena Melià, on hi ha tradició d'organitzar-hi

congressos. Ara es reforçarà la importància en aquest sector amb la recent inauguració de l'hotel de luxe de la cadena Dolce International Conference and Resorts Destiantions que probablement l'obrirà al mercat nord-americà. Des de l'administració municipal es vol aprofitar aquesta singularitat per fer dels congressos i les trobades d'empresa un dels motors de la ciutat. Des del Sitges Convention Bureau, entitat participada per entitats públiques i privades es promou l'organització de congressos i trobades i es prepara l'oferta de la ciutat, amb empreses de serveis, de traduccions, de guies etc. per donar un acurat servei a aquests esdeveniments.

Altres municipis com Calella també està estudiant la possibilitat de captar les reunions de negocis. L'objectiu és incorporar a la seva oferta el turisme relacionat amb reunions de treball que apleguin entre 50 i 400 persones. Per això ha encarregat al World Trade Centre de Barcelona un estudi per veure les possibilitats que tenen els 30.000 m² de l'edifici de l'antiga fàbrica Llobet, qualificat ara com a equipament públic, per a enquibir aquests esdeveniments.

A Viladecans, la Comissió de Govern de l'Ajuntament i el Consell Econòmic i Social ja estan estudiant seriosament el projecte inclòs en el pla estratègic de turisme encarregat a THR que proposa la construcció d'un Conference Center per impulsar el turisme de negocis. El fet d'estar en un lloc ben comunicat dintre del país, disposar encara de sòls per desenvolupar, poder oferir un parc amb interès natural com el del Delta i espais d'oci i comerç ha portat aquest municipi que no havia explotat mai les seves possibilitats turístiques, a impulsar des del govern local el desenvolupament d'aquesta indústria.

A més d'aquestes marques tradicionals, es creen noves marques com la Destinació de Turisme Familiar, un segell de qualitat certificat per la Generalitat de Catalunya per a destinacions especialitzades en famílies. S'obté el certificat després d'una auditoria i de complir els requisits que marquen els estudis tècnics. Entre altres coses es demana seguretat a la platja, als carrers i espais públics, zones de jocs infantils, parcs lúdics, disposició de cangurs amb idiomes, llar d'infants a la platja, animació infantil als hotels, pitets per nadons als hotels i restaurants, braçalets identificatius, guies infantils.... És una marca incipient i la seva implantació es fa de manera evolutiva. El primer any el 15% dels establiments han de complir els requisits, el segon el 30 i així successivament. Salou va ser el municipi pilot del projecte i el primer que es va acreditar i ara hi ha 148 establiments d'aquesta població que compleixen els estàndards de qualitat. Santa Susanna i Calella s'han acreditat posteriorment i Cambrils, Calafell, Pineda de Mar i Palamós la tenen en tramitació. Aquesta nova marca es presenta com a producte estrella al saló Expovacaciones 2005 de Bilbao i ve justificada perquè el 60% de les visites de Catalunya venen en família.

Un altra producte per allargar la temporada i singularitzar l'oferta és l'Estació Nàutica. Segons l'estudi que Consultur (1999) va fer per la *Secretaria de Estado para Comercio, Turismo y Pyme*, per crear la *Red Española de Estaciones Náuticas*, aquest producte s'estructura sobre 4 eixos:

- Els elements que delimiten l'estació nàutica: imatge de marca, oficina d'informació, i reserves.
- Els serveis bàsics que són les activitats nàutiques i l'allotjament.

- Els serveis complementaris: activitats d'animació, guarderia infantil, consignes etc)
- La gestió conjunta per desestacionalitzar, accés de la demanda, promoció, control de qualitat.

L'Estació Nàutica està coordinada i dissenyada per empresaris que s'uneixen per oferir el producte conjunt. No sols han de garantir la pràctica d'activitats relacionades amb l'aigua com vela lleugera, vela de creuer, motonàutica, surf windsurf, immersió, piragüisme, rem, xàrter de creuers, esquí nàutic, excursions marítimes, sinó també allotjament, restauració, oferta turística, cultural i recreativa. A Espanya en hi una quinzena i la primera en obtenir la certificació a Catalunya va ser l'Estació Nàutica l'Estartit-Illes Medes (<http://.www.enestartit.com>). Després les estacions de Badia de Palamós i Sant Antoni de Calonge, (<http://.www.enlabadia.org>), la de Salou-Cambrils-Miani Platja (<http://.www.estacionautica.info>) i de la Vilanova i la Geltrú (<http://.www.estació-nautica-vilanova>). Aquesta darrera ciutat, que té una important tradició industrial i de serveis terciaris compta amb un estudi de la consultora Rose Development per incentivar el turisme familiar i l'esportiu a través de l'estació nàutica, i els serveis a la segona residència. Dintre d'aquest pla vol dotar-se d'una millor planta hotelera (ara només té 8 hotels de poca capacitat) i doblar la capacitat de les residències turístiques que actualment són uns 5000 habitatges.

Altres productes de turisme esportiu que han sorgit de les iniciatives locals són el senderisme (<http://www.feec.org>), el cicloturisme i bicicleta tot terreny desenvolupat al voltant dels 10 centres BTT que hi en funcionament a Catalunya (<http://.www.gencat/turisme/btt/home.htm>) i de les Vias Verdes de la Fundación de los Ferrocarriles Españoles, que

recupera antics traçats en desús per a la pràctica cicloturista. (<http://www.viasverddes.com>).

La destinació de Golf també és important a Catalunya, on hi ha actualment 32 camps i 31 Pitch and Put. Destaca la Costa Brava que l'any 2000 va rebre de l'associació internacional de touoperadors de golf (IAGTO) la distinció com a *Millor Destinació Emergent de Golf Mundial*. Per altra part, la marca de Destinació de Turisme Esportiu (DTE) que concedeix la generalitat només la té Castelló d'Empúries-Empuriabrava per paracaigudisme i futbol.

La creació de nous productes sovint va associada amb la dotació de nous equipaments: ports nàutics, camps de golf, dàrsenes fluvials, equipaments recreatius, lúdics, comercials, etc. El fort impacte que alguns tenen pel territori comporta que no sempre s'arribin a portar a terme totes les iniciatives.

Després de l'intens desenvolupament dels ports esportius als anys 80 i 90 impulsat per la Generalitat com a millora del producte turístic, a l'any 2001 hi havia al litoral català 44 ports esportius i més de 60 instal·lacions marítimes amb amarradors, segons el Pla de Ports de Catalunya (Europrincipia, 2001). Ara, quan la mateixa administració autonòmica ha dictat una moratòria per impedir que proliferin encara més els ports esportius a la costa, alguns municipis aposten per les dàrsenes fluvials .

A Amposta, el Pla General preveu la construcció d'una dàrsena fluvial al Canal Carles III (*lo Canalet*, tal com l'anomenen a Amposta). La intenció és convertir el canal en navegable i enllaçar el riu Ebre a l'altura

d'aquesta ciutat, i el mar Mediterrani prop del nucli de Sant Carles de la Ràpita. Als extrems d'aquest històric vial fluvial que transcorre al costat de la carretera Tv3408, es preveu desenvolupar dues zones de segona residència. Un és el Sector 16, prop del nucli d'Amposta i a cavall entre el sòl continental i el deltaic, i l'altra, el Sector 20, està previst aprop del terme de Sant Carles. Les plusvàlues del desenvolupament d'aquest sòl urbanitzable finançarien part de la construcció de la dàrsena, que es faria servir per a usos turístics relacionats amb la pesca, activitats nàutiques, el lloguer d'embarcacions, les excursions fluvials, etc. La normativa del Pla General condiona la urbanització d'aquests dos sectors a la realització de la dàrsena i possibilitar la navegació del canal.

A pocs quilòmetres riu avall, l'Ajuntament de Sant Jaume d'Enveja fa 15 anys que persegueix una idea semblant que consisteix en una marina navegable amb unes 150 cases amb el seu propi amarrador que es connectaria amb el riu Ebre. Aquesta iniciativa privada que compta amb tot el suport municipal ha estat denegada repetidament per l'administració, la darrera vegada el 2005, per l'impacte ecològic que produeix. El pla parcial Urbanització Marina preveu la construcció de les 150 vivendes amb els amarradors, els canals de navegació, una hotel, una zona comercial un port fluvial i un espai de lloguer i reparació d'embarcacions.

Enmig dels dos municipis, recordem-ho, hi havia un altre projecte de marina residencial, en aquest cas no lligada amb l'Ebre sinó amb la badia de Sant Carles de la Ràpita. Un projecte que el nou consistori sorgit de les eleccions del 2003 ha descartat, i ha reconvertit en una urbanització de 1500 habitatges.

Per altra part, a Cubelles, es vol aprofitar la presa de la central tèrmica al Francolí per fer desenvolupar activitats turístiques al voltant d'una zona nàutica esportiva.

Altres equipaments que es construeixen i es presenten com a impulsors de la millora de la qualitat turística d'un lloc, són els camps de golf, que ja n'hem parlat, les estacions nàutiques, les zones lúdico-comercials i els parcs aquàtics. Sobre aquests darrers en destacarem un: l'Aquopolis de Vila-seca. És un parc de titularitat municipal en uns terrenys de 14 hectàrees que funciona a través d'una concessió administrativa a l'empresa Aquopolis de Parques Reunidos. L'Ajuntament va impulsar la creació d'aquest equipament que funciona des de l'any 1987 i té mig milió de visitants anuals per enriquir l'oferta de lleure i atraure visitants a la població.

3.6.4. La promoció de la indústria hotelera

La indústria turística del litoral català es basa cada vegada més en l'explotació extensiva del territori. En una distribució de les places turístiques on les habitacions d'hotel representen només el 10%, i tres quartes parts de la capacitat d'allotjament del litoral català l'aporten els habitatges turístics, la indústria turística hotelera es va retirant de la costa per donar pas al negoci constructiu-immobiliari (Donaire, 2004). Pel territori això representa una pèrdua d'oportunitat econòmica important per què per cada cent places d'hotel es creen entre vint i vint-i-cinc llocs de treball, mentre que pel mateix nombre de places en apartaments turístics o segones residències se'n creen cinc, segons estimacions proposades per la Organització Mundial de Turisme i acceptades per la Direcció General de Turisme per el cas català.

Davant això, per millorar la qualitat i la productivitat del sector, els municipis amb vocació turística promouen la construcció i el manteniment de les places hoteleres a través del planejament urbanístic, que és probablement la manera més eficient que tenen els ajuntaments per desenvolupar aquest sector importantíssim per a la indústria turística. Mostrarem a continuació alguns exemples.

Santa Susanna compta des del Pla General de l'any 1960 amb una zona que el planejament ja anomenava "turística". Tot i la precoç intenció municipal de captar equipaments turístics, aquella zona ocupada per usos agrícoles anomenada Les Sorres no es va desenvolupar urbanísticament. Al nou pla aprovat el 1982, que és el vigent, la zona es va ampliar i es va destinar principalment a usos hotelers i turístics en

general. Al 1986, quan es va aprovar el pla parcial D turístic-Hoteler, corresponent a aquest espai, es preveia penalitzar la construcció d'usos residencials i primar la implantació d'hotels. Així si es dedicava el sòl a usos residencials la edificabilitat que es permetia era d'un metre de sostre per metre quadrat. Si en canvi s'edificaven hotels, s'augmentava el volum permès. Com més qualitat tenia l'equipament hoteler, amb més sostre edificable podia comptar. Així va néixer la gran quantitat de places hoteleres que s'han creat a Santa Susanna. L'any 2003, al constatar que l'ús residencial no es desenvolupava a aquesta zona, es va modificar la normativa del pla i es va eliminar la possibilitat de construir-hi habitatges. Contigu a aquest pla parcial Turístic-Hoteler, se n'ha aprovat un altre, Tormentor de Can Gelat, on s'hi instal·laran 4 grans hotels. Santa Susanna encara vol ampliar més la zona destinada a allotjaments hotelers i, en la revisió del Pla General que ja està en marxa, vol qualificar com a zona hotelera una franja agrícola que hi ha darrera de l'actual zona d'hotels. De moment, aquesta iniciativa ha topat amb la normativa del Pla Director del Sistema Costaner que afecta a 27 ha d'aquesta nova zona d'expansió hotelera.

Salou també tenia previst en la seva planificació urbanística, destinar sòl per a usos hotelers. L'ambiciosa proposta del Pla d'Ordenació Urbana Municipal, aprovat definitivament el desembre del 2003, tenia com a objectiu principal la creació de noves zones per a d'usos turístics i amb la implantació de 15450 noves places hoteleres i 1091 habitatges turístics. Abans d'un any, les perspectives varen canviar dràsticament. Al sector 4 Emprius Nord, en una franja a l'est de l'autovia Salou-Reus de 43,62 ha, es previa la construcció de 1091 habitatges turístics, 2020 noves places hoteleres, a més de 468 habitatges de residència permanent. Finalment, a l'aprovar el pla parcial, aquesta zona turística-residencial-hoteler ha

acabat essent només residencial. El mateix ha passat al Sector 5 Emprius-Sud, que preveia enquibir 328 habitatges permanents, 767 de turístics i 1420 habitacions. Per últim, l'aposta més important per a aconseguir la implantació de noves places hoteleres era el desenvolupament de la part sud del sector 3 que es reservava a un nou model turístic hotelier basat en allotjaments tipus ressort situats en parcel·les de 40.000 m² com a mínim, amb alçades de dos o tres pisos i una mitjana de 400 habitacions . Les 33,8 ha reservades a aquests complexos hotelers que es preveia que es traduïssin en 10010 noves places no es poden desenvolupar perquè estan afectades de ple pel Pla Director del Sistema Costaner, al estar dintre de dels 500 metres primers de costa. A conseqüència d'això, també es planteja canviar la construcció d'un gran complex lúdic i esportiu a la part nord del sector 3 Barenys i dedicar la zona només a equipaments públics.

