



Ula Iruretagoiena
Arkitektoa

Turismoaren lurralde kostuak

Turismoa lurraldearen aberastasunean -lurraldearen baliabide naturalak eta lurraldetasunaren kultura atrakzio bilakatzen ditu- oinarritzen den jarduera ekonomikoa da. Eta promesa egiten du bertako biztanleen irabazpideak handituko dituela.

Argudio horietan murgiltzen dira turismoa bultzatzen duten organismoak. “Euskadi-Basque Country” 2020 EAEko Turismoko Plan Estrategikoari begira jarri eta “lurralde marka”, “produktu”, “garapen ekonomiko”, “hazkuntza”, “lehiakortasuna”, “eraginkorra”, “internazionalizazioa” hitzak errepikaturik aurkitzen dira nonahi. Horrek esan nahi du, turismoak marketin logikak aplikatzen dituela lurraldearen gain. Deigarria dena zera da: turismoa lurraldeak dituen balioen ustiapenean oinarrituriko aktibitatea izanik, nola da posible mapa bakar bat bera ere ez agertzea Turismoko Plan Estrategikoan? Datuak “ez-lekutuak” baleude bezala ageri dira txostenean zehar. Marketin hitzak berriz, maileguan hartu dira lurraldearen antolaketa egiteko garaian –eta jakina da lengoaiak jakin baten aldeko hautuak duen garrantzia–.

Turista kopurua handitzea poztekoa dela. Hori esaten digute komunikabideek ezbairik gabeko konbentzimenduarekin, oporraldien ondoren jaurtitzen dizkiguten datu triunfalista sortaren bitartez –Plan Estrategikoaren uzta onaren propaganda zabalduz, bide batez–. Aitor dut turismo alorrean ezjakina naizela, baina, hiritar eta hirigile bezala, turismoak une oro interpelatzen nau. Irabazpideak noren eskuetara doaz eta zein ekonomia eredu sustatzen du turismoak? Dena da zilegi turistak erakartzeko? Lurraldearen gain zein gaitz dakar hedonista kanpotarren bisitaldiak? Merkatuaren ekuazioan garaileak bagara, nor da gaitzaile?

Udal plangintza egiterako garaian, turismoaren planteamenduak eragin handia du, turistikoki interesa duten udalerrietan “turista egoiliarrentzat” etxebizitza eskari bat ematera beharturik baikaude. Horrek ekarri du udako eta neguko denboraldiak lurraldean estrukturalki sortu eta indartu izana. Udal kudeaketan dihardutenak ongi dakite zer-nolako kostua den udan biztanleria bikoiztera iristen den egoerari aurre egitea. Lurraldeak pairatzen du azpiegituren eta zerbitzuen eraikuntza, oporraldietan datozenen beharrak asetzeko zain. Udalerrri baten etxebizitza -haz-

kuntzaren kalkulurako “bigarren etxebizitza” formula matematikoaren aldagaia izateak agerian uzten du turismoaren eta higiezin produktuen artean dagoen lotura. Gure hirietan ere turismoaren erasoak higiezin alorrean ari dira gertatzen, “epe laburreko turistari” erantzuna emateko. Alokairuzko etxebizitzaren eskaintza turismoari zuzendua izatea, hirietako zentroetako etxebizitzak erosi eta turistei eskaintzea edota hotel berriak eraikitzea, negozio bikainak dira Plan Estrategikoaren babesean. Turismoaren gentrifikazio hori etxebizitza hutsen pareko fenomeno da, etxebizitza parkean beharizan faltsuak sortuz.

Turismoa ez da mamu gaizto bat. Ongi aplikatuz gero, lurraldea ezagutu, baloratu eta modu orekatuan ustiatzeko tresna boteretsua izan baitaiteke. Baina lurraldearen mugak –eta kostuak– formula matematikoan aintzat hartzen ez badira, turismoaren onurak galdu egiten dira. Nago Euskal Herriko turismo fenomenoaren ibilbidea eta egoera hausnartzeko garaia heldu dela, turismo ereduaren problematizatzeko. Lehenik, lurraldetasunaren eraikitzean denok partaide garenez geroztik, gogoeta gizarteratzea dagokigu. Bigarrenik, turismoko estrategiak lurraldearen antolamenduarekin batera pentsatu eta koordinatu beharrean dira, turismoaren eta lurraldearen artean bateragarritasunak aurkitzeko. Azkenik, turismoak higiezin sektorearekin egin duen ezkontzari mugak ezarri beharko zaizkio, turismoak bultzatzen duen bertakoen eta lekukoaren banderari eusteko behinik behin. •



Ilustrazioa: ULA IRURETAGOIENA