



El turisme, *present i futur*

JOSEP CAPELLÀ I HEREU i LLUÍS MUNDET I CERDAN

La plana del Baix Ter, durant aquests darrers cinquanta anys, ha patit tota una sèrie de transformacions que han alterat tant el seu paisatge humà com físic. L'aparició del turisme ha estat, probablement, un dels elements claus per entendre aquesta transformació. L'activitat turística, que esdevé un fenomen de masses a partir de la segona meitat d'aquest segle, va convertir la Costa Brava en una zona pionera en el model turístic que avui coneixem com de sol i platja o de les «tres S» (*Sun, Sand and Sea*). Durant els primers anys, aquest turisme es va concentrar exclusivament a la franja litoral (en el nostre cas, l'Escala i l'Estartit), provocant una transformació espectacular d'aquestes poblacions.

Les raons d'aquest èxit caldria buscar-les en la bellesa de l'entorn, llavors encara intacte, la bona climatologia, l'exotisme que representava el nostre país vers Europa i la creixent oferta dels serveis a preus molt assequibles, que s'anaven organitzant al voltant de l'activitat turística. En aquesta primera etapa, els recursos patrimonials i culturals varen quedar relegats a un segon terme.

Aquest model turístic ha evolucionat fins avui dia, en què la nostra oferta de turisme convencional de sol i platja ha perdut capacitat d'atracció per diversos motius (aparició de noves destinacions, encariment dels serveis, pèrdua d'atractiu de les poblacions...). En canvi, l'activitat turística, cada cop més, ha necessitat enriquir-se amb nous elements, cosa que ha motivat la descoberta del rere-país com a complement de la franja litoral.

Així, per exemple, una part cada cop més important del turisme de segona residència ha escollit les poblacions interiors de la plana del Baix Ter, a causa de la pèrdua de personalitat de les poblacions turístiques del litoral i a la redescoberta del paisatge i

dels recursos patrimonials (natura, història, cultura popular...) dels pobles de segona fila de mar.

Per poder concretar més aquests canvis, ens centrarem en l'anàlisi de l'evolució turística del municipi de Torroella-l'Estartit.

El cas de Torroella-l'Estartit

Torroella de Montgrí sempre ha estat un punt d'atracció per a la subcomarca del Baix Ter. Un exemple d'això seria el paper dels cines com a exponent de la capitalitat cultural, d'oci i lleure que va tenir Torroella, on havien arribat a existir tres cinemes que estrenaven pel·lícules abans, fins i tot, que a Girona. Va ser també una època en què Torroella era plena de gent els caps de setmana, ja que, a part de poder escollir entre tres cines, el públic podia visitar els salons de ball continguts a les sales. No serà fins als anys setanta quan s'iniciï una davallada en el número d'espectadors, que culminarà amb el tancament dels dos cinemes que quedaven l'any 1985, tot i que l'ajuntament, mesos més tard, va comprar l'edifici del cinema Montgrí, representant les sessions cinematogràfiques que no s'han interromput des de llavors.

Amb l'aparició dels ajuntaments democràtics es va intentar debatre quines eren les possibilitats de desenvolupament econòmic del municipi, tenint sempre present que el turisme tenia i havia de continuar tenint un pes específic fonamental dins l'economia local. Per tal d'assolir aquests objectius es va constatar la necessitat d'aconseguir elements que diferenciessin l'oferta turística, realitzant una política de promoció turística centrada en la creació de productes relacionats amb el patrimoni cultural,

Fins l'arribada del turisme, les poblacions costaneres es dedicaven bàsicament a la pesca.

L'Estartit als anys trenta.



històric i paisatgístic. Fruit d'aquesta reflexió va ser la creació de l'Oficina Municipal de Turisme (1982), la potenciació del Departament de Cultura de l'Ajuntament i la dotació de recursos econòmics i humans del museu del Montgrí i del Baix Ter.

Pel que fa a la creació de productes turístics propis, es va valorar la relació que tenia Torroella de Montgrí amb l'oferta cultural com a element de diferenciació i es van concentrar els esforços en la potenciació d'una iniciativa que naixia a l'empara de Jovenuts Musicals de Torroella de Montgrí.

A l'Estartit, tot i ser una població d'un turisme de sol i platja, es va considerar que hi havia elements paisatgístics i naturals suficients com per concentrar l'estratègia de promoció en la valorització d'aquests elements. L'any 1983 amb la creació de la Reserva Marina de les illes Medes, es va tenir l'oportunitat de desenvolupar un programa de promoció de les activitats subaquàtiques al voltant d'aquest espai.