A Calella de Mar, el text refós del Pla d'Ordenació Urbanística Municipal, condiona el desenvolupament de les noves zones de creixement a la reserva del 20% de l'espai per a la construcció d'hotels. D'aquesta manera es calcula que la població comptaria amb espai per a 1600 noves places hoteleres si es desenvolupen els SUD 1 Camí Fondo, el SUD 2 el Raig, el SUD 4 Riera Capastre Central i el SUD 5, Sant Quirze. En cas que en el període de 8 anys, les zones reservades a hotels no s'hagin edificat perquè no hi ha hagut demanda, es podrà reclassificar aquest 20%. Per altra part, Calella de Mar compta en aquest mateix text refós amb un pla especial d'hotels. Els establiments situats dintre d'aquestes zones delimitades, no poden reconvertir-se en usos residencials si no és a través d'un pla especial. Els antics hotels que estan situats entre mitgeres i tenen difícil la seva reconversió sí que poden transformar-se en residències amb un simple permís d'obres.

A Vilanova i la Geltrú, la revisió del Pla General aprovada el 2001 vol facilitar la implantació hotelera reservant sòl als sectors de nou creixement. Així es preveu deixar espai, com a mínim per a un hotel de quatre estrelles i amb 200 places a Pirelli Mar, l'Ortoll i l'Eixampla Nord. També es vol impulsar la creació de nous hotels a la zona que ja tenen activitats turístiques al costat del Càmping Vilanova Park o a Santa Llúcia.

A Sitges, el Pla d'Ordenació Urbanística Municipal aprovat inicialment al desembre del 2004 estableix 6 zones amb localització hotelera obligada en les que preveu instal·lar nous hotels d'entre 100 i 300 habitacions i amb una qualitat mínima de 4 estrelles. Entre elles destaca el PMU 7 Pou Perdut-Parc de les Arts 1. Aquest nou sector sorgeix de l'ampliació de l'antic sector Pou Perdut al que s'ha incorporat sòl de l'antic parc aquàtic i ha donat com a resultat 20000 m² de sostre edificable per a destinar-ho a equipaments hotelers tipus resort. Enfront d'aquesta zona es troba el parc d'instal·lacions artístiques Parc de les Arts, que dóna nom a part del sector i una zona de 6000 m² més de sostre per a usos complementaris als hotelers. Els altres sectors de desenvolupament hotelers són l'APE 1 Parc de Mar on hi va un hotel i un golf, al PNU9 Montgavina, al PPU 1 La Plana-Santa Barbara-Vallpineda, que serà la nova centralitat de Sitges i on es preveu també la presència hotelera, al PMU 5 La Granaja II, on hi van tres hotels nous i al PPU 12 parc de les Arts II. Tots els emplaçaments destinats a nous hotels són indrets de gran significació urbana, ja que es vol primar l'ampliació de la planta hotelera amb equipaments de qualitat que permetin ampliar la temporada.

A Cambrils la planificació de zones hoteleres noves i la reforma de les actuals és molt ambiciosa. De fet, l'avanç del Pla d'Ordenació Urbanística Municipal presentat el 2004, recull unes de les recomanacions de l'Agenda 21 que proposa la "promoció d'un model turístic de qualitat que incorpori alternatives al turisme de sol i platja". Partint d'aquesta idea, el document urbanístic preveu tres grans zones d'implantacions hoteleres que en conjunt ocuparien 91ha, és a dir, el 25% de tota la superfície urbanitzable que es preveu per a tot el municipi. Una de les zones resultaria de l'ampliació de la urbanització Tarraco fins a traça actual de la carretera A7. Aquí s'hi implantaria una important dotació hotelera amb serveis d'hivern. L'altra zona, comptaria també amb serveis comercials, i estaria situada a l'est de la riera de Riudoms i al costat de les urbanitzacions del Calvet i Els Esquirols, als sectors 16, 18 i 20 del planejament actual. Per últim es proposa reordenar la primera línia de mar que llinda amb el municipi de Salou creant una zona d'alta qualitat paisatgística al Cap de Sant Pere. Per això cal passar part dels equipaments turístics existents que ja estan obsolets i crear en una segona línia, on ja hi ha un càmping i hotels, una nova una zona turística de qualitat. L'operació és molt arriscada, però s'està defensant amb insistència des del consistori perquè representa una de les apostes més importants per donar un tomb al model turístic de la ciutat. A més d'aquestes noves zones, també es proposa desenvolupar una zona hotelera i d'alta restauració al parc Samà. El Pla assenyala que aquesta possible actuació s'hauria de restringir a la part de la finca que ocupa el parc i hauria de respectar i potenciar els valors històrics i naturals de la finca amb una arquitectura exemplar que donés continuïtat a les construccions i al jardí actual. De moment però, aquesta opció no compta

amb vist i plau de la propietat del Parc Samà, que continua amb l'interès inicial de construir-hi habitatges.

Roda de Barà, un dels únics municipis litorals que no compta amb cap establiment hotel·ler, permet la funció hotel·lera a la zona comercial i de restauració del Francaset, però de moment no hi ha hagut cap implantació. Més esperances hi ha a la zona residencial Marisol, on hi ha interès per d'ubicar-ne un que doni serveis del port, que el pla especial d'aquest no permet aquest ús. Per altra part, l'ajuntament intenta fer modificacions a sòls municipals dedicats a equipaments públics, per que es permeti l'ús privat i es destinin a hotels.

El Pla Estratègic de Promoció Econòmica de Palafrugell i la revisió del Pla General que s'ha de presentar a principis del 2005, estableixen un pla d'hotels que preveu la qualificació de 5 zones per a la construcció d'establiments de mida mitjana d'entre 40 i 80 habitacions. Dos estarien al nucli de Palafrugell i els altres als nuclis costaners. El planejament impediria la conversió dels edificis que s'han fet amb llicència d'hotel en habitatges turístics.

Gavà, ha reorganitzat urbanísticament tota la zona de Gava Mar, i ha previst la construcció d'un hotel i equipaments municipals a aquest espai. Aquest establiment hotel·ler, que previst l'inici de les obres el 2005, serà el primer que tindrà el municipi. A aquesta zona hi havia 2 càmperes que amb aquests nou ordenament han desaparegut. A Gavà no descarten la construcció d'un altra hotel, lligat amb la promoció turística de los Mines Prehistòriques.

Dintre del futur Parc de Negocis de Viladecans (500000 m² de sostre edificat) es preveu la construcció de 3 hotels nous. Un a l'edifici Bitàgora, amb 156 habitacions i que compartirà instal·lacions amb el centre de recerca, un altre al centre comercial i d'oci de Vilamarina, ocuparà un torre de 13 plantes i tindrà 140 habitacions, i un altre a la zona de Can Calderón. Aquest darrers ja s'ha començat, i el centre comercial de Vilamarina, ja ha estat aprovat per la Generalitat. Es preveia també situar un altre hotel al centre de la ciutat, però de moment no tira endavant.

A Vila-seca, el conveni signat entre l'ajuntament i l'empresa Athenea ha de donar lloc a la creació de l'hotel Athenea Aventura, que serà l'hotel-escola lligat amb l'Escola Universitària de Turisme i Oci. L'Ajuntament va cedir per 50 anys als terrenys a aquesta empresa a condició de construir l'edifici que s'ha cedit a la Universitat Rovira i Virgili i de poder-hi construir un hotel, un cop hagués entregat l'edifici al centre universitari.

Al Prat de Llobregat, el creixement del centre logístic impulsa la implantació hotelera. De moment ja s'han projectat dos hotels nous a més del Trip Aeroport que ja està en servei.

A Torredembarra, el sector de Can Mercader, qualificat com a ús exclusiu hotelier pel Pla d'Ordenació Urbanística Municipal del 2002, està sense perspectives de desenvolupar-se, tot i que la majoria el sòl residencial s'ha pràcticament esgotat en dos anys. A més d'això, l'Hotel Costa Fina s'ha transformat recentment en habitatges i ara només queden dos hotels, el Morros de 79 habitacions i tres estrelles i la pensió Coca, de 38.

El PUOM d'Altafulla, aprovat el 2004, estableix que el sector Brisas del Mar destini un 10% de la seva superfície a ús hotelier. De la resta, el 60% es destinarà la construcció d'un centre geriàtric, el 10% un centre d'alt rendiment i la resta a la construcció de 120 habitatges.

Calafell ja té esgotat tot el sòl hotelier (clau 5) que el Pla General del 1989 va destinar a Calafell Platja. Mentre no es fa la revisió d'aquest document, l'ajuntament està pactant amb la Generalitat el canvi de qualificació d'una parcel·la a aquesta zona que ara té ús per a residència unifamiliar aïllada. Això possibilitaria la construcció d'una nova instal·lació hotelera.

Sant Vicenç de Montalt, amb una oferta d'allotjament hotelera quasi bé nul·la, espera poder comptar amb un nou equipament al costat del nou golf. Però tot i que en el moment de tramitar el projecte del golf, l'empresa promotora va presentar un avanç projecte molt atractiu redactat per un arquitecte de renom, la parcel·la destinada a allotjament de luxe no es desenvolupa per què no se li suposa rendibilitat en aquest moments.

A Sant Pol de Mar, on funciona l'escola d'Hostalera, es dona la casualitat que només hi ha un establiment hotelier que tingui obert tot l'any. És el Gran sol i és la seu de l'escola. A part d'aquest i un hotel familiar, no es preveu que en funcioni cap altra ja que els serveis d'allotjament es centren exclusivament en els habitatges turístics.

Begur ha classificat (Interlands, 2003) 4 zones com a àmbits hotelers que permetran la construcció de dos hotels a la zona del nucli de Begur, un a Aiguafreda i un a Fornells.

Roses, en la revisió que va fer del sòl urbanitzable (CCRS, 2005) va qualificat com hotelera i d'activitats turístiques vàries zones que abans tenien ús residencial. Es compta que en total es puguin edificar entre 12 i 13 hotels més.

Palamós està negociant amb els propietaris del Càmping King's, a la zona de la fosca, la construcció d'un hotel a la Unitat d'Actuació número 20. Aquesta unitat de 66000 m² permet la construcció d'un equipament hotelier, però no està clar que es destini tota a aquest ús. On no està tant clar que es pugui desenvolupar com a hotelera és el sector de la Pedrera, a la zona de Sant Joan de Palamós, on hi resta l'únic sòl urbanitzable programat amb aquesta qualificació.

L'Escala tampoc tindrà un hotel nou a la zona del golf, per què el projecte esportiu-residencial del golf no es desenvoluparà. On si hi haurà equipaments hotels nous serà a la zona d'Empúries on s'ha fet una modificació que permet la creació d'un nou hotel d'onze habitacions. A aquesta mateixa zona, s'ampliarà l'hotel Empúries i l'accés nord del municipi una modificació de les normes permetrà crear dos hotels, un de 40 habitacions i un altre de 70/80.

Castell-Platja d'Aro és dels municipis que té en la seva agenda facilitar la construcció d'hotels. En els darrers anys, com hem vist al capítol 2 és dels municipis que més habitacions d'hotel ha creat i vol crear encara 2000 places més. A la zona comercial la Bòbila, ara acupada pel Parc d'Aro hi ha parcel·les per construir dos hotels de 3 o 4 estrelles i a la nova zona que està desenvolupant al pla parcial Escoles dels Estanys hi ha uns 10000 m² destinats a aquest fi. En aquests moments hi ha en

construcció un hotel de 5 estrelles a la cala del Pi, prop de l'aparthotel Ciutat de Palol recent estrenat.

L'Avanç del nou pla urbanístic de Castelló d'Empúries preveu una nova zona hotelera a un espai de nova creació classificat com a hoteler, lúdic i turístic d'unes 35 ha al costat de la nova marina de 15ha que connectaria amb els antics canals i que es situaria al costat de la carretera de Roses (en part a sota si es converteix el talús de la carretera en pilars, tal com suggereixen els redactors del pla). De fet però, no està definit encara l'espai que poden ocupar els nous hotels, però, de moment, s'hi vol reservar espai per intentar equilibrar l'oferta que es centra quasi en la seva totalitat en apartaments turístics i càmpings.

Colera era un dels llocs on l'empresa Serhs s'havia fixat per ubicar-hi un dels seus Vilars Rurals, com els que ja ha posat en marxa a Sant Hilari Sacalm i a Cardona. Aquests vilars són un projecte innovador que es basa en representar de manera artificial els espais i els costums rurals en uns complexes de nova construcció, amb els serveis més avançats, però amb aparença d'hàbitat tradicional. En aquests llocs s'ofereix un tipus de turisme actiu i participatiu i un tracte casolà, tipus casa rural. El projecte de Colera s'havia de situar a l'interior del municipi, però de moment no hi ha cap indici que això tiri endavant.

A Port Bou, la companyia RENFE va enderrocar un edifici on hi tenia un hotel-residència per als seus empleats amb la intenció inicial de construir-ne un altre, però de moment no ho ha fet. L'Ajuntament, per evitar la pèrdua d'un equipament d'aquest tipus ha qualificat aquest cèntric solar,

que està fora de la zona de l'estació, com a equipament hoteler. La capacitat del possible hotel seria d'unes 40 habitacions.

La revisió del Pla General de Tossa de Mar manté les zones hoteleres vigents però vol evitar la construcció d'establiment hotelers grans per no estimular el turisme de masses i buscar la singularitat. A més vol ordenar els càmpings a través de plans especials.

Malgrat que l'any 2002 Sant Feliu de Guíxols va perdre de cop la tercera part de la capacitat hotelera amb el tancament de l'empresa Hoteles Guixolenses SL que tenia 10 establiments, i que el 66% de l'activitat econòmica es desenvolupa a partir del sector serveis, la revisió del Pla General no preveu cap acció per recuperar la posició històrica que ha tingut aquest sector a la població. El nou planejament no va més enllà de donar més edificabilitat a les parcel·les si s'edifica un establiment d'allotjament i permetre també un augment del sostre edificable en cas de renovació. Només en un cas es preveu una nova construcció però amb forts condicionaments de desenvolupament. Per altra part, el Pla General manifesta la intenció de recuperar un càmping, el Balmanya, que després de 40 anys de funcionament ha estat eliminat pel desenvolupament de la ronda de ponent.

