

TÍTOL PRINCIPAL:

OBERT PER VACANCES

Del 8 de juny a l'1 d'octubre de 2023

Per iniciar aquest *tour* expositiu i conèixer els orígens del turisme a Catalunya és important entendre què vol dir ser turista o fer turisme. De les múltiples definicions que podem trobar, citem un fragment de la que va escriure Antoni Muntanyola en el seu llibre fa uns noranta anys.

«Alguns economistes defineixen el *turista* com aquella persona que viatja moguda per un interès no lucratiu, això és, sense actuar com a productora. La conveniència, però, de facilitar l'estadística i les dificultats que presenta una classificació precisa de mòbils de cada viatger, ha fet que avui es doni el nom de *turista* d'una manera general a tot aquell qui sojorna fora de la seva residència acostumada».

«[...] El turisme és practicat des dels temps més remots, per imperatius de salut, per esperit religiós, per interès d'estudi i pel plaer de contemplar tot allò que existeix de monumental, d'exòtic, de pintoresc. Modernament, per efecte de la difusió cultural i pels nous mitjans de comunicació, són tantes les forces motores d'aquest esport universal, que la seva pràctica ha vingut a generalitzar-se com a necessitat de l'esperit i l'equilibri, principalment, per a aquells que viuen dintre del clos trepidant de les grans ciutats [...]

Antoni Muntanyola, *Organització turística de Catalunya*, Barcelona, 1932

Temps d'escudellòmetres i de prendre aigües (finals del segle XIX – 1930)

El fenomen turístic a Catalunya sorgeix durant la segona meitat del segle XIX i les primeres dècades del segle XX. El procés d'industrialització, el creixement de les ciutats i la consolidació de la burgesia van fer aparèixer al nostre país les colònies d'estiuejants, el termalisme, les tendències higienistes i l'excursionisme, i van propiciar el naixement d'entitats com el Centre Excursionista de Catalunya. Aquests fets van influir en la modernització del transport i l'hostalatge, i en l'aparició de societats i sindicats per a l'atracció de forasters. L'organització del Primer Congrés de Turisme, l'any 1919, i les exposicions Universal del 1888 i Internacional del 1929 a Barcelona, per exemple, van ser fites per promoure el turisme a Catalunya.

Excursionisme i catalanisme

L'excursionisme a Catalunya va representar una de les primeres manifestacions del que podríem denominar *turisme cultural i esportiu*. L'any 1876 neix l'Associació Catalanista d'Excursions Científiques, que juntament amb l'Associació Catalana d'Excursions va derivar en el Centre Excursionista de Catalunya, Club Alpí Català.

L'entitat va néixer amb l'objectiu de promoure la descoberta del país i les seves arrels històriques d'acord amb els ideals del moviment de la Renaixença. Es feien excursions pel país a la recerca dels elements culturals propis de la identitat catalana, com l'arqueologia, la geografia, la geologia, l'arquitectura i l'enginyeria.

Entre les dècades de 1920-1930 l'excursionisme es va posar de moda entre les classes mitjanes, fet que va donar lloc als inicis de la massificació i el mal ús del paisatge, la qual cosa va suscitar el rebuig del CEC. Calia fomentar el desenvolupament sostenible de totes les activitats.

Turisme i salut

El desenvolupament industrial va derivar en l'augment de malalties el tractament de les quals mitjançant aigües mineromedicinales va propiciar les primeres colònies d'estiuejants que sorgiren entorn de les localitats amb aigües «miraculoses» i les viles costaneres per prendre banys de mar.

L'augment de la demanda va fer que els balnearis ampliessin l'oferta turística i esdevinguessin centres de salut i d'oci per a l'activitat social de les classes benestants. Amb el temps es va ampliar el negoci de l'explotació de les aigües termals amb la venda d'aigua embotellada, el lloguer d'habitacions i l'edificació de segones residències.

L'atracció de forasters

El turisme era sinònim d'obertura i d'elitisme. De fet, només les classes benestants es podien permetre el luxe de viatjar per plaer. Barcelona va ser una de les primeres ciutats de la Península a crear una estructura dedicada a l'atracció de visitants.

El 1908 es va fundar la Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona, impulsada per l'excalde Domènec Sanllehy i Josep Maria Folch i Torres com a cap de l'organització. Pocs anys després es creen noves societats i sindicats a Tarragona, Girona, Sitges, Olot, Manresa i comarques de Bages, el Bergadà i el Solsonès, Montseny i Vic.

