

OPORTUNIDADES PARA LA INTENSIFICACIÓN Y EXTENSIÓN DEL TURISMO EN EL VALLÈS OCCIDENTAL¹

Solé JIMÉNEZ SETÓ

Escola Universitària de Turisme de Terrassa
solejimenez@telefonica.net

Llorenç PRATS

Universitat de Barcelona
lprats@ub.edu

1. EL VALLÈS OCCIDENTAL²

La comarca del Vallès Occidental ocupa una superficie de 583,2 km² en la Depresión Prelitoral catalana. Está limitada al oeste por el río Llobregat y al este por la riera de Caldes. Se sitúa entre las comarcas del Vallès Oriental al noreste, el Barcelonès al sudeste, el Baix Llobregat al sudoeste y el Bages al noreste. Se trata de un valle de materiales blandos de sedimentación, que corresponde al sector occidental de la fosa tectónica del Vallès, y que está encajado entre dos sectores montañosos: uno al norte perteneciente a la Cordillera Prelitoral catalana (Macizo de Sant Llorenç del Munt; La Mola 1.095m.) y otro al sur que corresponde a la Cordillera Litoral (Sierra de Collserola; Tibidabo, 512 m.).

El clima es de tipo mediterráneo, de temperaturas suaves. La red hidrográfica es de régimen mediterráneo y está caracterizada por su escaso caudal, una gran irregularidad y un carácter torrencial. Los principales cursos fluviales provienen de las zonas montañosas de la comarca y forman parte de las dos cuencas hidrográficas en las que ésta se divide: la del Besos y la del Llobregat.

1 Este texto ha sido elaborado en el marco del proyecto *Nuevo turismo y desarrollo territorial sostenible: análisis y evaluación de la intensificación y extensión espacial del turismo en la Cataluña interior*, CSO2008-03315, financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia.

2 Hemos optado por mantener la toponimia local en catalán a fin de facilitar su localización en los mapas, internet, etc.

Administrativamente, la comarca está formada por 23 municipios, dos de los cuales ejercen conjuntamente la capitalidad: Sabadell y Terrassa.

Actualmente es una comarca esencialmente urbana y de una alta densidad de población; en este territorio relativamente pequeño (el 1,8% de la totalidad de Cataluña) se concentran 878.893 habitantes, lo que supone una densidad de 1.507 habitantes por kilómetro cuadrado, siendo una de la más altas densidades demográficas de Cataluña (la media catalana es de 218 hab./km²). También es cierto, sin embargo, que dentro de la comarca se dan grandes disparidades, con municipios que ostentan algunas de las concentraciones demográficas más grandes de Cataluña y otros municipios de escasa población y esencialmente rurales. El crecimiento demográfico más reciente, a parte del crecimiento natural de la población, está basado en la llegada de población de Barcelona y su área metropolitana, que se traslada al Vallès buscando una mejor calidad de vida y también obviamente por los nuevos flujos migratorios.

El peso económico del Vallès Occidental en el marco de la economía catalana sigue siendo importante y representa el 11% del PIB catalán y el 3% del PIB español. Las principales ciudades industriales son Terrassa, Sabadell, Rubí y Cerdanyola del Vallès.

La industria todavía ostenta un lugar destacado en la economía, suponiendo el 35% del PIB comarcal. En este sentido, cabe destacar que el sector textil, que había sido predominante en la economía de la comarca, actualmente representa el 9,1%, siendo superado por sectores como la metalurgia, el químico, y los equipamientos electrónicos y ópticos. En la actualidad, el sector servicios ha superado al industrial, situándose en un 55,4%.

Figura 1. El Vallès Occidental: detalle.



Fuente: www.aldeaglobal.net

2. LA GESTACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Tiempo atrás, el Vallès ofrecía al visitante un paisaje espléndido, eminentemente mediterráneo y, sobre todo, a escala humana. El Vallès podía ser percibido como la versión catalana del canon de la antigua Grecia, como también podrían serlo el Empordà o el Camp de Tarragona. Una naturaleza variada, reservada y accesible a la vez, unas tierras de cultivo cuidadosamente trabajadas, pueblos y ciudades de una dimensión abarcable para el individuo... no se trata de una idealización romántica *per se*, sino de la vivencia (siempre lúdica, siempre fugaz) expresada por los visitantes ocasionales.

La vida real en el Vallès, por supuesto, ha sido y es otra cosa mucho más compleja y poliédrica, confundir el turismo con la vida es, en cualquier caso, un grave error que atenta contra la naturaleza de uno y otra. El turismo es un intercambio narrativo entre el discurso que implícitamente ofrece la zona o destino sobre sí misma a partir de sus recursos (patrimonio, paisaje, población...), y el discurso que elabora el visitante en tiempo de ocio a partir de las propuestas narrativas del destino y de sus propias preconcepciones y vivencias, lo cual le conducirá finalmente a la elaboración de un discurso de síntesis.