Altres hotels que s'han edificat com a conseqüència del planejament encara que no de manera directa. (planejament derivat). A alguns plans parcials, es dona el cas que els promotors, per poder aprofitar tot el sòl edificable permès han hagut de construir allotjaments hotelers, ja que el planejament els impedia sobrepassar un nombre donat d'habitatges. Si no ha interessat fer els habitatges massa grans, els que sostre edificable que sobre el destinen a hotels. Aquests casos s'han donat a llocs com el

pla parcial Vila del Far, a Sant Carles de la Ràpita on s'ha edificat un hotel; a l'Ampolla, al desenvolupar els plans parcials 1, 7.3, 12 i 13 sorgeixen 4 hotels més; a Vila-seca al pla Pineda 1, a més dels habitatges per segona residència s'ha construït l'hotel *La Hacienda* de quatre estrelles, i previsiblement, de la Unitat d'actuació Pineda 6 en sorgeixi un altre.

3.6.5. Conclusions

La transformació dels productes, turístics o no, és relativament simple. Per contra, la renovació dels atributs dels llocs (que també són productes turístics) comporta moltes dificultats. La inèrcia territorial, i la inèrcia del propi model turístic tradicional, configuren un escenari on els canvis no serveixen tant per crear nous productes turístics, noves formes d'atracció, com per completar les formes ja existents. D'aquesta manera s'intenta donar una nova imatge i un valor afegit al mateix producte tradicional. De les estratègies que es desenvolupen en aquest sentit en poder fer les següents consideracions:

1. L'administració pública escull majoritàriament l'opció de millorar la qualitat del producte turístic embellint-lo, minimitzant els estralls d'un desenvolupament urbanístic desgavellat i creant nous atractius que el complementin. En el rerafons d'aquesta estratègia hi ha la convicció que el model turístic tradicional encara és el vàlid i que cal només posar-lo al dia perquè torni a ser competitiu davant els nous mercats emergents. Els plans endegats des del ministeri i des de l'administració autonòmica van sempre en aquesta direcció. Les accions s'inicien la segona meitat dels anys 80 amb la millora urbana, segueixen als anys 90 millorant la imatge general que els llocs donen al visitant, creant nous productes i oferint més activitats i continuen amb la millora mediambiental.
2. El paradigma de la qualitat, impulsat des de l'administració i des d'associacions empresarials del sector ha permès elevar el nivell dels productes oferts que s'han sotmès als processos de millora.

Encara però, cal més investigació per establir uns indicadors comuns vàlids, i universalitzar els processos de control de qualitat.

3. Les iniciatives de reconversió del producte turístic que es basen en la creació de nous equipaments i activitats es mouen per mecanismes d'assaig-error. De manera intuïtiva, els empresaris i els municipis decideixen la incorporació de noves activitats al producte turístic tradicional sense tenir definit un model global del seu projecte turístic. Són molt pocs els exemples de municipis que de forma decidida hagin explicitat el fons i la forma de la seva política turística local i guïïn tots els esforços, públics i privats cap a un objectiu comú. Els municipis que han definit un model a seguir com Caldes d'Estrac (termalisme i cultura), Torroella de Montgrí, (medi ambient i cultura) o Sitges (ciutat de congressos i cultura) són els que semblen voler escapar del model tradicional.

4. L'anàlisi empírica ens ha permès comprovar, en la majoria dels casos, que els municipis es deixen seduir per les estratègies que es creen a altres llocs. La forma més convencional de dirigir la política turística es basa en l'observació de les estratègies que funcionen als pobles propers per incorporar-les a la pròpia oferta. Així, nous equipaments com ports esportius o camps de golf, activitats de turisme actiu o esportiu, serveis per a les famílies i bona part dels nous productes que s'han creat en els darrers anys per millorar la qualitat del producte turístic es repeteixen al llarg de la costa produint una de les paradoxes del desenvolupament turístic litoral: els equipaments i serveis que naixien amb la intenció de singularitzar les destinacions tradicionals de sòl i platja es

repeteixen per tota la costa esdevenint un atribut estàndard més de l'oferta.

5. Una de les darreres estratègies que impulsen els municipis és la recuperació del model tradicional d'allotjament basat en els serveis hotelers. Uns equipaments que, com hem demostrat al capítol 2, han vist estroncat el seu desenvolupament pel vertiginós increment de les places d'habitatges turístics. Hem observat apostes decidides a Salou, Cambrils, Sitges o Santa Susanna on el planejament urbanístic intenta potenciar importants implantacions. De manera menys ambiciosa, altres municipis també proposen actuacions puntuals per respondre a la inèrcia l'increment continu dels habitatges turístics.

6. En els propers anys es podrà valorar si l'estratègia de millorar la qualitat del producte tradicional donant-li una pinzellada de cultura, lleure i noves activitats, millorant la qualitat del producte existent i presentant de manera segmentada l'oferta per arribar a nous sectors del mercat haurà sigut suficient per mantenir la competitivitat del litoral català o hauria calgut un renovació més important del model.

4. Conclusions

El West Edmonton Mall, el Metrocentre de Gateshead, els fronts portuaris de San Francisco o Barcelona, Terra Mítica o Universal's Port Aventura, la Sydney post olímpica, el complex anglès del Millenium, el binomi París – Disney, el Xacobeo... La major part dels estudis sobre els canvis de la societat contemporània estan inspirats en espais turístics. Tanmateix, els escenaris d'estudi són inqüestionablement postmoderns, escenaris on les principals tensions del postfordisme s'evidencien amb una precisió gairebé trivial. En aquesta Tesi, hem enfocat el nostre objectiu a un espai turístic diferent, un territori que només es pot explicar avui a partir de la lògica fordista del turisme: concentració horitzontal, però també vertical, estructura territorial en corones, autenticitat teatral, dicotomia interior – litoral...

El principal interrogant que planeja sobre la Tesi és aquesta: ¿de quina manera els canvis generals que estan afectant el model turístic han alterat la dinàmica turística del litoral català?. O, expressat en termes més acadèmics, ¿com ha respost la localitat (els municipis del litoral català) als canvis de la globalitat (el turisme internacional)?. La resposta dista de ser evident. Podríem dir que la política turística del litoral català ha passat de ser unànime i més o menys genèrica a esdevenir singular i limitada en el temps i l'espai. La paraula clau d'aquest procés és el **context** habermasià. Les condicions de partida, els efectes (i impactes)

del turisme fordista, les relacions socials, els atributs específics del lloc (unes illes, un massís, una zona industrial, un port en desús, unes restes arqueològiques ...), l'estructura empresarial del turisme..., en definitiva el context, explica la diversitat de respostes i estratègies locals per tal de fer front als canvis globals.

No hi ha una sola interpretació sobre la naturalesa del canvi. Al contrari, en les darreres dues dècades s'han generalitzat els discursos, les interpretacions, els assajos que intenten determinar quins processos caracteritzen les noves dinàmiques turístiques. Segurament, l'obra amb una major influència ha estat l'article de Butler (1980) sobre el cicle de vida del producte. El principi rector de la seva proposta és que les destinacions segueixen una sèrie de fases més o menys determinades fins el període crític de l'estancament, que altres autors identifiquen amb processos de col·lapse. En aquest context de saturació de l'oferta i esgotament del cicle, poden sorgir destinacions competidores, especialment perquè els atributs de competitivitat de les destinacions clàssiques són exportables. Aquests processos generals s'han multiplicat per la presència d'innovacions tecnològiques i per l'aparició de nous processos de producció i culturals (neofordisme o postfordisme), que alteren la lògica tradicional. Existeix, per tant, una mena de discurs sintètic que uneix les diferents tradicions (geogràfiques, econòmiques, culturals) sobre els canvis dels darrers anys del segle XX.

El discurs del canvi (complex, canviant i fragmentat) ha entrat a formar part de tots els elements de la supraestructura. S'ha creat una percepció del canvi, una imatge de la necessitat de modificar les estructures precedents, fins i tot més enllà dels canvis efectius que s'han portat a terme. El discurs polític, les estratègies empresarials i els principals

paradigmes científics sustenten la idea d'una transformació de les estructures precedents i, sobretot, una necessitat d'adaptació. El fet que els orígens d'aquesta concepció siguin plurals i en alguns casos relativament contradictoris ha creat un diagnòstic desigual i especialment una dificultat a l'hora de definir les respostes.

No hi ha una correspondència entre la percepció de crisi i les dades empíriques. Pel contrari, si estudiem l'evolució de les places turístiques del litoral mediterrani espanyol, la conclusió és inversa: el número de places turístiques s'ha incrementat de forma molt sensible durant el període d'estudi (1981 – 2001). Ara bé, el creixement presenta notables diferències espacials, temporals i tipològiques que podrien validar la teoria evolucionista, almenys parcialment. Les diferències temporals demostren que el ritme de creixement en el període 1981 – 1991 és sensiblement superior que el ritme precedent. En segon lloc, la vitalitat dels habitatges turístics contrasta amb l'estancament dels càmpings i la reducció de la planta hotelera. Durant el període d'estudi, l'especialització en les diferents formes d'habitatges turístics (apartaments, segones residències...) no ha deixat d'incrementar-se en detriment de les altres formes d'allotjament.

Les diferències són més sensibles en l'àmbit geogràfic. Certament, les àrees tradicionals són encara els principals espais receptors i les àrees perifèriques mantenen quotes de demanda relativament baixes. Tanmateix, els processos de creixement tendeixen lentament a compensar aquesta diferència. Les zones que s'han incorporat més recentment a la dinàmica turística mostren una major capacitat de creixement, unes dimensions de la planta sensiblement més alta i una major presència dels clústers hotelers de gama alta. Aquest és el cas, per exemple, de les

Terres de l'Ebre, la Costa d'Almeria i la Costa de la Luz. Per contra, els espais tradicionals mostren símptomes evidents d'esgotament, que arriba en alguns casos a decreixements significatius del número d'hotels (Garraf, Costa Brava, Maresme) i una dificultat evident per millorar la qualitat de la planta hotelera almenys en termes relatius. Es confirma per tant (tant a escala regional com a escala local) la tendència als processos de substitució espacial, de manera que les dinàmiques de creixement i adaptació més efectives es donen en els espais verges i no per la renovació dels espais tradicionals. La principal excepció d'aquesta dinàmica és la Costa Daurada, que mostra un comportament territorial de l'oferta molt similar als espais de nova implantació. La capacitat de creixement a l'entorn del complex de Port Aventura és el principal responsable.

L'estudi de les estructures territorials del turisme també ha permès determinar la complexitat del dibuix geogràfic del turisme litoral. En essència, el model presenta una forma piramidal relativament estable. Només un 4% dels municipis responen a la forma de les ociurbs, els principals receptors de l'oferta turística hotelera i els motors d'atracció i vertebració territorial del turisme. Són Benidorm, Salou, Lloret, Calvià, Palma i, en general, els espais que associem de forma immediata amb el litoral mediterrani. Com a contrapunt, els nuclis històrics es caracteritzen per la convivència entre els usos turístics i la funció residencial; aquests espais són els centres territorials de la costa, els elements que articulen el sistema productiu. L'antítesi dels nuclis històrics són les exòpolis, una extensió superficial d'oferta turística (càmpings i segones residències) que creen unitats territorials desestructurades, mancades d'organització interna i amb una elevada fragmentació. Les ciutats mixtes són models intermedis entre els dos precedents i mostren les tensions entre

concentració i dispersió en la geografia litoral. És important destacar que la base de l'estructura territorial se sustenta en un percentatge molt elevat de nuclis (entre el 30 i el 35%) que tenen un caràcter perifèric, on l'oferta turística presenta unes dimensions molt modestes.

Malgrat la diversitat d'estratègies, l'anàlisi empírica ha permès demostrar que els canvis són lents, poc explícits, fins i tot silenciosos. El rerefons d'aquests tímids assaigs és la dificultat dels espais turístics de transformar-se per tal d'adequar-se als canvis de la demanda. Mentre que la transformació dels productes (turístics o no) és relativament simple, els llocs (que també són productes turístics) tenen moltes dificultats per renovar els seus atributs. La inèrcia territorial, i la inèrcia del propi model turístic fordista, creen un escenari en el que els canvis no serveixen tant per crear nous productes turístics, noves formes d'atracció, com per complementar les formes existents.

En tot cas, el principal objectiu dels municipis turístics és el de singularitzar l'oferta. Mentre que el model turístic fordista es caracteritza per l'homogeneïtzació, per l'adequació dels atributs de l'espai als estàndards del producte de sol i platja, en el nou model, els municipis adopten una estratègia inversa: la identificació i potenciació (o bé la creació artificial) de nous atributs que permetin diferenciar la localitat, el lloc turístic, de la resta de destinacions competidores. Amb un esperit taxonòmic, hem classificat les diferents estratègies dels municipis del litoral en cinc grans categories (Donaire i Mundet, 2001): la re-creació de l'espai urbà, la gestió sostenible de les destinacions turístiques madures, la creació d'espais hiperreals, l'aparició de productes efímers o l'aposta per la millora de la qualitat del producte turístic tradicional.

En el capítol 3, hem pogut comprovar com aquestes estratègies estan ben representades en tot el litoral català i adopten formes molt diverses. Per exemple, la recreació de l'espai urbà es pot concretar amb la desaparició dels espais intersticials, la unió dels diversos fragments que integren la ciutat turística, la creació (artificial o no) d'un centre que vertebrï la ciutat o l'atracció de serveis urbans. Aquestes diferents estratègies **es barregen** i confonen entre sí, creant un escenari molt complex d'iniciatives locals. Per exemple, el municipi de Castell-Platja d'Aro aposta per la millora de la qualitat del producte turístic, per la unió dels tres grans "fragments" que configuren el seu terme (Castell d'Aro, Platja d'Aro i S'Agaró) i per la creació d'un complex hiperreal, a la Rambla de Castell. Sant Feliu de Guíxols potencia la seva vocació urbana amb la ubicació de l'Escola Oficial de Turisme de la Generalitat de Catalunya, inicia actuacions encaminades a la gestió sostenible de l'espai turístic o potencia iniciatives de turisme efímer (el Festival de la Porta Ferrada i la Mostra de Peix Blau Ganxó). En fi, Torroella és capdavantera en la gestió sostenible del turisme (el Montgrí, les Medes, Alba-Ter o la Pletera), reforça la seva centralitat en el Baix Ter, potencia el principal esdeveniment de la Costa Brava (el Festival de Música de Torroella) i dissenya projectes no reeixits de tematització (a l'entorn de la música catalana).

