

## **Impressions museístiques en el turisme cultural de les Illes Balears**

*Lourdes Melis Gomila*

### **Introducció**

L'oci és un mediador de la cultura, per això no ha de resultar estrany que l'activitat turística tingui una modalitat cultural. De fet, el patrimoni cultural és un element fonamental per a aquest tipus de turisme i, en conseqüència, també ho són els museus, els quals es veuen des de fa dècades com a equipaments capaços de contribuir al desenvolupament econòmic de territoris amb una manca d'especialització turística. En canvi, en aquells indrets on impera un model turístic concret, normalment el de sol i platja, s'han volgut presentar com una alternativa per pal·liar problemes com l'estacionalització o el turisme massiu.

En aquest article es pretén oferir una reflexió entorn del turisme cultural. Així mateix, es vol reflexionar sobre la incidència d'aquest tipus de turisme i el paper que els museus hi juguen.

Per concloure, s'explicaran els resultats obtinguts arran d'un estudi desenvolupat a finals de l'any 2023 i els primers mesos del 2024 i dedicat a la gestió turística del Museu d'Història de Manacor i el patrimoni cultural de la ciutat de Manacor i els principals jaciments arqueològics del municipi.

### **El turisme cultural: el nou turisme de masses**

A final del segle xx i principi del segle xxi, el consum pateix una diversificació i dona importància a les experiències que l'activitat turística pot oferir. L'increment de la demanda cultural i la diversificació d'aquest àmbit provoquen que sorgeixin noves formes de turisme alternatiu a causa, en part, del rebuig al turisme de masses.

De totes maneres, a Espanya el binomi turisme-cultura no es desenvolupa de manera conscient i seriosa fins a la dècada dels anys vuitanta del segle xx. Aquestes propostes alternatives volen establir una relació amb la cultura del territori visitat. També es relacionen amb un turisme sostenible que no té una incidència nociva ni per l'entorn natural, ni pel cultural, ni per la societat.

Segons l'Organització Mundial del Turisme (OMT), el turisme cultural és un dels models que ha experimentat un major creixement en la darrera dècada, amb un increment del 15 % anual. Fa dues dècades que alguns autors ja defensaven que el turisme cultural i l'urbà serien els que experimentarien una major expansió i que en el 2020 el 10 % de les arribades turístiques a escala mundial tendrien un propòsit cultural (Ramos 2007, 78).

A Espanya, en el 2023 el nombre de turistes culturals internacionals fou de 16.614,4 milions, xifra que representa el 19,5 % de les entrades totals. Respecte a l'any 2019 (abans de la pandèmia de la COVID-19), s'ha produït un increment del 7 % de turistes culturals.<sup>1</sup>

Pel que fa als turistes nacionals que viatgen per motius culturals, l'any 2023 foren 17.729, d'un total de 185,9 milions de viatges. El destí principal fou Espanya (65,15 %), i les comunitats més visitades foren, en aquest ordre, Andalusia, la Comunitat de Madrid, Catalunya i Castella i Lleó. Balears és la tercera comunitat manco visitada, ja que representa només l'1,2 % del total dels viatges. Per darrere se situen Navarra i la Rioja.<sup>2</sup>

El Consell Internacional de Monuments i Llocs Històrics (ICOMOS) va oferir una definició concreta de turisme cultural en la seva primera Carta de Turisme Cultural l'any 1976. Es definia com «aquell turisme que té com a objectiu el coneixement de monuments i llocs historicoartístics». L'any 1999 aquest organisme va fer una revisió del document ampliant el concepte de patrimoni relacionat amb l'oferta turística cultural. A partir d'aquí, es tenen en compte elements i equipaments com els museus, els jaciments arqueològics, els monuments, l'art, l'escultura o l'arquitectura, però també els festivals, la música, la dansa, els estudis dels idiomes o la literatura.