Aquest nou model de societat estava inspirat en el model francès dels Sindicats d'Iniciativa creats per facilitar l'estada dels viatgers. Les SAF eren entitats independents d'utilitat pública patrocinades pels sectors públic i privat, ja que rebien aportacions econòmiques dels principals interessats en el desenvolupament turístic. Tenien com a objectiu fomentar la promoció turística del municipi i posar a disposició de viatgers i turistes tota mena d'informació sobre Catalunya.

La Companyia Transmediterrània, fundada el 1916 a Barcelona, va ser una de les primeres navilieres a oferir excursions i turisme marítim pel litoral espanyol i el nord d'Àfrica a preus «assequibles». Un viatge de Barcelona a Palma de Mallorca durava unes 10 hores i el preu del passatge de primera classe era de 64,50 pessetes i el de tercera, 25,35 pessetes, l'any 1934.

L'empresari Jaume Marill es va instal·lar a Barcelona el 1927 i va obrir Viatges Blaus, una agència de viatges situada a la Rambla. Original de Sant Feliu de Guíxols, sempre va tenir al cap el desenvolupament turístic de la Costa Brava i, aprofitant les llargues estades dels vaixells de la Companyia Transmediterrània, els va començar a llogar per organitzar viatges d'un dia fins als ports gironins.

L'any 1910 la banca J. Marsans Rof i Fills va crear una secció de viatges que més endavant es convertiria en la primera agència de viatges de tot l'Estat espanyol, Viatges Marsans, SA. Amb 12 treballadors, l'agència es va plantejar crear un perfil de viatger que requerís els seus serveis. El 1912, va introduir el sistema de xecs de viatge que permetien abonar extres i serveis fora d'Espanya.

ÀMBIT B:

Vacances obreres i ciutats jardí (1931 – 1939)

Amb l'arribada de la Segona República s'obre un nou paradigma per al turisme català. El govern republicà de l'Estat aprova la llei que donava dret a vacances pagades a totes les persones assalariades, un dret social reivindicat feia temps pels moviments obrers. Aquest fet donarà peu al futur desenvolupament del fenomen del turisme de masses.

«El trabajador tendrá derecho a un permiso ininterrumpido de siete días, al menos si su contrato de trabajo ha durado un año. El patrono, de acuerdo con el obrero, determinará la fecha en que éste haya de comenzar la vacación. El disfrute de ésta no supone descuento alguno del salario que gane el trabajador». *Gaceta de Madrid*, 22 de novembre del 1931.

Viatges i vacances obreres

Per primer cop el govern de l'Estat traspasa la gestió dels serveis oficials de turisme a la Generalitat. Apareixen noves estructures, com el Patronat de Turisme de Catalunya, i s'edita nou material de propaganda a cura del pintor i dibuixant Enric Moneny.

L'1 de juny del 1932 es posen en marxa l'Oficina de Turisme de Catalunya i el Servei de Viatges i Vacances Obreres. El 1934 s'inaugura a Barcelona el primer Saló del Turisme i dels Esports. S'obre un període ple d'esperança alhora que curt, estroncat per la Guerra Civil.

La Cooperativa Popular La Ciutat de Repòs i de Vacances va ser un projecte cooperatiu per atendre les necessitats d'organitzar el repòs i l'oci de la classe obrera lliure de qualsevol tendència especulativa i interessada. Es tractava d'una iniciativa urbanística de vuit quilòmetres de platja entre el Prat del Llobregat, Gavà, Viladecans i Castelldefels.

El projecte va ser elaborat pel Grup d'Arquitectes i Tècnics Catalans per al Progrés de l'Arquitectura Contemporània (GATCPAC) i estava dividit en cinc zones: zona de banys, zona per a caps de setmana, zona de residència, zona per a cures i zones de cultiu.

Les ciutats jardí

Les urbanitzacions basades en la idea de «ciutats jardí» que es van crear a Catalunya durant el primer terç del segle XX estaven relacionades amb el desenvolupament de l'estiueig de la burgesia i la classe mitjana. La ciutat jardí de Bellaterra es va inaugurar, el 1930, amb una gran festa popular i un dinar a la mateixa estació i a la Cooperativa Flor de Maig.

