



Paisatge i turisme de muntanya a Catalunya

Joan Nogué

Director de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (www.catpaisatge.net)

Andorra la Vella, 13 de novembre de 2012

Sr. Ministre de Turisme i Medi Ambient,

Senyores i senyors,

Permetin-me, abans de res, felicitar el Govern d'Andorra i, en concret, el Ministeri de Turisme i Medi Ambient per l'organització d'aquest seminari, que s'emmarca en la interessant i prometedora Estratègia Nacional del Paisatge d'Andorra que, des de Catalunya, veiem amb admiració i que, sense cap mena de dubte, reforçarà encara més els llaços ja existents entre el Ministeri de Turisme i Medi Ambient d'Andorra i l'Observatori del Paisatge de Catalunya.

Moltes gràcies per haver-nos convidat com a Observatori del Paisatge de Catalunya a compartir amb vostès aquesta taula, una taula en la qual, fonamentalment, tractarem sobre les relacions entre paisatge i turisme. La Sra. Maguelonne Déjeant-Pons ja ha esbossat el tema a escala europea. Permetin-me donar-hi unes quantes voltes més, les poques que hi puc donar en només vint minuts, tot referint-me, sobretot, al cas català. Intentaré ser precís i concís i no superar el temps concedit.

Em permetran que comenci amb una reflexió de caràcter més aviat general. Cada cop sembla més clar que, per garantir de cara al futur la vocació turística d'un determinat territori, cal una cultura territorial (de la societat en general i de l'Administració en particular) que cregui realment que el paisatge és un recurs turístic de primer ordre, i que actuï en conseqüència. En efecte, el paisatge és un recurs patrimonial d'una vàlua excepcional, perquè transmet de manera fidedigna la cultura i el passat d'un indret, la seva identitat territorial. I si això és així arreu, molt més ho és encara en les àrees

turístiques, perquè l'experiència turística és, fonamentalment, una experiència geogràfica.

Agafem una definició de turisme estàndard, convencional, gairebé de diccionari: el turisme entès com el complex conjunt de relacions i de fenòmens que es desprenen dels desplaçaments i de les estades temporals en un lloc determinat per part de persones que procedeixen d'un altre lloc i que hi viatgen per motius d'oci o de plaer. És una definició clara, acceptada internacionalment. Podríem aportar moltes altres definicions, fins i tot més sofisticades, però sempre arribaríem al mateix punt: la raó de ser del turisme, allò que caracteritza aquesta forma d'oci és, senzillament, el desplaçament voluntari de la gent d'un lloc a l'altre en l'espai geogràfic.

Persones que viuen quotidianament en un lloc, que s'identifiquen amb aquest lloc, es desplacen una o diverses vegades l'any cap a un altre lloc. Paisatges quotidians, carregats de símbols culturals que recorden la pertinença a una determinada col·lectivitat, són substituïts de cop i volta per altres paisatges amb un clima, una vegetació, un color, una llum, fins i tot una olor, molt diferents. Fer turisme implica, abans de res, canviar de lloc. I una de les variables que millor indiquen al turista aquest canvi de lloc tan desitjat és, precisament, el paisatge. El paisatge és, certament, un indicador privilegiat i un dels més utilitzats per mostrar al turista que està realment canviant de lloc precisament pel que hem argumentat fa un moment: perquè el paisatge és un producte de la societat i de la cultura que viu en aquest lloc.

El paisatge és, doncs, un recurs turístic de primer ordre i, òbviament, per això mateix, és i ha estat el principal atractiu de moltes destinacions turístiques. Als Països Catalans, com a la resta d'Europa, el paisatge ja va ser una peça clau en l'emergència, fa més de cent anys, d'espais turístics avui plenament consolidats, com la façana litoral o els Pirineus, que es varen posar de moda, precisament, per la seva qualitat paisatgística, evocada per una elit cultural, intel·lectual i literària que se'n va fer ressò. La bellesa del paisatge dels Pirineus —acompanyada de pràctiques higienistes com el termalisme— va

ser el principal atractiu que va atreure a la zona personalitats del món polític, cultural, social i artístic d'ara fa més d'un segle. Els estiuejants arribaren a Camprodon al llarg de la segona meitat del segle XIX de la mà del doctor Robert i d'altres distingits barcelonins, que posaren de moda la zona per la qualitat dels seus paisatges i la suavitat del seu clima. La vall de Camprodon era la "Suïssa dels barcelonins", en paraules de Carles Bosch de la Trinxeria, curiosa comparació que es va aplicar més tard també a altres contrades muntanyenques catalanes. El model suís s'havia convertit, ja en l'època, en un model a seguir i a imitar. El 1868 Víctor Balaguer el va aplicar a la Cerdanya, el 1883 Josep Pleyan de Porta el va utilitzar per descriure la Vall d'Aran, el 1890 Dolors Monserdà de Macià es va servir de la mateixa imatge per cantar les belleses de l'estany de Banyoles i el 1908 mossèn Gelabert va anar més enllà i va posar el títol *Guía ilustrada d'Olot y ses valls. La petita Suïssa Catalana* al seu conegut itinerari turístic per la comarca d'Olot.