En aquesta carta, l'ICOMOS destaca la importància de la planificació del turisme cultural en un determinat territori. Aquesta planificació ha de tenir com a principi fonamental el respecte total i absolut pel patrimoni i per la societat en la qual s'insereix. Aquest principi ha de ser valorat i tingut en compte tant per la

gent que es dedica a l'àmbit cultural com pels de l'àmbit turístic, pels representants polítics, pels promotors, tant privats com públics, i per tota aquella persona o agent que intervingui en la gestió del turisme cultural (Hernández 2002, 379).

Per la seva part, durant la 22a sessió de l'Assemblea General de l'Organització Mundial del Turisme (OMT), celebrada de l'11 al 17 de setembre de 2017 a Chengu (China), es va aprovar la següent definició per fer referència a un turisme de caràcter cultural:

Un tipus d'activitat turística en la qual la motivació essencial del visitant és aprendre, descobrir, experimentar i consumir les atraccions/productes culturals tangibles i intangibles d'una destinació turística. Aquestes atraccions/productes es relacionen amb un conjunt de característiques materials, intel·lectuals, espirituals i emocionals distintives d'una societat que abasta les arts i l'arquitectura, el patrimoni històric i cultural, el patrimoni culinari, la literatura, la música, les indústries creatives i les cultures vives amb els seus estils de vida, valors, sistemes, creences i tradicions.<sup>3</sup>

Malgrat que el turisme cultural s'hagi definit sempre en termes de sostenibilitat i respecte cap al territori, són molts els exemples que deixen constatar que aquesta modalitat turística no és sempre la solució. Un dels més paradigmàtics és el cas de la ciutat de Venècia, on des dels anys 70 del segle xx es van impulsar polítiques que van tenir com a conseqüència una especulació immobiliària que va afavorir l'increment d'instal·lacions hoteleres que van potenciar el sorgiment d'una oferta d'activitats de luxe dirigides als turistes. Això va fer que el ciutadà venecià es ves forçat a sortir de la ciutat per establir-se a la zona continental, especialment a les localitats de Mestre i Marghera.

Segons Zannon (Ianniello i Cánovas 2022, 412-413), fou precisament un esdeveniment cultural el que incrementà aquesta tendència: la Biennial d'Art de Venècia, una iniciativa que tenia entre els seus objectius el reconeixement cultural internacional de la ciutat. A finals del segle xx, l'estructura econòmica veneciana ja depenia totalment del turisme, al qual estava destinat no només el sector immobiliari sinó també els comerços minoristes, l'urbanisme i els serveis que oferia la ciutat. El resultat ha estat la museïtzació de la ciutat, convertida en un parc temàtic pensat més que per als seus ciutadans, per als visitants de pas. Evidentment, això té unes conseqüències directes en la cultura dels seus ciutadans, els quals són apartats del seu lloc d'origen i, per tant, de les seves tradicions, costums i mode de vida.

Per tant, l'impuls inicial del turisme cultural com a estratègia per dinamitzar

<sup>1</sup> Informació obtinguda a partir de les Estadístiques de moviments turístics en frontera (FRONTUR) de l'Institut Nacional d'Estadística (INE).

<sup>2</sup> Informació obtinguda a partir de les Estadístiques de moviments turístics en frontera (FRONTUR) de l'Institut Nacional d'Estadística (INE).

<sup>3</sup> Disponible a <<https://cutt.ly/Ng9jYBK>>. Consulta: 14 setembre 2024, 18.17 h.

econòmicament i socialment un territori pot convertir-se en el principal motiu de la destrucció del seu teixit econòmic, cultural i social originaris.

En aquest sentit, Prats (2003, 129) alerta que no tots els recursos patrimonials ni projectes que es desenvolupen per posar-los en valor poden funcionar com a recurs turístic. Els principals problemes que l'autor assenyala al respecte són, en primer lloc, la dificultat per mantenir el projecte a llarg termini, és a dir, la seva viabilitat. En segon lloc, la lògica normalment utilitzada en la delimitació territorial, la qual no es basa moltes de vegades en una ordenació feta des d'un punt de vista patrimonial; per aquest motiu els béns culturals solen presentar-se de manera aïllada i sense dur a terme cap mena de cooperació o coordinació entre ells. La darrera principal problemàtica que diferencia Prats és el mutu desconeixement que tenen el sector turístic i el patrimonial, fins i tot l'autor parla de recel entre ambdós.

