

1. Introducció

2. Disposicions inicials per a un canvi de paradigma

2.1. El turisme, una qüestió col·lectiva

2.2. El turisme, vector clau en la construcció de l'espai metropolità

2.3. El turisme, un objecte polític descentrat

3. Dinàmiques turístiques del territori metropolità

4. Presentació del volum

5. Governar el turisme. Una agenda futura

Referències bibliogràfiques

TURISME I METRÒPOLI. APUNTS PER A UNA AGENDA INTEGRADA

Resum

El present article té la voluntat de sintetitzar i recopilar els arguments, les motivacions i l'agenda comuna de les diferents contribucions que componen aquest volum número 62 de la revista PAPERS. Així, aquest text delimita el marc conceptual des del qual abordar la relació entre el turisme i el territori metropolità. Per fer-ho, defineix en primer lloc les disposicions inicials que serveixen com a punt de partida conceptual amb l'objectiu de trencar amb una concepció sectorial del turisme a favor d'una aproximació integrada per les polítiques públiques. En ell també s'apunten sintèticament les principals dinàmiques turístiques del territori metropolità de Barcelona i, finalment, s'exposen els continguts dels nou articles i la relació entre ells, per concloure amb uns breus apunts per definir una agenda futura de les polítiques metropolitanas.

Paraules clau: Turisme, territori metropolità, agenda integrada, polítiques públiques.

1. Introducció

Barcelona ha esdevingut una ciutat turística. Prop de 18 milions de turistes anuals, cent cinquanta mil visitants de mitjana al dia, gairebé cinquanta milions de passatgers a l'aeroport de Barcelona-El Prat, tres milions de creueristes, més de cent quaranta mil places d'allotjament turístic reglades... dades inapel·lables que deixen poc espai al dubte: Barcelona és una destinació turística de nivell mundial i totes les previsions apunten que continuarà essent-ho en els anys propers anys.

L'impacte del turisme avui a Barcelona és innegable, i ha esdevingut una de les qüestions centrals en els debats sobre el futur de la ciutat de Barcelona en els darrers anys. La rellevància del turisme en les agendes polítiques, en els mitjans de comunicació, en l'opinió pública, en els debats acadèmics, en els fòrums empresarials i, fins i tot, en les protestes veïnals ha estat més que notable. Tal i com alertava López Palomeque (2015), el turisme a Barcelona ha "superat la situació inicial d'activitat complementària i s'ha convertit en un component estructural del seu sistema productiu, del seu metabolisme, que marca la seva quotidianitat, que no deixa indiferents els ciutadans i que ha configurat la imatge de la ciutat per la qual se la reconeix internacionalment." (pàg. 486). D'aquesta

manera, les activitats turístiques i els seus efectes han transcendit el caràcter sectorial per incorporar-se a un debat molt més ampli, plural i col·lectiu; multiplicant també el nombre de veus i agents que parlen del turisme. Pensem, per exemple, en els debats al voltant de l'impacte del lloguer vacacional i com aquest debat ha transcendit l'àmbit dels agents econòmics —patronals del sector, associacions de propietaris, intermediaris— per convertir-se en una de les controvèrsies més importants dels darrers anys a Barcelona. La convivència, el descans, la mobilitat, el dret a l'habitatge o la massificació de l'espai urbà s'han incorporat al debat del turisme, en què l'administració pública ha hagut de prendre decisions i posar en marxa instruments de gestió urbana i planificació urbanística. Aquest exemple mostra clarament la necessitat d'apostar per una aproximació integrada i relacional, descentrar l'objecte d'actuació i repensar la manera en què s'aborden les qüestions al voltant del turisme, tot incorporant el seu caràcter territorial.

Quan parlem de turisme cal tenir molt clar que parlem de dinàmiques globals que depassen els límits administratius. La indústria del transport, la construcció de la imatge de la destinació, els canals de comunicació i intermediació, les preferències i les motivacions de la demanda turística són determinants en la configuració del territori metropolità. Tanmateix, cometriem un greu error, al nostre entendre, si penséssim en el territori com el resultat d'uns impulsos i dinàmiques globals. Les metròpolis no hi són alienes, sinó responsables de la globalització. Aquesta es canalitza i vehicula a l'escala local i territorial a través dels processos d'urbanització, a través del moviment de persones, objectes, imatges; i a través de les pràctiques, des de les transaccions financeres a les compres a peu de carrer.

Si bé el turisme té un pes cada vegada més gran en el debat metropolità, el cert és que no hi ha un discurs unitari al voltant dels reptes i els programes d'actuació. Així doncs, no pretenem en aquest article introductor reproduir la llista exhaustiva dels reptes al voltant del turisme a la metròpoli de Barcelona. Entenem que aquesta és una tasca que ja queda palesa en els diferents documents programàtics vigents a l'entorn metropolità, amb lògiques i objectius força diferenciats entre ells. Aquests documents són: el *Pla Estratègic de Turisme 2020 Barcelona* (Ajuntament de Barcelona, 2017a), el *Pla de Turisme Metropolità* (Àrea Metropolitana de Barcelona, 2017), el *Pla de Màrque-*

ting Turístic de les comarques de Barcelona 2017-2020 (Diputació de Barcelona, 2017) i el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2018-2022 (Generalitat de Catalunya, 2018).

El que pretenem en aquest volum de la revista *Papers* és complementar aquests documents programàtics amb una reflexió coral sobre la necessitat d'abordar l'anàlisi, la planificació i la gestió de l'activitat turística de forma integrada amb les polítiques metropolitanes. De nou, López Palomeque (2015) ho sintetitzava molt bé quan argumentava que "Barcelona té el repte d'assumir el pas de la gestió del turisme —el model de gestió de la promoció i el foment del turisme— a la gestió de la ciutat (turística)". Ens trobem, doncs, davant d'un canvi de paradigma que ens obliga a replantejar i redefinir ambdues, les polítiques turístiques i la forma com es conceben la planificació i la gestió de la metròpoli tenint en compte l'agència de les activitats turístiques amb una vocació clarament pública; és a dir, garantint per sobre de tot l'interès general i el bé comú. Aquest és, sens dubte, l'objectiu principal d'aquest volum. Per fer-ho, hem cregut necessari complementar l'anàlisi de la transformació del territori metropolità a través de les activitats turístiques tenint en compte els seus efectes, així com també aprofundir en les eines, instruments i polítiques públiques per a una gestió territorial del turisme. Parlem de reflexions que escapen a la mirada sectorial i que es desplacen cap a disciplines i temàtiques tan diverses com són l'urbanisme, la mobilitat, la gestió ambiental, el patrimoni i el paisatge, el desenvolupament econòmic local o l'agenda digital.

