

TURISME... TURISME CULTURAL... TURISME INDUSTRIAL?

Anna B. Mata i Cubells · Projectió de la Ciutat i Turisme · Ajuntament de Terrassa

“El turisme cultural és aquella forma de turisme que té per objecte, entre d’altres finalitats, el coneixement de monuments i llocs històrics i artístics. Exerceix un efecte realment positiu sobre aquests en tant que contribueix –per tal de satisfer les seves finalitats pròpies– al seu manteniment i protecció. Aquesta forma de turisme justifica, de fet, els esforços que aital manteniment i protecció exigeixen de la comunitat humana, pels beneficis socio-culturals i econòmics que comporta per a tota la població implicada.”

Carta del Turisme Cultural, adoptada per l’ICOMOS el novembre del 1976

S’acostuma a afirmar que el turisme és un fenomen recent. I és cert si ens centrem en el turisme anomenat de masses. Però els orígens són anteriors...

Els viatgers turistes

Els primers turistes europeus –altrament dits “viatgers”–, a l’Europa del segle XVIII, viatjaven moguts essencialment per interessos científics, comercials i culturals. En la relació dels aspectes que havien d’interessar aquest viatger, i sobre els quals havia de reflexionar i fins i tot investigar, hi apareixen essencialment temes de caràcter cultural i científic. A més de la mateixa geografia del viatger, disciplines com l’astronomia, els aspectes polítics i normatius –com ara les lleis i règims polítics de cada territori– el comerç, la indústria, la tecnologia, els costums o els cicles festius eren centres d’interès d’aquests primers turistes. També s’havien d’interessar per la vida intel·lectual, les universitats, els arxius i les biblioteques, i no deixar de visitar palaus, temples i esglésies, preguntar els habitants del país i entrevistar-se amb els homes savis... En definitiva, l’objectiu del visitant era convertir el viatge en un profitós instrument de formació i de coneixement.

Al segle XIX, els viatgers es continuen desplaçant moguts essencialment pels mateixos interessos, però aquest tipus de viatges comença a ser popular entre les classes dominants. Un bon exemple el trobaríem en les diverses guies urbanes de les principals ciutats europees, on ocupen un bon nombre de pàgines les informacions de caràcter cultural i on es relacionen detallades descripcions dels monuments artístics, però també de les institucions científiques i culturals (acadèmies, museus, biblioteques, universitats) que un viatger il·lustrat no podia deixar de visitar. Així mateix, en aquestes guies s’hi comença a incloure fàbriques i indústries, com a elements destacats.

Aquesta valoració positiva de la indústria està, sens dubte, relacionada amb la novetat d’aquestes instal·lacions i amb la valoració del progrés i dels avenços científics i tecnològics.

Als inicis del segle XX, l'aristocràcia i la burgesia continuaren realitzant aquests viatges d'aprenentatge i coneixement arreu del món que, després, s'incorporen bé a les arts pictòriques i decoratives, bé als coneixements geogràfics, històrics i científics, bé a la mateixa indústria i als processos fabrils.

Els turistes i les vacances

És després de la II Guerra Mundial, al moment en què es produeix la massificació del turisme al món occidental, quan el viatge es converteix en una forma de descans i de relació social i quan s'estén àmpliament el turisme de vacances, especialment vinculat al sol i la platja, atès que van ser els treballadors dels països del centre i el nord d'Europa els primers d'aconseguir drets laborals. La disminució de la jornada laboral, l'augment dels salaris i l'assoliment de guanys laborals com ara les vacances pagades van permetre que cada cop més ciutadans gaudissin d'un descans anual.

Essencialment, van canviar les persones que es desplaçaven i van canviar els motius pels quals ho feien. Ara eren majoritàriament obrers, obrers industrials que treballaven habitualment dins les fàbriques durant tot l'any. Per tant, no tenien cap interès, ans al contrari, a visitar instal·lacions que s'assemblaven a aquelles de les quals fugien per vacances.

Paral·lelament, la mobilitat augmentava, en augmentar el nombre d'automòbils fabricats, i el transport aeri millorava, alhora que se n'ampliava l'ús, la qual cosa permetia, en primer lloc, realitzar viatges de vacances dins el propi país i, després, a països estrangers abans visitats només per les classes benestants, i als quals els sectors populars hi acudien buscant el sol, la platja i la diversió. Apareixen els viatges en grup, que combinen transport i estada. La destinació del viatge de vacances sovint no té una rellevància especial. De vegades, el turista té fins i tot una total ignorància i indiferència respecte del lloc que visita. A partir dels anys cinquanta, i fins a l'actualitat, alemanys, britànics i francesos comencen a passar les vacances anuals a les costes mediterrànies del nostre continent.

Per descomptat, els elements culturals mai no van deixar d'estar totalment absents d'aquests viatges turístics. El combinat turístic, essencialment de sol i platja, acostumava a incorporar, com a alternativa i complement, visites a monuments, llocs d'interès (culturals, comercials) i festes i singularitats locals.