En alguns casos, aquests aiguabarreigs poden crear contradiccions en la gestió turística local. Blanes és un municipi que ha crescut de forma clarament fragmentada, donant lloc a un complex univers d'unitats més o menys independents (les urbanitzacions de la segona corona, els barris residencials, el nucli històric, l'àrea turística, la zona de càmpings...). La seva decidida aposta pel residencialisme es fonamenta (entre d'altres iniciatives) en la unió entre els diferents fragments, creant un major sentit

de continuïtat territorial. Per contra, la proposta del centre Isozaki o illa de Blanes (una aposta per la tematització) acabarà creant un “forat negre”, un espai-al-marge, en el mateix cor del nucli, que dificultarà la connexió entre els fragments del litoral. Sant Feliu de Guíxols ha estat un dels principals referents en la gestió sostenible dels recursos turístics. El pla de gestió iniciat des de l'Ajuntament (amb el recolzament de l'ICAEN) és un interessant exercici que demostra les possibilitats de reconversió sostenible que tenen les destinacions madures. De tota manera, aquesta iniciativa conviu amb el projecte d'ampliació del sòl urbanitzable de la Ronda de Ponent, que s'inscriu dins les iniciatives més clàssiques del model tradicional.

Les iniciatives de reconversió del model turístic tradicional es mouen sovint per mecanismes d'assaig – error. Són molt pocs els exemples de municipis que de forma decidida hagin explicitat el fons i la forma de la seva política turística local. En general, els plantejaments són intuïtius i “silenciosos”. La principal paradoxa del turisme postfordista és que **la rèplica és replicada**. El primer capítol van ser els ports esportius i els camps de golf. Aquests grans equipaments naixien amb la voluntat de singularitzar algunes destinacions tradicionals de sol i platja, amb un valor afegit que els distingís dels espais competidors. Poc a poc, els ports i els camps es van anar estenent per tot el litoral mediterrani (sovint amb fortes contrapartides immobiliàries), fins esdevenir un atribut més de les destinacions de sol i platja. Una costa qualsevol no només té platja, primera línia d'hotels i una àrea comercial de souvenirs, sinó també un port esportiu (o, potser, millor una marina), un parc aquàtic proper i un o varis camps de golf. El factor de diferenciació ha esdevingut un atribut estàndard.

L'anàlisi empírica ens han permès comprovar la seducció dels processos de "rèplica de la rèplica". La necessitat de crear un parc temàtic (o espais tematitzats, en el seu defecte) respon a la creixent estandardització dels parcs temàtics de litoral com Universal's Port Aventura, Terra Mítica i la sevillana Isla Mágica. La Mostra Gastronòmica del Peix Blau Ganxó ha estat el detonant d'una vertadera "febre" per les campanyes gastronòmiques, des del suquet de Roses a la Gamba de Palamós, passant per la cuina grecorromana de Castelló. El mateix procés hem detectat en els festivals de música, que cobreixen el conjunt del litoral de la Costa Brava amb pressupostos inversemblants i efectes poc perceptibles. També s'inscriu dins d'aquesta dinàmica el referent de Calvià i la voladura de l'hotel Margaluf, que ha induït molts altres municipis a projectar (i en alguns casos a executar) els processos d'esponjament. Els exemples són infinits.

En l'estudi de les iniciatives locals de resposta a la crisi del fordisme, hem constatat **el conflicte per la identitat** dels llocs en el context de les destinacions turístiques. Sabem des d'Aramberri que les destinacions turístiques tendeixen a configurar-se com espais de transgressió, de fantasia i evocació, en els que es projecten aquells atributs que no estan presents en els espais productius i residencials. Els espais turístics són immensos missatges simbòlics, que projecten la imatge de ruptura i no quotidianitat. La lectura espacial del turisme fordista era, en essència, la creació d'espais (de llocs) fàcilment reproduïbles, basats en una sèrie d'elements universals: els boulevards, les galeries comercials, els passeigs de mar, les avingudes amb fronteres públic – privat poc precises i, essencialment, el front de mar com a punt de referència. Aquest espai de transgressió ha estat "clonat" per tot el Mediterrani i comença a aparèixer en els nous mediterranis del Carib.

El nou context postfordista (o neofordista) ha propiciat una creixent crisi d'identitat del model espacial tradicional i, per tant, ha afavorit els assaigs de noves estructures (i noves identitats) espacials. El model aparent més sòlid és la hiperrealitat. Els diversos espais tematitzats del litoral de la costa catalana creen una nova identitat, basada en la reconstrucció (en la rèplica) d'altres geografies o altres moments temporals. En aquests espais, la condició "alternativa" no ve donada per la reproducció d'un model turístic tradicional, sinó perquè el consumidor percep la condició inautèntica de l'espai hiperreal. Per això, més enllà de la construcció del complex Port Aventura, els municipis litorals estan tematitzant diverses parts de la ciutat, per tal de reforçar la seva condició turística.

Paradoxalment, aquesta estratègia és present també en els intents per mostrar els turistes la identitat local. L'exemple més evident d'aquesta tendència és la teatralització medieval de Castelló d'Empúries, que esdevé (almenys durant uns dies) un immens escenari temàtic a l'aire lliure. Aquest mateix esperit estava present també en el projecte Hecas de Molinars (Colera), avui en un calaix, la recuperació turística del complex museístic d'Empúries o algunes de les visites guiades dels municipis del litoral.

En el turisme contemporani, el cicle de vida dels productes s'ha escurçat notablement. Com ha demostrat Rifkin (2000), la societat postindustrial és una societat de **consum immediat**, d'una profunda renovació dels atributs del producte o dels mateixos productes. Hem comentat que les destinacions turístiques tenen molts problemes per adequar-se a aquesta tendència, ja que els atributs espacials no es poden modificar a la

mateixa velocitat que els canvis en les necessitats de la demanda. Els espais són elefants en un turisme de canvis veloços. Segurament, les estratègies més capacitades per afrontar aquest nou context siguin la hiperrealitat i els productes turístics efímers. Els espais hiperreals són entorns mutables, escenaris que no responen a la identitat del lloc i que per tant poden ser redefinits una i altra vegada. En no existir un lligam entre el tema i el lloc, és fàcil reconstruir les formes espacials per adequar-se a les necessitats dels turistes i dels seus referents simbòlics. És més; si el litoral català ha iniciat un procés de tematització dels espais més que no pas de construcció d'un gran complex temàtic, encara seran més senzills els canvis en la forma dels nous llocs turístics.

Igualment, els productes turístics efímers, que tenen una vida molt curta i que són concebuts per a ser consumits de forma immediata, presenten una perfecta adequació amb l'evolució de la demanda. El litoral català pot esdevenir un immens escenari on es desenvolupin diversos productes turístics d'uns pocs dies, d'unes poques setmanes, orientats a segments de demanda molt específics. En tot cas, seria necessari que aquesta estratègia evités l'excessiva homogeneïtzació de les iniciatives que hem comentat en el punt 4 de les conclusions.

Per contra, un dels reptes més importants que té el litoral és l'adequació entre les estratègies sostenibles, normalment orientades a la recuperació de la identitat dels llocs, i els cicles curts del producte. La capacitat d'innovació i re-adaptació de productes turístics vinculats amb la identitat local és un dels grans interrogants que s'obren en l'estratègia sostenible de la Costa Brava, si bé alguns exemples, com el municipi de Torroella, demostren que és possible innovar en els productes turístics vinculats amb la identitat dels llocs.

Resulta interessant destacar que una de les principals estratègies dels municipis és, precisament, **el no turisme**. La reconstrucció de la forma i el fons de l'espai urbà, el canvi de l'exòpoli turística i l'ociurbs a la ciutat real permet atreure noves funcions residencials i productives, que preparen la principal transformació del litoral: la convivència entre turisme i no turisme, entre oci i negoci, entre espais de producció i espais de consum. El principal interrogant que s'obre (almenys des d'una perspectiva geogràfica) és la forma espacial que prendrà aquests llocs complexos. La frontera entre els espais residencials i productius (els espais quotidians) i els espais d'oci i lleure (els espais de ruptura) s'haurà de diluir en noves formes espacials, que puguin combinar l'aparença urbana i la transgressió dels espais d'oci.

En definitiva, l'estudi empíric de les polítiques locals ha demostrat que els municipis de el litoral català ha iniciat clarament un camí cap a al reconversió o, si més no, cap a la renovació del producte tradicional de sol i platja. Aquests canvis, hem vist tenen quatre característiques principals: (a) són canvis lents, que estan operant en els darrers deu anys de forma poc violenta: hem de parlar més de transició i convivència que de ruptura. (b) Són canvis "silenciosos"; segurament, la percepció col·lectiva és que la transformació o no existeix o és imperceptible, mentre que l'evidència empírica demostra que la magnitud dels projectes i la voluntat de transformació. (c) Són canvis diversos. No hi ha una sola resposta, sinó un conjunt d'estratègies, que es barregen entre sí i se superposen. (d) Són canvis intuïtius. Més que grans programes de transformació o declaracions raonades sobre la naturalesa del canvi i les dinàmiques locals, ens trobem davant estímuls de caràcter aproximatiu, en molt casos, purament intuïtius.

En l'anàlisi de les estratègies locals, ens ha estat molt útil la utilització de noves categories conceptuals, que ens aproximen a la geografia postmodernista dibuixada entre d'altres per Harvey, Soja o Sack. Elements com la "mirada de l'altre", l'heterotopia, la construcció de noves categories semàntiques (exòpoli, glocalitat, ficció i funció...) o la preeminència del context (en una versió renovada de la geografia regional) són alguns dels punts de partida d'una nova geografia del turisme, apta per explicar les noves formes del turisme.

5. Bibliografia general

5.1. Bibliografia general

- AECIT (2000); *La actividad Turística Española en 1999. Edición 2000*, Madrid, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo
- AECIT (2001); *La actividad Turística Española en 2000. Edición 2001*, Madrid, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo
- AECIT (2002); *La actividad Turística Española en 2001. Edición 2002*, Madrid, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo
- AECIT (2003); *La actividad Turística Española en 2002. Edición 2003*, Madrid, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo
- Agarwal, S. (2002); "Restructuring seaside tourism. The resort lifecycle", *Annals of Tourism Research* 29(1), pp. 25-55.
- Aguiló, E. (1992); "La posición competitiva de las regiones turísticas mediterráneas españolas: posibilidades de la política turística", *Papers de Turisme*, 8-9, 75-92
- Aguiló, E. (1995); "Factors de canvi de la competitivitat del producte turístic", *Revista Econòmica de Catalunya*, 28, 78-90
- Ajuntament de Lloret de Mar (1999a); *Agenda Local XXI Lloret de Mar*, Lloret, Ajuntament de Lloret
- Ajuntament de Lloret de Mar (1999b); *Pla d'Excel·lència Turística de Lloret de Mar. Desarrollo del Plan 1999-2001* (No publicat)
- Ajuntament de Lloret de Mar (2000); *Lloret Turisme: un nou model de gestió turística pioner a l'Estat Espanyol* (No publicat)
- Ajuntament de Roses (2000); *Pla d'Excel·lència Turística de Roses* (No publicat)
- Ajuntament de Sant Feliu de Guíxols (1999); *Pla d'Eficiència i Estalvi Energètic de Sant Feliu de Guíxols* (No publicat)
- Andreu, N. et al. (2003); *La mesura de la sostenibilitat a les Illes Balears*, Palma de Mallorca, Centre d'Investigació i Tecnologies Turístiques de les Illes Balears, Conselleria de Turismo del Govern de les Illes Balears i Universitat de les Illes Balears
- Andriotis, K. (2003); "Coastal Resorts Morphology: The Cretan Experience", *Tourism Recreation Research*, 28(1), 67-76
- Anton, S. (1997); *Diferenciació i reestructuració dels espais turístics. Processos i tendències al litoral de Tarragona*. Tarragona, El Mèdol

- Anton, S. (1998a); "Rutas e itinerarios culturales. Propuestas y desafíos", *Karis. Publicación trimestral de Interarts, Observatorio Europeo de Políticas Culturales, Urbanas y Regionales*, 8, 11-18
- Anton, S. (1998b); "La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística", *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 32, 17-43
- Anton, S. (2004); "Demanda turística i protecció del litoral: Un horitzó possible", *Papers. Regió Metropolitana de Barcelona*, 41, 69-84
- Anton, S. (2005a); *Parques temàtics. Más allá del ocio*, Barcelona, Ariel
- Anton, S. (2005b); "De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos emergentes. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral", *Papeles de Economía Española*, 102
- Anton, S. i Villalta, E. (2004); "La presencia en Internet de los principales destinos turísticos del litoral mediterráneo español", *V Congreso Turismo y Tecnologías de la información y las comunicaciones, TURITEC*, Màlaga, Universitat de Màlaga
[www.turismo.uma.es/turitec/turitec2004]
- Aramberí, J. (1983); "El paraíso... ¿perdido? Sobre algunas teorías del turismo", a *Estudios Turísticos*, 80, 77-93
- Atlas Urbanístic de la Costa Brava de Catalunya* (1994); Barcelona, Direcció General d'Urbanisme de la Generalitat de Catalunya i Institut Cartogràfic de Catalunya
- Bardolet, E. (1995); "El diseño del paisaje turístico. Proyectos y respuestas en aras del turismo de calidad", a Picornell, Climent i Seguí, Joana Ma., eds., *La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*, Palma de Mallorca, Universitat de les Illes Balears
- Blázquez, M. (1996); *Els usos recreatius i turístics dels espais naturals protegits. L'abast del lleure al medi natural de Mallorca*, Tesis Doctoral (no publicat)
- Blázquez, M. (2005); "El territorialismo y el ecologismo frente al turismo", *Scripta Nova*, vol. 9, núm. 194, 741-798 [www.ub.es/geocrit/sn]
- Blázquez, M., Murray, I. i Garau, J.M. (2002); *El tercer boom. Indicadors de sostenibilitat del turisme de les Illes Balears 1989 – 1999*, Palma de Mallorca, Leonard Muntaner i CITTIB
- Bru, J. (1997); *Medio ambiente: poder y espectáculo. Gestión ambiental y vida cotidiana*, Barcelona, Icaria