Aquest capítol introductor té la missió de definir els marcs a través dels quals es proposa obrir aquest debat. Per fer-ho, en primer lloc, s'estableixen unes disposicions inicials que pretenen copsar el canvi de paradigma necessari per canviar l'agenda de les polítiques públiques al voltant del turisme. En segon lloc, es defineixen algunes de les dinàmiques turístiques clau en el territori metropolità i que són, ahora, objecte del debat i les propostes que es presenten al llarg d'aquest número. En tercer lloc, es presenta l'estructura i el contingut del número, cercant d'enfilarg argumentalment la relació entre ells i en el conjunt del volum. Per últim, s'obre un darrer capítol amb una sèrie de qüestions que creiem que han de ser llargament debatudes tècnicament i, sobretot, políticament, per tal de consolidar una nova agenda turística metropolitana.

2. Disposicions inicials per a un canvi de paradigma

S'exposen a continuació alguns aspectes clau que volen ajudar a concretar el canvi de paradigma defensat al llarg dels articles d'aquest volum. Tres declaracions acompanyades d'una reflexió situada en el context actual de la ciutat central de Barcelona —i que en el següent apartat intentarem extrapolar a la metròpolis— però ahora també compartida amb altres referències i posicionaments acadèmics que defensen també a la necessitat d'un gir en les polítiques turístiques. Destaquem tres elements clau per aquesta nova realitat. En primer lloc, l'assumpció del fet que el turisme ha esdevingut una qüestió pública i una preocupació col·lectiva. Les polítiques turístiques ja no se sostenen

només amb paràmetres econòmics i lògiques empresarials. S'ha ampliat el ventall d'elements en joc i, consegüentment, l'agenda de polítiques per poder respondre als reptes al voltant del turisme. En segon lloc, la constatació que el turisme ha esdevingut un dels vectors clau en la configuració de la ciutat en els darrers anys, un fet que ha provocat greuges i desequilibris socials i territorials més enllà de la pròpia activitat. I en tercer lloc, s'evidencia que els reptes del turisme no es resolen exclusivament des de les polítiques turístiques dutes a terme fins ara, sinó que requereixen un ventall molt ampli d'instruments i polítiques urbanes i metropolitanes.

2.1. El turisme, una qüestió col·lectiva

Tal i com ja hem avançat a la introducció, un dels canvis més substancials a la ciutat de Barcelona en els darrers anys és el fet que el debat al voltant del turisme ha passat a ser una qüestió col·lectiva. L'augment progressiu de visitants i l'evidència dels seus efectes ha fet emergir un debat visible i plural que ha multiplicat les veus, les temàtiques i fins i tot els objectes en disputa dins del marc que anomenem *turisme*. Cal recordar que durant el primer semestre de 2017 el turisme fou reconegut per la ciutadania com el primer problema col·lectiu de Barcelona, amb un 19% de resposta espontània, segons el baròmetre municipal (Ajuntament de Barcelona, 2017b). Si bé aquesta xifra requereix una anàlisi en profunditat dels marcs comunicatius i polítics del context en què s'esdevenia, el cert és que va constatar una preocupació inèdita en el conjunt de la ciutat i en especial en aquells districtes amb una major presència d'activitat turística.

Malgrat el moment excepcional i el fet que aquesta percepció no ha assolit els mateixos nivells d'importància en les següents edicions del baròmetre, hi ha una altra font de dades que confirma la tendència creixent pel que fa a les preocupacions dels residents i, consegüentment, a la naturalesa pública del conflicte. Parlem de l'enquesta específica dels residents "Percepció del Turisme a Barcelona" (Ajuntament de Barcelona, 2018a) que compta amb una sèrie temporal des de 2007. Aquesta enquesta presenta dades rellevants. La primera és que el 83,1% de les persones enquestades asseguren que el turisme és beneficiós per a la ciutat però la tendència des de 2012 —moment culminant amb el 96,1%— és a la baixa de forma constant, sobretot als districtes de Ciutat Vella, Eixample i Gràcia. La segona dada rellevant de l'enquesta té a veure amb els resultats de la pregunta binària sobre les polítiques de foment del turisme. El 2017 el 60% creia que s'estava "arribant al límit en la capacitat per donar servei als turistes", una resposta amb una tendència a l'alça, ja que, per primera vegada el 2016, superava la resposta alternativa "Barcelona havia de continuar atraient més turistes", que havia arribat al 71% de les respostes el 2012.

Així, el turisme ja no pot abordar-se exclusivament de forma sectorial, circumscrit en els marcs de l'expertesa acadèmica, les tècniques del mercat o els interessos dels agents econòmics vinculats al turisme. El turisme ha esdevingut un tema central tant en les àgores polítiques com en els mitjans i en l'opinió pública. D'aquesta manera, una de les claus d'aquest canvi de paradigma, com apunten Farrell i Twinnin-Ward

(2004) rau en la necessitat “d’aventurar-nos fora del *core system* i explorar altres connexions i interaccions, ja que el turisme afecta significativament els modes de vida, el benestar del sistema econòmic i la població involucrada, directament o de forma indirecta”. Això no vol dir de cap manera que no calgui abordar de forma decidida les estratègies de promoció i màrqueting turístic, les polítiques de foment del turisme, la planificació i gestió dels productes i atractius turístics, o l’anàlisi del comportament de la demanda en la destinació. Sinó precisament que cal integrar aquestes qüestions en un debat més ampli, tenint en compte les oportunitats i els reptes per a la ciutat i el territori tal i com apuntaven Donaire i Duro (2014) i López Palomeque (2017).

Amb tot, aquesta ampliació de l’ecosistema de pràctiques i activitats —tenint en compte també els seus efectes—, així com la diversificació i multiplicitat de veus i interessos en joc, obliga a repensar els marcs de governança. Es constata doncs la necessitat de traspasar i ampliar les agendes i els espais de presa de decisions amb vocacions sectorials heretades que reproduïen interessos molt concrets i parcials. Avui és necessari promoure debats i polítiques que tinguin com a objecte una ciutat —i una metròpoli— que ha esdevingut turística i res fa pensar que ho deixarà de ser.

