

Visita papal o el cuento de la lechera

Cuando se anunció la visita de Ratzinger a las ciudades españolas de Santiago y Barcelona, hubo quien creyó que se avecinaba una gran oportunidad de negocio. Se hicieron previsiones y se aseguró que sería una mina de oro.

Así pues, cuando arreciaron las críticas por los costes de la visita, unos 7 millones de euros en conjunto (o puede que un poco más), la mejor defensa fue asegurar que los gastos serían más que compensados con los ingresos que dicha visita generaría, concretamente, y referido a Barcelona, se habló de cerca de 30 millones de euros, y en el caso de Santiago, de 17 millones de euros.

Es decir, se justificaban los 7 millones de costes por los 47 millones de actividad económica que tal inversión generaría. O al menos, eso se suponía.

Pasada la resaca papal, los resultados son muy otros. Santiago estuvo muy lejos de estar abarrotado, y la mayoría de comercios confirmaron un volumen escaso de ventas. Las instalaciones hoteleras tampoco pudieron colgar el cartel de "completo" pese a las expectativas generadas. A mediodía, los aparcamientos preparados para los 1200 autobuses esperados, apenas contabilizaban una ocupación de 300, es decir, un 25% de lo esperado.

Si a ello unimos la reducción del turismo habitual, que ante la previsible, y constatada en la práctica, toma policial de la ciudad y el cierre a los accesos a la catedral, decidió dejar para mejor ocasión la visita, el resultado económico es un fiasco.

Otro tanto sucedió en Barcelona, donde la acogida de la visita papal fue más bien fría, en la que la presencia de fieles a lo largo del recorrido, desde el Arzobispado hasta la Sagrada Familia, tuvo tramos donde el número de feligreses competía con los efectivos del operativo policial desplegado.

Si a ello unimos que, al ser domingo, las tiendas están cerradas y los bares cercanos a la Sagrada Familia han sido obligados a desmantelar las habituales terrazas, fuente de importantes ingresos, las posibilidades de alcanzar los esperados 30 millones de euros aparecen cada vez más lejanas.

En cuanto a la ocupación hotelera, y según fuentes cercanas al gremio en Barcelona, esta se sitúa cerca del 75%, diez puntos por encima de lo habitual. Lejos, por tanto, de las cifras esperadas, sobre todo si tenemos en cuenta que el acontecimiento coincide con Hostelco, la feria de los

profesionales del sector hostelero, que el año pasado generó, en los cuatro días y medio que dura, un volumen de negocio de 56 millones de euros y la presencia de 60.000 profesionales (Si consideramos que Barcelona cuenta con unas 55.000 plazas hoteleras y la ocupación normal de fin de semana está sobre el 65% -35.000 plazas-, el incremento correspondiente al fin de semana de la visita papal es de 5.500 plazas - 10%-). Los visitantes de Hostelco –unos 60.000- hay que suponer son en parte residentes, por ello vamos a aventurar cifras conservadoras y suponer que las plazas ocupadas por visitantes no residentes se limitan a un 30% del total de visitantes, es decir 18.000, y cuya asistencia a la feria se limita a una única pernoctación, es decir la ocupación hotelera atribuible a la feria sería solo de 3.600 plazas –dividimos entre cinco días de feria. Ello nos deja como incidencia propia de la visita papal 1.900 ocupaciones. El incremento no llegaría al 3,5%).

Pero como quien no se conforma es porque no quiere, los adalides del espectáculo papal siguen defendiendo la “rentabilidad” de la visita, si no a corto plazo, como inversión de futuro. La supuesta proyección de la ciudad en su aspecto turístico es considerada como compensación más que suficiente para justificar los costes en que se ha incurrido.