- Butler, R.W. (1980); "The concept of tourism area cycle of evolution: implications for management of resources", *Canadian Geographer*, 24 (1), 5-12
- Calderó, A. i Esquirol, C. (1996); *L'organització del govern municipal Barcelona*, Barcelona, Diputació de Barcelona.
- Cals, J. (1982); *La Costa Brava i el turisme: estudis sobre la política turística, el territori i l'hoteleria*, Barcelona, Kapel
- Camison, C. (1996); "La calidad como factor de competitividad en turismo: análisis del caso español", *Información Comercial Española. Revista de Economía*, 749, 99-122
- Camisón, C. i Monfort, V. (1996); "La calidad en el turismo español: balance y prospectiva de la investigación", *Estudios Turísticos*, 128, 129-161
- Camisón, C. i Roca, V. (1997); *Costes totales de calidad: Una aplicación a la empresa hotelera*, Madrid, Civitas
- Camisón, C. i Montfort, V. (1998); "Estrategias de reposicionamiento de un destino turístico maduro: El caso de la Costa Blanca", *Estudios turísticos*, 135, 5-28
- CEPA (1999); *Diagnosi del cicle del residu de Sant Feliu de Guíxols*, Ajuntament de Sant Feliu de Guíxols (No publicat)
- CES -Consell Econòmic i Social- (2000); *Memòria 2000*, Ajuntament de Sant Feliu de Guíxols (No publicat)
- Chadefaud, M. (1987); *Aux origines du tourisme dans le Pays de l'Adour (Du mythe a l'espace: un essai de géographie historique)*, Pau, Département de Géographie et d'Aménagement de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour. Centre de recherche sur l'impact socio-spatial de l'aménagement
- Christaller, W. (1964); "Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions - Underdeveloped countries - recreation areas", *Regional Science Association Papers*, 12, 95-105
- Cifuentes, (1999); *Capacidad de carga turística de las áreas de uso público del Monumento Nacional Guayabo*, Costa Rica, WWF Centroamérica, Serie Técnica N°1
- Consultur (1999); *Definición y desarrollo de la red de estaciones náuticas*. Madrid, Secretaría General de Comercio, turismo y PYME
- Díaz, Guevara i Caro, (2004); "Promoción turística de las comunidades autónomas en Internet", *V Congreso Turismo y Tecnologías de la información y las comunicaciones, TURITEC*, Màlaga, Universitat de Màlaga, [www.turismo.uma.es/turitec/turitec2004]

- Diputació de Girona (1999); *Programa de suport a la redacció de Plans d'Acció Local per a la Sostenibilitat*, Girona (No publicat)
- Donaire, J.A. (1996); *El turismo a los ojos del postmodernismo. Una lectura desde la dialéctica socioespacial. La Costa Brava, Tunicia y los malls*, Tesi Doctoral, Universtat Autònoma de Barcelona (No publicat)
- Donaire, J.A. (1998); "La geografía del turismo después del fordismo: turistas en las fábricas, turistas en los centros comerciales", a *Sociedade e Território. Revista de estudos urbanos e regionais*, 28, 55-68
- Donaire, J.A., Fraguell, R.M. i Mundet, Ll. (1997); "La Costa Brava ante los retos del Turismo", *Estudios Turísticos*, 133, 77-96
- Donaire, J.A., Fraguell, R.M. Mundet, Ll. i Vicente, J. (1999); "L'approccio multiscala nella gestione del turismo. La Costa Brava", a Indovina, F. (ed); *Barcelona. Un nuovo ordine territoriale*, Milà, Francoangeli, 207-230
- Donaire, J.A. i Mundet, Ll. (2002); "Estrategias de reconversión turística de los municipios litorales catalanes", *Papers de Turisme*, 29, 50-68
- Donaire, J.A. (2004) "La lògica espacial del turisme a la Costa Brava" *Debat Costa Brava*, [www.debatcostabrava.org]
- Doxey (1975); "A causation theory of visior-resident irritants: Methodology and reserach inference", *Travel Research Association Conference*, San Diego, Califòrnia, 6, 195-198
- Eco, U. (1985); *La Guerre du Faux*, París, Grasset.
- Faulkner, B. (2002). "Rejuvenation of maturing tourist destination: The case of the Gold Coast", *Current Issues in Tourism*, 5(6), 472-520
- FONATUR, (2003); *Plan de desarrollo turístico de Acapulco* (no publicat)
- Formica, S. i Uysal, M. (1996); "The Revitalization of Italy as Tourist Destination", *International Journal of Tourism Management*, 17, 323-331
- Fortià, R. (1995); "Turisme i entorn natural a la Costa Brava", a *Turisme, Territori i estratègies de desenvolupament*, Girona, Universitat de Girona, 109-125
- Fraguell, R.M. (1993); *Turisme residencial i territori: la segona residència a la regió de Girona*, Girona, l'Eix editorial
- Fraguell, R.M. -coor.- (1998); *Turisme sostenible a la Mediterrània. Guia per a la gestió local*, Barcelona, Brau edicions
- Galí, N. (2004); *Mirades turístiques a la ciutat. Anàlisi del comportament dels visitants del Barri Vell de Girona*, Tesi Doctoral, Universitat de Girona (no publicat) [www.tdx.cesca.es]

- Galí, N. (2005); "La humanización de las imágenes emitidas por la publicidad de los destinos turísticos monumentales: el caso de Girona", *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 3(2), 273-281 [www.pasosonline.org]
- Galí, N. i Donaire, J.A. (2005); "The social construction of the image of Girona: a methological approach", *Tourism Management*, 26 (5)
- García Manrique, E. (2000); "Los espacios turísticos del litoral andaluz", *Cuadernos Geográficos*, 30
- Garrigós, F. i Narangajavana, Y. (2002); "La demanda hotelera en España: Estudio retrospectivo de la década 1990 – 2000", *Cuadernos de Turismo*, 10, 137 - 154
- Gormsen, E. (1981); *The spatio – temporal development of international tourism: attempt at a centre – periphery model*, Aix en Provence, Centre d'Hautes Études Touristiques
- Govern Balear (1997); *Directrius d'Ordenació Territorial*, Palma de Mallorca, Govern Balear.
- González Pérez, J.M. (2003); "La pérdida de espacios de identidad y la construcción de lugares en el paisaje turístico de Mallorca", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 35
- Grup d'Estudis Turístics (1992); *Pla Estratègic pel Sector Turístic de Sant Feliu de Guíxols*, Universitat de Girona (no publicat)
- Grup d'Estudis Turístics (1999); *Estructuració dels recursos turístics de les comarques gironines*, Girona, Patronat de Turisme Girona Costa Brava
- Hardison, O.B. (1989); *Disappearing through the skylight: Culture and technology in the twentieth century*, Nova York, Viking
- Harvey, D. (1989); *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Blackwell
- Holder, J.S. (1988); "Pattern and Impact of Tourism on the Environment of the Caribbean", *Tourism Management*, 4(2), 119-127
- Ioannides, D. (1992); "Tourism development agents: the Cypriot resort cycle" *Annals of Tourism Research*, 19(4), 711-731
- Ioannides, D. i Debagge, K. (1997); "Pos-fordism and flexibility: the travel industry polyglot", *Tourism Management*, 18 (4): 229-241
- ICHE (1999); *Sistema de Calidad para hoteles y apartamentos turísticos. Plan de actuaciones 2000-2001*, Madrid, Ministerio de Economía (No publicat)
- Ivars, J. (2003); *Planificación turística de los espacios regionales en España*, Madrid, Síntesis

- Lash, S. i Urry, J. (1994); *The end of Organized Capitalism*, University of Wisconsin Press
- Majó, J. Martínez, J. i Vázquez, P.P. (2004); “Dinamización de las páginas web de los museos”, V Congreso Turismo y Tecnologías de la información y las comunicaciones, TURITEC, Màlaga, Universitat de Màlaga, [www.turismo.uma.es/turitec/turitec2004]
- Marchena, M. (1994); “Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo “fordista” al ocio de producción flexible”, *Papers de Turisme*, 14-15, 77-94
- Marchena, M. -ed.- (1998); *Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea.*, Colección de Documentos 1, Turismo de Sevilla
- Martí, C. (2005); *La transformació del paisatge litoral de la Costa Brava: Anàlisi de l'evolució (1956-2003), diagnosi de l'estat actual i prognosi de futur*, Tesi Doctoral, Universitat de Girona (no publicat)
- Mas, Ll. i Blázquez, M. (2005); “Anàlisi de la freqüentació d'ús a les platges i estudi de paràmetres de sostenibilitat associats”, *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 44
- McCannell, D. (1976); *The tourist. A new theory of the leisure class*, Nova York, Schoken Books.
- Miossec J.-M., (1976); “Eléments pour une Théorie de l'Espace Touristique”, *Les Cahiers du Tourisme*, C-36, Aix-en-Provence, centre d'Hautes Études Touristiques
- Monfort, V. (1999); *Competitividad y factores críticos de éxito en los destinos turísticos mediterráneos: Benidorm y Peñíscola*, Tesi Doctoral, (no publicat) [www.cervantesvirtual.com]
- Monfort, V. i Camisón, C. (1996), “Spanish research on quality in tourism: the State of the Art”, *The Tourist Review*, nº 1/96, 41-45
- Mundet, Ll. (1998); *L'evolució dels models de turisme litoral: el Regne Unit, la Costa Brava i Cuba*, Tesi Doctoral, Universitat de Girona (No publicat)
- Murray, I. -coord.- (2003); *Estratègia per a la sostenibilitat de les Illes Balears*. Conselleria de Medi Ambient. Govern Balear.
- Murray, I. (2003); “El cálculo de la huella ecológica. El ejemplo de las Islas Baleares”, a Nieto, J. i Riechmann, J. (coords.); *Sustentabilidad y globalización. Flujos monetarios, de energía y de materiales*, Alzira, Germania
- Nel·lo, O. (2003); *Aquí no! Els conflictes territorials a Catalunya*, Barcelona, Empúries

- Nogué, J. (2004); "La transformació del territori i del paisatge de la Costa Brava (1956-2003). Situació actual i propostes d'actuació", *Debat Costa Brava*, [www.debatcostabrava.org]
- Nuell, H. (2001); *Evolució dels usos del sòl a la Costa Brava (1957-1993)*. Memòria de Recerca presentada al Doctorat de Geografia en Ordenació del Territori i Gestió del Medi Ambient, Universitat de Girona (no publicat)
- Oliver, J. (2004); "El model turístic de la Costa Brava a l'inici del segle XXI: Estació d'enllaç o final d'etapa?", *Debat Costa Brava*, [www.debatcostabrava.org]
- Organización Mundial del Turismo (1999); *Guía para las administraciones locales: desarrollo turístico sostenible*, Madrid, Organización Mundial de Turismo
- Osorio, M. (2005); "Hacia una construcción del objeto de estudio del turismo desde una perspectiva del materialismo histórico", *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 3(1), 41-61, [www.pasosonline.org]
- PGP innovación empresarial (2001); *Projecte Port Bou, Porta de la Costa Brava*, Barcelona (No publicat)
- Pla Territorial Parcial de les Terres de l'Ebre (2002) Departament de Política Territorial i Obres Públiques, Generalitat de Catalunya.
- Plog, S. (1973); "Why destination areas rise and fall in popularity?", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 14(3), 13-16
- Ponce, M.D. (1998); "Estructura del terciario económico en la periurbanización gemela del Mar Menor", *Cuadernos de Turismo*, 2, 159-167
- Ponce, M.D. (2003); "Relación entre equipamiento de servicios y modelo turístico", *Cuadernos de Turismo*, 12, 151-163
- Priestley, G. i Mundet, Ll. (1998); "The post-stagnation phase of the resort cycle", *Annals of Tourism Research*, 25(1), 85-111
- Pro-arp (1999); *Pla especial de Protecció Ambiental i Paisatgística del Front Marítim de Sant Feliu de Guíxols* (No publicat)
- Rifkin, J. (2000); *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*, Barcelona, Paidós
- Rojek, C. –ed.- (1997); *Touring Cultures*, Londres, Routledge
- Roldós C.J. i Argandoña, M. (2000); *Anàlisi del sector comercial de Sant Feliu de Guíxols* (No publicat)

- Sack, R. (1992); *Place, Modernity and the Consumer's World: A Relational Framework for Geographical Analysis*, Baltimore, Johns Hopkins University Press
- Sánchez, J.-E. (1984); "Por una geografía del turismo de litoral. Una aproximación metodológica", *Estudios Territoriales*, nº 17, 103-122
- Seguí, M. (1995); *Les nouvelles Baléares. La rénovation d'un espace mythique*, París, Harmattan, col. Tourismes et Sociétés
- Seguí, M. (1999); "El espacio turístico y su consumo en la Isla de Mallorca", a Rodrigues, A. B. (org.); *Turismo e geografia*, São Paulo, Hucitec, 191–205
- Sharpley, R. (1994); *Tourism, Tourists & Society*, London, ELM Publications
- Shields, R. (1991); *Places on the margin*, Londres i Nova York, Routledge
- Soja, E. (1989); *Postmodern Geographies: the reassertion of space in critical social theory*, Londres, Verso.
- Soja, E. (1995); "Postmodern Urbanization: The six Restructurings of Los Angeles", a Watson, S. i Gibson, K.; *Postmodern cities amb spaces*, Blackwell, Oxford i Cambridge, 125-137.
- Sorkin, M. -ed.- (1992); *Variations on a theme park: the new american city and the end of public space*, Nova York, Hill and Wang
- Urry, J. (1990); *The tourist Gaze*. London, Sage Publications [traducció al castellà, 2004; *La mirada del turista*, Lima, Universidad de San Martín de Porres]
- Urry, J. (1995); *Consuming places*, London, Routledge
- Ventura, R. (1973); *Learning from Las Vegas*, Cambridge, The MIT Press [traducció al castellà, 1978, *Aprendiendo de Las Vegas: el simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*, Barcelona, Gili]
- Vera, J.F. (1987); *Turismo y urbanización en el litoral alicantino*, Alacant, Instituto de Estudios Juan Gil Albert
- Vera, J.F. (1994); "El modelo turístico del Mediterráneo español: agotamiento y estrategias de reestructuración", *Papers de Turisme*, 14-15, 131-148
- Vera, J.F. i Marchena, M. (1996); "El modelo turístico español: Perspectiva económica y territorial", a Pedreño, A. i Monfort, M. – eds.-; *Introducción a la economía del turismo en España*, Madrid, Civitas
- Vera, J.F. et al. (1997); *Análisis territorial del turismo*, Barcelona, Ariel
- Vera, J.F. i Ivars, J. (2001); *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores*,