2.2. El turisme, vector clau en la construcció de l’espai metropolità

El turisme s’ha explicat massa sovint de forma desubicada i descontextualitzada a través de paràmetres com són l’impacte econòmic, els llocs de treball generats, el posicionament de la imatge, o les característiques de l’oferta i la demanda en lògiques de mercat. Tanmateix, des de fa dècades, l’estudi del turisme des de la geografia, l’antropologia o l’arquitectura ha tingut en compte la seva territorialització i la relació d’aquestes activitats en espais i moments concrets. En aquest sentit, en el treball seminal de Vera et al. (1997) afirmaven que el turisme és, sobretot, “una pràctica social de naturalesa espacial que és generadora d’activitats econòmiques i que ha deixat de ser marginal per convertir-se en estructural” (pàg. 401). En la mateixa línia, López Palomeque (2007) també apuntava que “més que una activitat econòmica, el turisme ha de catalogar-se com una pràctica social generadora d’un tipus d’activitat que requereix del fonament espacial pel seu desenvolupament” (pàg. 53). En un altre text seminal, Salvador Anton afirmava:

“...en el cas del turisme, el propi espai de destinació turística té un paper fonamental per a tots ells. Com a mecanisme de capitalització —propietaris del sòl—; en tant que mitjà de producció —productors d’espai—; com a suport de l’activitat —agents del sector—; en tant que objecte de consum —consumidors—; en tant que recurs productiu —intermediaris de consum— i, finalment també, en tant que marc d’actuació —Administració—. (Anton, 1998; pàg. 26)

Així, abordar el turisme com una activitat inherent a les dinàmiques socials i econòmiques del territori metropolità passa per tenir en compte no només la cores-

ponsabilitat del turisme en la construcció i configuració de la metròpoli, sinó també —i aquí rau l’aspecte clau— els mecanismes de producció de l’espai metropolità que han ajudat a desplegar les activitats turístiques. Les grans infraestructures de transport —port, aeroport—, la transformació de barris —zona Fòrum, 22@, Plaça Europa— o l’especialització en l’economia del visitant de gran part de Ciutat Vella no s’entendrien sense la presència i l’impacte dels milions de visitants a Barcelona que vénen cada any per motius vacacionals, esportius o professionals. Lluny de ser-hi un fenomen aliè, el turisme produeix la ciutat i, alhora, la realitat urbana i metropolitana determina el desenvolupament del turisme i els seus impactes. El turisme és part inherent i constitutiva del fenomen de urbà actual. Estructura la vida urbana a través de les seves infraestructures, imatges, pràctiques i cossos, alhora que es reproduïen a través de la construcció i la transformació de la ciutat (Sheller i Urry, 2004). Les pràctiques turístiques, paradoxalment, han esdevingut quotidianes per a molts barris, i generen friccions, tensions i càrregues per a la població resident permanent. Precisament per això, cal concebre la seva gestió com un vector intrínsec a la condició urbana. D’aquesta manera, les activitats turístiques no haurien de considerar-se quelcom estrany, no estan ‘allà fora’, sinó que són pròpies i, com a tal, objecte de la política urbana que ha de treballar per garantir el repartiment de càrregues i beneficis per al conjunt de la ciutat i de la seva població.

Per fer més evident aquesta afirmació, podem fer una analogia amb un altre àmbit clau de la gestió urbana i metropolitana: la mobilitat. Avui sabem que la gestió de la mobilitat és un aspecte central per promoure no només l’accés i la facilitat de moviment de la població sinó per promoure un model territorial i una vida urbana més saludable, més sostenible, més justa i més democràtica. El foment de la mobilitat sostenible és clau per combatre la contaminació, per alliberar espai a favor dels vianants, per mitigar problemes de salut, o per fomentar activitats comercials en teixits urbans. Caldria tractar el turisme de la mateixa manera i fer-nos preguntes que tinguin a veure amb els efectes desitjats del foment d’activitats i relacions socioeconòmiques, així com amb els mecanismes per regular externalitats i impactes negatius en tant que provoquen desequilibris.

En suma, el turisme no és un fenomen segregat del sistema metropolità de la mateixa manera que el territori no és una entitat separada del sistema turístic. El turisme ha estat un vector clau per a la producció de la ciutat i l’espai metropolità en els darrers 20 anys, i ha transformat de forma clara molts llocs, espais i equipaments. Alhora, el turisme s’ha desenvolupat a través de la producció de la ciutat. La facilitat de canvi d’usos en sòl residencial del centre de la ciutat per instal·lar-hi hotels o habitatges d’ús turístic n’és l’exemple més evident.

2.3. El turisme, un objecte polític descentrat

El turisme com a objecte polític normatiu té els seus marcs en la legislació específica que, en el cas català, és competència de la Generalitat. La *Llei 13/2002 de turisme de Catalunya* és el marc d’on es deriven o pegen qüestions fonamentals per gestionar el terri-

tori turístic, com són les característiques tipològiques dels diferents allotjaments, el règim sancionador dels incompliments en la comercialització on-line, la definició dels estàndards de qualitat dels productes turístics, o la composició del Fons per al Foment del Turisme, on es debat la finalitat de la recaptació de l'Impost d'Estades Turístiques.

Tanmateix, si assumim la necessitat de transcendir el caràcter sectorial del turisme i, alhora, abordar-lo des d'una perspectiva integrada amb el territori, emergeix un escenari complex que no encaixa amb el caràcter normatiu abans descrit. Una complexitat que es manifesta amb la dificultat de discernir clarament què és objecte de les polítiques turístiques i què no ho és. Si bé el debat sobre la contraposició i la diferenciació entre el significat i les pràctiques del turisme i la vida quotidiana es formulen des de fa anys en els estudis culturals del turisme i l'oci (Lash, 1990; Urry, 1990; Rojek, 2000; Edensor, 2001) hi ha hagut aproximacions que posen en qüestió també l'objecte polític i la territorialitat del turisme, tot assumint aquesta mirada complexa i relacional. Així, Franklin i Crang (2001: 7) afirmen que "el turisme ja no es pot limitar com una activitat discreta, que es troba continguda de forma ordenada en llocs específics i que es produeix durant els períodes de descans. Al nostre entendre, el turisme és ara una dimensió tan important de la vida social global que ja no pot ser concebut com allò que succeeix en llocs turístics d'estil propi i trobades que involucren turistes fora de casa". Aprofundint en al dimensió espacial de l'enfocament, Obrador-Pons et al. (2009) afirmen que "múltiples geografies i temporalitats no relacionades intervenen en la constitució d'aquest fenomen turístic, en un joc continu de circulació i emplaçament, de desterritorialització i reterritorialització" (pàg. 10).