Todo ello no se refiere necesariamente a un Vallès preindustrial. Entre otras cosas, en la época preindustrial no había turistas, ni tan sólo veraneantes, quizás sí viajeros, mayoritariamente de paso. La primera industrialización del Vallès no rompió la armonía del paisaje, es más, en una perspectiva contemporánea, aquellas fábricas, las viviendas que se construyeron a su amparo, serían, son (lo que queda) atractivos turísticos de gran interés. Cuando la primera industrialización podía mostrar su cara más sucia e insolidaria, seguía sin haber turistas, las consecuencias más indeseables las vivía la población local (PRATS, 1996) y la afectación sobre el paisaje era relativamente menor, por lo menos en comparación con lo que había de venir después.

La destrucción definitiva del paisaje del Vallès, si se le puede llamar así, había de llegar con el franquismo, y, especialmente durante los años del *desarrollismo*. Es un momento, a partir de los años sesenta, en el que confluyen diversos factores:

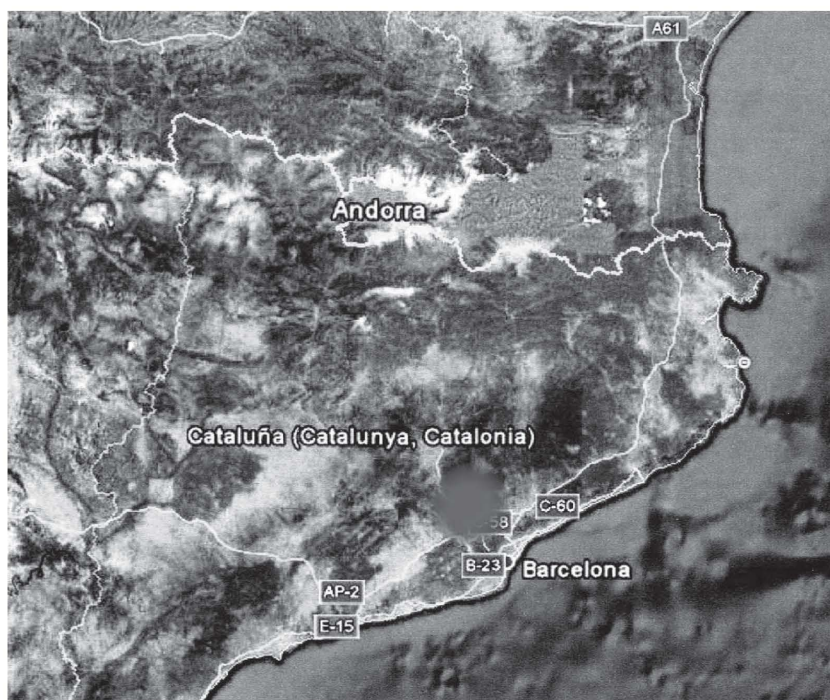
Por un lado las industrias nacionales y extranjeras obtienen carta blanca por parte del Régimen para instalarse donde les convenga, y las comarcas del entorno de Barcelona, por infraestructuras, comunicaciones y su propia tradición industrial, se ven especialmente beneficiadas y perjudicadas a la vez en este sentido: el Baix Llobregat, el Vallès (especialmente el Vallès Occidental), el mismo Barcelonès y, en menor medida, el Maresme. El Vallès Occidental une a su proximidad a Barcelona su ininterrumpida tradición industrial y una ubicación privilegiada en las comunicaciones entre Europa y la Península.

La instalación de nuevas fábricas atraerá mano de obra de toda España y, por tanto, grandes oleadas migratorias difícilmente asimilables, que ocuparán barrios periféricos, verdaderos suburbios, en malas condiciones y sin ningún tipo de planificación urbanística, surgidos al calor del interés por el beneficio inmobiliario rápido y de la necesidad de ubicar urgentemente a la multitud de recién llegados.

Paralelamente, el aumento demográfico de las clases medias (a menudo trabajadores acomodados) y de su poder adquisitivo, junto a la valoración social, como indicador de estatus, de las segundas residencias, impulsará el crecimiento de las urbanizaciones, algunas de las cuales ya habían descendido desde Barcelona hacia la ladera vallesana de la sierra de Collserola, que separa el llano de Barcelona de la Cataluña interior. Urbanizaciones que crecen y urbanizaciones que nacen también sin planificación urbanística, a menudo sin los servicios mínimos para garantizar una habitabilidad permanente y ocupando algunos de los rincones más atractivos del paisaje vallesano.

Todavía existe otro fenómeno que, a pesar de no afectar directamente al Vallès, deja una huella profunda: los planes turísticos del ministro Fraga Iribarne, que, en el marco del *desarrollismo*, da todas las facilidades (excesivas) para que el turismo europeo pueda disfrutar a bajo precio del sol y la playa mediterráneos en esta España que, dice, *is different*. El turismo, lógicamente, va a la costa: la Costa Brava, la Costa Dorada y todo el litoral mediterráneo, pero, a la costa, como siempre, se llega por el corredor prelitoral, la *calle mayor de Cataluña*, en el centro de la cual está el Vallès Occidental. Esto comporta la primera gran cicatriz, la autopista del Mediterráneo, que divide e incomunica al Vallès consigo mismo, en lugar de unirlo. Y todo ello (industrias, urbanizaciones, turismo) comporta un aumento exponencial en la demanda de energía que inunda el cielo del Vallès, como el de otros lugares, de líneas de alta tensión.