- Alacant, Instituto Universitario de Geografía, Universitat d'Alacant (Documentos de trabajo, 1)
- Vera, J.F. i Ivars, J. (2003); "Measuring sustainability in mass tourist destination: pressures, perceptions and policy responses in Torrevieja, Spain", *Journal of Sustainable Tourism*, 11, 181-203
- Vera, J.F. i Montfort, M. (1994); "Agotamiento de modelos turísticos clásicos. La estrategia territorial para la calificación: la experiencia de la Comunidad Valenciana", *Estudios turísticos*, 123, 17-45.
- Vicente, J. (1996); "Per què fa com a mínim 20 anys que es parla de crisis del turisme a la Costa Brava", a *Turisme, territori i estratègies de desenvolupament*, Girona, Universitat de Girona, 169-173
- Vicente, J. (1998); *El procés de construcció de l'Àrea urbana de Girona: Plans, discursos i realitat*, Tesi Doctoral, (No publicat)
- Vicente, J. i Gutiérrez, O. (2004); *Diagnosi socioeconòmica i territorial del sistema litoral català*, Càtedra de Geografia i Pensament Territorial de la Universitat de Girona i Departament de Política Territorial i Obres Públiques
- Yepes, V. (1999); "Las playas en la gestión sostenible del litoral", *Cuadernos de Turismo*, 4, 89 – 110
- Yepes, V. (2002); *Organización y gestión del territorio turístico*, València, Tirant Lo Blanch

5.2. Bibliografia de normativa urbanística local

Ademà, Canela, Comella Arquitectes Associats SA (1996); *Pla General d'Ordenació Urbana de Roda de Barà*, Ajuntament de Roda de Barà (No publicat)

Ademà, Canela, Comella Arquitectes Associats SA (2002); *Pla General d'Ordenació Urbana de Torredembarra*, Ajuntament de Torredembarra (No publicat)

Ajuntament d'Altafulla (2004); *Pla d'Ordenació Urbanística Municipal d'Altafulla*, Ajuntament d'Altafulla (No publicat)

Ajuntament de Calafell (1989); *Pla General d'Ordenació Urbana*, Ajuntament de Calafell (No publicat)

Ajuntament de Salou (2003); *Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Salou*, Ajuntament de Salou, a www.salou.org/POUM (maig 2005)

Cañelles, A. (1989); *Pla General d'Ordenació Urbana de Cunit*, Ajuntament de Cunit (No publicat)

CCRS Arquitectes (2005); *Revisió del sòl urbanitzable de Roses*, Ajuntament de Roses (No publicat)

Coromines, E. (2005); *Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Calella*, Ajuntament de Calella, a www.calella.org/_cat/pla_general/textos/memoria.pdf (maig 2005)

Departament de Política Territorial i Obres Públiques (2002); *Pla Territorial de les Terres de l'Ebre*, Barcelona, Generalitat de Catalunya. Departament de Política Territorial i Obres Públiques

Departament de Política Territorial i Obres Públiques (2004); *Pla Director Urbanístic del sistema Litoral*, Barcelona, Generalitat de Catalunya. Departament de Política Territorial i Obres Públiques

- Equip BCpn SL, (1998) *Objectius, criteris i solucions generals per a la modificació del Pla General vigent*. Ajuntament de Castell-Platja d'Aro
- Egi, SL (2004); *Avanç del Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Palamós*, Ajuntament de Palamós (No publicat)
- Fernández i Cels, E. (2004); *Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Malgrat de Mar*, Ajuntament de Malgrat de Mar, a www.ajmalgrat.es/PUOM (maig 2005)
- Interlands (2003); *Pla General d'Ordenació Urbana de Begur*, Ajuntament de Begur (No publicat)
- Interlands (2004); *Revisió i adaptació del Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (POUM) de Cambrils. Avanç 2010*, Ajuntament de Cambrils, a www.cambrils.org/index.php (maig 2005)
- Interlands (2005); *Avanç del Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Castelló d'Empúries*, Ajuntament de Castelló d'Empúries (No publicat)
- Jornet, Llop, Pastor Arq. SCP (2005); *Avanç de Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Sant Andreu de Llavaneres*, Ajuntament de Sant Andreu de Llavaneres (No publicat)
- Páez i Berga, J.A. (2001); *Revisió del Pla General d'Ordenació Urbana de Vilanova i la Geltrú*, Ajuntament de Vilanova i la Geltrú, a www.vilanova.org/aj3/gendoc.htm (maig 2005)
- Palou, A. (1993); *Pla General d'Ordenació Urbana de Cubelles*, Ajuntament de Cubelles (No publicat)
- Roca, E. (2003); *Anàlisi del planejament general*, Ajuntament de Lloret, a www.lloret.org/POUM/arxius/aprov_inici.pdf (maig 2005)
- Roca, E. (1991); *Pla General d'Ordenació Urbana de Sant Carles de la Ràpita*, Ajuntament de Sant Carles de la Ràpita (No publicat)
- Roca, E. (1994); *Pla General d'Ordenació Urbana de l'Ampolla*, Ajuntament de l'Ampolla (No publicat)
- Roca, E. (2001); *Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Sant Pere de Ribes*, Ajuntament de Sant Pere de Ribes, a

www.plalitoral.net/3_Plans_projectes/Plans/POUM_SantPeredeRibes.pdf (maig 2005)

Roca, E. (2004); *Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Sitges. Aprovació Inicial*, Ajuntament de Sitges, a <http://sitges.arxius.net/2004/poum/documents/memoria.pdf> (maig 2005)

Romero Sabí, J. (1992); *Pla d'Ordenació Urbana de Creixell*, Ajuntament de Creixell (No publicat)

Romero Sabí, J. (2004); *Avanç del Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Creixell*, Ajuntament de Creixell (No publicat)

Rosa Barba & Ricard Pié arq. Scp (2001); *Revisió del Pla General d'Ordenació Urbana de Torroella de Montgrí*, Ajuntament de Torroella de Montgrí, a <http://torroella.intercomgi.com/SiteResources/Data/Files/2normes%20RPGO%20abril02.pdf> (maig 2005)

TCC (2003); *Pla d'Ordenació Urbanística Municipal. Aprovació inicial*, Ajuntament d'Amposta, a www.amposta.es/poum%2Dai/ (Maig 2005)

5.3. Bibliografia de dades

- Censo de viviendas 1981 tomo IV Resultados a nivel municipal (1983), INE Madrid
- Guía de campings España 1981 Secretaría de Estado de Turismo, Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas, Sección de alojamientos no hoteleros, Bilbao, 1981
- Guía de hoteles España 1981 Secretaría de Estado de Turismo, Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas Sección de alojamientos no hoteleros, Bilbao, 1981
- Guia càmpings Catalunya 1991 Generalitat de Catalunya. Departament de Comerç, consum i turisme. Servei d'Informació, Documentació i Publicacions, Barcelona, 1991
- Guia Hotels Catalunya 1991 Generalitat de Catalunya. Departament de Comerç, consum i turisme. Servei d'Informació, Documentació i Publicacions, Barcelona, 1991
- Censos de Población y Viviendas. Resultados detallados definitivos 2001 (2004) INE, Madrid, a www.ine.es
- Censos de Población y Viviendas 1991 (1993) INE, Madrid, Publicació en CD
- Anuario Estadístico El País 2002 (2003) Madrid. Ediciones El País

ÍNDEX DE GRÀFIQUES

2. Models territorials del turisme litoral. Una aproximació

2.1 Distribució de les places turístiques totals per marques turístiques. 2001	80
2.2. Relació dels vint primers municipis amb més places turístiques.....	81
2.3. Percentatge de municipis segons places totals i per marques turístiques. 2001	82
2.4. Distribució de les places turístiques per modalitat d'allotjament i marques turístiques. 2001	84
2.5. Distribució de les diferents formes d'allotjament per marques turístiques. 2001	85
2.6. Distribució percentual de l'oferta d'hotels segons classificació i per marca turística.....	90
2.7. Distribució percentual de l'oferta d'habitacions segons classificació i per marca turística. 2001	91
2.8. Evolució percentual del total d'establiments hotelers i habitacions per marca turística i pel conjunt del litoral mediterrani. 1981-2001	94
2.9. Gràfica 2.9. Distribució percentual dels municipis del litoral mediterrani per intervals de places d'hotel i per marca turística. 2001	98
2.10. Percentatge de municipis de litoral amb allotjament hotelier respecte el total de municipis costaners de cada marca turística. 2001	99
2.11. Mitjana d'unitats d'acampada per càmping segons marca turística. 2001	112
2.12. Evolució percentual de les unitats d'acampada per marca turística. 1981, 1991 i 2001	114
2.13. Percentatge de municipis del litoral segons places de càmping i marca turística. 2001	118
2.14. Percentatge de municipis de litoral amb càmping respecte el total de municipis costaners de cada marca turística. 2001	119
2.15. Creixement percentual dels habitatges turístics segons marca turística. 1981-2001	124

2.16. Creixement real dels habitatges turístics segons marca turística. 1981-2001.....	126
2.17. Comparativa percentual del creixement d'habitatges principals respecte al creixement d'habitatges turístics. 1981-2001	129
2.18. Distribució percentual dels municipis del litoral mediterrani per intervals de places d'habitatge turístic i per marca turística. 2001	131
2.19. Evolució percentual de la TFTR per marques turístiques. 1981-2001	135
2.20. Percentatge de municipis amb predomini d'habitatges principals i municipis amb predomini d'habitatge turístics per marca turística. 2001	136
2.21. Distribució de les places turístiques totals per marca turística. 2001	162
2.22. Places turístiques totals per localitat 2001	163
2.23. Distribució percentual de les places turístiques per modalitat d'allotjament	166
2.24. Evolució real de les places turístiques totals.1981,1991 i 2001	168
2.25. Evolució real de les places turístiques totals per modalitat d'allotjament 1981,1991 i 2001	169
2.26. Distribució percentual de l'oferta hotelera per marques turístiques de Catalunya. 2001	171
2.27. Distribució de les places hoteleres al litoral català	174
2.28. Distribució percentual de les places hotelers de 3-5 estrelles a les marques turístiques de Catalunya. 2001	176
2.29. Distribució percentual de l'oferta d'hotels segons classificació i per municipi.2001	177
2.30. Distribució percentual de l'oferta d'habitacions segons classificació i per municipi.2001	178
2.31. Evolució percentual de les habitacions d'hotel per municipi. 1981-2001	179
2.32. Evolució creixent de la capacitat hotelera municipal1981-2001	182
2.33. Evolució decreixent de la capacitat hotelera municipal1981-2001	183
2.34. Evolució real d'habitacions per municipis amb més de 500 habitacions. 1981-2001	184
2.35. Evolució percentual d'habitacions de 3-5 estrelles per municipis amb més de 500 habitacions el 2001. Període 1981-2001	185

2.36	Distribució percentual de l'oferta de càmpings per marques turístiques 2001	190
2.37	Unitats d'acampada per municipis a Catalunya. 2001	191
2.38	Mitjana d'unitats d'acampada per càmping segons localitat 2001	19
2.39	Evolució real de les unitats d'acampada. 1981, 1991, 2001	195
2.40	Evolució de les unitats d'acampada en % 1981, 1991, 2001	196
2.41	Distribució percentual de l'oferta d'habitatges turístics per marques 2001	199
2.42	Evolució real dels habitatges turístics per municipis <3000 habitants el 2001. Període 1981-2001	200
2.43	Evolució real dels habitatges turístics per municipis >3000 habitants el 2001. Període 1981-2001	201
2.44	Evolució percentual dels habitatges turístics. 1981-2001	203
2.45	Evolució dels habitatges turístics a Catalunya. 1981-2001	205
2.46	Evolució real de la TFTR per municipis. 1981-1991-2001	206
2.47	Evolució percentual de la TFTR. 1981-2001	208
2.48	Taxa de funció turística residencial per municipis el 2001	209

ÍNDIX DE TAULES

0. Introducció

0.1. Entrevistes a responsables municipals..... 11

1. Marc teòric

1.1. Formes de presentar la cultura.....67

2. Models territorials del turisme litoral. Una aproximació

2.1. Distribució de les places turístiques totals per marques turístiques i anys 1981, 1991, 2001.....86

2.2. Distribució d'oferta d'hotels en el litoral mediterrani espanyol. 2001.....88

2.3. Mitjana d'habitacions per hotel segons classificació dels establiments i marca turística. 200193

2.4. Creixement percentual d'hotels i habitacions segons classificació inferior o superior a les 3 estrelles. 1981-200196