Aquesta aproximació desmunta la idea de l'espai turístic ben encerclat i definit —tal i com s'ha concebut tradicionalment— i fa emergir una realitat múltiple i canviant que és alhora resultat de les interaccions que el configuren i les infraestructures que el sostenen. Aquesta concepció relacional de l'espai (Massey, 2005) permet que la ciutat o la metròpoli pugui esdevenir contemporàniament i simultània moltes coses alhora. És a dir, quan afirmem que Barcelona ha esdevingut una 'ciutat turística' ho fem assumint que no ha d'excloure altres formes de viure i practicar la ciutat. I quan parlem de 'sistema turístic' ho fem assumint que les infraestructures, els equipaments, les imatges, o els serveis que nodreixen les pràctiques turístiques no ho fan de forma exclusiva. Pensem en la plaça Sant Felip Neri, en l'estació de metro de Collblanc, o en el bar de sota d'un edifici ple d'habitatges d'ús turístic. Segur que per a cadascun d'aquests espais podem pensar en accions quotidianes que res tenen a veure amb el fenomen del turisme. En canvi, si l'allau de visitants a la plaça fa impossible que segueixi funcionant com a pati de l'escola adjacent, si el quiosc de l'estació ha canviat la premsa especialitzada per samarretes del Barça, o si el propietari del bar ha decidit apujar el preu del cafè 50 cèntims, aleshores tots aquests espais són susceptibles de formar part dels marcs d'allò que considerem turístic.

Avui, més que mai, es posa en evidència el fet que les activitats turístiques incideixen i tenen efectes en

molts àmbits, espais i instruments de gestió de la ciutat que no es pressuposen turístics: mobilitat, seguretat, inspecció, habitatge, etcètera. I precisament per aquest motiu, podem afirmar que els reptes derivats del turisme no es resoldran només amb una agenda de polítiques turístiques, sinó integrant el turisme com a element transversal en l'agenda de polítiques en tant que activitat inherent a la metròpoli actual. El turisme no esdevé doncs en un lloc circumscrit i ben definit, sinó que està descentrat. Això suposa obrir l'espectre de les polítiques normatives i pensar-lo de forma relacional, entenent les especificitats concretes del fet turístic. Suposa també, com veurem al llarg d'aquest volum, tenir en compte els efectes que genera l'activitat i vetllar també per la mobilitat, l'impacte ambiental, el desenvolupament local, o el patrimoni. Tots ells, temes desenvolupats al llarg dels diferents articles d'aquest volum.

3. Dinàmiques turístiques del territori metropolità

El territori metropolità de Barcelona no ha estat objecte d'anàlisi acadèmic de primer ordre i són comptades les excepcions en què s'han promulgat reflexions i anàlisis al respecte —vegeu López Palomeque (1995); Donaire i Duro (2014)—. Així mateix, l'àrea metropolitana tampoc ha estat una escala central en les polítiques turístiques, amb una clara manca de documents programàtics específics fins a la recent publicació del Pla de Turisme Metropolità (Àrea Metropolitana de Barcelona, 2017). Tanmateix, el territori metropolità ha estat escenari i agent clau en el desenvolupament del turisme de Barcelona i de Catalunya dels darrers anys a través de la planificació i estratègies territorials i urbanístiques de diversos nivells. Lluny de voler presentar aquí una anàlisi exhaustiva de les estratègies sectorials, el territori metropolità ha estat objecte directe o indirecte dels tres plans estratègics de turisme de la ciutat de Barcelona —1993, 2010, 2017—; de les directrius específiques que figuren en el marc de les Reflexió Estratègica Metropolitana (Àrea Metropolitana de Barcelona, 2015), i els documents de treball del Pla Estratègic Metropolità de Barcelona (Duran, 2004; Donaire i Duró, 2014), així com també de l'estratègia de màrqueting de la Diputació de Barcelona, amb una primera versió de 2010 i actualitzada el 2016, a més dels programes de foment i de gestió. Recentment la Generalitat de Catalunya ha aprovat el Pla Estratègic de Turisme 2018-22 on es preveu el desenvolupament del Pla Sectorial Territorial de Turisme, sense que coneguem a dia d'avui els efectes en el territori metropolità.

Es recopilen a continuació cinc dinàmiques turístiques que es consideren clau per al territori metropolità. Dinàmiques i situacions que pretenen fer emergir els reptes del present i del futur per construir una agenda metropolitana ampliada, integrada i descentrada, en base a les tres premisses que hem apuntat en el apartat anterior. No s'aprofundeix aquí en les dinàmiques i reptes de la ciutat central, que han estat definides en el vigent Pla Estratègic de Turisme 2020 (Ajuntament de Barcelona 2017a). Conscients de la controvèrsia que suposa circumscriure territorialment la realitat metropolitana, assumim aquí el territori dels 36 municipis que configuren l'AMB. Ho fem no sense advertir els riscos de posar límits administratius d'una activitat

que es nodreix de fluxos internacionals, que basa la seva raó de ser en el moviment i el desplaçament, que el territori d'una destinació turística té una geometria variable —des de Salou a Figueres— i que l'activitat es recolza cada cop més en esdeveniments temporals enlloc dels atractius fixats. Tanmateix, assumim el risc amb l'objectiu d'estructurar una proposta que serveixi per obrir un debat tan necessari fins ara pràcticament inexistent.

En primer lloc, el territori metropolità ha exercit com a espai d'oportunitat on desenvolupar les infraestructures —sobretot aeroportuàries— i els equipaments de gran escala que Barcelona ciutat no podia acollir, en especial els recintes per a l'ampliació de la Fira a Gran Via. Uns posicionaments emmarcats en la política de foment de l'activitat econòmica que ja s'explicitaven en el primer Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona presentat el 1990 i que s'han anat reproduint i concretant al llarg del present segle en diferents documents estratègics i programàtics. Així, el territori metropolità, en especial aquell contingu a la ciutat de Barcelona, ha exercit d'emplaçament estratègic on localitzar activitats que, per la seva grandària i requeriments, no tenien espai a la ciutat central però que són resultat de la rellevància de Barcelona en la xarxa global de ciutats i de les polítiques per garantir el seu posicionament. De la mateixa manera, la posada en marxa de la Terminal 1 de l'aeroport el 2009 ha fet doblar el nombre de passatgers en deu anys —vegeu dades a l'article de Montlleó et al. en aquest mateix número—. Així doncs, el territori metropolità acull i desenvolupa infraestructures i equipaments que resulten clau per entendre l'augment de visitants i turistes dels darrers anys i els seus efectes derivats i que no estan exempts de reptes ambientals, de mobilitat i d'encaix amb l'estratègia de desenvolupament local.

