

QUADERN 2

LA MASSIFICACIÓ TURÍSTICA ENS FA ESCLAVES

TURISME

HANCENSE FARAN FORA

CRÈDITS

Edita: **Endavant (OSAN)**

Editat el maig de 2017



Seus nacionals

La Barraqueta

c.Tordera 30, baixos, 08012 Barcelona

Racó de la Corbella

c. Maldonado 46, baixos, 46001 València

www.endavant.org

Llicència Creative Commons



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons

SUMARI

-
- 04** PART I. ELS PAÏSOS CATALANS COM A DESTINACIÓ TURÍSTICA, EL NOSTRE LLOC A L'ECONOMIA DEL MÓN
- 05** El negoci mundial del consum turístic
- 07** La dictadura de les multinacionals: turoperadors i grups hotelers
- 11** Imperialisme cultural: del centre a la perifèria
- 13** El turisme i la inestabilitat com a arma politico-econòmica
- 15** El turisme a l'Estat Espanyol: El miracle econòmic del franquisme, l'entrada a la comunitat econòmica europea, la bombolla immobiliària i el salvavides de la crisi
- 17** Els Països Catalans en la banana daurada del Mediterrani
-
- 19** PART II. L'ACTIVITAT TURÍSTICA ALS PAÏSOS CATALANS
- 22** Monocultiu turístic, desmantellament productiu, desprotecció laboral. Model de turisme intensiu i depredador
- 26** Condicions específiques de treball dins el sector turístic.
- 30** La ciutat per a qui l'habita: Lloguer residencial vs. Lloguer turístic
- 33** Transferència de recursos públics al sector privat
- 35** El patriarcat i el turisme intensiu
- 36** Turisme i territori
- 38** L'espai públic, l'espai comú i la massificació
- 39** La massificació turística i les expressions culturals dels pobles
-
- 40** PART III. SOBIRANIES, DRETS I AUTODETERMINACIÓ: UNA PROPOSTA POLÍTICA

PART I

ELS PAÏSOS CATALANS COM A DESTINACIÓ TURÍSTICA, EL NOSTRE LLOC A L'ECONOMIA DEL MÓN

EL NEGOCI MUNDIAL DEL CONSUM TURÍSTIC

El turisme es pot concebre amb una gran amplitud de formes, models i impactes. Des de la viatgera “de motxilla” que segueix la seva pròpia ruta adaptant-se als imprevistos, fins als grans

creuers on viatgen milers de persones amb un programa prèviament establert i contractat. Viatges per trobar-se amb familiars i amistats, vacances per a desconnectar d'una quotidianitat alienadora, desitjos d'aventura i d'encontre amb altres cultures, turisme polític, turisme religiós, turisme de negocis, turisme sexual, turisme de borratxera...

Però és quan s'estableix que certes persones cobrin diners per prestar un servei, no només de desplaçament, sinó també per realitzar activitats concretes, que es transforma en un sector rendible per a la inversió, reproducció i acumulació de capital.

I és uns pocs anys després de la Segona Guerra Mundial, amb el desenvolupament dels pactes socials (entre les conquestes de les lluites obreres i la cessió de certs drets econòmics per part de la patronal per evitar amenaces de revolucions i mantenir el control privat dels mitjans de producció) i l'auge econòmic principalment d'Estats Units i Europa occidental, quan es comença a articular l'anomenat “turisme de masses”. És quan les clientes que disposen de diners estalviats i temps lliure per gastar-los van més enllà de la pròpia classe burgesa, i procedeixen en grans quantitats de la classe treballadora semiprivilegiada de la renovada divisió internacional del treball. Un turisme de masses vinculat també a la nova cultura del consumisme, i que és absorbit pel sistema capitalista a través d'empreses de serveis turístics, controlades pels anomenats turoperadors o operadors turístics.

Simplement es tracta de rendibilitzar les vacances pagades a aquesta petita part de la classe treballadora mundial i els avenços tecnològics relacionats amb la facilitat d'accés als mitjans de transport de viatgeres en cotxe, tren i avió.

A partir d'aquesta lògica el turisme es converteix en un sector econòmic on mercantilitzar productes i millorar la taxa de guanys, i és en aquest sentit que es concep des de les administracions governamentals, amb els discursos ja coneguts que augmenta la renda nacional, crea llocs de treball, estimula les indústries auxiliars... En definitiva, que és un element important per al creixe-

ment econòmic.

Segons les dades de l'Organització Mundial del Turisme, l'any 2016 hi va haver un moviment internacional de 1.235 milions de turistes, i d'aquests, el 50% van visitar el continent europeu.

El 1950 el moviment internacional de turistes havia estat de 25 milions, que ha passat a 278 milions el 1980 i a 674 milions l'any 2000.

De forma anàloga, els ingressos per turisme internacional obtinguts pels destins (sense especificar la seva distribució) a nivell mundial han passat de 2.000 milions de dòlars el 1950 a 104.000 milions el 1980, 495.000 milions l'any 2000 i 1.260.000 milions el 2015, any en què el turisme internacional ha arribat a representar el 7% de les exportacions mundials de béns i serveis. Això les situa al tercer lloc en el rànquing de sectors d'exportació només per darrere dels combustibles i productes químics, i pel davant de l'alimentació i la indústria de l'automoció. I en molts països, és el primer sector en exportacions.

Les previsions del mateix organisme de l'OMT calculen un creixement del moviment de turistes internacional en un promig del 3,3% a l'any, superant la xifra de 1.400 milions el 2020 i 1.800 milions el 2030. Les mateixes fonts preveuen que el 2030 les arribades internacionals en destins de les anomenades economies emergents arribaran al 57% de les totals, per davant dels països de les tradicionals economies avançades.

★ ★ ★

LA DICTADURA DE LES MULTINACIONALS: TUOPERADORS I GRUPS HOTELERS

En la lògica del capitalisme, el turisme funciona com qualsevol altre sector econòmic. Es persegueix la rendibilitat econòmica com a objectiu central i en el menor temps possible. Així, els grups empresarials que es fan càrrec dels serveis turístics han orientat cada cop més aquesta activitat a aquestes finalitats. I com en els altres sectors econòmics, la privatització d'aquest

sector ha provocat que grans holdings de turoperadors i grups hotelers marquin les pautes polítiques a seguir en el model turístic a desenvolupar, i evidentment, es mengin la major part dels beneficis. Elements com la financiarització de l'activitat amb l'entrada de grups financers i inversors en l'accionariat empresarial, o el fenomen de les portes giratòries entre representants polítics del sector de l'administració pública i les empreses turístiques, no en són aliens.

Tot i que en molts casos multitud de petites empreses, des de bars familiars, botiguetes de souvenirs o empreses de jardineria, actuen dins del sector, és evident que el pes econòmic i polític recau en un sector cada cop més reduït de gegants empresarials, com és el cas de la concentració del capital europeu en mans dels turoperadors germànics TUI i Thomas Cook AG a principis de la dècada dels 2000.

Precisament, un dels actors empresarials més rellevants en aquest circuit econòmic són els turoperadors, gegants financer-corporatius anomenats els "guardians de l'entrada" del turisme, que fan la funció d'agències de viatges majoristes amb una gran capacitat de control sobre els grans paquets turístics, la promoció d'ofertes, i per tant de la major part del flux turístic, amb una important presència en els propis capitals turístics locals, i per tant, amb una important capacitat d'influència política en el sector.

El màxim exponent de control de l'activitat turística és l'anomenada fórmula dels paquets "tot inclòs", que venuts com a facilitadors de la comoditat de les clientes, en no haver de realitzar elles la ruta turística a seguir ni preocupar-se pels possibles "enganys" per part de la població nativa, pràcticament capturen tot el circuit del diner de la turista, amb serveis innovadors com els del "braçallet" que les desvinculen de l'ús del diner en metàl·lic o en targeta.

Amb aquest sistema es redueixen a la mínima expressió els “impactes econòmics positius” pels països visitats, i l’entrada de les apreciades divises, que queden reduïdes a un sistema d’impostos molt dèbil que, amb dificultats i contradiccions, diferents governs intenten ampliar, cosa que ha provocat la reacció del lobby empresarial.

El novembre de 2013 l’aleshores president de World Travel & Tourism Council, principal lobby internacional d’empreses del sector turístic, David Scowsill, ofería una roda de premsa conjuntament amb el president de l’Organització Mundial del Turisme, on afirmava que després de superar crisis, catàstrofes i guerres, l’increment d’impostos al turisme ara suposa un nou perill. Actualment la presidenta del lobby WTTC és l’antiga ministra de Turisme de Mèxic (2010-2012) Gloria Guevara.

Sobre els paquets turístics del “tot inclòs”, Celestí Alomar, antic conseller de turisme del Govern de les Illes Balears, havia alertat que “la nostra indústria turística està pagant en aquests moments les conseqüències de la seva excessiva dependència del mercat de paquets turístics i de l’absentisme històric dels petits i mitjans empresaris turístics, en la comercialització dels seus propis productes”, un clar exemple de la voracitat innata del capitalisme entre les grans i petites empreses.

De fet, a nivell global, una gran part de la circulació del capital turístic transita des dels centres emissors, on s’hi troben les seues dels grans turoperadors, fins als paradisos fiscals, on s’hi acumula bona part d’aquest capital turístic-financer. Segons les dades de l’Institut d’Estudis Turístics de 2007, el 45,9% de tota la despesa turística es realitzava al país d’origen de les turistes, ja que aquesta proporció era destinada a la compra de paquets turístics i al pagament del transport.

Un segon actor de gran importància és el de les cadenes hoteleres, que en el cas de l’Estat espanyol van sorgir majorment amb la col·laboració del capital dels turoperadors centre-europeus, ja sigui amb la seva presència en l’accionariat o amb fermes aliances estratègiques, i que han anat adquirint unes dimensions extraordinàries, fins a esdevenir pioneres en el procés d’internacionalització del capital espanyol.