Els exemples són a vessar i vostès n'han de tenir a cabassats referits a Andorra, el cor dels Pirineus. Tots ells ens porten a la mateixa conclusió: el paisatge va ser de bon principi el principal atractiu turístic d'aquesta serralada extraordinària. I si ho va ser a principis del segle XX, molt més ho deu ser ara i ho serà en el futur, escassos com anem de paisatges originals, autèntics, encara no homogeneïtzats. El turisme —el turisme de qualitat (que, per cert, no és sempre sinònim de turisme amb elevada capacitat adquisitiva)—, és a dir, el turisme que és sostenible i durador en el temps, fuig dels paisatges mediocres, malmesos i homogeneïtzats. No en vol saber res. Busca paisatges originals, autèntics, estèticament agradables, ben cuidats. I els paisatges de muntanya ofereixen, potencialment, tots aquests requisits.

Aquest fet és el que explica l'increment progressiu del turisme de muntanya a Catalunya, del qual el turisme d'esquí n'és una part, només una part. Òbviament, la comparació —en xifres absolutes— entre aquest turisme de muntanya i les grans destinacions turístiques del país, com Barcelona o la Costa Brava, no s'aguanta. Són, senzillament, magnituds incomparables. El que és destacable, em sembla a mi, és que el turisme de muntanya s'està diversificant com mai no ho havia fet, i a muntanya —a

l'alta muntanya— ja no s'hi va només a esquiar, sinó també a passejar, a caçar bolets, d'excursió, de turisme rural o, simplement, a contemplar paisatges. I, de fet, aquest és el futur del turisme de muntanya a Catalunya: la diversitat de turistes i d'ofertes, cada cop més sostenibles, sobretot després dels efectes perversos del boom immobiliari, efectes que fins i tot els sectors més recalcitrants admeten avui... i fins i tot alguns d'ells lamenten.

Catalunya disposa de deu estacions d'esquí alpí i nou estacions d'esquí nòrdic. Si exceptuem Baqueira Beret, que és l'única estació amb un creixement constant i regular, amb petites oscil·lacions anuals, la freqüentació a la resta d'estacions d'esquí alpí va experimentar un creixement exponencial a partir dels anys seixanta, creixement que s'ha anat alentint amb el pas dels anys fins a arribar a una situació de gairebé estancament en el darrer decenni. No entraré ara en les causes d'aquest estancament, perquè se'm menjaria el temps de què dispenso, però es fa molt difícil pensar que, en un futur a curt i a mitjà termini, les xifres de freqüentació actuals es disparin. Els escenaris de futur més plausibles —i els més moderats en la qüestió del canvi climàtic, per exemple— no ens indueixen a pensar que la tendència, a Catalunya, sigui aquesta, independentment de les contrastades oscil·lacions que hi pugui haver entre un any i l'altre en funció del grau d'innivació i del context econòmic.

En definitiva, el turisme d'esquí seguirà essent important —i molt— al Pirineu català, però el futur del turisme de muntanya passa per considerar altres estratègies que el complementin. S'hi ha de comptar, i nosaltres ho hem fet. En el Catàleg de Paisatge de l'Alt Pirineu i Aran, que en aquests moments està a punt de ser aprovat definitivament, hem delimitat un paisatge d'atenció especial, denominat, precisament, Paisatge d'Atenció Especial de l'Esquí. I en aquest paisatge d'atenció especial hem inclòs una estratègia (la segona) denominada d'"integració i millora de la qualitat paisatgística" de les estacions d'esquí. En aquesta estratègia considerem que els paisatges de l'esquí alpí haurien de ser compatibles amb els espais naturals protegits i amb els paisatges

rurals circumdants, creant els menors impactes possibles i generant un conjunt harmònic en què la compatibilitat d'usos i la gestió del paisatge siguin el pal de paller de l'ordenació d'aquest espai tan delicat i fràgil. Creiem que cal modificar substancialment els models actuals de desenvolupament d'aquest tipus d'equipaments i orientar-los cap a una permeabilitat paisatgística que creï espais diàfans i, al mateix temps, compatibles amb la conservació dels ecosistemes o amb la producció ramadera.

Per tant, nosaltres comptem, i molt, amb el turisme d'esquí, però cada cop més emmarcat en models de turisme de muntanya integrals i integrats, models que precisen —és cert— de nous instruments d'ordenació i gestió del territori, i fins i tot de concertació social. Ja disposem, per exemple, de la primera carta de paisatge d'una vall pirinenca: la Carta de Paisatge de la Vall de Camprodon. Com saben, les cartes de paisatge són uns instruments de concertació social a l'entorn del paisatge que s'elaboren per iniciativa del mateix territori. En aquest cas concret, l'estació d'esquí Vallter 2000 va participar activament en la redacció dels compromisos finals.

Per altra banda, iniciatives innovadores procedents del sector agrícola, ramader i alimentari (com la proliferació de productes autòctons de qualitat), o fins i tot iniciatives procedents dels sectors cultural i artístic, com el Centre d'Art i Natura de Farrera, entre moltes i moltes altres, mostren que el turisme de muntanya s'ha diversificat enormement. I encara més: cada vegada és més habitual que un mateix turista practiqui diferents turismes. I això és bo, perquè trenca amb el monocultiu turístic i enriqueix la mateixa figura del turista. Per això sóc optimista en relació amb el turisme de muntanya. Malgrat alguns desastres urbanístics, malgrat algunes infraestructures desproporcionades i sense cap sentit de l'escala i de la proporció, crec que la muntanya disposa encara d'un enorme potencial per fer les coses bé, i per refer aquelles que no estan bé. I per això trobo tan oportú i lloable que un país muntanyenc, com Andorra, disposi des d'ara d'una Estratègia Nacional del Paisatge, perquè ens hi



podrem inspirar altres països, com Catalunya, que tenim un elevat percentatge de paisatge muntanyenc, sense ser pròpiament ni exclusivament un país de muntanya.

Moltes gràcies per la seva atenció.