La segona dinàmica és un efecte directe de la primera. Aquestes noves centralitats metropolitanes vinculades als recintes empresarials i de convencions — Fira Gran Via, el CCIb o el Delta Business Center—, als grans equipaments de coneixement —Clúster sanitari Biopol'H o Campus Barcelonès Nord—; així com també als espais que acullen grans esdeveniments —Espai Fòrum— han esdevingut també pols hotelers metropolitanos. Les dades presentades per López Palomeque i Torres en aquest número són clares: des de 2003 el territori de l'AMB ha augmentat en gairebé 12.000 places hoteleres, amb l'Hospitalet encapçalant el rànquing amb 3.787 noves places. A aquesta oferta actual, cal sumar-hi els milers de places previstes en els nous desenvolupaments urbanístics del polígon Pedrosa, la Marina del Prat Vermell, la Ciutat Aeroportuària, o el Port Fòrum o les Tres Xemeneies de Sant Adrià del Besòs. Unes noves centralitats que acompanyen la transformació del seu territori i suposen uns ingressos gens menyspreables per a les hisendes locals dels municipis a través dels diferents impostos de règim local (IBI i IAE), però que tanmateix tenen majoritàriament lògiques de zonificació molt especialitzades, sovint substitutives de sòl industrial i amb un vincle amb el teixit urbà existent força feble, i lasten així les possibilitats de generar valor compartit i de generar sinergies amb la vida urbana metropolitana. A

banda, cal mencionar que aquests pols metropolitanos d'allotjament també nodreixen els atractius turístics del centre de la ciutat de Barcelona, amb els reptes derivats de mobilitat, entre altres.

Seguint amb la qüestió de l'allotjament, la tercera dinàmica que cal mencionar és l'efecte centrífug que ha tingut la regulació de l'allotjament a Barcelona ciutat en l'entorn metropolità més proper. Parlem especialment de la moratòria de llicències de 2014 per Habitatges d'Ús Turístic (HUT) i del Pla Especial Urbanístic d'Allotjament Turístic (en endavant PEUAT) aprovat el 2017. La limitació de noves llicències a la ciutat de Barcelona des de 2014 va provocar un augment de la demanda d'aquestes activitats als municipis metropolitanos, fins aleshores exempts d'aquest tipus de pràctiques i presències de visitants. Les dades del registre de Turisme de la Generalitat compilades per López Palomeque i Torres en l'article d'aquest volum sumen un total de 5.784 places amb llicència a l'entorn metropolità sense comptar Barcelona, més aquella activitat il·legal o per regularitzar que existeix a les plataformes comercialitzadores. D'aquestes, l'Hospitalet de Llobregat en concentra el 30% (1.792 places); Castelldefels el 23% (1.322 places); i Gavà, Badalona, Sant Adrià i Sant Cugat sumen el 32% del total. Unes dinàmiques que han comportat un impacte en el teixit residencial amb la substitució de l'ús residencial permanent de l'habitatge i que han tingut respostes en forma de planejament urbanístic derivat a municipis de l'AMB. Sens dubte una de les activitats turístiques més controvertides, que ha provocat regulacions específiques, entre altres, a Badalona, l'Hospitalet de Llobregat, Montgat, Sant Adrià de Besòs i Sant Cugat del Vallès o Santa Coloma de Gramenet, entre altres.

La quarta dinàmica està vinculada al desig i als esforços del territori metropolità per atraure visitants. Deixant de banda els territoris de la franja costanera de Castelldefels que es van constituir originalment sota les lògiques d'urbanització turística litoral, la resta del territori metropolità ha desenvolupat estratègies per posar en valor el patrimoni històric, cultural i natural del territori, el material i l'immaterial, que alhora serveixen també per reforçar la identitat del lloc. La transformació del territori metropolità per a l'acollida i gaudi de visitants es reflecteix en l'ús intensiu de les platges metropolitanos, els espais naturals recuperats, la posada en valor dels espais agrícoles, rutes per fer excursionisme, el patrimoni industrial, cultural i arquitectònic, fires i esdeveniments de caràcter lúdic i cultural, etc. Tanmateix les dades publicades per la Diputació de Barcelona¹ no permeten parlar de pols d'atracció turístics. A banda de la Fira de Barcelona, amb 2,5 milions de visitants entre els dos recintes, l'únic recinte amb un nombre de visitants rellevant és el recent *Viladecans The Style Outlet*, amb 2,6 milions de visites anuals, no necessàriament turistes. Si ampliem l'escala, el territori dels 36 municipis de l'AMB se situa enmig de cinc grans pols de visitants: a) la ciutat de Barcelona b) la costa del Garraf, amb Sitges com a nucli amb dinàmiques pròpies; c) el Monestir de Montserrat, amb 2,7 milions de visites; d) la Roca Village, amb 4,7 milions de visitants; i e) la costa del Maresme, amb dinàmiques pròpies, sobretot la zona nord.

¹ Vegeu infografia a: <http://media.diba.cat/diba/labturisme/entorn/2018/index-cat.html>

Qualsevol estratègia de foment del turisme al territori metropolità passa per tenir en compte la immensa capacitat d'atracció de visitants de Barcelona ciutat, les limitacions d'aquesta capacitat per part de la resta de l'AMB, i la relació amb atractius i dinàmiques més enllà dels seus límits administratius.

