

## Xentrificación e turistificación

Marcos Bartolomé, 7 setembro, 2017 (Texto traducido)

Conta unha lenda da Antiga Grecia que a un rei de Frixia lle foi concedida unha rara habilidade. A gracia do soberano ao que dicían Midas era converter en ouro aquilo que tocara, pero pouco despois de adquirila grazas a Dionisios —dios do exceso, do viño, etc.—, o monarca caeu na conta de que era un arma de dobre fío. Certamente, se Midas tomaba unha mazá nas súas mans a transformaba en metal precioso e era a envexa de todos; porén, a mazá perdía a súa razón de ser ao non poder ser degustada: mazá dourada igual a mazá arruinada.

Do mesmo xeito, o turismo ten a capacidade de revalorizar unha cidade convertendo as súas rúas nunha Milla de ouro e traendo hordas de persoas que cimentan coas súas fotografías a aura dourada do destino. No proceso, non obstante, o observador atento notará que a urbe empeza a languidecer. Reducida ó estatus de produto, perde a súa utilidade e desvirtúase. O que comeza sendo unha oportunidade económica devén pesadelo diario para os principais interesados: os habitantes da cidade.

No sur do Vello Continente, Madrid, Lisboa e Barcelona foron bendecidas co don do rei Midas. O reto é recordar que o corazón de calquera política pública é servir á poboación permanente, non á flotante. Aínda que, cun sector turístico que hoxe xera un décimo dos empregos mundiais e case multiplicou por 50 o número de viaxes internacionais entre 1950 e 2016..., é difícil manter a cabeza fría.

No caso de Madrid: O distrito Centro xa viu nalgúns dos seus barrios, como Malasaña ou Chueca, como a poboación de sempre era desprazada segundo os vecindarios íanse facendo máis seguros e poñíanse de moda. Tratouse da xentrificación clásica, unha mellora do barrio que os veciños de sempre non poden desfrutar ao non ter rendas en consonancia cos novos prezos, asociada ao colectivo LGBT en Chueca e a individuos con alto capital cultural en Malasaña. Agora, unha segunda oleada de elitización, cualificable como xentrificación turística, ameaza con desprazar máis veciños. A plataforma de aluguer vacacional AirBnb conta cuns os 13.000 aloxamentos en Madrid fronte a máis de 17.000 que se ofrecen en Barcelona. Porén, a súa distribución na capital é máis agresiva, xa que os aloxamentos se concentran no distrito Centro, que chega a rexistrar no barrio de Sol tres aloxamentos por cada dez fogares. O resto dos barrios do distrito ofrecen aproximadamente un aloxamento por cada dez fogares.

Se temos en conta que o aluguer vacacional produce rendementos maiores que o de longa duración — arredor de 25.000 euros de media por un piso alugado o 75% do ano— enténdese que os propietarios orienten o seu negocio a turistas en vez de a residentes. O parque de aluguer convencional redúcese, o que fai aumentar os prezos: o conflito social está servido.

A falta de sensibilidade para os nacionais de ingresos baixos contrasta coa benevolencia das administracións cara a outros colectivos, como os estranxeiros adiñeirados. Con alugueres polas nubes e un veciño diferente cada semana, rúas infestadas de tuctucs, comercios de proximidade que recúan ante tendas de *souvenirs* e franquicias e o colapso de transportes públicos, os residentes do centro non están contentos, menos aínda cando o recadado pola taxa turística se destina a promoción

para atraer aínda máis turistas. É unha cuestión de tempo que a protesta contra as políticas municipais e a turistificación do patrimonio cobre forza.

Barcelona: segundo AirBnb, en 2016 1,3 dos máis de oito millóns visitantes de Barcelona o fixeron a través deste servizo, un número próximo á poboación da propia cidade —1,6 millóns—.

Por se isto fose pouco, a cidade ten o maior porto de cruceiros de Europa e o cuarto do mundo. A barreira psicolóxica de 20.000 cruceiristas diarios superouse 14 días este verán. O turismo pasou a ser o principal problema da cidade para os barceloneses, mesmo cando case o 72,3% considera que o turismo é un fenómeno positivo.

Os barceloneses senten cada día máis as consecuencias deste fenómeno. Si, a súa cidade é a máis *cool*, pero xa non se poden permitir vivir nela: é o municipio máis caro por metro cadrado de España —17,8 €/m<sup>2</sup>—, por diante de Madrid —14,6— ou San Sebastián —12,8—.

Como en Madrid, gran parte desta subida achácase á masificación turística. En primeiro lugar, unha importante porcentaxe da poboación flotante de Barcelona procede de países máis ricos que España. Ademais, ao estar de vacacións, os turistas modifican os seus patróns de gasto con respecto á súa vida cotiá e permítense caprichos que propician a proliferación de negocios prohibitivos desconectados do cliente local. As plataformas de aluguer vacacional son o equivalente habitacional do fenómeno: a rendibilidade multiplícase ao orientar o negocio a estadias curtas para turistas e a oferta de alugueres de longa duración vese reducida drasticamente. Os barceloneses de a pé se teñen que ir.

O modelo de turismo masivo e de baixo custo satura a cidade e subtrae o dereito a ela aos seus cidadáns. Por outra parte, a actividade turística é volátil. A París os atentados yihadistas de finais de 2015 e principios de 2016 custaron a perda de 1,3 millóns de turistas ou, o dito doutro modo, a volta a niveis de 2009, e a Bélxica o atentado en Bruxelas custou medio punto porcentual do seu PIB. Certamente, Europa é moito máis resiliente que outras rexións do Mediterráneo ao terrorismo, pero a caída se nota e está por ver como afectarán os atentados de Barcelona e Cambrils ao sector. Outros factores, como a conxuntura económica ou as modas, tamén se deixan sentir enormemente.

Se engadimos as malas condicións laborais, que son norma no sector turístico —xornadas infinitas—, salarios pésimos, contratos estacionais e precarios...—, atopamos o caldo de cultivo para a chamada turismofobia, que non é outra cousa que unha manifestación contra a parte visible —os turistas— do enorme iceberg que é o modelo turístico.

- 1- Pros e contras do turismo.**
- 2- Que provoca o turismo masivo nalgúns barrios?**
- 3- Que relación hai entre a xentrificación e a turistificación?**
- 4- Fai unha reflexión sobre que se pode facer a nivel persoal e político para mellorar e evitar os problemas do turismo.**