El argumento es como agarrarse a un clavo ardiendo ¿Alguien recuerda las ciudades visitadas por el Papa en su viaje al Reino Unido? La única justificación mínimamente lógica sería la referida a la promoción de la Sagrada Familia, y a través de ella la de Barcelona. Pero eso tampoco tiene verdadero fundamento. No hay guía turística, por simple que sea, que no cite, con detalle, dicho monumento. Es como hablar de Paris y no mencionar la torre Eiffel, que, por cierto, podemos decir son de la misma época (la Sagrada Familia se empieza a construir en 1882 y la torre Eiffel en 1887).

¿Qué puede, pues, añadir a su promoción la visita papal? Nada. Por otra parte Barcelona no es la Sagrada Familia. Es mucho más, y el tipo de turismo que habitualmente recalca en la ciudad no se mueve por motivos religiosos. No es un Lourdes, ni un santuario de Fátima, por lo que la promoción turística que le es propia nada tiene que ver con acontecimientos religiosos.

Lo curioso es que este fiasco económico era previsible. La anterior visita del personaje en cuestión, a Valencia, en 2006 se saldó también con un fracaso económico y una presencia de feligreses muy inferior a la prevista. De los dos millones de personas previstas, solo hicieron acto de presencia 500.000. Y la mayoría se traían de casa su bocata y su botellín de agua. Muchos de los “recuerdos”, que para la ocasión, los comercios del ramo habían adquirido se quedaron en sus respectivos almacenes, durmiendo el “sueño de los justos” y ocupando espacio inútilmente.

Si ya eran conocidas las expectativas reales ¿A qué tanta fanfarria y tanto bombo y platillo? Al margen de quienes sueñan con fáciles y rentables negocios que suelen acabar mal (personajes que abundan más de lo que creemos), la única explicación que se me ocurre es el intento de "calentar motores" y motivar el sector más integrista del catolicismo de cara al evento previsto para el año que viene, en el marco de la Jornada Mundial de la Juventud, donde un nuevo fracaso de participación sería delicado para la Iglesia.

Si tenemos en cuenta que los costes previstos para tal acontecimiento han pasado ya de los 25 millones de euros a los 50, y ello sin contar con las "aportaciones en especie" de los tres entes oficiales (Gobierno central, Comunidad de Madrid y Ayuntamiento), que incluyen *"el entramado completo de seguridad y limpieza; la cesión gratuita del Paseo de Recoletos, la plaza de Cibeles, la sede del ayuntamiento, el aeródromo de Cuatro Vientos, el Palacio de Congresos o el Palacio de los Deportes; descuentos especiales en los transportes públicos para los asistentes; así como la elaboración de un programa específico para los Veranos de la Villa"*, según podemos leer en **Público**, lo que podría perfectamente doblar la cifra de coste, tan magno despilfarro debe tener, necesariamente, una participación que la justifique.

Aunque en principio los fondos necesarios van a salir de las aportaciones, principalmente, de los propios asistentes, la realidad al día de hoy es muy otra, ya que de los esperados 2.000.000 de participantes, están realmente inscritos, y participando en la financiación, solo 177.000. Los propios organizadores reconocen que sus previsiones son que la colaboración económica se limite al 25% de los participantes.

La otra columna de sustento económico es la participación de distintas empresas (Entre otras Grupo Prisa, Sogecable, Intereconomía, Vocento, Unidad Editorial, Iberia, FCC, Acciona, Abengoa, Telefónica o el Grupo Santander. Dime que finanzas y te diré quien eres). Claro que esta participación en la financiación de semejante circo tiene su beneficio empresarial, nada menos que deducciones fiscales entre el 45% y el 90%, o sea que al final lo pagamos nosotros, como siempre.

¡En fin! Siete millones de euros, por lo bajo, gastados miserable e inútilmente en un sarao más bien ofensivo, por la intransigencia que rezuma, y la perspectiva de un gasto muchísimo mayor para el próximo año. Y todo ello en unos momentos donde los fondos públicos deberían estar dedicados a atender las necesidades sociales, que son muchas. Menos mal que el gobierno de Zapatero presume de agnóstico y Ratzinger lo acusa de fomentar un "anticlericalismo agresivo"