Figura 2. El Vallès Occidental: situación.



Fuente: Google Earth.

Con la muerte de Franco y la Transición, llegan los ayuntamientos democráticos, y con ellos la ímproba tarea de intentar ordenar el territorio, de equilibrar la conservación del paisaje con el crecimiento económico. La obra de los ayuntamientos y otras administraciones democráticas es innegable y merecedora de elogio, aunque no siempre las actuaciones sean acertadas. Consiguen salvar y restaurar centros históricos, dignificar barrios de inmigración y procurar su integración, cuando menos urbanística, forzar a que las urbanizaciones se doten de los servicios mínimos imprescindibles, racionalizar mínimamente la ubicación industrial, así como la de un nuevo fenómeno: las grandes superficies comerciales, negociar las infraestructuras... Aun así, el daño es grande y está muy extendido y erradicarlo completamente es impensable.

Durante un tiempo, todavía, en período democrático, la industria crece, otra clase de industria basada en las nuevas tecnologías (es la época del *Silicon Vallés*) y el comercio también (La Roca Village, Eix Macià de Sabadell, el Centre Comercial de Sant Cugat...). Esto supone un mayor volumen de negocio, al cual se vincula bastante directamente (hay otros factores) el crecimiento del parque hotelero de categoría media-alta, pero también supone un nivel de ocupación laboral considerablemente bueno, que atrae nuevas oleadas de inmigración extranjera, de más difícil integración, en torno a la cual se llegan a generar conflictos destacables como el del barrio de Can Anglada en Terrassa (MARIMÓN y TOBARRA, *El País*: 16/05/2003).

En estos últimos años, llega la recesión económica, que paraliza toda posibilidad de crecimiento industrial y comercial tal como se había venido entendiendo hasta el momento. No podemos tratar aquí un fenómeno tan complejo, pero sí existe un aspecto en el que todos los analistas parecen convenir: que esta crisis es tan sólo una fase, como un movimiento telúrico, que tarde o temprano pasará, pero que indefectiblemente está señalando un cambio estructural en el modelo económico, que posiblemente vendrá precedido por otros movimientos. No tiene mayor interés cómo debe denominarse a esta situación, si es el fin o la reconversión del capitalismo, pero comportará sin duda actividades y hábitos económicos nuevos, la recesión de sectores económicos tradicionales y el auge de otros: no volveremos a vivir del crecimiento inmobiliario indiscriminado, ni de una industria automovilística de rotación exponencial, ni de un consumismo desenfrenado e irreflexivo, de la misma manera que ya teníamos claro que no volveríamos a vivir de la siderurgia o de la industria textil.

Ante el nuevo panorama que se ha ido dibujando, el turismo aparece relativamente bien posicionado. El ocio se ha convertido, de manera creciente, en un bien, casi una necesidad, prácticamente irrenunciable, muy especialmente cuando la exigencia de la productividad (innovación, eficiencia...) parece condición *sine qua non* de cualquier actividad económica. Y la asociación del ocio con el turismo (aunque sea de estancias cortas), con la necesidad de desconectar de la rutina cotidiana, es un fenómeno también claramente apreciable. El impacto de la crisis actual sobre el turismo ha sido comparativamente menor y sobre todo diferencial. El turismo que más ha retrocedido es el turismo de lujo y de largas distancias, en cambio, el turismo de proximidad ha sufrido muy poco la coyuntura (VV. AA., 2010a) y el perjuicio ha afectado sobre todo al gasto indirecto. Para el turismo de proximidad parece, pues, un buen momento para repensarse, redefinirse y resituarse en el mercado. Si se quiere decir con mayor rotundidad, no le queda otro remedio que hacerlo.

3. EL VALLÈS OCCIDENTAL Y EL TURISMO DE PROXIMIDAD

El Vallès, y concretamente el Vallès Occidental, tiene sus mejores oportunidades en el turismo de proximidad y también en el turismo de negocios, que no trataremos aquí puesto que merece un análisis aparte y vinculado a otras variables, a pesar que, en buena medida, la capacidad de captación de este tipo de turismo, radica en oportunidades similares a las del turismo de proximidad.

El Vallès está inmerso, en un sentido amplio, en la conurbación de Barcelona, que incluye, no sólo Barcelona y el Barcelonès, sino también las comarcas del Baix Llobregat, el mismo Vallès, tanto el Occidental como el Oriental, el Maresme, e, incluso, todo el Bages, parte de la Anoia y Osona, como mínimo. Esto supone un volumen de entre cinco y seis millones de visitantes potenciales. Las comunicaciones, sobre todo por carretera y, en menor medida, ferroviarias, son potencialmente muy buenas, por más que la diversidad de usos a las que están sometidas, a menudo provoquen colapsos en determinadas vías y a determinadas horas. Esta situación debería mejorar sensiblemente con la próxima inauguración de la B-40, que será una autovía que circunvalará el área metropolitana de Barcelona, constituyendo una prolongación de la A-7, que se iniciará en la población de Abrera (Baix Llobregat), donde enlazará con la A-2 para continuar circunvalando Terrassa, Sabadell y Granollers (Vallès Oriental) y finalizando en la autopista C-60, que llega hasta Mataró (Maresme).