La cinquena i darrera dinàmica, íntimament relacionada amb totes les anteriors, és la pulsio centrípeta-centrífuga entre la ciutat de Barcelona i el seu entorn més immediat. Davant d'un espai metropolità absolutament polaritzat per la centralitat de Barcelona i davant de l'especialització turística de molts barris amb greus impactes i externalitats, la resposta ha estat molt sovint la desconcentració dels fluxos de visitants. En aquest sentit, seguint lògiques molt similars a les que s'impulsa a ciutats com Amsterdam, Berlin o Nova York, el Pla Estratègic de Turisme de Barcelona del 2010 va fer una forta aposta per una política de desconcentració, en especial a través d'instruments de promoció i comunicació, a fi de convertir els barris en objectes turístics. El Pla Estratègic 2020, a través de l'Estratègia Territorial de Gestió Turística (Ajuntament de Barcelona, 2018b) esmenava aquest programa advertint dels riscos que suposa derivar fluxos a territoris sense preveure els efectes negatius associats a la irrupció de les pràctiques turístiques. Una situació i un risc transposable als nuclis urbans metropolitans. Per contra, s'hi proposa la descentralització d'esdeveniments, la promoció de rutes específiques amb interès cultural i patrimonial o el foment d'activitats i serveis amb fort arrelament comunitari. Així mateix, s'hi aposta clarament per l'alineament institucional de l'ajuntament amb l'estratègia "Barcelona és molt més" duta a terme per la Diputació de Barcelona que pretén resignificar la "Destinació Barcelona" assimilant la marca a un territori que transcedeixi els límits municipals a fi de posar en valor els atractius i productes del territori provincial. La destinació es consolida així com un objecte virtual de comunicació (Farías, 2012). Un objecte múltiple, de geometria variable que es defineix a través dels marcs comunicatius. Aquesta construcció simbòlica i discursiva és de grandíssima rellevància ja que ajuda a prefigurar la realitat territorial que després és practicada. Tanmateix, fariem bé en assumir els límits d'aquestes prescripcions. Cal tenir en compte que difícilment canviarem a través de la comunicació i el màrqueting la pulsio de la demanda mundial, la construcció històrica de la imatge de la destinació, el poder d'atracció de les principals icones, o la possibilitat real de descentralitzar el turisme sense transformar socialment i material els llocs de forma gairebé irreversible.

4. Presentació del volum

El present volum té deu articles comptant amb aquesta introducció. Deu articles molt heterogenis si els analitzem individualment, però que componen els objectius del volum en el seu conjunt i en diàleg entre ells. Deu articles que ajuden a conèixer millor la realitat turística metropolitana i que, alhora, promulguen la necessitat de diversificar i enriquir l'objecte de les polítiques públiques amb temàtiques, perspectives i instruments diversos que ajudin a configurar una nova agenda integrada de polítiques públiques metropolitanes al voltant del turisme. Una multiplicitat i una heterogeneïtat que queden també paleses en la composició de les disciplines des d'on es produeix el coneixement. Els textos

que componen el volum s'escriuen des de la geografia, l'economia, l'antropologia, l'arquitectura, les ciències polítiques, la biologia, les ciències ambientals o l'enginyeria. Desgranem a continuació els continguts i el valor de cadascun dels articles en la totalitat del present volum.

Tal i com ja hem advertit al llarg d'aquest article introductori, la realitat metropolitana ha estat tradicionalment òrfena d'anàlisi i d'estudi en profunditat. És per això que vam convidar a Francesc López Palomeque i Anna Torres a elaborar un article que presentés de forma ordenada, sintètica i estructurada aquells elements quantificables que configuren la metròpoli turística, objecte d'aquest volum. En ell es recopilen amb suma precisió dades sobre allotjament formal, nombre de visitants, els principals atractius, els instruments i les institucions responsables, o els ingressos obtinguts a través dels mecanismes de fiscalitat turística, entre altres. Un exercici inèdit que ajuda a conèixer una realitat absolutament polaritzada per la ciutat de Barcelona.

A fi de complementar el coneixement des d'un altre àmbit i perspectiva, Oriol Estela i David Rodríguez ens presenten un estat de la qüestió del desenvolupament econòmic del turisme a la realitat metropolitana. Un exercici ponderat que ajuda a conèixer les llums, però també les ombres del turisme pel que fa a la generació i redistribució de la riquesa econòmica i el seu impacte en el territori. A més de fer un repàs de les diferents documents d'estratègies metropolitanes, l'article proposa de forma clara el marc estratègic per a les polítiques de desenvolupament local i territorial en matèria turística del futur. Una proposta que escapa a la simplificació i l'abstracció de relacions ubiqües i que aterra, busca constantment les sinergies amb altres sectors econòmics i agents territorial, i defensa la redistribució de la riquesa generada com a element central de l'acció pública.

En tercer lloc, Saida Palou, ens proposa un text de reflexió al voltant de la relació entre els discursos turístics i dos elements clau com són el patrimoni i el paisatge. A través d'un excel·lent anàlisi de la història de Barcelona (vegeu Palou, 2012), l'antropòloga destil·la tres tesis interrelacionades que resulten fonamentals per al debat. La primera ens adverteix de la incidència dels marcs comunicatius, els relats i els discursos sobre el territori en les pràctiques turístiques actuals. És a dir, la forma en què es presenta un lloc al món té efectes sobre les relacions socials, econòmiques i culturals d'aquest lloc. La segona tesi defensa que es pot separar l'esfera comunicativa turística dels agents de poder de qui promulga els discursos. En altres paraules, la promoció turística ha estat i segueix essent un instrument polític des d'on projectar la imatge d'allò que es vol esdevenir, no de la realitat complexa i conflictiva de cada moment. La tercera tesi ens adverteix de la relació dialèctica entre la projecció de la imatge de la destinació i la construcció de la pròpia identitat local. Les projeccions no només són elements de control sinó que poden ser llocs de disputa.

Els següents tres articles reflexionen al voltant de la relació entre l'urbanisme i el turisme, un binomi que ha estat molt sovint obviat, quan no menystingut, en els debats al voltant del turisme a Catalunya llevat d'algunes excepcions (vegeu Anton i González, 2011; Pié Ninot et al., 2013, entre altres). Aquest exercici aposta

per la necessitat d'obrir un debat profund al voltant de la teoria i pràctica de l'urbanisme amb l'objectiu d'abordar les qüestions turístiques de forma situada en el context català i, més especialment, en el context metropolità de Barcelona. Aquest pas suposa no només analitzar les possibilitats de planificar, ordenar o regular les activitats turístiques a través de l'urbanisme sinó, sobretot, de quina manera el turisme ens obliga a repensar la forma en què practiquem un urbanisme en una realitat mòbil, amb escales i geometries variables, amb intensitats i velocitats molt diferents que generen desequilibris (Arias-Sans, 2018). Per obrir el debat comptem amb un article de Ricard Pié i Josep M^a Vilanova en què analitzen el rol històric del planejament urbanístic català i metropolità en relació al turisme. L'article posa de manifest la manca de consideració del turisme com a vector específic en la planificació urbanística i territorial al llarg dels darrers cinquanta anys, malgrat la rellevància i impacte en la construcció del territori metropolità. Es posa en evidència com el turisme s'ha desenvolupat a través d'una forma determinada de pensar i de planificar el territori i que no ha estat fins als recents anys que s'aborda de forma concreta i decidida, malgrat es dugui a terme de forma reactiva per pal·liar les externalitats. Finalment apunten tres grans reptes a tenir en compte: la necessitat de repensar els instruments urbanístics per ordenar el turisme; la necessitat de protegir el dret a l'habitatge davant de la substitució per usos turístics; i per últim, la necessitat de definir un model territorial turístic metropolità en relació amb Barcelona i la resta de Catalunya.