Les cadenes hoteleres s’han aprofitat de les diferents crisis del capitalisme per

anar absorbint les petites empreses hoteleres, fins a situar-se entre les principals cadenes del planeta, on Sol Meliá, NH, Riu, Barceló i Iberostar han entrat en el grup de les trenta primeres cadenes hoteleres a nivell mundial. En aquesta presència destaca el capital hotelier mallorquí, convertit en un dels principals actors en la producció de perifèries turístiques de “sol i platja”.

Com en altres sectors econòmics, la internacionalització de les empreses i els diferents fluxos de capital disfressats de la famosa Inversió Estrangera Directa, han provocat un joc financer molt útil per a l’especulació i l’evasió d’impostos. Tant és així que, el 2002, el 43,9% dels fluxos de la IED de les empreses hoteleres espanyoles es realitzava a través de places financeres pont (Països Baixos, Regne Unit, Bèlgica, Suïssa i Irlanda) on, evidentment, una gran part no anava destinada a construir o adquirir establiments o companyies d’hosteleria, sinó que s’utilitzava per establir relacions entre l’empresa matriu i els seus hotels associats a l’estranger amb la finalitat que els beneficis de la multinacional comptessin en aquells indrets amb la fiscalitat més favorable.

Actualment, davant del fenomen de la saturació turística a l’Estat espanyol, i en vistes a una possible recuperació dels països del nord d’Àfrica, des de la patronal espanyola Exceltur, que s’autodefineix com una associació que reuneix a 23 de les empreses més rellevants de tota la cadena de valor turística i dels subsectors del transport aeri, ferroviari, marítim i terrestre, allotjament, agències de viatges i tour operadors, mitjans de pagament, lloguer de cotxes, hospitals turístics i centrals de reserves/GDS, i que fa gala de moure un volum de negocis de 30.000 milions d’euros i de tenir inversions directes en 40 països i activitats comercials en 175 països, consideren que, respecte al turisme, a l’Estat espanyol s’ha d’avançar en reformes estructurals i s’ha de “fidelitzar als turistes, ser competitiu a través de la renovació d’hotels, presumir de la seguretat que es pot oferir als visitants (en contraposició als competidors directes del sud del Mediterrani), donar un valor afegit a la seva experiència vacacional i, sobretot, atraure turistes amb una major capacitat de gastar diners”.

L’enfocament del turisme és, doncs, atraure turistes que gastin, que gastin, que gastin...

Com a soci d’honor d’Exceltur hi consta el Grup MBD, especialitzat en l’assessorament en finances corporatives. Aquest grup és presidit des del 1998 per Javier Gómez Navarro, Ministre de Comerç i Turisme en el govern de Felipe

González de 1993 a 1996, qui el 1983 ja havia sigut a la vegada president de la companyia de viatges Viajes Marsans i conseller executiu d'Enrique Barón Crespo, en aquells moments Ministre de Transport, Turisme i Comunicacions.

★ ★ ★

IMPERIALISME CULTURAL: DEL CENTRE A LA PERIFÈRIA

Quan el turisme passa de ser una activitat de descobriment i coneixement entre cultures a una activitat que persegueix la rendibilitat econòmica com a objectiu central, és a dir, un negoci, es trenquen els possibles llaços de solidaritat i respecte entre viatgeres i po-

blacions receptores i s'assimila als efectes causats pels "exploradors" i colons de l'època de la colonització.

Una part molt important del flux turístic circula del centre a la perifèria, dels països o regions econòmicament més potents, a països o regions econòmicament més explotades, espoliades, i en definitiva, empobrides. I en conseqüència, s'estableixen unes relacions de tipus vertical, asimètriques i unidireccionals entre turistes i població dels països visitats, amb l'afegit que la cultura del consumisme provoca que la turista concebi els indrets i la població dels seus destins com a productes per al seu consum, i facilitin el menyspreu, la incomprensió i fins i tot una sensació de propietat i superioritat moral. El cas del turisme sexual, que es podria considerar una violació en massa, n'és un dels fenòmens més evidents.

El fet que l'activitat turística s'hagi convertit en una activitat econòmica de gran importància per als països receptors, d'altra banda, fomenta la visió de la turista com el ser superior i privilegiat que ve a gastar-se els seus dòlars o euros, i a qui s'han de satisfer tots els seus desitjos pel bé de l'economia nacional. Entre aquesta submissió a l'importadora de riquesa monetària, i que la turista busca mantenir una comoditat, una qualitat de vida, i fins i tot uns costums gastronòmics i culturals propis enmig de viatges a altres països i continents, es provoca un distanciament encara més ampli amb la població del territori visitat i una exemplificació descarada de la injustícia social entre centres i perifèries.

Evidentment, com altres sectors econòmics introduïts pels famosos plans d'organismes internacionals com l'FMI i el Banc Mundial, s'obliga els països receptors a acceptar la inversió de les empreses estrangeres vinculades al turisme en els seus territoris, així com el control i el poder de decisió d'aquestes sobre el sector, cosa que converteix el turisme en una activitat econòmica més que genera dependència i submissió dels governs nacionals als grans holdings empresarials transnacionals.

Aquesta lògica, clarament aplicada entre els tradicionals països “desenvolupats” vers els països etiquetats com a “subdesenvolupats”, també es reproduïx entre els centres i les perifèries i semiperifèries cada cop més distanciades dins dels propis països o territoris polítics regionals com la Unió Europea. Des del cas de les turistes angleses o alemanyes que visiten Mallorca, fins al fenomen intern dels Països Catalans de les classes benestants de l'àrea metropolitana de Barcelona, que han colonitzat la Cerdanya amb les seves segones residències després de dur a terme un dels episodis especulatiu més esperpèntics del nostre país.



★ ★ ★

EL TURISME I LA INESTABILITAT COM A ARMA POLITICO-ECONÒMICA

Convertit el turisme en una activitat econòmica, en una economia-món basada en la competitivitat capitalista i en l'imperialisme innat en el propi sistema, el turisme també passa a ser utilitzat com a arma politico-econòmica.

El turisme com a activitat econòmica s'enriqueix dels avenços (sobretot en infraestructures i abaratiment del transport) de la globalització, i requereix un clima de pau i estabilitat. Però vivim en un món en guerra, i precisament la guerra i la desestabilització d'estats forma part de l'essència de la globalització capitalista. El turisme, doncs, passa a ser a la vegada un beneficiari i una víctima de les guerres per mantenir el rumb de la globalització capitalista. I sovint s'utilitza com una arma de guerra més d'aquesta pugna.

Per exemple, en el marc del bloqueig històric del govern dels Estats Units contra Cuba, l'any 2006 l'ambaixador d'Estats Units a l'Estat espanyol, Eduardo Aguirre, en una visita oficial a les Illes Balears, en vista de les cada cop majors inversions econòmiques dels empresaris hotelers a Cuba, els va plantejar que “en algun moment haurien d'escollir entre treballar amb els Estats Units o amb Cuba, mentre la llei Helms-Burton tingué vigència”.

També hi ha el cas de Turquia, un dels majors estats receptors de turistes del Mediterrani, que tot i ser un aliat històric del “bloc occidental”, en la seva particular pugna amb la Unió Europea i sobretot amb Grècia, ha acusat en diferents moments aquests actors de promoure la inestabilitat de Turquia en referència al suport a grups considerats com a “terroristes” per l'Estat turc, i per tant de perjudicar el turisme. En un altre cas i en referència a la seva relació amb el veí rus, que després d'abatre un avió militar a la frontera amb Síria el 2015, Moscou va imposar nombroses sancions contra Turquia, incloent la reducció a zero del turisme rus, considerat com a vital per l'economia de moltes províncies costeres turques.

Les multinacionals del sector, doncs, han après a moure's per aquest ambient geopolític, com ho demostren les declaracions, en la reunió de la Organització Mundial del Turisme celebrada a Santiago de Xile el maig de 2005, amb les quals es va exposar que després dels atemptats de l'11-S i l'obertura d'un

escenari a l'Orient Mitjà de creixents tensions, Amèrica Llatina i el Carib eren considerats com un espai segur en un món cada cop més insegur per part dels inversors turístics espanyols.

L'edició de 2014 de l'European Tourism Forum, una trobada anual organitzada per la Presidència del Consell de la Unió Europea i la Comissió Europea, assenyalava com un dels principals reptes del futur pel sector "l'augment de la competència per fer front als destins fora de la Unió Europea". I, mentre l'any 2015 la Confederació Espanyola d'Agències de Viatges exposava que la demanda a l'Estat espanyol per viatjar a Egipte havia caigut un 80% des de l'inici de la "primavera àrab", segons càlculs d'Exceltur, una de les principals patronals del sector, des de 2011 (any d'inici de l'anomenada "primavera àrab) fins el 2015 l'Estat espanyol hauria rebut entre 6,3 i 8,2 milions de turistes "prestades" dels països del nord d'Àfrica, que haurien aportat uns ingressos extres al sector d'entre 5.000 i 6.300 milions d'euros, que significaria un 35% de les turistes que haurien deixat de passar les vacances a Egipte o Tunísia des del 2011 per por als atemptats i les revoltes que s'haurien produït de forma intermitent. La resta de turistes hauria escollit destins com Turquia, Grècia i Portugal.

La mateixa patronal Exceltur reconeix que la caiguda del turisme en països com Egipte o Tunísia, "és normal, ja que els turoperadors no es volen arriscar i apostar per aquests mercats".