Aprovechando esta facilidad estructural de comunicación, el turismo de proximidad en el Vallès se puede concebir en dos sentidos complementarios:

- a) Visitantes de día, o de fin de semana, procedentes de la misma área metropolitana, en sentido amplio, y eventualmente de más lejos.
- b) Visitantes extranjeros o de otras zonas de España, que optan por el Vallès como base para visitar Barcelona y, eventualmente, otros destinos de Cataluña.

Para explotar estas dos líneas es necesario que existan, comercializados y adecuadamente posicionados y promocionados, los productos correspondientes.

Los visitantes de día o de fin de semana, procedentes principalmente del área metropolitana, se enfrentan a un elemento que incita a la visita y a otro que la disuade (una fortaleza y una debilidad). La fortaleza es la facilidad de comunicaciones: el Vallès está cerca y existen diversas formas de ir y venir en un día (o dos); la debilidad es el paisaje en su conjunto. La herencia dejada por el crecimiento industrial y urbanístico, las infraestructuras viarias y energéticas y la sensación de caos que todo ello comporta, no hacen del Vallès Occidental un destino atractivo *a priori*.

Paradójicamente, tanto en un caso como en el otro, las líneas de actuación deberían ser las mismas: mejorar las comunicaciones y mejorar el paisaje.

Mejorar las comunicaciones, aunque las comunicaciones sean estructuralmente buenas: para minimizar la intensidad y frecuencia del colapso de las grandes vías (favoreciendo, por ejemplo, el transporte ferroviario de mercancías y el transporte público en el propio Vallès y entre el Vallès y Barcelona); para minimizar el impacto paisajístico y ecológico; para modernizar infraestructuras obsoletas que aún subsisten y comunican núcleos importantes como Sabadell y Terrassa, Terrassa y Martorell... Mejorar el paisaje, aunque parezca una tarea titánica, pensando en el Vallès Occidental como un todo, creando elementos de minimización de la contaminación visual y acústica entorno a las grandes vías de comunicación y zonas industriales, continuando con los planes de mejora de urbanización e integración de barrios y centros históricos... e incluso actuando quirúrgicamente cuando las circunstancias lo requieran y el balance de costes y beneficios lo aconsejen. Con estas actuaciones no se consiguen resultados espectaculares a corto plazo, pero, con el tiempo, pueden lograr transformaciones substanciales. La consigna es actuar decididamente desde el primer momento para conseguir resultados a medio y largo plazo.

En cualquier caso, para que los virtuales visitantes deseen ir al Vallès, es necesaria la existencia de una oferta turística claramente estructurada y diferenciada, que ahora no existe.

Una prospección de campo mínimamente esmerada nos conducirá a dos conclusiones insoslayables:

- a) El Vallès Occidental no tiene una oferta turística conjunta, a pesar de disponer de recursos de notable interés.
- b) La única población del Vallès Occidental que muestra una cierta vocación turística es Terrassa, aunque está turísticamente mal explotada.

El desinterés y la descoordinación turística del Vallès Occidental como un todo es evidente desde los propios elementos promocionales: no hay una promoción conjunta de los principales iconos, que pueda retener y entretener a los visitantes, y, en cambio, se ha optado por crear algunas rutas sobre el papel (el Camino de los Monjes, la Ruta de los Tres Montes...) de escaso impacto efectivo en cuanto a número de visitantes y repercusión económica directa e indirecta. Existen muchos más indicadores de este fenómeno, que, por otra parte, resulta evidente: no existe una señalización clara y uniforme, no hay una red de oficinas de turismo coordinadas entre ellas, existe un Consorcio de Turismo del Vallès del que sólo participan algunos municipios...

Hay recursos turísticos potencialmente interesantes, pero que, o bien no son explotados como tales, o bien se encuentran en una situación de *stand by* por obras, o tienen un régimen de explotación inadecuado o insuficiente. Veamos algunos ejemplos. En el primer caso, tendríamos, la Fundación Llorens i Artigas de Gallifa o la Fundación Josep Maria Folch i Torres, de Palau Solità i Plegamans, atractivas, *a priori*, para el visitante catalán, por la popularidad e interés de ambos personajes, pero que en la práctica no están activadas, permanecen virtualmente cerradas, visitables sólo en unas condiciones turísticamente inviables. En el segundo caso, podemos citar una casuística muy variada, desde el Ecomuseo Urbano de Rubí, al Castillo de Sentmenat, o el Museo de Aperos de Labranza de la Masia de Can Déu de Sabadell, que sólo abre los domingos por la mañana. Iconos tan importantes como el