Però el turisme cultural, especialment dels darrers 10 anys, suposa un canvi qualitatiu important: el coneixement d'aquests elements culturals es converteix en l'objectiu essencial del viatge.

Amb l'augment de l'educació dels turistes i de les seves referències històriques i culturals, els llocs visitats han passat a omplir-se de referències i noms coneguts. Al llarg del segle XX s'havia anat produint una reducció vers els elements artístics del que es considerava que havia de veure un turista. Un reduccionisme que tenia tam-

bé una dimensió cronològica, en centrar l'interès en el món clàssic i l'art medieval, renaixentista i barroc; més tard, també va interessar l'art del XIX i començaments del XX.

En els darrers anys, el canvi produït en el turisme massiu ha incorporat nous elements a les imatges del paisatge rural i urbà i s'ha incrementat l'interès per les restes materials de l'època contemporània, alhora que pels elements populars i autòctons.

Dins d'aquestes restes materials del segle XX, la revolució industrial, els seus orígens, processos i tècniques industrials, a més dels fets econòmics, polítics i socials en què es van desenvolupar, han donat lloc a la matèria primera del que anomenem turisme industrial. El desenvolupament d'aquest tipus de turisme constitueix, en certa mesura, el retorn als orígens del turisme.

Sens dubte, això està directament relacionat amb una demanda cada cop més exigent, fruit de la participació en els desplaçaments turístics d'una població massivament escolaritzada i amb un nivell cultural més alt.

Vacances, oci... i coneixement, i experiències

Les destinacions de sol i platja, primer a Europa i actualment arreu del món, competeixen fortament entre si per atraure el màxim nombre de turistes, a fi d'incrementar el seu volum de negoci, i malden per generar propostes noves i imaginatives que els donin un valor afegit d'atractivitat.

D'altra banda, alguns països europeus han desenvolupat propostes culturals adreçades, en primer lloc, a atraure la seva mateixa població local o regional, basant-se en elements identitaris i d'història local o en costums singulars i que, progressivament, atrauen turistes estrangers.

Els darrers anys, conceptes com ara turisme rural, turisme d'aventura, de neu, termal... s'han estès àmpliament, adreçats a segments de públics específics i associats a la desestacionalització del temps de lleure.

El turisme industrial, com el turisme cultural, és un retorn a la tradició del turisme originari, abans esmentat, del segle XIX.

A partir dels anys setanta del segle XX, la innovació tecnològica introdueix en les indústries l'automatització i la robotització, en paral·lel amb els processos de reestructuració de les indústries i a la disminució del nombre de treballadors del sector secundari, altrament dits obrers. Tot aquest procés es produeix simultàniament a l'augment general de l'accés a la cultura, a un cansament envers les formes tradicionals de vacances i a un interès per conèixer aquesta història encara recent i propera.

El turisme industrial és relativament nou a Catalunya i a l'Estat, però des de fa anys és una modalitat turística consolidada a determinats països d'Europa: Alemanya, el Regne Unit, els Països Baixos i França, així com els Estats Units, són països amb una oferta permanent i un públic nombrós en l'àmbit del turisme industrial,

tant el basat en els elements patrimonials com en la indústria viva, amb la visita d'indústries en actiu.

El patrimoni industrial fa relativament pocs anys que ha estat posat en valor. Per tant, no cal dir que hi ha resistències envers el fet de considerar el turisme industrial com una branca del turisme amb prou capacitat d'atracció per a capturar públic més enllà dels professionals especialitzats i dels escolars. Aquestes resistències són de tota mena: des de la de considerar que la indústria no és un bé cultural, que no té valors estètics o que la visita a fàbriques i indústries no és gens elegant, fins a la dels mateixos propietaris d'aquestes instal·lacions, als quals els resulta més rendible vendre la maquinària com a ferralla i enderrocar la fàbrica per a edificar-hi habitatges. I, per acabar-ho d'adobar, les fàbriques acostumen a estar situades majoritàriament a zones allunyades de les tradicionals rutes turístiques.

El paper que ha exercit i que exerceix el Museu Nacional de la Ciència i la Tècnica de Catalunya (www.mnactec.cat), situat a Terrassa, i el seu Sistema de museus, estès per tot el país, ha estat determinant, tant per a la salvaguarda i el manteniment d'aquest patrimoni com per al seu coneixement i difusió.

Pel que fa a Catalunya, que el 2006 va rebre 25 milions de turistes (d'aquests, 7 milions a la ciutat de Barcelona), el turisme industrial hi pot desenvolupar un fort paper. Hi té un paper determinant la Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya (www.xatic.cat), creada el 2006; està integrada per 19 municipis que disposen de patrimoni industrial i té la voluntat de convertir-se en un recurs d'atracció turística.