★ ★ ★

EL TURISME A L'ESTAT ESPANYOL: EL MIRACLE ECONÒMIC DEL FRANQUISME, L'ENTRADA A LA COMUNITAT ECONÒMICA EUROPEA, LA BOMBOLLA IMMOBILIÀRIA I EL SALVAVIDES DE LA CRISI

Des de l'època del desenvolupament del turisme de masses, aquest sector ha anat agafant gran importància a l'Estat espanyol. Fou aprofitat pel règim franquista uns pocs anys després de la fi de la Segona Guerra Mundial per integrar-se al club dels estats capitalistes. No és casual que la creació del Ministeri d'Informació i Turisme, el 1951, coincidís amb l'arribada a l'Estat espanyol el mateix any del primer ambaixador dels Estats Units escenificant l'apropament entre la potència nord-americana i l'estat feixista i amb l'arribada de la turista un milió en territori espanyol.

Amb l'arribada de Manuel Fraga al Ministeri d'Informació i Turisme, de 1962 a 1969, i sota el lema "tot pel turisme", aquest sector cobra encara més

importància i s'orienta sobretot a aconseguir divises destinades a anivellar la balança comercial internacional i a alimentar la pròpia indústria i producció estatal, ja que gran part del consum turístic requeia en la producció de la indústria espanyola.

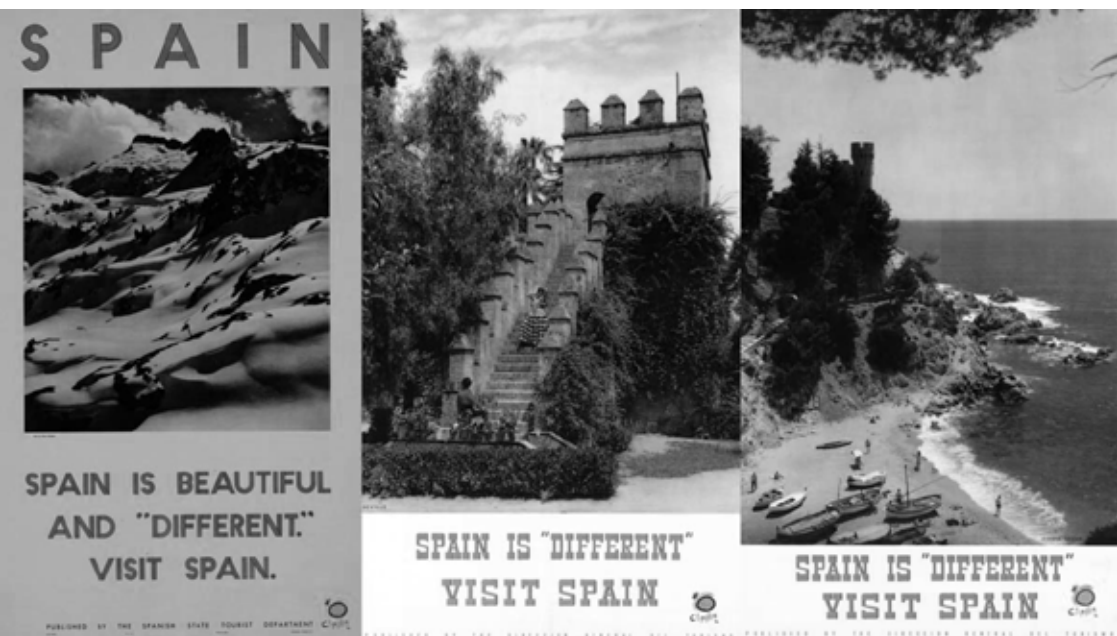
El 1970, encara en plena dictadura franquista, es duu a terme la firma de l'Acord Preferencial amb la Comunitat Econòmica Europea, i es comencen a plantejar els requisits per poder entrar a aquest club econòmic europeu i adequar-se a la nova divisió internacional del treball, la qual cosa significava dur a terme una profunda reconversió agrícola i industrial, mitjançant el redimensionament a la baixa de la capacitat productiva bàsica, amb l'objectiu de no prendre quota de mercat a la indústria bàsica comunitària.

Aquesta desestructuració agrària i industrial de l'Estat, juntament amb un model turístic on els turoperadors i els hotelers cada cop tenen més control de la circulació del capital, ha provocat que els beneficis del sector turístic ja no serveixin en gran mesura pel propi desenvolupament productiu de l'Estat, sinó

que es limitin al benefici comercial de productes importats.

En els anys de la bombolla immobiliària de finals de segle XX i començaments del XXI, pren protagonisme l'anomenat mercat turístic-immobiliari, el qual atrau capitals estrangers, sobretot provinents del centre europeu, amb totes les facilitats per part de l'administració pública.

I malgrat els símptomes d'esgotament dels models turístics de "sol i platja" (per l'encariment de preus des de l'entrada de l'euro i el major atractiu d'altres competidors internacionals), i del residencial (per l'esclat de la bombolla immobiliària) a principis del segle XXI, la indústria turística s'ha considerat l'únic sector econòmic que ha crescut a l'Estat espanyol en els sis primers anys de crisi, aprofitant el mercat turístic intern amb la davallada de sortides internacionals de turistes de l'Estat, i el retorn a les platges del litoral de les turistes estrangeres (sobretot europees) per la inestabilitat dels països àrabs.



★ ★ ★

ELS PAÏSOS CATALANS EN LA BANANA DAURADA DEL MEDITERRANI

La Banana Daurada, també anomenada Cinturó del Sol, Arc Llatí, o Arc Mediterrani, és el nom donat en el Report Europe 2000 de la Comissió Europea de principis dels anys 90 a la regió europea que va des d'Alacant fins a Gènova resseguint la costa mediterrània, i que estaria especialitzada en les activitats econòmiques de les Tecnologies

de la Informació i Comunicació, la indústria, i el destí turístic de primer nivell.

El nom i el concepte vindria a ser una analogia amb l'anomenada Banana Blava, el corredor urbanitzat discontinu europeu que s'estén des del sud financer i industrial de Gran Bretanya incloent Manchester i Londres, fins al nord d'Itàlia incloent Milà i Torí, i que engloba el que seria el centre industrial i de més importància d'acumulació de capital d'Europa que inclou Rotterdam, Amsterdam, Brussel·les, la Conca del Ruhr, Luxemburg i Zuric entre altres.

Aquesta definició entraria en la concepció de la Unió Europea com un marc polític-geogràfic unit, amb l'especialització econòmica de macro-regions dirigides per megalòpolis i amb les fronteres estatals cada cop més desdibuixades. Segons exposa el mateix Report Europe 2000 "la creació d'una Europa sense fronteres accelerarà la transformació dels sistemes econòmics regionals i intensificarà les relacions entre les regions que pertanyen a diferents estats". Un plantejament que a part de l'especialització econòmica regional també enllaça amb el plantejament de les Xarxes Transeuropees de Transport (TEN-T), que inclouen la xarxa d'infraestructures viàries (des de carreteres fins a autopistes del mar), de telecomunicacions i d'energia, i d'on en sorgeixen projectes que afecten especialment els Països Catalans com el Corredor Mediterrani i la MAT (línia de Molt Alta Tensió).

A la vegada, aquesta macro-regió de la Banana Daurada, estesa fins a Gibraltar i fins al sud d'Itàlia, comprèn un espai geopolític mediterrani important, com a porta d'entrada del sud d'Europa per a les mercaderies de la divisió internacional del treball, i com a connexió amb la zona del Magreb. Històricament ha estat relegada a un segon terme per part del poder polític, industrial i financer centre-europeu, més centrat en reforçar l'entrada nord europea (sobretot potenciant el port de Rotterdam) i en l'expansió cap a l'est europeu des de la

desaparició de la URSS i els governs socialistes de l'Europa de l'Est, a més del rebuig per part de les polítiques centralistes dels estats espanyol i francès a prioritzar certa infraestructura al litoral mediterrani.

Tot aquest context polític-econòmic regional ha facilitat que aquesta regió del mediterrani on s'hi inclouen els Països Catalans, cada cop hagi destacat més per ser el "balneari d'Europa", el destí turístic de la burgesia i la classe treballadora semiprivilegiada centreeuropea (sobretot del sud de Gran Bretanya i de l'àrea del Ruhr d'Alemanya), fins i tot com a destí turístic residencial per un sector important de les persones jubilades d'aquests indrets.

★ ★ ★

PART II

L'ACTIVITAT TURÍSTICA ALS PAÏSOS CATALANS

El capitalisme distribueix geogràficament i territorialment la seva activitat i els seus nínxols de mercat. Així doncs, a través dels seus actors principals, la gran patronal representada per les empreses transnacionals i tot l'entramat financer-inversor-especulatiu, i els seus organismes polítics internacionals, regionals i estatals, assigna a cada territori un paper dins l'economia mundial.

Als Països Catalans, amb la centralitat de la costa mediterrània, ens "ha tocat" la centralitat del sector serveis, i dins d'aquest sector, una preponderància important de la indústria del turisme, alhora que s'ha anat desmantellant la major part de la diversitat del teixit productiu -agrícola i industrial- del territori, sobretot des de la reconversió econòmica i industrial exigida per l'entrada de l'Estat espanyol a l'aleshores Comunitat Econòmica Europea (la futura Unió Europea). En l'àmbit industrial i agrari ens hem quedat principalment amb una indústria automotriu i una agroindústria (amb un pes preponderant del sector porcí) dedicada a l'exportació i en mans d'un oligopoli empresarial, i amb un vincle molt estret amb la contaminació del subsòl i l'atmosfera, que a causa del xantatge empresarial, la classe política no ha sigut capaç d'encarar (des del cas dels purins fins a l'escàndol dels motors trucats de Volkswagen). El resultat és una pèrdua de la sobirania econòmica i una política d'inversions públiques destinada a estructurar el hub logístic pels productes d'importació i exportació de les grans transnacionals, turistes incloses.