Monasterio de Sant Cugat sólo permiten visitar el claustro y la Iglesia (con culto) y dos pequeñas exposiciones, muy pobres para la importancia del lugar y una de las cuales, además, está instalada en la parte superior (renacentista) del claustro, dificultando la apreciación de conjunto del mismo. Teóricamente, el monasterio forma parte del Museo de Sant Cugat, que se complementa con una pequeña, pero cualitativamente importante, colección de tapices, de la llamada Escuela Catalana de Tapices de Sant Cugat, ubicada muy lejos del monasterio, en la casa Aymat, hecho que limita drásticamente su virtualidad turística. Sant Cugat tiene también otro equipamiento patrimonial de primer orden, el Archivo Nacional de Cataluña, sin ningún tipo de promoción para la visita turística y completamente desvinculado de los anteriores. Es evidente que Sant Cugat no contempla el turismo entre sus prioridades, una opción, por otra parte, muy lícita. Lo mismo se podría decir de tantas otras poblaciones del Vallés Occidental, como Rubí, Cerdanyola..., pero, donde quizás el hecho sea más chocante es en Sabadell. A parte del Museo del Instituto Catalán de Paleontología Manuel Crusafont, los museos y otros elementos patrimoniales de Sabadell son muy pobres y/o de uso local. Pobre y de un interés como mucho didáctico, es el Museo de Historia, y de uso local son monumentos con la iglesia de Sant Julià d'Altaura, el parque del río Ripoll, con la Masia de Can Déu, ya citada, o, dentro del continuo urbano de Sabadell, la interesante y escasamente publicitada iglesia de La Románica, en Barberà. Lo mismo ocurre con la ermita de Sant Feliuet, de Sant Quirze, pero ésta tocando a Rubí, también cerrada, y otras. Sabadell, como si pretendiera reafirmar esta opción, no tiene ni tan sólo una oficina de turismo (y estamos hablando de una ciudad de 207.000 habitantes).

4. LA VOCACIÓN TURÍSTICA DE TERRASSA

Terrassa es un caso a parte. No hace falta ni tan siquiera ir a la ciudad para afirmar su vocación turística: en la radio se puede oír frecuentemente la cuña publicitaria de la ruta de *Terrassa amb els cinc sentits* (*Terrassa con los cinco sentidos*). También tiene una oficina turística, pequeña y casi escondida en la entrada del ayuntamiento, pero oficina al fin y al cabo. También tiene recursos turísticos más que notables. Lo que no tiene Terrassa es un producto bien estructurado. Por decirlo mediante una expresión popular: ha puesto el carro delante de los bueyes.

¿Cuáles son los atractivos turísticos de Terrassa? Básicamente se articulan alrededor de dos ejes históricos claramente diferenciados: la Terrassa medieval, con el espléndido conjunto de iglesias prerrománicas de Sant Pere, y la Terrassa industrial, que tiene como icono principal el Vapor Aymerich, Amat i Jover, sede del Museo Nacional de la Ciencia y la Técnica (mNACTEC). Todavía existe un tercer elemento de gran potencialidad, compartido con Sabadell y otras poblaciones: El Parque Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac, a un paso del casco urbano.

El más importante, turísticamente hablando, de estos tres polos de atracción, es el de la Terrassa industrial. ¿Qué es lo que el visitante puede esperar ver y disfrutar de los elementos que la componen y las experiencias y conocimientos que le pueden ofrecer? Obviamente, la representación de uno de los principales, sino el principal, foco de la industrialización en Cataluña: las fábricas, la arquitectura, la vida de los dueños y de los trabajadores... Todo ello existe, pero dispuesto de una manera rotundamente ineficaz. A parte de otras edificaciones dispersas por la ciudad, una visión de conjunto de este fenó-

meno y esta época debería contemplar como mínimo: a) la fábrica, b) la casa burguesa, c) las viviendas de los trabajadores, y posiblemente d) un museo del modernismo, el estilo arquitectónico y decorativo estrechamente ligado a la Revolución Industrial en Cataluña. Analicemos estos elementos.

- a) Como fábrica, la ciudad tiene un edificio espléndido y perfectamente situado, el citado Vapor Aymerich, Amat i Jover. Como hemos dicho, esta fábrica es la sede central del mNACTEC, hecho que debería ser una garantía, pero que se convierte en su peor quebradero de cabeza. El mNACTEC no tiene una definición museológica clara. Se mueve entre: a) ser un museo de la industrialización en Catalunya; b) ser un museo de la técnica y la ciencia universales; c) ser un museo eminentemente didáctico; d) ser un museo gestor de colecciones y e) ser el ente gestor de un maremágnum de museos, fábricas en desuso y otras instalaciones industriales esparcidas por toda Cataluña. Resultado: por una parte, un discurso confuso, donde, literalmente, se puede encontrar, junto a una exposición sobre el acelerador de partículas del CERN, una heterogénea colección de automóviles, por encima de la cual pasan las correas de tracción originales de la maquinaria de la fábrica y que tiene, justo debajo, en el piso inferior, una explicación didáctica de la técnica desde el paleolítico hasta la protoindustrialización. La museografía, por otra parte, a base de grandes y vistosos paneles separadores, impide ver la fábrica en sí misma, extraordinario monumento del modernismo industrial, en toda su magnitud. Tan sólo se puede intuir, ver el techo, o la maqueta. Y, todavía, como detalle menor, pero turísticamente importante, no tiene prácticamente ningún merchandising propio, a parte de los cuadernos didácticos.