2.5. Relació dels vint primers municipis amb més places hoteleres del litoral mediterrani. 2001.97

2.6. Assignació dels serveis a les categories 101

2.7-a Els 10 serveis més comuns..... 103

2.7-b Els 10 serveis menys comuns 103

2.8. Mitjana provincial del número de serveis hotelers per cada categoria..... 105

2.9. Mitjana de serveis hotelers per categories per a cada cluster hotelier..... 106

2.10. Percentatge d'hotels assignats a cada cluster per províncies..... 108

2.11. Distribució de l'oferta de càmpings en el litoral mediterrani espanyol. 2001 113

2.12. Comparativa percentual del creixement dels càmpings versus les unitats d'acampada.1981-2001 115

2.13. Relació dels vint primers municipis amb més places de càmping al litoral mediterrani. 2001 117

2.14. Distribució de l'oferta d'habitatges turístics en el litoral mediterrani espanyol. 2001 125

2.15. Relació dels vint primers municipis amb més places de càmping al litoral mediterrani. 2001.....	127
2.16 . Increment d'habitatges principals i habitatges turístics en nombres absoluts. 1981-2001	130
2.17. Taxa de Funció Turística Residencial per marca turística. 2001.....	132
2.18. Relació dels vint primers municipis amb la TFTR més elevada. 2001	137
2.19. Resum de casos de 1981	142
2.20 Evolució de les ociurbs.....	144
2.21. Assignació de categories als municipis del litoral mediterrani espanyol.....	149
2.22. Resum de casos de 1991	154
2.23. Resum de casos de 2001	159
2.24. Evolució percentual del nombre d'hotels.....	180
2.25. Evolució percentual de l'oferta d'habitacions	181
3.0. Estratègies dels municipis del litoral català	
3.1. Planejament i classificació del sòl. (en ha).	217
3.2. Situació dels PALS al litoral català.....	283
3.3. Empreses amb certificacions EMAS al litoral català vinculades al turisme	292
3.4. Capacitat màxima de població als municipis litorals	324
3.5. Festivals de música a la Costa Brava	380
3.6. Plans d'Excel·lència Turística al litoral català.....	391

ÍNDIX D'IMATGES

2. Models territorials del turisme litoral. Una aproximació

2.1. Galeries Comercials Sant Luís a principis dels 7077

3. Estratègies dels municipis del litoral català.

3.1. Maqueta de l'antiga proposta per a una urbanització marina a Sant Carles de la Ràpita. 220

3.2. Urbanitzacions a Alcanar Platja..... 222

3.3 Proposta de l'avanç de POUM de Castelló d'Empúries 250

3.4. Zona de la Pletera que s'ha desclassificat amb el Ter a primer pla..... 263

3.5. L'únic edifici de Marina Fluvià o Fluvianàutic l'estiu del 2002 i el febrer del 2005 al ser dinamitat..... 270

3.6. Els municipis posen en valor els trets mediambientals i patrimonials. La segona imatge mostra els Jardins Mar i Murtra de Blanes en una guia del 1962 273

3.7. Maqueta de l'edifici bioclimàtic per a l'espai Cousteau..... 351

3.8. Platja d'Aro ha seguit l'estratègia de tematitzar l'àrea urbana..... 358

3.9. Els arrossaires de Pals representen la plantada de l'arròs manual tal com es feia als anys 50. La imatge correspon a la setena edició de la festa l'any 2004..... 362

3.10. Festa de la Pela del Suro de Llofriu (Palafrugell) 363

3.11. Reproducció de l'estada dels Escalencs a Cala Rovira de Castell-Platja d'Aro. Les imatges corresponen al 2004. 363

INDEX DE MAPES

2. Models territorials del turisme litoral. Una aproximació

2.1.	Places totals per municipis al litoral català. 2001	164
2.2.	Habitacions d'hotel per municipis al litoral català. 2001	173
2.3.	Unitats d'acampada per municipis al litoral català.2001	192
2.4.	Evolució de la TFTR per municipis al litoral català. 1981, 1991 2001	269

ANNEX DE DADES**Taula A.1. Places turístiques totals segons tipologia d'allotjament a Catalunya. 2001**

Municipis	Càmping	Hotel	Habitatge turístic	Total
Alcanar	3.001	219	13.954	17.174
Altafulla	1.658	173	11.171	13.003
Ametlla de Mar (l')	1.719	165	17.720	19.605
Ampolla (l')	2.518	105	8.841	11.464
Amposta	367	175	9.989	10.531
Arenys de Mar	1.397	285	12.406	14.088
Begur	1.008	652	13.515	15.175
Blanes	11.949	4.342	50.744	67.036
Cabrera de Mar	-	44	2.915	2.959
Cadaqués	676	1.611	7.723	10.010
Calafell	515	1.615	79.830	81.960
Caldes d'Estrac	-	186	4.094	4.280
Calella	2.405	14.045	16.250	32.700
Calonge	9.174	1.547	29.919	40.640
Cambrils	12.977	4.877	76.127	93.981
Canet de Mar	2.473	452	9.434	12.359
Castelldefels	1.691	1.243	40.016	42.949
Castelló d'Empúries	11.798	998	48.246	61.042
Castell-Platja d'Aro	12.487	4.693	44.217	61.397
Colera	998	165	2.649	3.812
Creixell	6.768	42	10.875	17.685
Cubelles	2.711	162	20.971	23.844
Cunit	696	184	38.012	38.892
Deltebre	1.565	150	4.790	6.505
Escala (l')	6.820	912	46.793	54.525
Gavà	1.311	135	20.115	21.561
Llançà	448	998	21.547	22.993
Lloret de Mar	4.405	31.941	41.676	78.022
Malgrat de Mar	4.479	6.192	11.730	22.401
Masnou (el)	386	42	9.950	10.379
Mataró	628	416	38.141	39.185
Montgat	-	25	4.760	4.785
Mont-ras	1.678	17	641	2.335
Mont-roig del Camp	15.952	540	34.460	50.952
Palafrugell	5.100	1.311	37.186	43.598
Palamós	6.855	861	37.186	44.903
Pals	9.824	517	9.679	20.021
Perelló (El)	-	19	1.484	1.503
Pineda de Mar	3.594	4.024	29.614	37.232
Port de la Selva (el)	1.562	315	5.298	7.174
Portbou	-	171	1.415	1.586
Prat de Llobregat (El)	4.830	87	11.610	16.527
Premià de Mar	-	87	10.999	11.086
Roda de Barà	7.487	-	21.844	29.331
Roses	3.945	6.492	76.695	87.131
Salou	7.020	31.627	100.100	138.746
Sant Andreu de Llavaneres	-	51	9.924	9.975
Sant Carles de la Ràpita	-	834	14.280	15.114
Sant Feliu de Guíxols	1.349	2.423	31.012	34.784
Sant Jaume d'Enveja	-	10	1.587	1.597
Sant Pere de Ribes	-	36	15.523	15.559
Sant Pere Pescador	14.751	162	1.647	16.560
Sant Pol de Mar	1.256	481	8.295	10.032
Sant Vicenç de Montalt	-	27	5.246	5.273
Santa Cristina d'Aro	3.036	386	9.512	12.934
Santa Susanna	4.009	7.638	4.055	15.702

Sitges	3.098	3.931	36.481	43.510
Tarragona	4.833	1.942	76.961	83.737
Torredembarra	3.156	445	34.615	38.216
Torroella de Montgrí	17.047	2.430	34.955	54.431
Tossa de Mar	8.440	7.792	20.472	36.704
Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	2.582	485	9.181	12.248
Vendrell (el)	3.999	1.499	76.983	82.481
Viladecans	13.244	78	13.635	26.957
Vilanova i la Geltrú	5.535	382	37.535	43.452
Vila-seca	1.082	3.257	38.623	42.962
Vilassar de Mar	-	11	12.341	12.352

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials, de l'INE i de l'IDESCAT.

Taula A.2. Places turístiques totals per municipis catalans pels anys 1981, 1991, 2001.

Municipis	1981	1991	2001
Alcanar	9.668	15.436	17.174
Altafulla	7.589	11.726	13.003
Ametlla de Mar (l')	9.655	14.508	19.605
Ampolla (l')	-	10.200	11.464
Amposta	5.063	8.455	10.531
Arenys de Mar	10.541	12.882	14.088
Begur	9.650	14.958	15.175
Blanes	41.425	51.259	67.036
Cabrera de Mar	4.552	4.570	2.959
Cadaqués	6.914	9.687	10.010
Calafell	46.142	64.513	81.960
Caldes d'Estrac	4.305	4.882	4.280
Calella	27.068	32.750	32.700
Calonge	27.374	44.138	40.640
Cambrils	48.414	78.444	93.981
Canet de Mar	12.517	12.436	12.359
Castelldefels	51.186	44.336	42.949
Castelló d'Empúries	28.476	58.719	61.042
Castell-Platja d'Aro	45.911	69.471	61.397
Colera	3.070	4.042	3.812
Creixell	7.684	17.210	17.685
Cubelles	11.789	20.375	23.844
Cunit	20.038	38.209	38.892
Deltebre	1.509	6.035	6.505
Escala (l')	34.946	47.137	54.525
Gavà	26.310	25.645	21.561
Llançà	17.104	21.363	22.993
Lloret de Mar	64.155	77.118	78.022
Malgrat de Mar	14.728	22.233	22.401
Masnou (el)	13.798	12.388	10.379
Mataró	28.360	21.077	39.185
Montgat	4.984	3.535	4.785
Mont-ras	540	2.143	2.335
Mont-roig del Camp	26.424	43.013	50.952
Palafugell	32.757	37.932	43.598
Palamós	22.906	28.529	44.903
Pals	7.848	19.971	20.021
Perelló (El)	7.315	1.359	1.503
Pineda de Mar	28.498	43.029	37.232
Port de la Selva (el)	8.016	10.663	7.174
Portbou	1.814	2.144	1.586
Prat de Llobregat (El)	16.776	17.558	16.527
Premià de Mar	16.076	15.625	11.086
Roda de Barà	11.009	20.156	29.331
Roses	46.791	75.547	87.131
Salou	-	107.160	138.746
Sant Andreu de Llavaneres	8.107	10.070	9.975
Sant Carles de la Ràpita	6.581	9.719	15.114
Sant Feliu de Guíxols	23.079	31.264	34.784
Sant Jaume d'Enveja	684	1.289	1.597
Sant Pere de Ribes	11.950	13.265	15.559
Sant Pere Pescador	8.416	16.806	16.560
Sant Pol de Mar	7.622	9.520	10.032
Sant Vicenç de Montalt	6.301	7.971	5.273
Santa Cristina d'Aro	6.100	6.690	12.934
Santa Susanna	6.949	12.931	15.702
Sitges	32.104	40.889	43.510
Tarragona	59.980	63.986	83.737
Torredembarra	19.636	33.855	38.216
Torroella de Montgrí	24.244	33.991	54.431
Tossa de Mar	23.846	31.700	36.704
Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	7.181	9.568	12.248
Vendrell (el)	37.508	59.994	82.481
Viladecans	27.707	25.781	26.957
Vilanova i la Geltrú	30.504	42.028	43.452
Vila-seca	93.439	32.268	42.962
Vilassar de Mar	15.192	15.282	12.352

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials, de l'INE i de l'IDESCAT.

Taula. A.3. Distribució de l'oferta d'hotels i habitacions a Catalunya. 2001.

Municipis	Hotels	Hotels 3-5*	Habitacions	Habitacions 3-5*
Alcanar	7	1	115	50
Altafulla	4	0	91	0
Ametlla de Mar (L')	3	2	87	50
Ampolla (L')	4	0	55	0
Ampostà	3	0	92	0
Arenys de Mar	5	0	150	0
Begur	10	4	343	245
Blanes	31	7	2285	1253
Cabrera de Mar	2	0	23	0
Cadaqués	20	4	848	183
Calafell	23	4	850	340
Caldes d'Estrac	5	1	98	30
Calella	69	23	7392	4403
Calonge	23	5	814	422
Cambrils	27	12	2567	2250
Canet de Mar	8	0	238	0
Castelldefels	21	7	654	433
Castelló d'Empúries	11	3	525	324
Castell-Platja d'Aro	38	21	2470	1679
Colera	6	0	87	0
Creixell	2	0	22	0
Cubelles	4	2	85	52
Cunit	5	1	97	42
Deltebre	6	1	79	24
Escala (L')	20	3	480	165
Gavà	3	1	71	42
Llançà	19	1	525	45
Lloret de Mar	166	61	16811	11370
Malgrat de Mar	28	13	3259	2182
Masnou (El)	2	0	22	0
Mataró	5	3	219	184
Montgat	1	0	13	0
Mont-rús	1	0	9	0
Mont-roig del Camp	10	1	284	137
Palafrugell	28	9	690	376
Palamós	15	3	453	160
Pals	5	2	272	238
Perelló (El)	2	0	10	0
Pineda de Mar	26	7	2118	1354
Port de la Selva (El)	8	0	166	0
Portbou	7	0	90	0
Prat de Llobregat (El)	4	0	46	0
Premià de Mar	2	0	46	0
Roda de Barà	0	0	0	0
Roses	51	19	3417	2282
Salou	61	41	16646	15342
Sant Andreu de Llavaneres	2	0	27	0
Sant Carles de la Ràpita	10	2	439	295
Sant Feliu de Guíxols	35	7	1275	527
Sant Jaume d'Enveja	1	0	5	0
Sant Pere de Ribes	1	0	19	0
Sant Pere Pescador	5	1	85	10
Sant Pol de Mar	10	1	253	44
Sant Vicenç de Montalt	1	0	14	0
Santa Cristina d'Aro	7	2	203	130
Santa Susanna	17	14	4020	3859
Sitges	46	18	2069	1494
Tarragona	23	8	1022	707
Torredembarra	7	1	234	79
Torroella de Montgrí	30	2	1279	230
Tossa de Mar	79	11	4101	1486
Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	9	3	255	197
Vendrell (El)	12	4	789	599
Viladecans	3	0	41	0
Vilanova i la Geltrú	8	2	201	58
Vila-seca	6	4	1714	1673
Vilassar de Mar	1	0	6	0

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials

Taula. A.4. Mitjana d'habitacions per hotel segons classificació. 2001.