Per tant, en el conjunt dels Països Catalans, el sector econòmic que presenta major activitat és el sector serveis. D'aquesta manera, mentre que al 2014 el sector serveis suposava el 72% de l'activitat econòmica del País Valencià i el 73,6% de Catalunya, l'activitat del sector serveis registrada al juliol del 2017 a les Illes Balears s'enfilava fins al 92%. Aquest és el país que tenim.

Així doncs, i amb la sensació de no poder decidir sobre si és el que volem o no, durant aquest juny de 2017 han arribat 2,1 milions de turistes a les Illes Balears, que s'han situat com la principal destinació de turisme de tot l'Estat espanyol, seguida de Catalunya, amb una arribada de 2 milions de turistes. En cinquè lloc, darrere d'Andalusia i les Illes Canàries s'hi troba el País Valencià, que ha rebut prop de 900.000 turistes. Per tant, sense comptabilitzar la Catalunya Nord, només a juny de 2017 han arribat als Països Catalans gairebé 5 milions de turistes. Això ha suposat en alguns casos, com el de les Illes, doblar la seva població (1,15 milions d'habitants).

És precisament després de comprendre la lògica de la distribució territorial de l'activitat econòmica per part del capitalisme que no costa trobar focus turístics i importants concentracions d'activitat turística al llarg de les nostres costes, fins al punt de canviar els seus noms per marques comercials, com és el cas de La Costa Brava (Alt i Baix Empordà), la Costa Daurada (Garraf, Tarragonès i Baix Camp), la Costa Azahar (Ribera Baixa i la Safor), la Costa Blanca (Marina Alta, Marina Baixa i Alacantí) que, juntament amb les principals platges de les Illes Balears, esdevenen la destinació turística predilecta d'aquests quasi 18 milions de turistes que han arribat als Països Catalans durant el primer semestre de 2017.

El 2015 Barcelona rebia el 42% de visitants a Catalunya, mentre que la Costa Brava en rebia un 18% i el Maresme i la Costa Daurada absorbién el 15% i 14% restants respectivament.

Més enllà del turisme atret pel binomi "sol i platja", les grans àrees metropolitanes com València i Barcelona també han entrat dins del marketing turístic, arribant fins i tot més enllà de l'estricta àrea metropolitana, ja que, per exemple, l'anomenada "Marca Barcelona" s'ha aprofitat en el plantejament de vendre el potencial turístic de la Catalunya interior sota la marca "Paisatges de Barcelona", o en l'intent de promocionar uns jocs olímpics d'hivern sota la marca "Barcelona-Pirineus".

★ ★ ★

MONOCULTIU TURÍSTIC, DESMANTELLAMENT PRODUCTIU, DESPROTECCIÓ LABORAL

que es dediquen al monocultiu turístic?

En gran mesura han vist desmantellat del tot el seu teixit productiu. A més, en tractar-se de sectors econòmics amb una elevada estacionalitat i temporalitat, s'hi generen fortes bosses de contractació temporal i desocupació estacional. D'aquesta manera no crida l'atenció que, si agafem com a exemple la comarca del Maresme, són precisament els municipis amb major implantació de la indústria turística i dels oligopolis del sector els que concentren rendes per unitat familiar més baixes i taxes d'atur més altes (Pineda, Santa Susanna i Calella, entre d'altres). Aquesta mateixa situació se succeeix al llarg de la costa de Catalunya; 9 de les 10 comarques que van registrar taxes d'atur més elevades al març de 2017 són comarques de costa que en la seva gran majoria es dediquen especialment al sector serveis: Baix Penedès (20,37%), Montsià (16,23%), Anoia (15,95%), Baix Ebre (15,88%), Baix Camp (15,53%), Tarragonès (15,28%), Garraf (14,67%), Alt Empordà (14,55%), La Selva (14,49%) i Maresme (14,29%).

En el cas del País Valencià les dades són més difícils d'aconseguir, tenint en compte, a més, que les xifres d'atur són en la seva gran majoria més altes. Malgrat tot, només cal anar a cercar aquells casos més paradigmàtics de municipis de més de 20.000 habitants entregats a un model turístic intensiu per a trobar altes taxes d'atur registrat: Torrevella (20,40%), Gandia (19,87%), La Vila Joiosa (18,95%), Dénia (17,73%), Santa Pola (17,62%), Vinaròs (16,10%), Cullera (15,83%) i Benidorm (15,44%). Cal tenir en compte que aquestes dades són de juny de 2017 pel que és probable que les dades al març de 2017 (fet que les faria comparables amb la resta de dades) haurien de registrar taxes d'atur encara més elevades.

Els enginyers agrònoms expliquen que els monocultius agrícoles suposen problemes importants de viabilitat dels camps a llarg termini, perquè si bé permeten augmentar la productivitat per l'escalat, sovint suposen pèrdua de biodiversitat, pèrdua de varietat genètica i empobreixen el sòl, fins al punt que després es difícil destinar els mateixos camps a un altre tipus de conreu. Així doncs, que passa amb les poblacions

Pel que fa a les illes, aquestes registraven al març de 2017 una taxa d'atur general del 16,76%, tot i que les dades d'atur de juny de 2017 reflecteixen taxes realment baixes (Palma de Mallorca 8,94%, Manacor 7,32%, Eivissa 5,4% i Calvià 4,29%).

La massificació turística genera riquesa?

Hi ha dos índex que mesuren la riquesa d'un municipi. Per una banda, Catalunya disposa de l'índex Renda Familiar Disponible, que té en compte tant salaris com prestacions que entren en un nucli familiar. D'altra banda, tant al País Valencià com a les Illes Balears la riquesa es mesura amb l'índex de Renda per Capita, és a dir la divisió entre el PIB i el número d'habitant d'una població. Així doncs, aquest segon índex resulta sempre prou menys fiable ja que si hi ha grans concentracions de diners en mans d'uns pocs, l'índex dividirà de forma falsejada aquesta riquesa entre tota la població.

A Catalunya es parteix d'un índex que situa la RFD de tota la població (16.500€) sobre el 100 i a partir d'aquí estableix la població amb la resta de comarques o municipis. D'aquesta manera, les 4 comarques que tenen un índex RFD per damunt de la mitjana de tot Catalunya són el Baix Llobregat (104,9), el Barcelonès (112,8), el Ripollès (100,2) i el Vallès Occidental (102,2). No sobta doncs, que precisament les comarques que escapen de models volàtils i mantenen activitat productiva industrial estable tinguin rendes familiars disponibles més elevades [dades de 2014]. Si per contra analitzem municipis dedicats principalment a l'activitat turística destaquen: Castelló d'Empúries al Baix Empordà (62,8), Lloret a La Selva (63,7), Roses a l'Alt Empordà (67,1), L'Escaló també a l'Alt Empordà (73,9), Tossa de Mar a La Selva (73,9), Salou al Tarragonès (74,4), Platja d'Aro al Baix Empordà (76,7), Pineda al Maresme (80,8), Cunit al Baix Penedès (82,2) i Blanes a La Selva (83,3). Així doncs, al llarg de la costa del principat hi ha poblacions dedicades principal o únicament al turisme i serveis amb índex de RDF molt per sota de la mitjana de tot Catalunya.

En el cas del País Valencià, entre les 5 poblacions de més de 40.000€ habitants més empobrides es troben Torrevella (RPC= 18.798€) i Benidorm (20.236€). A les Illes Balears, mentre algunes poblacions com Valldemossa arriben a RPC de 33.328€, altres poblacions de turisme intensiu com Capdepera (18.665€), Felanitx (20.103€), Muro (20.066€) o Ciutadella (20.403€) tenen RPC força

més baixes. Cal tenir present que les rendes per càpita del País Valencià, Illes Balears i Catalunya eren al 2015 respectivament: 20.586€, 24.394€ i 27.663€.

Per tant, per acceptar les condicions laborals de l'hosteleria i del sector serveis en general és necessari que la gent no tingui alternativa. És a dir, en un context de manca de teixit productiu, ja sigui per inexistència o desmantellament, la instauració del monocultiu turístic suposa l'acceptació de la precarietat laboral sense cap alternativa.

Model de turisme intensiu i depredador

El model actual de turisme massificat ja no promociona únicament un reclam arquitectònic puntual, o un paratge concret. Avui dia s'han arribat a generar marques a partir de la vida dels que habiten les ciutats i pobles. Probablement la més coneguda sigui la **Marca Barcelona**. És en aquest model on tot esdevé una marca comercial, un producte susceptible a ser comprat, avaluat i, si no agrada, llançat. Una marca en què nosaltres mateixes formem part de l'escenografia, una gran atracció turística per la que difícilment els qui hagin decidit comprar-ne una "entrada" per anar-hi generaran empatia o solidaritat cap a la gent que hi habita perquè en la seva transacció comercial tenen accés a tot i, al cap i a la fi, la ciutat està per complaure'ls i satisfer els seus desitjos. No crida l'atenció, per tant, que la Generalitat Valenciana fes referència en un estudi del 2010 a la "Capitalització de la Qualitat de Vida com a referent turístic i residencial". Però el capitalisme és profundament plàstic i genera noves marques allà on el turisme no hi tenia un paper predominant. I es generen altres formes de turisme, com el turisme rural, la temporada de cicloturisme o les àrees de turisme comercial, com **La Roca Shopping Center** a Catalunya, o **Inca Shopping Àrea** a Mallorca, que fleten autocars sencers des dels nuclis turístics per desplaçar els turistes a aquests noves àrees d'atracció turística.