En un segon article, baixant d'escala, Enrico Porfido, Cynthia Pérez i Melisa Pesoa analitzen la responsabilitat que ha tingut el planejament urbanístic i els projectes urbans i l'activitat turística al barri del Raval, a Barcelona. Un exercici analític de gran precisió que ens permet posar en evidència l'estreta relació entre la construcció de la ciutat i l'emergència del turisme en els centres històrics malgrat que no hi ha hagut mai un pla o projecte que hagi explicitat la voluntat de promoure aquest vincle. L'article de Tonet Font, Aurora López i Roger Clot exposen els detalls i les motivacions d'un dels instruments urbanístics més mediàtics i controvertits dels darrers anys: el Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics (PEUAT). Un instrument innovador que, malgrat la seva fragilitat donat el marc legislatiu urbanístic actual, regula les llicències d'activitats de totes les tipologies d'establiments d'allotjament turístic, habitatges d'ús turístic, albergs de la joventut i residències d'estudiants, en base a la defensa del dret a l'habitatge, la mixtura d'usos o el descans veïnal, a fi d'aturar així el procés d'especialització turística del sòl residencial de la ciutat.

A continuació s'exposen tres qüestions de suma importància per a la gestió del territori turístic metropolità: el fenomen del lloguer vacacional i la gestió de la il·legalitat, els reptes de la mobilitat turística i, per últim, les externalitats ambientals de l'activitat turística. L'article de Claire Colomb, Thomas Aguilera i Francesca Artioli ens ofereix una anàlisi des de les ciències polítiques del fenomen del lloguer turístic i de les diferents solucions o possibilitats emprades en les ciutats i regions europees. Més enllà d'exposar els detalls de les diferents regulacions, l'article és clau per entendre el marc d'opinió pública des d'on s'exerceixen les propostes i, en el cas de Barcelona, la importància que

han tingut els moviments socials en favor al dret a la ciutat, així com la determinació política per prendre partit i cercar solucions de regulació, control i seguiment d'un fenomen que és global. Per altra banda, deixa també palès l'impacte actual de les plataformes globals d'intermediació dels allotjaments turístics en la ciutat, així com la dificultat de governar-les en peu d'igualtat des del món local.

L'article de Marc Montlleó, Gustavo Rodríguez i Nuno Tavares exposa els reptes ambientals del turisme a la ciutat de Barcelona que, donada la concepció metabòlica del fenomen, ressona a tot el territori metropolità. Un exercici de gran valor analític que conté dades inèdites fins avui, com són les estimacions dels consums d'aigua, energia i residus dels allotjaments i equipaments turístics, que suposen entre el 7,5 i el 9 % del total de Barcelona. A més d'estructurar l'impacte de les activitats turístiques pel que fa als vectors ambientals —aigua, energia, residus, soroll— també fa incidència en els impactes que tenen les activitats turístiques a l'espai públic així com el rol, i la responsabilitat, de les infraestructures de transport, en particular el port i l'aeroport. L'article també presenta de forma sintètica els resultats d'un exercici complementari on figura el càlcul de la petjada de carboni del turisme, on s'apunta al transport aeri com a responsable del 85,5% de les emissions de CO₂ de tota la cadena de valor turística (vegeu Rico et al. 2019).

El volum tanca amb un article sobre un dels temes més rellevants i necessaris per assolir la gestió integrada en clau territorial: la mobilitat turística. L'article de Cristina Jiménez Roig, Joana Llinàs, Adrià Ortiz i Aina Pedret sintetitza un dels treballs més interessants i innovadors en el marc de l'estratègia turística de Barcelona (Ajuntament de Barcelona, 2017c) que aporta informació de grandíssima rellevància per entendre i, conseqüentment, gestionar i planificar el fenomen del turisme. L'article s'inicia amb una dada inèdita fins a la seva publicació el 2017: la ciutat de Barcelona acull una mitjana de prop de 150.000 turistes al dia, prop d'un 10% de la població empadronada. També apunta com la mobilitat d'aquesta població flotant de turistes, excursionistes i creueristes té algunes característiques clarament diferenciadores, com són l'ús de mitjans transports específics —bus turístic, autocars discrecionals o ginys diversos— o una distribució espacial clarament concentrada. Tanmateix, les dades revelen una realitat que pot semblar xocant: el repartiment modal dels usuaris turistes en general és molt més sostenible que el dels residents, amb un 77% dels desplaçaments a peu i en metro (45% i 33%, respectivament). Parafraçant l'objectiu central d'aquest volum, hem de passar de la gestió de la mobilitat turística a la gestió de l'ús turístic de la mobilitat de la ciutat i metròpoli. I això suposa uns reptes, la majoria dels quals tenen a veure amb la millora de les condicions generals del transport públic o d'un sistema tarifari més progressiu que afavoreixi l'ús diari i quotidià front de l'esporàdic.

5. Governar el turisme. Una agenda futura

A l'inici del present article, en les disposicions inicials, parlàvem de la necessitat de descentrar l'objecte de les polítiques turístiques i d'incorporar qüestions que poden semblar exògenes si entenem el turisme com