Municipi	Mitjana hab/hotel<3*	Mitjana hab/hotel>3*
Alcanar	10,83	50,00
Altafulla	22,75	0,00
Ametlla de Mar (L')	37,00	25,00
Ampolla (L')	13,75	0,00
Amposta	30,67	0,00
Arenys de Mar	30,00	0,00
Begur	16,33	61,25
Blanes	43,00	179,00
Cabrera de Mar	11,50	0,00
Cadaqués	41,56	45,75
Calafell	26,84	85,00
Caldes d'Estrac	17,00	30,00
Calella	64,98	191,43
Calonge	21,78	84,40
Cambrils	21,13	187,50
Canet de Mar	29,75	0,00
Castelldefels	15,79	61,86
Castelló d'Empúries	25,13	108,00
Castell-Platja d'Aro	46,53	79,95
Colera	14,50	0,00
Creixell	11,00	0,00
Cubelles	16,50	26,00
Cunit	13,75	42,00
Deltebre	11,00	24,00
Escala (L')	18,53	55,00
Gavà	14,50	42,00
Llançà	26,67	45,00
Lloret de Mar	51,82	186,39
Malgrat de Mar	71,80	167,85
Masnou (El)	11,00	0,00
Mataró	17,50	61,33
Montgat	13,00	0,00
Mont-ràs	9,00	0,00
Mont-roig del Camp	16,33	137,00
Palafrugell	16,53	41,78
Palamós	24,42	53,33
Pals	11,33	119,00
Perelló (El)	5,00	0,00
Pineda de Mar	40,21	193,43
Port de la Selva (El)	20,75	0,00
Portbou	12,86	0,00
Prat de Llobregat (El)	11,50	0,00
Premià de Mar	23,00	0,00
Roda de Barà	0,00	0,00
Roses	35,47	120,11
Salou	65,20	374,20
Sant Andreu de Llavaneres	13,50	0,00
Sant Carles de la Ràpita	18,00	147,50
Sant Feliu de Guíxols	26,71	75,29
Sant Jaume d'Enveja	5,00	0,00
Sant Pere de Ribes	19,00	0,00
Sant Pere Pescador	18,75	10,00
Sant Pol de Mar	23,22	44,00
Sant Vicenç de Montalt	14,00	0,00
Santa Cristina d'Aro	14,60	65,00
Santa Susanna	53,67	275,64
Sitges	20,54	83,00
Tarragona	21,00	88,38
Torredembarra	25,83	79,00
Torroella de Montgrí	37,46	115,00
Tossa de Mar	38,46	135,09
Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	9,67	65,67
Vendrell (El)	23,75	149,75
Viladecans	13,67	0,00
Vilanova i la Geltrú	23,83	29,00
Vila-seca	20,50	418,25
Vilassar de Mar	6,00	0

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials

Taula A.5. Oferta de Càmpings per municipi. 2001.

Municipi	Càmpings	Un. d'Acampada	Places
Alcanar	7	932	3.001
Altafulla	2	515	1.658
Ametlla de Mar (I ^a)	2	534	1.719
Ampolla (I ^a)	5	782	2.518
Amposta	2	114	367
Arenys de Mar	3	434	1.397
Begur	2	313	1.008
Blanes	12	3.711	11.949
Cabrera de Mar	0	-	-
Cadaqués	1	210	676
Calafell	1	160	515
Caldes d'Estrac	0	-	-
Calella	3	747	2.405
Calonge	6	2.849	9.174
Cambrils	9	4.030	12.977
Canet de Mar	5	768	2.473
Castelldefels	1	525	1.691
Castelló d'Empúries	6	3.664	11.798
Castell-Platja d'Aro	6	3.878	12.487
Colera	2	310	998
Creixell	5	2.102	6.768
Cubelles	2	842	2.711
Cunit	1	216	696
Deltebre	3	486	1.565
Escala (I ^a)	5	2.118	6.820
Gavà	1	407	1.311
Llançà	1	139	448
Lloret de Mar	4	1.368	4.405
Malgrat de Mar	6	1.391	4.479
Masnou (el)	1	120	386
Mataró	1	195	628
Montgat	0	-	-
Mont-ras	2	521	1.678
Mont-roig del Camp	7	4.954	15.952
Palafrugell	4	1.584	5.100
Palamós	7	2.129	6.855
Pals	5	3.051	9.824
Perelló (El)	0	-	-
Pineda de Mar	4	1.116	3.594
Port de la Selva (el)	3	485	1.562
Portbou	0	-	-
Prat de Llobregat (El)	1	1.500	4.830
Premià de Mar	0	-	-
Roda de Barà	3	2.325	7.487
Roses	5	1.225	3.945
Salou	3	2.180	7.020
Sant Andreu de Llavaneres	0	-	-
Sant Carles de la Ràpita	0	-	-
Sant Feliu de Guíxols	2	419	1.349
Sant Jaume d'Enveja	0	-	-
Sant Pere de Ribes	0	-	-
Sant Pere Pescador	7	4.581	14.751
Sant Pol de Mar	2	390	1.256
Sant Vicenç de Montalt	0	-	-
Santa Cristina d'Aro	2	943	3.036
Santa Susanna	4	1.245	4.009
Sitges	3	962	3.098
Tarragona	5	1.501	4.833
Torredembarra	5	980	3.156
Torroella de Montgrí	12	5.294	17.047
Tossa de Mar	5	2.621	8.440
Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	3	802	2.582
Vendrell (el)	3	1.242	3.999
Viladecans	3	4.113	13.244
Vilanova i la Geltrú	3	1.719	5.535
Vila-seca	1	336	1.082
Vilassar de Mar	0	-	-

Font: Elaboració pròpia a partir de les guies oficials

Taula A.6. Distribució de l'oferta d'habitatges turístics a Catalunya. 1981-2001

Municipi	1981		1991		2001	
	Hab. Principal	Hab. Secundari	Hab. Principal	Hab. Secundari	Hab. Principal	Hab. Secundari
Alcanar	2.254	1.537	2.411	2.611	2.840	3.245
Altafulla	331	1.349	554	1.930	1.215	2.598
Ametlla de Mar (L')	1.137	2.126	1.382	2.980	1.950	4.121
Ampolla (L')	.	.	532	1.856	807	2.056
Amposta	4.245	1.166	4.829	1.880	5.911	2.323
Arenys de Mar	2.931	2.047	3.477	2.523	4.591	2.885
Begur	613	2.007	844	3.105	1.322	3.143
Blanes	5.593	6.876	8.184	8.249	11.186	11.801
Cabrera de Mar	462	919	807	937	1.243	678
Cadaqués	501	1.363	653	1.943	826	1.796
Calafell	1.322	10.105	2.334	14.541	5.418	18.565
Caldes d'Estrac	375	884	488	1.039	765	952
Calella	3.232	2.764	3.820	3.532	5.187	3.779
Calonge	1.252	4.929	1.632	7.870	4.025	6.958
Cambrils	3.130	8.952	4.432	14.924	7.671	17.704
Canet de Mar	2.393	2.319	2.849	2.139	3.908	2.194
Castelldefels	6.832	11.181	9.982	9.621	16.585	9.306
Castelló d'Empúries	888	5.559	1.301	10.706	2.371	11.220
Castell-Platja d'Aro	1.093	9.094	1.560	12.463	2.849	10.283
Colera	166	497	165	588	221	616
Creixell	152	1.155	340	2.122	828	2.529
Cubelles	612	2.284	989	3.927	2.897	4.877
Cunit	268	4.560	858	8.613	2.658	8.840
Deltebre	2.427	351	2.764	1.039	3.314	1.114
Escala (L')	1.165	6.843	1.782	9.102	2.347	10.882
Gavà	8.803	4.876	10.421	4.124	13.790	4.678
Llançà	889	3.616	1.209	4.611	1.607	5.011
Lloret de Mar	3.150	7.506	4.954	9.459	7.428	9.692
Malgrat de Mar	3.035	1.793	3.616	2.486	5.103	2.728
Masnou (El)	4.154	2.979	5.709	2.697	7.375	2.314
Mataró	27.018	6.256	31.432	4.702	37.850	8.870
Montgat	1.984	1.025	2.321	733	3.044	1.107
Mont-ras	257	67	390	129	520	149
Mont-roig del Camp	1.201	4.166	1.567	6.492	2.629	8.014
Palafrugell	4.313	6.338	5.499	7.231	6.568	8.648
Palamós	3.631	4.150	4.237	4.845	5.473	8.648
Pals	483	1.107	545	2.347	821	2.251
Perelló (El)	1.092	1.382	734	316	817	345
Pineda de Mar	3.237	5.291	5.111	8.197	7.603	6.887
Port de la Selva (El)	246	1.601	282	1.632	328	1.232
Portbou	752	326	702	426	596	329
Prat de Llobregat (El)	16.375	3.482	18.918	2.960	21.315	2.700
Premià de Mar	5.578	3.713	6.941	3.618	9.155	2.558
Roda de Barà	420	2.218	652	3.362	1.513	5.080
Roses	2.316	9.046	3.481	15.203	4.831	17.836
Salou	.	.	2.413	19.142	5.601	23.279
Sant Andreu de Llavaneres	798	1.854	1.237	2.330	2.666	2.308
Sant Carles de la Ràpita	2.944	1.401	3.480	2.045	4.184	3.321
Sant Feliu de Guíxols	4.658	4.558	5.201	6.338	6.609	7.212
Sant Jaume d'Enveja	923	159	998	291	1.091	369
Sant Pere de Ribes	2.757	2.768	4.071	3.069	8.073	3.610
Sant Pere Pescador	320	475	401	568	522	383
Sant Pol de Mar	643	1.407	759	1.791	1.506	1.929
Sant Vicenç de Montalt	354	1.372	492	1.802	1.392	1.220
Santa Cristina d'Aro	395	1.303	620	1.267	1.894	2.212
Santa Susanna	150	889	308	1.109	729	943
Sitges	3.707	5.605	4.826	7.670	8.100	8.484
Tarragona	31.204	12.181	34.081	12.367	41.116	17.898
Torredembarra	1.496	3.931	1.949	6.463	4.178	8.050
Torroella de Montgrí	1.614	3.655	2.253	4.134	2.963	8.129
Tossa de Mar	884	3.498	1.172	4.118	1.773	4.761
Vandellòs i l'Hospitalet de l'In.	1.009	1.571	1.270	1.865	1.478	2.135
Vendrell (El)	3.300	8.065	4.826	12.923	8.847	17.903
Viladecans	11.118	4.051	13.688	2.932	19.366	3.171
Vilanova i la Geltrú	12.541	6.856	14.642	8.565	20.154	8.729

Vilaseca	4.578	17.551	2.271	7.486	4.555	8.982
Vilassar de Mar	2.747	3.533	3.793	3.554	6.160	2.870

Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001

Taula A.7. Taxa de Funció Turística Residencial per municipis. 1981, 1991, 2001.

Municipis	1981	1991	2001
Alcanar	68,19	108,30	114,26
Altafulla	407,55	348,38	213,83
Ametlla de Mar (L')	186,98	215,63	211,33
Ampolla (L')	0,00	348,87	254,77
Amposta	27,47	38,93	39,30
Arenys de Mar	69,84	72,56	62,84
Begur	327,41	367,89	237,75
Blanes	122,94	100,79	105,50
Cabrera de Mar	198,92	116,11	54,55
Cadaqués	272,06	297,55	217,43
Calafell	764,37	623,01	342,65
Caldes d'Estrac	235,73	212,91	124,44
Calella	85,52	92,46	72,86
Calonge	393,69	482,23	172,87
Cambrils	286,01	336,73	230,79
Canet de Mar	96,91	75,08	56,14
Castelldefels	163,66	96,38	56,11
Castell d'Empúries	626,01	822,91	473,22
Castell-Platja d'Aro	832,02	798,91	360,93
Colera	299,40	356,36	278,73
Creixell	759,87	624,12	305,43
Cubelles	373,20	397,07	168,35
Cunit	1701,49	1003,85	332,58
Deltebre	14,46	37,59	33,61
Escala (L')	587,38	510,77	463,66
Gavà	55,39	39,57	33,92
Llançà	406,75	381,39	311,82
Lloret de Mar	238,29	190,94	130,48
Malgrat de Mar	59,08	68,75	53,46
Masnou (El)	71,71	47,24	31,38
Mataró	23,15	14,96	23,43
Montgat	51,66	31,58	36,37
Mont-ras	26,07	33,08	28,65
Mont-roig del Camp	346,88	414,29	304,83
Palafrugell	146,95	131,50	131,67
Palamós	114,29	114,35	158,01
Pals	229,19	430,64	274,18
Perelló (El)	126,56	43,05	42,23
Pineda de Mar	163,45	160,38	90,58
Port de la Selva (El)	650,81	578,72	375,61
Portbou	43,35	60,68	55,20
Prat de Llobregat (El)	21,26	15,65	12,67
Premià de Mar	66,57	52,13	27,94
Roda de Barà	528,10	515,64	335,76
Roses	390,59	436,74	369,20
Salou	0,00	793,29	415,62
Sant Andreu de Llavaneres	232,33	188,36	86,57
Sant Carles de la Ràpita	47,59	58,76	79,37
Sant Feliu de Guíxols	97,85	121,86	109,12
Sant Jaume d'Enveja	17,23	29,16	33,82
Sant Pere de Ribes	100,40	75,39	44,72
Sant Pere Pescador	148,44	141,65	73,37
Sant Pol de Mar	218,82	235,97	128,09
Sant Vicenç de Montalt	387,57	366,26	87,64
Santa Cristina d'Aro	329,87	204,35	116,79
Santa Susanna	592,67	360,06	129,36
Sitges	151,20	158,93	104,74
Tarragona	39,04	36,29	43,53
Torredembarra	262,77	331,61	192,68
Torroella de Montgrí	226,46	183,49	274,35
Tossa de Mar	395,70	351,37	268,53
Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	155,70	146,85	144,45
Vendrell (El)	244,39	267,78	202,36
Viladecans	36,44	21,42	16,37
Vilanova i la Geltrú	54,67	58,50	43,31

Vilaseca	383,38	329,63	197,19
Vilassar de Mar	128,61	93,70	46,59

Font: INE, censos d'habitatges 1981, 1991 i 2001

Juny 2005
Sant Feliu de Guíxols