D'altra banda, sovint parlem d'un model turístic que contraresta directament amb l'anterior figura del viatger, i que esdevé un model profundament depredador, intensiu i consumista. Els creuers possiblement siguin el màxim exponent d'aquesta forma intensiva i que pràcticament arrasa les zones per on passen. En tot 2016 havien arribat al port de Palma 1,72 milions de creueristes, mentre que al port de Barcelona, principal destí de l'Estat espanyol per a creuers, hi arribaven 2,68 milions de creueristes. Això té unes conseqüències molt agressives i irreversibles per al teixit local, veïnal i comercial de la zona. El 14 de

maig de 2017 arribaven a Barcelona fins a 5 creuers en un mateix dia, dels quals en desembarcaven 31.089 creueristes. Aquestes persones, que acostumen a tenir poques hores per a visitar la ciutat, requereixen d'infraestructures i teixit comercial que puguin absorbir-les. Així doncs no és difícil veure com la instal·lació d'un port per a creuers obliga a substituir el comerç local que respon a les necessitats que tinguin les habitants d'un barri per fileres de cafeteries i botigues de souvenir, que satisfaran, en el millor dels casos, les necessitats o si més no expectatives que tinguin els creueristes. Però els creuers marxen i què passa amb les botigues i les cafeteries fins a la següent arribada de creuers? La zona ja està devastada i passa a ser, ara sí, depenent de l'arribada de més creuers. Monocultiu.



★ ★ ★

CONDICIONS ESPECÍFIQUES DE TREBALL DINS EL SECTOR TURÍSTIC

El 2016, els Països Catalans van rebre més de 38 milions de turistes de fora de l'estat espanyol, als quals caldria afegir els que arriben del mateix estat, i que es reparteixen de la següent manera: la C.A. de Catalunya amb 17.988.800 (amb un increment del 3% respecte a l'any anterior), les Illes amb 13.011.900 (amb un increment del 12%) i el País Valencià amb 7.829.000 (amb un increment del 16'8%).

L'increment del turisme, i per tant de la demanda d'allotjament, ha elevat els ingressos de les empreses de l'hosteleria, ja siga per una qüestió extensiva (major ocupació) com intensiva (preus més alts). El resultat és que la rendibilitat hotelera està creixent a ritmes superiors al 10% en totes les categories.

Per altra banda, la despesa mitjana del turista es trobaria en els **1023 euros**, un 3,75 % més que l'any anterior. Això suposa que eixos més de 38 milions de turistes van deixar uns 39.700 milions d'euros. Tanmateix, com és possible que el sector de l'hostaleria siga un dels pitjor pagats de tots? Qui s'està beneficiant i enriquint realment amb el turisme mentre els i les treballadores empitjoren les seues condicions laborals i de vida?

Caldria qüestionar-se com és possible que, tot i l'increment exponencial d'ingressos de l'hosteleria, els costos salarials d'aquest sector continuen descendent anys rere any.

El sector de l'hostaleria destaca especialment per la seva temporalitat, estacionalitat i precarietat de les condicions laborals. La **contractació temporal supera el 90% del total de contractes en el cas de les cambreres de pis**. Són sobradament conegudes les condicions d'explotació de les cambreres i cuineres d'establiments de restauració: bars, restaurants, terrasses... En temporada turística, les condicions laborals ratllen la indignitat humana. Moltes vegades les persones que treballen a l'hostaleria ho fan **sense contracte, sense alta a la Seguretat Social** i sense tenir establertes quines són les condicions de sou, horari i descansos. De fet, el compliment del conveni col·lectiu d'hostaleria és una rara excepció.

Aquelles que tenen contracte sol ser per menys hores de les que realment fan al seu lloc de treball. No es reconeix la categoria professional real de les treballadores, com és el cas de cuineres amb contracte d'auxiliar. Tot això amb jornades que mai se sap quan acaben i que arriben a les 14 hores diàries, sense reconeixement de les hores extres i **un sou per sota conveni que difícilment supera els 4 euros/h en la majoria dels casos**.

Cal tenir en compte que l'hosteleria va ser el sector que més ocupació va crear durant el 2016, però alhora també era el pitjor pagat. Més de la meitat de tota l'ocupació creada durant eixe any es va correspondre al comerç i a l'hosteleria. Segons dades de l'INE, el cost laboral mitjà per treballadora i mes (que inclou les remuneracions i les cotitzacions socials) va suposar 2.444,80 euros bruts en el tercer trimestre del 2016, la qual cosa suposa un descens del 0,5% respecte al mateix període del 2015. Només cal fer una ullada als costos laborals en hosteleria (1.574,6 euros per treballadora i mes) i altres serveis (1.697,1 euros) amb els d'altres activitats econòmiques, com ara el subministrament d'energia, gas vapor i aire condicionat (5.235,3 €) i les activitats financeres (4.538,9 euros), i ens adonarem de la precarietat del sector, que acumula grans beneficis a costa dels baixos salaris i de les males condicions laborals dels i les treballadores.

La riquesa generada pel 'boom' turístic no arriba a les treballadores. La negociació per a la millora dels salaris va molt lenta, i sovint està bloquejada des de fa anys, la qual cosa impossibilita el repartiment de les rendes. En l'àmbit estatal, durant el 2017, s'han signat 139 convenis en l'hosteleria, 112 a nivell empresarial i 28 a nivell sectorial, i la pujada salarial pactada ha estat de l'1,28%. És a dir, l'increment de la retribució no cobreix ni tan sols la inflació, la qual cosa vol dir que els salaris, en termes reals, estan disminuint per als i les treballadores afectades per aquests convenis.

Tot i això, encara hi ha una gran resistència per part de la patronal a signar convenis, i de fet hi ha milers de treballadores que tenen el conveni caducat. Aquestes xifres il·lustrarien una realitat encara més dura si es tingueren en compte les retribucions per sota de conveni que reben la majoria de les treballadores, com hem explicat anteriorment.

El problema, doncs, no rau tant en l'impacte del turisme en l'anomenada "recuperació" econòmica, sinó en com es reparteixen les rendes del 'boom' de

turistes. Els i les treballadores de l'hosteleria perceben que el sector viu uns anys "daurats", però els seus salaris tot just s'apugen una mica o, fins i tot, es redueixen. A més, cal afegir-hi la precarietat dels contractes. Això comporta, per tant, que les rendes derivades del turisme es concentrin en unes poques mans, mentre que els efectes negatius els pateixen la resta de la societat: precarització de les condicions laborals, baixos salaris, depredació i malbaratament de recursos, contaminació, saturació als serveis públics, destrucció d'espais naturals...



LA CIUTAT PER A QUI L'HABITA: LLOGUER RESIDENCIAL VS. LLOGUER TURÍSTIC

va el m2 a 6,9€, un 12,6% més que el juny de l'any anterior, a les Illes Balears a 13,5€, el que suposa una variació interanual de 34,2% i a Catalunya el m2 s'arribava a pagar fins a 14,1€, amb una pujada de 19,4% en un any.

Al País Valencià crida l'atenció que els dos municipis que han experimentat variacions més altes respecte l'any anterior són Alacant i Gandia. A les Illes Balears alarma la pujada de més del 34% dels preus de lloguer, mentre que en el cas de Catalunya és especialment greu el cas del districte de Ciutat Vella a Barcelona, que després d'experimentar una variació del 10,4% el m2 assoleix preus de més de 20€.

Les plataformes col·laboratives vs la solidaritat de classe

La proliferació de les plataformes col·laboratives canvia el paradigma de l'organització i planificació turística, que passa d'un model centralitzat i amb responsables professionals del disseny i planificació turística (que d'altra banda mai va respondre a interessos col·lectius, sinó d'enriquiment d'uns pocs) a un model en què el contracte és entre individuals, fora de qualsevol tipus de regulació o planificació. En aquest sentit un informe de la Generalitat Valenciana de 2010 ja detectava que el 87% del turistes viatjaven sense "paquet turístic" preparat per agència i pràcticament el 66% usava allotjament extrahoteler. A més, la sincronia del desenvolupament del turisme de plataforma amb l'auge de les xarxes socials ubica en una situació de fugacitat i volatilitat aquests fluxes turístics (tan sols és necessari que una persona amb influència a les xarxes promoció de forma individual una localització concreta per a que esdevingui de forma ràpida una nova destinació turística). Cal tenir present, però, que aquests fluxes turístics mantindran la lògica del model turístic anteriorment descrit: ho volen tot i ho volen ja. Així doncs, la tríada xarxes socials amb capacitat d'impacte immediat, plataformes col·laboratives capaces de generar recursos turístics (allotjament i

Segons un portal d'anuncis de venda i lloguer de pisos, a l'Estat espanyol s'ha registrat una pujada interanual de 19,7% en el preu del lloguer. A la ciutat de València el preu del m2 de lloguer està a 7,7€ mentre que a Palma de Mallorca es paga a 12,7€ i a la ciutat de Barcelona a 17,8€. En conjunt, al País Valencià a juny del 2017 es paga-

transport) més enllà de les infraestructures d'un territori (a partir de l'habitatge de veïnes i els vehicles privats) i un model de turisme agressiu i intensiu suposen al final un greu problema a les localitats on aterren. I és que aquests "nous recursos turístics", sobretot pel que fa a l'allotjament, no seran construïts de nou, sinó que corresponen a habitatges planificats des de la seva construcció per a que hi visquin les veïnes. L'activitat turística, però, esdevé molt més rendible per als propietaris d'aquests pisos (que sovint concentren nombrosos pisos turístics que posen a lloguer a les plataformes col·laboratives del tipus Airbnb).

A Europa, l'any 2015 l'economia col·laborativa va generar transaccions per sobre dels 28.000 milions d'euros, la qual cosa va significar 3.600 milions d'euros per a les plataformes que organitzen aquests intercanvis [8]. De totes aquestes transaccions, fins al 72% les produeixen plataformes de transport o allotjament.