La urbanització de S'Agaró va ser promoguda per l'empresari Josep Encesa, qui, l'any 1924, va encarregar a l'arquitecte Rafael Masó que convertís aquell trosset de la Costa Brava en un oasi d'esbarjo enmig d'un paisatge agrari. Adreçada a les grans fortunes de la burgesia catalana, la urbanització tenia un objectiu clar: integrar les mansions i els carrers irregulars amb la peculiar orografia de la zona a l'estil de les ciutats jardí angleses.

El 1935 es crea el Patronat de la Costa Brava, l'organisme encarregat de promocionar el turisme i impulsar el sector hotelier i de transport, a més de configurar mesures per protegir el paisatge natural i el patrimoni cultural de la costa.

ÀMBIT C:

Les vacances de la nova classe «treballadora» (1940 – 1960)

La guerra deixa un país devastat i amb les principals infraestructures malmeses. En un context de repressió, crisi econòmica i aïllament internacional, el nou règim aprofita el potencial del turisme per mostrar una bona imatge i rebre reconeixement internacional amb iniciatives com *Visita las rutas de guerra en España*. El turisme de postguerra a Catalunya i a la resta de l'Estat estava subjecte a l'augment de la mà d'obra procedent fonamentalment del món agrícola i de la immigració nacional. El franquisme feia servir el turisme i l'oci com a instrument per adoctrinar el poble.

Educació i descans

L'Obra Sindical Educación y Descanso va ser una organització de tipus cultural i recreatiu que promovia activitats de lleure per part dels treballadors (productors, segons la nomenclatura del règim). El seu atractiu residia a proporcionar als treballadors i les seves famílies una possibilitat d'oci equiparable a la que gaudien les classes privilegiades.

Es van posar en marxa tota una xarxa d'albergs i residències que oferien allotjament als treballadors durant les vacances a un preu reduït i en llocs d'interès, principalment en zones costaneres. El 1952 es crea el Ministeri d'Informació i Turisme, un punt de partida en la implicació del govern franquista en la gestió de l'activitat turística.

L'objectiu subjacent de l'OSD (Obra Sindical de Educación y Descanso), però, era guanyar-se la simpatia de la classe obrera cap al règim franquista i regular-ne el temps lliure. Un dels màxims exponents d'aquest franquisme social van ser les ciutats residencials. La primera d'Espanya es va inaugurar a Tarragona al juliol del 1957. Els treballadors podien gaudir de vacances en família en un xalet a la platja, a un preu reduït, i en torns de 15 dies.

La ciutat residencial de Tarragona va arribar a acollir 1.500 estiuejants per torn en l'època de màxima esplendor als anys seixanta i setanta, i va significar l'entrada de la costa tarragonina a la indústria del turisme. L'OSD es va convertir ràpidament en l'obra sindical amb més bona acollida popular, especialment la secció d'Albergues y Residencias, del departament de Viajes, Vacaciones y Excursiones.

ÀMBIT D:

«Benvingut» turisme de masses (1960 – 1975)

El final de l'autarquia, el 1959, seguit d'un període de més obertura internacional, desencadena un cert interès del turista estranger per visitar el territori català atret pels preus baixos, el paisatge i el clima. El país comença a acollir els primers visitants procedents d'Europa. Amb l'entrada del turisme estranger penetraran en el país la modernitat i noves maneres de veure el món.

És als anys seixanta quan les principals destinacions turístiques viuen les primeres «invasions» de turistes gràcies a la modernització dels vols xàrter, el desenvolupament de l'automoció i l'augment d'interès dels operadors turístics. Serà a partir d'aquests anys que l'especulació urbanística, un urbanisme sense regulació, portarà cap a la construcció de grans blocs

d'apartaments, hotels, càmpings i urbanitzacions a primera línia de mar. Tots aquests factors canviaran la fisonomia dels pobles costaners, que perden el seu caràcter i en alguns casos posaran en perill zones de protecció natural.

Sangria i plat combinat

En ple franquisme i *desarrollismo*, la pressió turística va comportar nous canvis socials, econòmics i culturals. Amb l'entrada del turisme estranger penetraran la modernitat i les noves idees i maneres de veure el món. Aquest període va coincidir amb l'inici del *boom* de l'esquí per part de les classes benestants, que més endavant es popularitzarà i esdevindrà un esport de masses.