Figura 3. El Museo de la Ciencia y la Técnica de Terrassa.



Fuente: L. Prats.

Obviamente, el mNACTEC debería ser un museo de la industrialización en Cataluña, en el que se mostrara fundamentalmente, y se resaltara, el edificio y la maquinaria propia de la época. La labor de explicación de la ciencia y la técnica, a todos los niveles, y con recursos didácticos excelentes, la lleva a cabo, muy satisfactoriamente CosmoCaixa, uno de los museos más visitados de Cataluña, con el cual el mNACTEC no puede, ni debería intentar competir en manera alguna, sino complementarse.

- b) La casa burguesa que se puede visitar en Terrassa es la Casa Alegre de Sagrera, estructuralmente impecable, pero que, por contenidos, no cumple en absoluto con esta función. De la antigua vivienda como tal, únicamente se pueden visitar algunas estancias comunes (entrada, despacho, salón, patio...). Las habitaciones, lejos de presentarse como tales y con los muebles de la época, acogen colecciones de lo más variopinto, como si fueran pequeños museos independientes: desde una sala dedicada a los escritores Agustí Bartra y Anna Murià, a otra dedicada a la escultura oriental, u otra a otro escritor, menor, de la localidad, Ferran Canyameres... El ala del servicio se encuentra literalmente desmantelada y reconvertida en otra especie de museo dentro de la casa, ocupada principalmente por una colección de dibujos de Mateu Avellaneda, ilustrador local, muy interesante, pero completamente fuera de lugar. La Casa Alegre de Sagrera debería recuperar plenamente, mediante la reubicación de colecciones, la obtención del mobiliario adecuado y la reconstrucción del ala de servicio, la integridad de una casa propia de la burguesía industrial egarense.
- c) Terrassa no dispone, y es una carencia perentoria, de una (o más) vivienda obrera de la época, activada y visitable. Dentro de la confusión de ámbitos y discursos del mNACTEC hay una reproducción idealizada del interior de una casa, que de ninguna manera se puede considerar una vivienda obrera. Cualquier iniciativa bien encaminada en este sentido, sería, más que conveniente, absolutamente necesaria.
- d) También se echa de menos en Terrassa un espacio en el cual se pueda contemplar con más detalle, tanto la arquitectura residencial como las artes decorativas modernistas de esta época. En este sentido, existe un magnífico edificio turísticamente desaprovechado: la Masía Feixa, destinada inexplicablemente a alojar dependencias administrativas, entre ellas, para mayor paradoja, la sede de la Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya (XATIC). Evidentemente, estos servicios podrían ubicarse en cualquier otro lugar y la Masía Feixa debería servir como museo del modernismo (el nombre es lo de menos) para mostrarse ella misma, por dentro y por fuera, y para mostrar también aquellos elementos modernistas que se pudieran reunir.

Con estos cuatro elementos activados, con una oficina de turismo redimensionada y resituada, Terrassa tendría, de momento, un producto muy potente y bien estructurado

entorno a la industrialización en Cataluña, un producto que, naturalmente, debería poder visitarse tanto libremente como mediante visitas organizadas, que debería poder poner en marcha, progresivamente, actividades complementarias, potenciar su *merchandising* propio y original, destacar su oferta de restauración... a parte de la señalización de otros edificios y elementos visitables, a criterio del cliente, sin densificar excesivamente el espacio turístico, para no producir un efecto de agobio.³

El otro núcleo turísticamente explotable de Terrassa se encuentra físicamente separado del anterior, en el Parque de Vallparadís, entorno al conjunto central de las iglesias de Sant Pere que constituyen la que fue la sede del obispado de Ègara desde el siglo V. Esta separación física es, *a priori*, un factor beneficioso, ya que no “obliga” al visitante a verlo todo en un sólo día y favorece la repetición y la estancia de fin de semana. Por otro lado, no es tan grande como para que, quien quiera, no pueda recorrerlo todo en una sola visita.

El conjunto de las iglesias de Sant Pere (Sant Pere, Sant Miquel y Santa Maria), a diferencia de los elementos anteriores, tiene una museología y una museografía impecable, respetando en todo momento el protagonismo de los monumentos. La interpretación se ofrece mediante visitas concertadas organizadas por el ayuntamiento y también existe un servicio de autoguías en cuatro idiomas. Cabe destacar la importancia de este conjunto, único de sus características en Cataluña, y capaz de atraer por sí mismo a turistas de distintas procedencias, interesados por el románico.