Segons un informe sobre l'impacte del lloguer vacacional en el mercat de lloguer residencial de Barcelona (Ajuntament de Barcelona, Setembre 2016) els habitatges amb ús turístic representaven el 2016 fins al 27% dels habitatges de lloguer a la Dreta de l'Eixample, seguit per un 25,8% a la Vila Olímpica de Poblenou, un 15,9% a la Sagrada Família i un 15,2% a Poble Sec-Parc Montjuïc. Cal tenir en compte que aquestes dades només tenen en compte els pisos turístics registrats, de manera que la realitat podria ser encara més dura.

El mateix estudi extreu que els preus de lloguer convencional assolien un valor promig de 636€ al 2016 mentre que els lloguers vacacionals permetien assolir entre 1470€ i 2542€, fet que suposa entre 7,68% i 13,40% de rendibilitat del lloguer vacacional. Aquesta situació afegeix pressió econòmica al canvi de model. A més, Barcelona, té un preu per habitació de l'ordre de 122€/nit, superior a la mitjana d'Airbnb considerant un apartament turístic (107 €/nit) i molt superior al lloguer d'una sola habitació (43 €/nit). Aquesta diferència es fa molt més evident quan considerem que un apartament amb quatre llits pot tenir uns valors mitjans de 128€/nit, és a dir, la meitat de preu que costaria l'habitació d'un hotel mig. Aquest fet explica la major rendibilitat de l'allotjament turístic en relació a l'habitatge tradicional, atès que el lloguer de l'habitatge no es forma en relació al mercat d'habitatges en lloguer sinó en relació als preus de l'oferta hotelera de la ciutat. D'aquesta manera s'explica que hi hagi una millor rendibilitat i, per tant, a les zones on hi ha una acusada demanda d'allotjaments turístics s'incentivi la transformació de l'oferta d'habitatges de lloguer a habitatges turístics

Queden lluny les pràctiques d'intercanvi d'habitatge durant un període curt de temps, que suposen solidaritat entre treballadores en període de vacances, i no comporten cap altra transacció que el respecte i la confiança. En aquestes noves plataformes col·laboratives parlem d'un negoci més que rendible que ha suposat que a ciutats com Palma, València o Barcelona les veïnes siguin expulsades. A més, s'està accelerant també la bombolla de lloguer a les comarques més properes a aquests nuclis urbano-turístics per l'èxode de les veïnes.



★ ★ ★

TRANSFERÈNCIA DE RECURSOS PÚBLICS AL SECTOR PRIVAT

El disseny de les nostres ciutat, pobles i infraestructures no és atzarós, i respon directament als interessos dels qui controlen les àrees de promoció econòmica, foment o conselleria d'economia i és clar, de l'equilibri de forces que pugui existir entre els qui volen fer negoci i els qui s'organitzen per defensar el lloc on habiten. Malgrat tot, massa sovint són els interessos dels oligopolis els que acaben guanyant i per tant, els que acabaran condicionant el disseny (i per tant les inversions) dels territoris. Així doncs, tal i com hem explicat anteriorment, si existeix voluntat política per a convertir un indret en destinació turística, tant les concessions administratives com les inversions públiques aniran destinades a prioritzar que aquesta destinació cobreixi les "necessitats" d'aquesta activitat turística. Destaquen en aquest sentit per una banda la concessió de llicències per a construcció en zones que posteriorment ha calgut protegir per a evitar la sobremassificació (s'Albufera de Mallorca, la platja de Pinedo o el Montgó de Dénia). Altres exemples de destinació de recursos públics a l'activitat turística són la remodelació de pràcticament tots els passejos marítims de les poblacions de costa tant al País Valencià, com a les Illes Balears o a Catalunya durant els anys de major activitat especulativa.

Per la seva banda, és evident que totes les apostes polítiques destinades al disseny i desenvolupament d'infraestructures de mobilitat (tant disseny de carreteres com implantació de noves línies de transport públic, especialment autocars i autobusos) han prioritzat els interessos de les destinacions turístiques per a augmentar les seves prestacions i poder completar la marca turística, per davant de les necessitats reals de mobilitat dels territoris i les persones que els habiten. Altres infraestructures estratègiques que s'han posat al servei de l'activitat turística intensiva són sobretot els ports comercials i nàutics i els aeroports, a més de totes les estratègies d'enllaç entre les destinacions turístiques i les terminals de passatgers.

Així, la Generalitat Valenciana parlava el 2010 de "Gestió turística com a política global" i de "**l'aprofitament de les oportunitats que generen per al turisme les infraestructures estratègiques**, com la renovació i ampliació dels aeroports d'Alacant i València i la posada en funcionament de l'aeroport de Castelló; l'AVE Madrid-Comunitat Valenciana; les autovies i vies d'alta capa-

ciutat; l'ampliació i millora de la connexió entre les àrees metropolitanes i els principals destinacions turístiques o la millora dels fronts turístics i el turisme de creuers". De la mateixa manera, destacava com a principals actuacions del Consell en benefici del Turisme en matèria d'Economia, Hisenda i Treball els "Grans projectes (Ciutat de les Arts i les Ciències, Ciutat de la Llum, Aeroport de Castelló i Terra Mítica)", quatre paradigmàtics casos de desapropietament i malbaratament de recursos públics per a benefici d'uns pocs.

Cal tenir present que es defineix com a producte turístic, a diferència d'un recurs turístic, el resultat de l'equació: recurs turístic més infraestructures més equipaments i serveis. Així doncs, si per a construir un producte turístic són necessàries certes infraestructures, equipaments i serveis, l'ús de recursos públics i per tant la transferència de recursos públics al sector privat turístic és més que evident.

Segons dades del 2015 sobre el **Deute** per Capita per municipis arreu dels PPCC detaquen: Santa Susanna al Maresme (3.754€), Gandia a La Safor (3.600€), Cunit al Baix Penedès(2.347€), Castell d'Aro al Baix Empordà (2.157€), Calp a la Marina Baixa (1.461€), Cullera a la Ribera Baixa (1.363€), Calafell al Baix Penedès (1.321€), Cambrils al Baix Camp (1.160€) o Benidorm a la Marina Baixa (972€).

Novament, les principals destinacions turístiques tornen a mostrar dades que demostren l'ofegament de les poblacions per a sostenir un model econòmic i productiu que genera pobresa i precarietat.

★ ★ ★

EL PATRIARCAT I EL TURISME INTENSIU

El capitalisme estableix fortes aliances amb el patriarcat. La divisió sexual del treball, és a dir, l'assignació de treball de forma diferenciada per raó de gènere, opera de forma directa també en la

indústria turística. Així, una de les expressions més explícites del binomi patriarcat-capital és la cossificació. Aquest fenomen es manifesta com la conversió de la dona en un objecte sense voluntat pròpia, usat com a reclam comercial o esquer per l'oci nocturn. Per a que això pugui esdevenir rentable a ulls del capital, aquestes dones no només han de mostrar-se com a objectes sinó que han de acomplir amb els canons estètics imposats pel patriarcat. És habitual trobar en aquest tipus de zones no només cartelleria amb imatges sexistes, sinó tot tipus de pràctiques comercials on la dona és l'obsequi de la nit.

Però la dona també ocupa un paper important en el sector serveis, tant pel que fa a les feines d'hosteleria com, sobretot, en el cas de les cambreres de pis, on pràcticament en la seva totalitat les treballadores són dones. Així doncs, hi ha una professionalització directa de les tasques de cures assignades per la divisió sexual del treball a les dones però el reconeixement d'aquestes feines com feines de segona, de menor valor, suposa una forta precarització i l'establiment de condicions laborals paupèrrimes (sense contracte, amb jornades inestables, cobrant poc més de 2€ l'hora, etc).

D'altra banda, en aquest tipus d'entorns es fa apologia de la violació ja que, si bé el model d'oci turístic coincideix amb el model d'oci actual que està implantat durant tot l'any pràcticament arreu dels Països Catalans, en el cas de la temporada turística la massificació i els períodes curts de temps on "s'ha de fer tot" i "tot és possible" acaben suposant una intensificació de les agressions sexistes, físiques i sexuals. No en va els treballadors d'urgència de l'hospital Son Espases (hospital de referència de les Illes Balears) denuncien que la majoria de casos de violació que atenen s'han produït a Magaluf.

★ ★ ★



Durant els anys seixanta es comença el model de desenvolupament turístic al litoral català i a les illes. Tot i que aquest model ha sofert notables reformes al llarg de les dècades de desenvolupament, una constant immutable ha estat el consum immens de territori.

En aquest sentit, que l'inici del desenvolupament es produís durant el franquisme és important, per la falta total de legislació, i molt sovint de consciència, de protecció del territori i del medi natural. Per això les primeres grans construccions turístiques, hotels, restaurants i urbanitzacions d'apartaments, es situen literalment a sobre de les platges i a vora de mar. Aquest fet suposa un precedent que serà determinant per tot el que vindrà després. Una vegada ja s'ha pervertit el territori natural, molt sovint verge o amb un mínim impacte humà, ja només és qüestió de reproduir l'esquema fins a l'extenuació.

Al llarg de seixanta anys s'ha consumit terreny agrícola i costaner sense aturar-se ni un sol any, ni durant les dues crisis capitalistes. Aquesta dèria constructora ha tingut episodis inversemblants, com la construcció d'hotels directament sobre la sorra, apartaments a dins dels cursos de torrents i l'intent d'urbanització de Sa Dragonera, una illa verge a la costa d'Andratx (Mallorca), que la mobilització popular va aconseguir aturar. Un altre dels exemples més escandalosos de destrucció de territori per al benefici dels magnats del turisme i l'especulació va ser el cas de Terra Mítica. L'estiu del 1992 s'incendiava la serra Cortina de Benidorm i només 4 anys després s'expropiaven aquells mateixos



terrenys perquè la societat Parque Temático de Alicante S.A. construís Terra Mítica. L'operació finalment va costar 400 milions d'€, el doble del pressupostat, finançats amb diners públics a través de la CAM i Bancaixa. El parc va obrir les portes el 2000 i el 2005 va fer un concurs de creditors. Cal destacar el paper d'Eduardo Zaplana, alcalde de Benidorm en el moment de l'incendi i President de la Generalitat durant la construcció i posada en marxa de Terra Mítica.