a fenomen discret, però que són fonamentals si canviem el paradigma. En aquest sentit, hem intentat agrupar, de forma més o menys encertada, alguns d'aquestes temàtiques, polítiques i instruments que entenem són claus per gestionar el territori turístic Metropolità. Tanmateix, resulta obvi que no hem abordat totes les temàtiques clau per aconseguir els objectius d'aquest volum. En manquen moltes que, sense ser exclusivament turístiques, són clau per poder establir una agenda política amb vocació clarament pública. Per anomenar només alguns temes, hem de debatre sobre la necessitat de replantejar les fórmules de cooperació públic-privades i les seves agendes que certament generen no només disfuncions en el mercat privat, sinó també moltes vegades xocs d'interessos en qüestions d'interès públic: consorcis com Turisme de Barcelona o la Fira de Barcelona podrien ser exemples. Hem de parlar també del grandíssim repte de la governança de les grans infraestructures receptors de turisme – del port i l'aeroport – que semblen actuar al marge de la petjada en el territori, de com podem incorporar els interessos del territori per traçar estratègies conjuntes. Hem de construir una nova agenda de coneixement turístic que ajudi també en la reformulació de les preguntes, que posin al centre altres qüestions, que ajudin condicionar l'agenda de les polítiques metropolitanes. El coneixement i la seva producció són determinants per emmarcar les polítiques i el planejament turístic. Nous indicadors per deixar de valorar l'èxit segons el número total de visitants i fer-ho pel retorn social de la seva empremta. Hem de poder protegir a través del planejament urbanístic l'ús permanent de l'habitatge per tal d'evitar que els usos turístics, molt més rendibles, substituïssin població i ajudar a minimitzar l'impacte en el mercat immobiliari, especialment el de lloguer. L'actual elaboració del Pla Director Urbanístic i hauria de ser la gran oportunitat per fer-ho. Necessitem abordar també decididament una agenda cultural, social i d'esdeveniments conjunta en el territori Metropolità per tal d'aconseguir que els residents les visquem turísticament, sense saber el terme municipal on es troben, amb ganes de descobrir i mirar-les de la mateixa forma que ho fem quan marxem de vacances i, alhora, esborrar les línies entre els residents i els visitants, ja que formem part d'una mateixa realitat. En definitiva, entendre que la finalitat de la política turística no hauria de ser la d'atraure visitants i omplir allotjaments. El canvi de paradigma passa per considerar el turisme com una palanca de canvi per activar i reforçar altres sectors econòmics estratègics, que generi valor compartit en el territori, que millori la vida dels seus habitants. I per tal que això passi, cal governar-lo i fer-ho amb vocació pública, tot desplegant totes les eines que tenim a les nostres mans.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017a). *Turisme 2020 Barcelona. Una estratègia col·lectiva per un turisme sostenible*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017b). *Baròmetre Semestral de Barcelona Evolució 2011–2017*. Desembre 2017. Barcelona; Ajuntament de Barcelona, Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2017c). *Estratègia de Mobilitat Turística*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme i Barcelona Regional.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2018a). *Percepció del Turisme a Barcelona. Any 2017*. Disponible a: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/percepcio_del_turisme_2017_informe.pdf

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2018b). *Estratègia Territorial de Gestió Turística*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Direcció de Turisme.

ANTÓN CLAVÉ, S. (1998). La urbanización turística: de la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística. *Documentos d'Anàlisi Geogràfica*, 32, 17-43.

ANTÓN CLAVÉ, S., i GONZÁLEZ REVERTÉ, F. (2011). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: Editorial UOC.

ÀREA METROPOLITANA DE BARCELONA (2015). *Reflexió Estratègica Metropolitana. Construïnt la Barcelona Metropolitana. Enfortint el món local*. Barcelona: Àrea Metropolitana de Barcelona.

ÀREA METROPOLITANA DE BARCELONA (2017). *Pla de Turisme Metropolità*. Barcelona: Àrea Metropolitana de Barcelona, Àrea de Desenvolupament Social i Econòmic.

ARIAS SANS, A. (2018). Turisme i gentrificació: apunts des de Barcelona. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona*, 60, 130-139.

DIPUTACIÓ DE BARCELONA (2017). *Pla de Màrqueting Turístic de les comarques de Barcelona 2017-2020*. Barcelona: Diputació de Barcelona.

DONAIRE, J.A., i DURO, J.A. (2014). *Barcelona, del turisme de masses al turisme d'experiències* (Document de Treball del PEMB). Barcelona: Pla Estratègic Metropolità de Barcelona.

DURAN, P. (2004). El turisme, una realitat estratègica. *Barcelona. Metròpolis mediterrània*, 5, 121-125.

EDENSOR, T. (2001). Performing tourism, staging tourism. (Re)producing tourist space and practice. *Tourist Studies*, 1(1), 59-81.

FARIAS, I. (2012). Destinations as virtual objects of tourist communication. A R. Van der Duim, C. Ren, i G.T. Jóhannesson (Eds.), *Actor-network theory and tourism: Ordering, materiality and multiplicity* (pp. 128-145). Londres: Routledge.

FARRELL, B.H., i TWINING-WARD, L. (2004). Reconceptualizing tourism. *Annals of tourism research*, 31(2), 274-295.

FRANKLIN, A. i CRANG, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist Studies*, 1, 5-22.

GENERALITAT DE CATALUNYA (2018). *Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2018-2022*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Direcció General de Turisme.

- LASH, S. (1990). *Sociology of Postmodernism*. Londres: Routledge.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1995). La estrategia del turismo metropolitano: el caso de Barcelona. *Estudios turísticos*, 126, 119-142.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2007). Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos. *Turismo y Sociedad*, 8, 51-68.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2015). Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 61(3), 483-506.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2017). *L'estratègia territorial i la gestió del turisme en l'àmbit metropolità de Barcelona*. (Document de relatoria del Pla Estratègic de Turisme 2020). Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- MASSEY, D. (2005). *For space*. Londres: Sage.
- OBRADOR-PONS, P., CRANG, M., i TRAVLOU, P. (Eds.) (2009). *Cultures of mass tourism: Doing the Mediterranean in the age of banal mobilities*. Surrey: Ashgate Publishing.
- PALOU RUBIO, S. (2012). *Barcelona, destinació turística. Un segle d'imatges i promoció pública*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la.
- PIÉ NINOT, R., ROSA JIMÉNEZ, C.J., i NOGUEIRA BERNARDEZ, B. (2013). *Turismo líquido*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, Iniciativa Digital Politècnica.
- PIÉ NINOT, R., i VILANOVA, J.M. (2013). Town planning and architecture in the spaces for tourism. A: J. Teixeira (Ed.), *A centenary of Spatial Planning in Europe* (pp. 161-168). Serignac: Editions Outre Terre.
- RICO, A., MARTINEZ-BLANCO, J., MONTLEÓ, M., RODRIGUEZ, G., TAVARES, N., ARIAS, A., i OLIVER-SOLÀ, J. (2019). Carbon Footprint of Tourism in Barcelona. *Tourism Management*, 70, 491-504. doi: 10.1016/j.tourman.2018.09.012
- ROJEK, C. (2000). *Leisure and Culture*. Londres: Macmillan.
- SHELLER, M., i URRY, J. (2004). *Tourism mobilities: Places to play, places in play*. Londres: Routledge.
- URRY, J. (1990). *The Tourist Gaze*. Londres: Sage.
- VERA, J.F. (Coord.) (1997). *Anàlisi Territorial del Turisme*. Barcelona: Ariel.