En el mismo parque de Vallparadís, se encuentra el Castillo Cartuja de Vallparadís, sede del Museo de Historia de Terrassa. El Castillo Cartuja es arquitectónicamente muy interesante, en cambio la museología y la museografía del museo debería replantearse completamente y probablemente reubicar las colecciones, por lo menos en parte, en otro emplazamiento. Es peligroso para el atractivo del conjunto que, en una misma visita, se unan elementos de entidad tan diversa, ya que, en la experiencia, tienden a formar una sola ecuación, mediante la cual, los elementos más obsoletos pueden rebajar el interés de los más brillantes. Tal vez (es sólo una especulación) el Castillo Cartuja de Vallparadís podría actuar como verdadero centro de interpretación de las iglesias de Sant Pere, y acoger los servicios y el *merchandising*, ahora inexistente. Complementariamente, al lado del parque, se ubica el moderno Centro de Documentación y Museo Textil. Se trata de un museo peculiar ya que no dispone de salas de exposición permanente, sino que estructura sus colecciones en exposiciones temporales. Esta dinámica operativa complica la integración de este equipamiento en la oferta turística de la ciudad.

El tercer polo de interés turístico de Terrassa y de todo el Vallès Occidental es el Parque Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac. Actualmente, el parque es una zona de recreo y contacto con la naturaleza para el Vallès Occidental y otras comarcas vecinas. Los visitantes foráneos son más excursionistas, en el sentido tradicional del término, que visitantes turísticos. Sería preciso saber, en este sentido, si existe un interés por promocionar

³ Este tipo de productos locales son más fáciles de promocionar que de comercializar. Actualmente, algunos servicios de Internet como TeleEntrada, Atrápalo, etc. han demostrado un alta eficacia en este sentido.

turísticamente el parque, o bien se quiere conservar este carácter fundamentalmente local, cosa perfectamente comprensible y legítima. Si se quiere explotar turísticamente, la carencia principal que presenta el parque es la ausencia de un sistema de transporte público que pueda recorrer algunas de sus pistas y llegar a alguno de los puntos más interesantes (La Mola, La Casa de l'Obac...). Esto requeriría vehículos mecánicos adaptados que pudieran trasladar a los visitantes desde Terrassa, y si procede, desde otras poblaciones, hasta los puntos citados, o bien, complementariamente, que les pudiesen recoger en los principales puntos de entrada, como el Coll d'Estenalles, por ejemplo. Es evidente que, en este caso, debería procurarse el mínimo impacto ecológico posible y las mínimas molestias para los peatones, cosa que implica tanto la adaptación de los vehículos, como de los caminos. También existen fórmulas menos agresivas, como son los vehículos de tracción animal (combinados si se quiere con transporte discrecional desde las ciudades próximas), en este sentido hay en Cataluña iniciativas muy exitosas como es el caso de la empresa Paisaje y Aventura, en la Serra de Castelltallat. Otro punto débil del parque, desde el punto de vista turístico, es la restauración, pero éste es un aspecto que, normalmente, se retroalimenta con la propia explotación turística.

5. EL VALLÈS OCCIDENTAL COMO BASE TURÍSTICA

Hemos planteado al principio la capacidad y oportunidad del Vallès Occidental para posicionarse como base para un turismo orientado a visitar Barcelona y otros destinos fuera de la comarca (Montserrat, Port Aventura-Tarragona, la Costa Brava...). La centralidad y buenas comunicaciones del Vallès Occidental ciertamente lo favorecen. No en vano la comarca se insiere en uno de los principales ejes de comunicación de Cataluña, la Depresión Prelitoral, por la que transcurre la autopista AP-7, que comunica Francia con el litoral Mediterráneo y el interior de la Península. En este caso, lo más importante es la ventaja económica que puede suponer las características del parque hotelero y el posicionamiento (seguramente respecto a un turismo familiar).

La estrategia turística, en este caso, se centra muy expresamente en el sector hotelero y de apartahoteles. La repercusión indirecta sobre otros sectores económicos de la zona es mínima. El Vallès Occidental tiene un razonable parque hotelero, muy concentrado en Terrassa y Sabadell (a parte de los hoteles del entorno de la autopista, que cumplen otra función, de parada o receso en desplazamientos largos). Este último sector tiene sin embargo una dinámica propia y algunas singularidades que pueden determinar su orientación en este sentido. El hecho no impide que las condiciones de base que hemos citado sean aprovechadas por nuevos establecimientos hoteleros, siempre y cuando puedan posicionarse en unas condiciones de competencia ventajosa con respecto a los hoteles de Barcelona. El posicionamiento, en este sentido, hacia un mercado familiar, parece venir dado, de un lado, por condiciones objetivas, como es la dificultad para regresar a altas horas de la noche desde Barcelona, pero también debería ser una exigencia social, ya que, si bien es difícil esperar beneficios indirectos (más allá de, si se quieren considerar como tales, los empleos que se puedan crear en el sector hotelero), sí que, contrariamente, se podrían derivar perjuicios directos si el posicionamiento se dirigiera, por ejemplo, a un

público joven: grupos de estudiantes, etc., que fácilmente pueden amenazar la tranquilidad ciudadana.

