



Ander Gortazar Balerdi
Arkitektoa

Ongi diseinatua

Boladan dago turismoari buruz hitz egitea. Izango da akaso udara iritsi delako, eta, udarekin batera, alde egin zutenik sumatu ez genuen turista horiek

guztiak. Ala, agian, izango da hasi garelako ikusten turismoaren industriak hirietan sor ditzakeen distortsioak, eta konturatu garelako turismoa kolesterolaren modukoa dela: osasuntsua neurrian, eguneroko hainbat plazer txiki eragozten dizkigun enbarazua gero, eta kaltegarria kontzentrazio altuegietan.

Oso pozik azaldu da Donostiako Udal Gobernua turismo datuengatik. Igo eta igo ari da hirira datozen bisitarien kopurua, eta udarak marka guztiak hautsiko dituela espero da. Harriagarria, erabat konbentzituta bainengoen legegintzaldi hasierako iragarpen katastrofikoak –Bilduk turistak uxatuko ditu!– oinarri sendoko hausnarketa zintzoak zirela, eta ez kasketa marmarti merkeak. Baina eredu alternatibo baten beharraz mintzatzen direnak orain arteko eredu bera ederki kudeatzeaz harro daudenean, komeni da galdetzea: beste eredu hori, existitzen da? Nahi dugu?

Mahai gainean jartzeko galdera litza-teke zer puntutik aurrera hasten den turismoa kaltegarri izaten, noiz hasten den gizarteari ematen diona baino gehiago kentzen, arteriak estutzen, bihotzekoak emateko loteria-txartelak banatzen. Ederra litzateke muga hori parametroren baten arabera formulatu ahal izatea, nik zer dakit ba, barne produktu gordinaren arabera. Esatea, adibidez: «Turismo-kontzentrazio baxuetan, etekin sozialaren indizea inbertsio-indizea halako hiru da. Turismoa barne produktu gordinaren %5era iristen denean inflexio puntu bat dago, eta etekin sozialaren indizearen igoera mantsoa da inbertsioen igoerarekin konparatuta. %10etik aurrera, ordea, etekin sozialaren indizeak 0,3 egiten du behera turismoak barne produktu gordinean duen pisuak gora egiten duen puntu bakoitzeko».

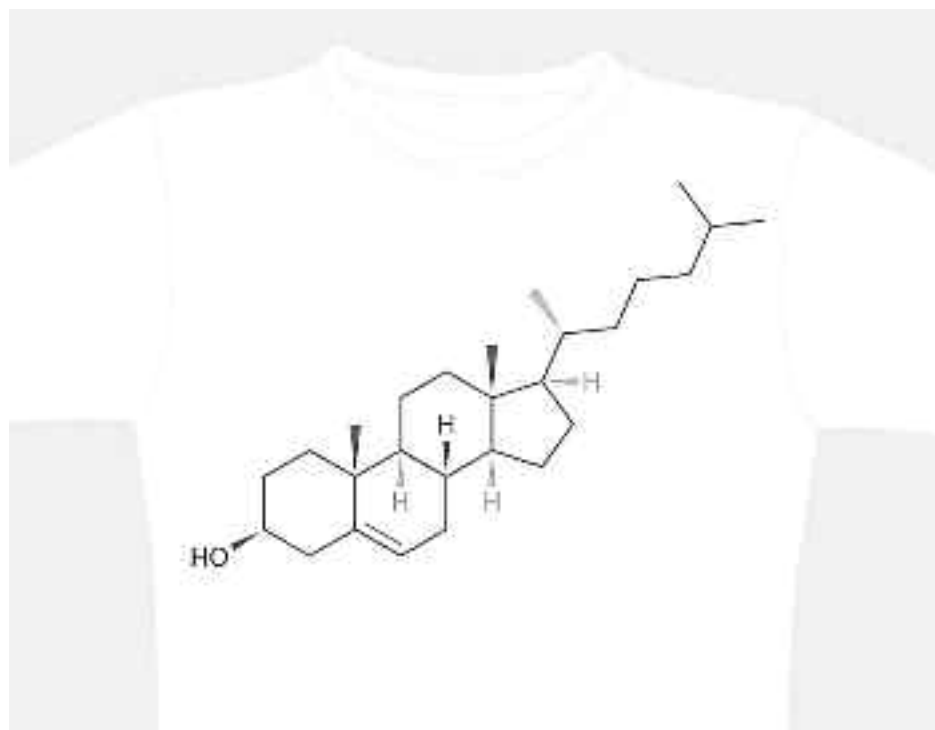
Bartzelonan pentsatzen dut, turismoa kudeatzeko hainbat tresna saiatu dituen hirian: desestazionalizazioa, pun-

tu turistikoen deszentralizazioa, ordenantzak. Eta hala ere, turismoak barne produktu gordinaren %16 ematen duen hirian, turismoa bera jotzen da hiriko hainbat arazoren errudun: «Marca Barcelona arrakastaz hil dadin espero dut, hiria suntsitzen ari dira eta», irakurri berri dut turismoari buruzko gehigarria argitaratu duen «La Marea» aldizkarian.

Izan ere, izugarritzko esfortzua egiten dugu turismoa gure bertoko (ustezko) esentzien bidez erakartzen, hiri eta lurralde markak sortzen. Bereizketa. Ezberdintasuna. Eta lana norabide egokian egiten ari garela uste dugunean, David Harveyren zaplaztekoa jasotzen dugu, paradoxa formatuan: «Norbanakoak eta hiriak bereizketa eta ezberdintasuna nabarmendu nahi dituzten bitartean, kultura-ereduak globalizatu eta homogenizatu egiten dira. Arkitektura eta kontsumo-arauak, informazioa eta aisialdi-ereduak banalizatu egiten dira eta euren bereizgarriak galdu egiten dituzte. Bereizketan oinarrituko lehiakorkeriak banalizazioak

eragindako lehiakortasun eza dakar». Itsaso banalizatuak, alde zahar banalizatuak; San Fermin, euskalduntasun, pintxo banalizatuak.

Hiriak eta marka turistikoak etengabe diseinatzen ari garen garaiotan, komeniko litzateke galdetzea zertarako ari garen diseinatzen eta zeinentzat; eta zer den funtsean, ongi diseinatzea. Gogora datorkit orduan Douglas Kelbaugh unibertsitate irakasleak dokumentatu zuen iruzkina, Europatik desengainatuta itzuli zen ikasle amerikarraren esperientzia, profezia ere izan zitekeen txorakeria: «Disneylandian, herrialde guztiak bata bestearengandik gertuago daude, eta daukaten onena erakusten dute. Europa aspergarria da. Jendeak hizkuntza arraroak erabiltzen ditu eta gauzak zikinak daude. European, gerta liteke interesik gabeko ezer ez ikustea egun luzez, baina Disneylandian momentu oro gertatzen da zerbait ezberdina, eta jendea kontent dago. Askoz dibertigarriagoa da. Ongi diseinatua dago». •



ILUSTRAZIOA: ANDER GORTAZAR BALERDI