Situació actual. Un model turístic molt diferenciat: Torroella, el comerç i les activitats culturals com a element d'atracció

El model turístic de Torroella de Montgrí ha centrat la seva capacitat d'atracció en el comerç tradicional. El mercat setmanal dels dilluns és un dels seus màxims exponents, i també les activitats culturals. Aquestes darreres han tingut un eminent caire musical amb el Festival de Música (un dels més consolidats de la Costa Brava), els cursos d'interpretació musical, el cicle de concerts durant l'hivern i el concurs de cant Jaume Aragall. Caldria, però, parlar de la polèmica inicial que va envoltar totes aquestes activitats. La pregunta que molts ciutadans de Torroella es feien era si tenia sentit subvencionar un festival de música per a un públic que, majoritàriament, era de fora del municipi. La resposta va venir quan es va poder quantificar l'impacte econòmic i l'efecte multiplicador d'aquestes activitats sobre l'economia local, posant de manifest l'indubtable interès que hauria de suposar per al municipi el manteniment de totes aquestes activitats culturals.

L'estratègia de valoració del patrimoni com a estratègia turística ha començat a donar els seus fruits. Les activitats d'animació turística que s'han començat a realitzar aquest estiu són el cúmul d'un esforç llarg i continuat. El Museu del Montgrí i del Baix Ter s'ha anat dotant de tècnics competents, per altra banda també, a l'àmbit polític, es té clar el paper que pot tenir la cultura en el desenvolupament local. Des de la mateixa Oficina de

Turisme de sol i platja.



Impacte econòmic aproximat de les activitats musicals de l'estiu a Torroella de Montgrí, 1994

• Factures pagades per Jovenuts Musicals a empreses de Torroella de Montgrí	27.540.908
• Despeses mínimes en hotels i residències dels alumnes dels cursos d'Interpretació Musical: 122 alumnes x 3.000 ptes./dia x 10 dies d'estada (mitjana)	3.660.000
• Despeses mínimes en hotels i residències dels participants en el concurs de cant Jaume Aragall: 94 participants x 3.000 ptes./dia x 5 dies d'estada (mitjana)	1.410.000
• Despeses aproximades assistents al Festival Internacional de Música: 9.000 assistents x 500 ptes. de mitjana	4.500.000
• Valoració econòmica del dossier de premsa i TV calculat com anunci: Premsa	17.170.000
TV	24.407.000
Total.....	78.687.908

Font: Jovenuts Musicals de Torroella de Montgrí

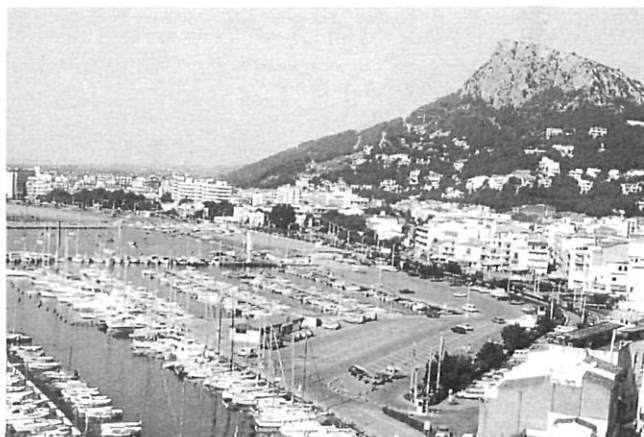
Turisme fa temps que s'han endegat tota una sèrie d'iniciatives força innovadores com un itinerari per Torroella i una sèrie d'excursions a peu i en bicicleta pel Massís del Montgrí. Aquest estiu per primer cop s'han realitzat una sèrie de visites guiades, l'èxit d'alguna de les quals, com la de *Torroella Màgica*, ha constituït una agradable sorpresa pels mateixos organitzadors, tal com es pot veure pel nombre de visitants que han tingut.

És un turisme majoritàriament català, familiar, jove o de mitjana edat, amb un nivell cultural alt. És un turista amb interès per descobrir el seu entorn, conèixer-lo i integrar-se en la vida del municipi. Per tots aquests motius és un segment que cal mantenir i potenciar.

L'Estartit, turisme de sol i platja amb matisos

El model turístic de l'Estartit segueix el patró del turisme clàssic de sol i platja de la Costa Brava, amb els mateixos problemes d'altres poblacions quant a pèrdua de competitivitat, envel·liment de l'oferta, devaluació de la seva imatge, sotmès a fortes variacions externes com podrien ser la devaluació de la pesseta, o la vaga dels camioners francesos...