El diumenge 2 d'agost del 1964 entra en vigor a tot Espanya el «menú turístico», que consisteix en un primer plat a base d'entremesos, sopa o crema i un segon d'ous, peix o carn, tot plegat arrodonit amb postres, pa i vi. Els avantatges són els següents: el client sap des del primer moment el que es gastarà en menjar, ja que l'import ha d'estar clarament expressat a l'exterior de l'establiment. La idea del «menú turístico» va tenir molt bona acollida entre els restauradors, i prova d'això és que les cafeteries espontàniament van decidir establir el «plat combinat turístico».

ÀMBIT E:

Turisme familiar (1975 – 2000)

El negoci turístic creix tant que, els 25 anys següents, es converteix en un dels principals motors econòmics del país. Això crea un impacte positiu i moltes famílies comencen a planificar les vacances més enllà del poble d'origen. Comença així l'eclosió del turisme d'interior. Les famílies tenen la capacitat de moure's sense la necessitat de fer una gran inversió.

D'altra banda, la inestabilitat política derivada dels primers anys de la Transició va perjudicar en gran part la imatge del país com a destinació>> turística. Malgrat tot, el definitiu accés de la població a l'automòbil, així com el desenvolupament de les primeres autopistes a Catalunya, van afavorir notablement el turisme.

Barcelona més que mai i la marca Catalunya

A partir de la segona meitat dels anys vuitanta, i coincidint amb l'entrada d'Espanya a la Comunitat Econòmica Europea, i amb la preparació dels Jocs Olímpics de Barcelona celebrats el 1992, es posa fi al període de crisi econòmica. En aquest període s'inicia la gestió turística per part de la Generalitat amb l'exploració d'una nova etapa que busca reforçar el vincle entre el país i els visitants, mentre es consolida la maduresa del tradicional model turístic de masses.

L'èxit dels Jocs Olímpics del 1992 va contribuir a projectar una imatge positiva de la capital. Barcelona es va situar definitivament en el mapa de les principals destinacions internacionals.

ÀMBIT F:

Del turisme low-cost a la turistificació (2000 – Actualitat)

Ben entrat el nou segle la irrupció de les noves formes de transport va propiciar un nou *boom* turístic: els vols *low-cost*, l'auge dels viatges en creuer o el desenvolupament del tren d'alta velocitat van donar la possibilitat de viatjar durant tot l'any a preus «assequibles», cosa que va obrir la porta a un turisme desestacionalitzat i a l'abast de tots els públics.

L'oferta turística catalana experimenta una reconversió important: nombrosos establiments de petites dimensions tanquen i es produeix una millora de la qualitat hotelera. En aquest marc, la nova política turística de la Generalitat després de la dictadura va demostrar ser pionera en avenços turístics, com, per exemple, en promoció exterior. Alhora, el càmping supera uns anys d'estancament i creix notablement. En aquests període, es desenvolupa especialment la segona residència, mentre apareixen i creixen els nous turismes específics, com ara el rural, el cultural o l'urbà.

Catalunya és casa teva vs. «Tourist, go home»

El sector turístic mou grans fortunes a Catalunya, i moltes empreses i negocis en depenen. A més, genera llocs de feina en sectors com la logística, l'alimentació i la construcció. L'excessiva dependència que el país té del turisme com a font econòmica ha donat lloc a situacions insostenibles i moviments com la turismofòbia o l'antiturstització.

El turisme de masses genera impactes en clau social, ambiental i econòmica, especialment als barris propers a les destinacions turístiques. Les mesures adoptades per les administracions per frenar el monocultiu turístic, com la taxa turística, la moratòria hotelera o les campanyes contra el lloguer d'apartaments turístics, no han evitat l'augment de manifestacions populars de rebuig amb lemes com ara *Tourists, go home* («Turistes, torneu a casa»), *Tourism kills the city* («El turisme mata la ciutat»), *Tourist: your luxury trip, my daily misery* («Turista: el teu viatge de luxe, la meva misèria diària»).

En definitiva, tot mostra que estem a les portes de la consolidació d'una nova etapa de l'activitat en què serà clau generar noves fórmules turístiques més sostenibles. La indústria turística haurà d'entendre la importància de la gestió emocional del resident i del turista; desenvolupar noves maneres de comunicar, adaptar-se als nous gustos i valors socials, i mantenir-se al dia pel que fa a innovació sense perdre les arrels i els costums del territori. Diferents escenaris de futur s'obren en els pròxims anys.