Però la destrucció del territori no s'acaba amb la construcció. S'hi han d'afegir infraestructures de transport com carreteres, ponts i túnels que a més a més, sovint plantegen discriminació cap a la població del territori, oferint inversió pública per fer carreteres per transportar els turistes mentre es neguen necessitats de transport a les classes populars. També s'ha de comptar el consum de recursos naturals, molt limitats a moltes zones dels Països Catalans, i la generació d'infraestructures per a abastir futures urbanitzacions i complexos turístics, amb la construcció de línies d'alta tensió i noves xarxes de transport d'aigua. Mentre hi ha escassetat d'aigua a molts indrets durant l'estiu, els hotels tenen consum il·limitat d'aigua i construeixen piscines a pocs metres de la platja.

★ ★ ★

L'ESPAI PÚBLIC, L'ESPAI COMÚ I LA MASSIFICACIÓ

Quan ens referim a l'espai públic no ens referim només a aquell espai físic de titularitat pública (sovint municipal) sinó a aquell espai relacional i essencial que ha de satisfer les necessitats comunitàries i enfortir el teixit veïnal i associatiu. Disposar de l'espai públic d'un poble o ciutat per a intensificar les activitats lucratives que suposen el benefici d'uns pocs esdevé novament una forma d'extracció i espoliació de la riquesa d'una regió. El debat entorn als usos de l'espai públic no està relacionat únicament amb el turisme, però el cert és que la massificació turística genera grans àrees d'expulsió de veïnes d'aquest espai públic, com és el cas dels nuclis antics o les rambles, les àrees de vianants o les principals platges i passejos marítims de la majoria de destinacions turístiques. El problema sovint no és únicament la presència de grans masses de gent deambulant sense rumb clar pels carrers i places de les ciutats, sinó sobretot la presència d'activitats que generen rendiment econòmic a uns pocs i acaben extingint el poc espai públic que pugui quedar. Són els casos de les terrasses dels bars, els expositors de productes de les botigues, els recorreguts de *segways*, els tours turístics en grup caminant o en bicicleta i tota la resta d'activitats els beneficis econòmics de les quals no es reinverteixen mai en enfortir i millorar l'espai públic per al seu ús comunitari.

D'altra banda, la sobrepoblació temporal de les destinacions turístiques provoca la saturació i el col·lapse dels equipaments públics com mercats, hospitals o mitjans de transport públic, que deixen de ser suficients per a satisfer les necessitats de les veïnes. A més, la sobresaturació del transport públic, afegit a la instauració de destinacions turístiques no connectades amb nuclis urbans, sovint suposa la proliferació de plataformes de lloguer de vehicles. Aquest fet té impactes tant sobre la ocupació de la via pública com a nivell ambiental i no són pocs els nuclis turístics que ja han expressat el seu malestar per l'excés de vehicles de lloguer a les seves carreteres.

★ ★ ★

LA MASSIFICACIÓ TURÍSTICA I LES EXPRESSIONS CULTURALS DELS POBLES

Aquest model de turisme massificat i intensiu que hem descrit al llarg d'aquesta publicació repercuteix també de forma directa en la preservació i manteniment de les tradicions i manifestacions culturals dels pobles. Sovint, a més, la temporada alta segons el calendari turístic coincideix amb la majoria d'esdeveniments populars de pobles i ciutats. Exemples com el Jaleo de Sant Joan a Ciutadella (23 de juny) o bé la Tomatina de Bunyol (darrer dimecres d'agost), que actualment consta com a marca registrada per l'ajuntament i consta d'una empresa promotora de l'esdeveniment amb un capital de 3 milions d'€ (Tomatina Company S.L.) han esdevingut autèntics reclams turístics que posen en una situació de vulnerabilitat extrema les manifestacions culturals i tradicionals.

★ ★ ★

PART III

SOBIRANIES, DRETS, AUTODETERMINACIÓ: UNA PROPOSTA POLÍTICA

En primer lloc, hem de defugir l'anàlisi simplista d'atribuir els efectes negatius de l'activitat turística a una suposada baixa qualitat del turisme que ens visita. Durant anys, els governants han desviat l'atenció d'aquests efectes devastadors del model de turisme intensiu, atribuint la responsabilitat a la suposada manca de qualitat del turisme que rebíem als Països Catalans. Aquest argument classista no fa més que eludir la responsabilitat d'aquells que promociónen el consum depredador, el consumisme histèric, la creació de marques comercials a partir de les nostres pròpies vides, els que ens trinxen el territori amb apart-hotels, els que col·lapsen les carreteres amb grans flotes de cotxes de lloguer, els que exploten fins l'últim racó de la via pública per a treure beneficis de l'activitat turística.

Des d'Endavant OSAN entenem que plantejar una proposta alternativa al monocultiu turístic o al turisme depredador no és possible dins del marc del capitalisme patriarcal i l'economia món. Cal reivindicar el turisme no com una activitat econòmica extractiva, sinó com un punt de trobada entre cultures, al servei de la classe treballadora, bastint llaços de solidaritat internacionalista. Cal respectar i preservar el dret al gaudi de les treballadores, vacances o temps lliure de treball assalariat però des del respecte i l'empatia per les vides de les que viuen, són i seran a les poblacions visitades. Però no a qualsevol preu. El "lliure mercat" no serà mai qui garanteixi aquestes vides dignes.

Actualment calen polítiques de classe per a atenuar l'impacte del turisme massiu i cal que responguin als interessos i a les necessitats de la classe treballadora i del territori en un context d'economia capitalista patriarcal. La classe treballadora **hem de plantar cara**. És el moment d'esbandir aquesta classe empresarial parasitària i **construir sobiranies**: organitzar-nos als centres de treball i al carrer per acabar amb l'explotació i el patriarcat. **Hem de guanyar amb la lluita els drets** que cap institució capitalista ens garantirà i així **exercir l'autodeterminació** del nostre poble, per poder decidir on i com volem viure vides dignes.

Les propostes per a combatre els efectes de la massificació turística no es poden basar ni en propostes puntuals sense connexió amb el fons de la problemàtica, ni en el mantra del «turisme de qualitat» que en realitat actua d'element distractiu respecte a la veritable arrel del problema.

Així mateix, la problemàtica del turisme no és una problemàtica aïllada de la

resta de problemàtiques socials, sinó que més aviat actua com a intensificador d'aquestes. Per tant, les propostes s'han de lligar a propostes globals sobre el dret a l'habitatge, mobilitat, gestió del territori en clau ecològica o sobirania econòmica.

És conegut que el nostre model social i econòmic és un model socialista d'economia planificada i autogestionada al servei de la classe treballadora i fora de les lògiques d'acumulació de riquesa per a uns pocs. Nosaltres creiem que una gestió del turisme com a sector econòmic deslligada de la lògica desposseïdora i depredadora actual només és possible plenament en un model de tall socialista. Però també creiem que en la construcció d'aquest model no cal esperar al dia de la presa del poder polític, sinó que és possible i necessari generar alternatives ara i aquí que permetin anar capgirant les lògiques del capitalisme i conquerint espais de sobirania econòmica i política.

És per això que creiem que és necessari començar a construir alternatives per a contenir i transformar l'actual model turístic tant des de les organitzacions polítiques i socials com des de l'economia social o les institucions.

Creiem que en l'actual conjuntura dels Països Catalans, les propostes per a construir alternatives o per a contenir els efectes de l'actual model turístic cal que es basin en cinc eixos.

Garantir la diversificació econòmica

De la mateixa manera que l'actual distribució econòmica al si de la Unió Europea no és obra de la «mà invisible» del lliure mercat, sinó d'una planificació feta des dels centres de poder capitalistes, cal dur a terme una planificació a nivell nacional que combati la tendència al monocultiu turístic a àmplies zones dels Països Catalans.

Aquesta planificació ha de preveure dos objectius: garantir la diversitat de sectors econòmics a tots els indrets del nostre territori i limitar/revertir el creixement del turisme en aquells indrets que ofereixin condicions òptimes per a un procés de depredació turística.

La garantia de la diversitat de sectors econòmics s'ha de fer sobretot a través de la potenciació de models organitzatius que arrelin l'activitat al territori, com

és el cas de les cooperatives, o que assegurin la perpetuació d'un determinat sector econòmic, ja sigui a través de la planificació urbanística o a través de models com els bancs de terres en el cas del sector primari.

Gestionar el territori des de criteris ecològics

El turisme no pot depredar més espais naturals al nostre país. En aquest sentit, és urgent que el turisme es vegi circumscrit a espais que ja s'estan usant a aquest efecte, i que a més es planifiqui un decreixement de la pressió urbanística o d'infraestructures turístiques a punts concrets del territori.

La depredació de recursos no s'ha de circumscriure només al territori ocupat per instal·lacions turístiques, sinó també a l'ampliació o construcció d'infraestructures que només són necessàries per a respondre a la massificació turística, com determinades autovies o línies elèctriques. Esment específic mereix la qüestió de l'aigua. La prohibició de transvasaments i l'establiment de cabals ecològics dignes han de ser inamovibles.

La mobilitat de les persones que visiten el nostre país se suma a la problemàtica mediambiental que suposa el propi ús del vehicle privat per part dels habitants dels Països Catalans. En aquest sentit es fa necessària una planificació del transport públic no com a subsidiari del transport privat, sinó com a element central, així com moratòries al vehicle privat en determinats espais urbans massificats.