Els antics ports de pescadors han estat substituïts per ports esportius.



Balanç de les visites guiades ofertades des de l'Oficina de Turisme de Torroella-L'Estartit, juliol, agost i setembre de 1995

Tipus d'excursió.....	Núm. visitants
Visita al Museu del Montgrí i del Baix Ter.....	157
Torroella Vila Vella.....	106
Terra de Pirates.....	73
Castell del Montgrí.....	142
Torroella Màgica.....	583
Dunes, estanys, litorals i riu Ter.....	32
Itineraris submarins, <i>Seawatching</i>	694

Total: 555 visitants en grups concertats
i 1.233 visitants particulars1.788

S'haurien de fer, però, alguns matisos resultat de la millora de la imatge que ha suposat per a l'Estartit la creació de la reserva de les illes Medes. Cada cop s'ha tendit més a associar, sobretot en els mitjans de comunicació, la imatge de l'Estartit amb la de la seva reserva marina, amb la natura i un medi natural ben preservat, amb tot el que això comporta de diferenciació respecte a d'altres localitats turístiques «rivals» de la Costa Brava que només poden oferir sol i platja i, potser, fins i tot, més locals d'esbarjo nocturn.

Les illes Medes i la seva protecció, no només han significat una millora de la imatge turística de l'Estartit, també han suposat una diversificació dels riscos que comportava dependre només del segment turístic de sol i platja. El turisme subaquàtic ha anat adquirint cada cop una importància més gran. L'any 1994 a l'àrea protegida es van realitzar 51.000 immersions i es calcula que el seu impacte econòmic va suposar uns ingressos de 330 milions de ptes. Cal, però, situar aquest boom del submarinisme en context i veure quines potencialitats futures té aquest segment per preveure'n les seves demandes i necessitats.

El mercat del turisme de busseig

A Europa hi ha aproximadament 2,5 milions de submarinistes en actiu, dels quals (segons estimacions de la *Professional Association of Diving Instructors*, PADI) uns 650.000 se'n van de viatge de busseig cada any. Cada submarinista acostuma a viatjar

Concert de Joventuts Musicals a l'església de Sant Genís de Torroella de Montgrí.



amb un amic o familiar. Normalment estan 10 dies en un hotel i solen realitzar despeses addicionals en equip, cursets i *souvenirs*. Tot això genera un volum de despesa aproximat d'uns 288.000 milions de ptes. (a partir de les xifres proporcionades per PADI en DM, i establint un canvi d'1 DM ≈ 82 ptes.). És una xifra prou important com per tenir en molta consideració aquest segment del mercat turístic, alhora d'elaborar productes i oferir serveis que el puguin atraure i satisfer (veure gràfic).

És un mercat que ha anat evolucionant. En els seus inicis, el mercat del submarinisme era una activitat reservada als homes, però durant aquests darrers 10 anys el panorama ha començat a canviar. Els mateixos centres de submarinisme s'han convertit en centres d'activitats lligades a l'educació, els viatgers i la venda de material. La seva clientela ja no està formada només per homes, sinó famílies senceres, amb una mitjana d'un 30% de dones, posant cada cop més l'accent en la qualitat dels serveis demandats. Des que aquests canvis s'han produït, la progressió de la indústria del submarinisme ha estat espectacular, amb un creixement del 15 al 20% en els últims 5 anys.

Totes aquestes xifres permeten preveure un futur perillosament optimista per a unes illes que ja comencen a tenir problemes de capacitat de càrrega, cosa que ha fet limitar el nombre màxim d'immersions al dia a 450, per limitar l'impacte que els submarinistes poden suposar per la fauna i flora marines.

Perspectives de futur. Nous camins a seguir

Entenem que l'estratègia turística de valoració cultural i paisatgística (les Medes són un paisatge marí d'indubtable bellesa) endegada als anys vuitanta continua essent totalment vigent, tot i que s'ha d'incidir molt més en una gestió correcta d'aquests recursos. Cal assegurar la compatibilitat de l'explotació com a recurs turístic de les illes Medes *versus* la seva conservació, és a dir, el seguiment d'un model de turisme sostenible, del qual Torroella-L'Estartit podria i hauria d'esdevenir un exemple a seguir per altres destinacions turístiques, en el futur.

Josep Capellà i Hereu és regidor de Turisme i Medi Ambient de l'Ajuntament de Torroella de Montgrí.

Lluís Mundet i Cerdán és professor i membre del Grup d'Estudis Turístics (GET) de la UdG.

Les illes Medes acullen un gran nombre de bussejadors atrets per la riquesa del seu fons subaquàtic.