Siguiendo esta argumentación, se puede considerar incluso la promoción del Vallés como “corazón de Cataluña”, una base turística bien equipada y equidistante de muchos centros de interés que permite visitar el país con unos precios y unas condiciones ventajosas, más ventajosas, en todo caso, que las bases tradicionales de Barcelona, la Costa Brava, el Maresme, el Garraf o la Costa Daurada: por precio, tranquilidad, servicios y distancias.

6. OPORTUNIDADES Y RETOS

El Vallés Occidental tiene ante sí interesantes oportunidades turísticas vinculadas al turismo de proximidad.

En un caso, como destino final, la única ciudad que, por el momento, está en condiciones de elaborar, comercializar y promocionar un producto turístico es Terrassa, y ello llevando a cabo modificaciones sustanciales en sus principales atracciones. Para realizarlo, Terrassa necesita reunir diversas voluntades en una misma dirección, ya sea mediante un consorcio o mediante un liderazgo firme. Si estas voluntades no pueden reunirse y no se toman decididamente las medidas necesarias en este sentido, Terrassa, como destino turístico, fracasará. Por otra parte, Terrassa es la punta de lanza a la que se pueden enganchar, por lo menos al principio, como una extensión de los productos del destino, otros productos ubicados en otros lugares del Vallés Occidental. Por ello, del *take off* de Terrassa dependen, no tan sólo el futuro del turismo en la propia ciudad, sino, en cierta manera, del conjunto de la comarca.

La otra oportunidad, la de ejercer como base turística para la visita de Barcelona y el resto de Cataluña, ya no está vinculada a una población en concreto, y, por tanto, a las administraciones, sino a un sector económico, el hotelero, y una línea de negocio. Obviamente, ambas oportunidades se completan. La primera puede aportar clientes a la industria hotelera mientras que la segunda puede proporcionar visitantes a los productos turísticos vallesanos.

Dicen que los períodos de crisis son también períodos de grandes oportunidades. Ciertamente, el momento parece propicio para emprender una actuación conjunta en los sentidos señalados. Como siempre, las oportunidades se aprovechan cuando los emprendedores públicos y privados son capaces de establecer sinergias positivas, generosas y decididas. De lo contrario, las oportunidades se pierden, o, aún peor, se desaprovechan desarrollándolas a medias, generando pérdidas de toda índole y frustrando expectativas.

BIBLIOGRAFÍA

AUBARELL, G. y ROCA, A. (2003): *Inmigración en Cataluña. Perspectivas de la inmigración en España: una aproximación desde el territorio*, Barcelona, Icaria.

CANYAMERES, F. (1960): *El Vallès: vigor i bellesa*, Barcelona, Selecta.

CARRERES i MARTÍ, Joan (dir.) (1982): *Gran Geografia comarcal de Catalunya*, Vol. VI: *Vallès Occidental, Vallès Oriental, Maresme*, Barcelona, Fundació Enciclopèdia Catalana.

COSTA, J. et al. (2008): *Dossiers Comarcals; Vallès Occidental*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament d'Innovació, Universitats i Empresa (publicación on line disponible en http://www.gencat.cat/diue/doc/doc_18543722_1.pdf).

FERRAN, D. (2009): *Ecclesie Egarenses. Les esglésies de Sant Pere de Terrassa*, Barcelona, Caixa de Terrassa-Lunweg Editores.

LACUESTA, R., CASALS, L. y GONZÁLEZ, X. (2006): *El modernisme a l'entorn de Barcelona*, Barcelona, Diputació de Barcelona.

LÓPEZ PALOMEQUE, F. (dir.) (2009): *Atles del turisme a Catalunya*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament d'Innovació, Universitats i Empresa.

MAS i CANALS, D. (1989): *El relleu del Vallès Occidental*, Barcelona, Institut d'Estudis Catalans.

OLLER, J. M. (2002): *El Modernisme a Terrassa*, Barcelona, Lunweg.

PRATS, L. (1996): *La Catalunya rànica. Les condicions de vida materials de les classes populars a la Catalunya de la Restauració segons les topografies mèdiques*, Barcelona, Alta Fulla.

VELÁZQUEZ, T. (2001) "La sociedad multicultural y la construcción de la imagen del otro", ponencia presentada en las *Jornades sobre Comunicació i Cultura de Pau*, organitzades per la Càtedra UNESCO de Comunicació de la UAB y celebrades los días 28 de febrero y 1 de marzo de 2001 (ponencia en línea, disponible en <http://www.uab.es/incom/catunesco>).

VV. AA. (1981): *Catàleg d'edificis d'interès historicoartístic de Terrassa*, Terrassa, Gerència Municipal d'Urbanisme.

VV. AA. (2010a): *Enquesta de Cojuntura del Vallès Occidental*, nº 11, Generalitat de Catalunya, Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Sabadell y Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terrassa.

VV. AA. (2010b): *Informe Deloitte. Expectativas 2010. Retos para la hosteleria después de la crisis*, Nueva York, Deloitte Touche Tohmatsu.