Alhora, cal un posicionament clar de prohibició de l'atracament de creuers als nostres ports. Aquesta modalitat turística, a banda de la pressió urbana sobtada que comporta, emet una quantitat de gasos contaminants estratosfèrica que fa totalment injustificable aquesta activitat turística des del punt de vista mediambiental.

Lluitar pels drets laborals de la classe treballadora

La desprotecció de drets laborals és especialment accentuada en aquells sectors econòmics, com el turisme, que tenen creixements sobtats i de caire més especulatiu. L'establiment d'un acomiadament quasi gratuït, d'empreses de tre-

ball temporal o els atacs a la negociació col·lectiva afavoreixen especialment els interessos empresarials en aquells sectors més estacionals. Així mateix, la pressió del patriarcat cap a les dones dóna carta blanca a l'ofertament de treballs precaris, a temps parcial i molt mal remunerats. Per contra, les mobilitzacions obreres d'aquest 2017 estan mostrant el camí a seguir en aquells sectors més precaritzats.

La recuperació significativa de drets laborals ha de ser un objectiu estratègic de qualsevol programa polític que es vulgui assimilar mínimament a l'esquerra. Aquesta recuperació no és possible sense l'autoorganització de la classe treballadora en aquells sectors més precaris i sense l'enfortiment de la consciència de classe necessària per afrontar amb èxit la solidaritat amb les vagues que es van plantejant.

Protegir el dret a l'habitatge i a l'espai comú

Un dels efectes més nocius del turisme a les grans ciutats és l'expulsió de la població resident a determinats barris per a substituir-la per turistes. Aquesta expulsió es fa amb la pressió sobre el preu de l'habitatge a través del negoci dels lloguers turístics però també amb la pressió sobre els locals i sobre l'espai comú fins a transformar l'activitat comercial i econòmica del barri en una activitat al servei dels turistes.

En aquest sentit, cal treballar sobre la base de la prohibició dels lloguers turístics d'apartament en aquelles ciutats on no hi ha garantit el preu de l'habitatge, que vingui a sumar-se a altres mesures generals com la confiscació de l'habitatge buit en mans de bancs i la seva transformació en habitatge social de lloguer. Alhora, els plans d'usos de l'espai urbà no es poden fer al dictat de la indústria turística sinó garantint el ple dret a l'espai comú i a uns barris vius i pensats per als residents.

Així mateix, en aquells territoris on el lloguer turístic sigui una fórmula de desenvolupament local que no afecta l'accés a l'habitatge -com en molts espais rurals dels Països Catalans-, caldrà establir fórmules per evitar que els rèdits d'aquesta modalitat vagin a inversors forans en comptes de revertir en l'economia local i servir d'incentiu per a fixar població al territori.

Estendre una cultura crítica sobre el consum turístic

És cert que una part de la classe treballadora dels Països Catalans no pot marxar de vacances cada any. Però també és cert que un gruix important del conjunt de turistes catalans són persones de classe treballadora que gaudeixen del seu període de vacances fent turisme interior o exterior.

En aquest sentit, traspasar la responsabilitat de la massificació turística a les persones que marxen de vacances és deformar i caricaturitzar el problema. De la mateixa manera que seria deformar el problema si a la qüestió de la contaminació atmosfèrica responguéssim dient a la gent que no es compri cap cotxe. O que en la qüestió de la desaparició del petit comerç baséssim l'anàlisi en assenyalar la clientela de les grans superfícies com la culpable del fenomen. En tots dos casos la solució de fons ve donada pels interessos que hi ha al darrere de la planificació del model de transport, del model comercial, dels plans urbanístics i del propi model alimentari globalitzat.

Tot i així, en el combat contra totes aquestes problemàtiques, la gestació d'una consciència crítica de consum ajuda a empènyer en la línia d'impulsar polítiques transformadores i amplificar la denúncia dels interessos particulars que s'amaguen darrera d'aquestes problemàtiques. Sabem que el consum crític per sí sol té un abast limitat pel que fa a la seva capacitat de transformació des de l'arrel, però també sabem que és una arma de mobilització efectiva per a estendre idees, combatre prejudicis i forçar polítiques de planificació diferents.

En el cas del turisme, cal també generar aquesta consciència crítica en el seu consum, així com estigmatitzar socialment les pràctiques més lesives contra els interessos de la població treballadora autòctona.

L'objectiu és que un gruix significatiu de la població sigui conscient de quines són les fórmules de pernoctació més lesives per a la població, de quin és el tipus de consum que reparteix menys el benefici del turisme, de quines són les pràctiques més destructores per al territori, i per tant actuï en conseqüència, generant així consciència social i aplanant el camí per a l'aplicació de mesures que a priori troben una gran resistència social perquè els beneficiaris de l'actual model han sabut imposar un seguit de mantres o creences que presenten la massificació turística com un benefici col·lectiu i no com una forma per a fer diners per a uns pocs a costa de tots.

De forma absolutament relacionada amb el punt anterior, cal actuar de manera contundent contra la intensificació de la doble explotació de les dones que suposa el model de monocultiu turístic; cal donar una resposta institucional i també social a les violències sexuals, a la cossificació de la dona, a la impunitat de la cultura de la violació, cal sororitat, cal organització, cal l'autodefensa, cal assenyalar empresaris de l'oci nocturn i cal reconèixer el moviment feminista i les dones organitzades com a principals subjectes de la lluita feminista.

Així mateix, cal respondre de forma urgent a la precarietat que imposa el model del sector turístic, enfortir la Coordinadora Obrera Sindical, les assemblees de treballadores o aquelles organitzacions sindicals anticapitalistes que tenen per eines de lluita la vaga, l'acció directa, la solidaritat i el suport mutu.

L'única via que tenim les classes populars dels Països Catalans per a poder construir un futur digne és fer nostre el poder polític i econòmic. Això vol dir conquerir espais de sobirania sobre aquells aspectes que influeixen en la nostra vida. També vol dir conquerir drets que garanteixin les condicions de vida de les classes populars. I finalment, tot això només pot ser possible en el marc d'un procés d'autodeterminació del nostre poble que trenqui amb l'arquitectura institucional dels estats espanyol i francès i la Unió Europea.

Ara i aquí podem començar a construir els Països Catalans del futur. La conquesta de sobirania, drets i autodeterminació és un procés que no podem postergar al dia D. És un procés que cal començar des d'ara. Som-hi!

★ ★ ★



FONTS CONSULTADES

- **Memòria econòmica de Catalunya: sectors activitat**

<http://www.cambrescat.org/media/docs/mec2015.pdf>

- **Observatori del treball del Govern de les Illes Balears**

<http://www.caib.es/sacmicrofront/home.do?mkey=M08100212155817041390&lang=ca>

- **Observatori del treball del Govern de les Illes Balears, Nota de Juliol**

<http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST282Z1232128&id=232128>

- **Camara de Comercio, Indústria y Navegación de Valencia**

http://www.camaravalencia.com/es-ES/informacion/economica/estadisticas/economicas/Documents/CV_en_cifras_2014.pdf

- **Atur per municipis i comarques. Observatori de Treball i Model Productiu**

http://observatoritreball.gencat.cat/web/.content/generic/documents/treball/estadistica/atur_comarques_i_municipis_prensa/2017/arxiu/Atur_per_municipis_201706.pdf

- **Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana**

http://www.pegv.gva.es/es/temas/sociedad/trabajo/encuestadepoblacionactiva/resultadosparalacomunitatvalenciana/-/asset_publisher/SWudLp3uxX96/content/principales-resultad-3

- **Datos Macro del diario Expansión**

<http://www.datosmacro.com/paro/espana/municipios/valencia/alicante/santa-pola>

- **Ibestat. Institut d'Estadística de les Illes Balears**

<http://ibestat.caib.es/ibestat/inici>

- **Institut Menorquí d'Estudis. Indicadors bàsics**

<http://www.obsam.cat/indicadors/demografia/mercat-treball/aturats/Taxa-atur-2005-2014.pdf>

- **Port de Balears, Estadístiques**

<http://www.portsdebalears.com/ca/estadisticas>

- **Comarques Centrals, la via per la vertebració territorial del País Valencià**

<http://euroregioeuram.eu/new/media/Comarques-Centrals-Valencianes-la-via-per-a-la-vertebraci%C3%B3-territorial-del-Pa%C3%ADs-Valenci%C3%A0-2016.pdf>

- **Previsió creuers Port de Barcelona**

http://content.portdebarcelona.cat/cntmng/d/d/workspace/SpacesStore/b22821e9-fd8e-4108-b0f9-079d18fac4b5/2017_cruers_es.pdf

- **Activitat turística de la Destinació Barcelona, Diputació de Barcelona, 2016**

<http://www1.diba.cat/libreria/pdf/56893.pdf>

- **Plan estratégico global del turismo de la Comunitat Valenciana 2010-2020**

<http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/planificacion/DocumentoBasePEGTCV.pdf>

- **Aproximació conceptual a la relació entre l'economia col·laborativa i el turisme, Pablo Díaz. Dossier "Claus per entendre el turisme avui", UOC, maig 2017**

<http://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/ca/numero07/dossier/pdiaz.html>

- **Nota de conjuntura trimestral sobre l'Enquesta de població activa de l'INE a les Illes Balears, EPA 1r Trimestre 2017**

<http://www.caib.es/pidip/annexes/2017/4/27/2146760.pdf>

- **Impacte del lloguer vacacional en el mercat de lloguer residencial de Barcelona, Ajuntament de Barcelona, Setembre de 2016**

https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/160921_informe_impacte_lloguer_vacacional.pdf

endavant 

organització socialista d'alliberament nacional

endavant.org