Hi ha encara altres circumstàncies que es poden derivar del turisme cultural. D'una banda, la mercantilització de la cultura i del patrimoni basat només en objectius de creixement econòmic i no en el foment i desenvolupament de la cultura i de les expressions tradicionals d'un territori. Això pot comportar no només pèrdues patrimonials irreversibles, sinó canvis en les expressions culturals originàries que allunyen els ciutadans, malgrat que acostin els turistes. A les Balears tenim clars exemples al respecte, com la celebració de determinades festes locals, com les festes de Sant Joan de Ciutadella o els moros i cristians de Sóller i Pollença. Si bé la població local no deixa perdre, de moment, aquests esdeveniments i intenta mantenir-ne l'essència i el sentit, si no hi ha un suport institucional públic que les protegeixi es poden desvirtuar de forma molesta i fins i tot ofensiva per a la població local.

És important recordar que quan es parla de cultura es parla d'identitat. Protegir la primera és assegurar la segona. En aquest sentit, cal evitar lectures simplistes de les senyes identitàries d'una societat, que cerquen només complir els desitjos i expectatives dels visitants estrangers a partir d'una imatge tradicional preconcebuda i fins i tot exòtica, normalment allunyades totalment de la realitat cultural d'una societat. Entronca amb això la folklorització de la cultura, entesa com un procés depuratiu que pretén servir una cultura «a la carta» pels turistes no basada en les senyes identitàries identificades per la població local.

D'una altra banda, cal tenir una visió global del foment cultural. Si només es concentren els esforços a potenciar determinats aspectes culturals o elements patrimonials, es corre el risc de deixar de banda, i fins i tot perdre'n, d'altres que també tenen rellevància. Per això, les propostes no poden centrar-se només en els vestigis historicoartístics més difosos o en les tradicions més reconegudes, ja

que això pot provocar, d'una banda, el desgast d'aquestes, i de l'altra, la pèrdua d'aquelles que no són tan populars.

Però per si no fos suficient amb els entrebancs que presenta per si sol el turisme cultural, cal afegir-hi tots els que presenta el model turístic de masses per se, els quals són àmpliament coneguts: destrucció i sobreexplotació del paisatge, gentrificació, elevada pressió turística,<sup>4</sup> globalització, incidència de les noves tecnologies o turismofòbia, entre altres.

Per evitar situacions com les esmentades, és imprescindible una gestió multidisciplinària estructurada i reflexionada en la qual s'hi han de veure implicats tots els agents que participen en les propostes: tant públics com privats, com turístics com culturals. I, sobretot, cal incorporar-hi la població. Només si es tenen en compte les seves consideracions i actituds davant del turisme serà possible obtenir una relació equilibrada i no problemàtica entre el ciutadà i el turista. Contràriament, passarà el que està ocorrent en moltes ciutats europees: neixen contundents reaccions socials en contra del turisme que provoquen tensions socials, culturals i econòmiques (Ruiz 2020, 195).

## L'impacte dels museus en el turisme cultural

La interrelació entre el turisme cultural i els museus es va començar a consolidar a partir de la dècada dels anys vuitanta del segle xx. No obstant això, avui dia encara hi ha una manca d'estudis sobre les connexions que s'estableixen entre el turisme, el patrimoni i els museus. Allò que predomina són els estudis de caràcter econòmic, però sense arribar a valorar els vincles i experiències que es produeixen entre aquests tres àmbits.

Convé no oblidar el sentit diferenciador i únic que posseeix el patrimoni, gràcies al seu valor simbòlic i identitari. Per això, els museus són un element representatiu a través dels quals conèixer la cultura i la societat a la qual pertanyen; per aquest motiu actualment, i a conseqüència de la globalització i de la uniformitat que se'n deriva, cada ciutat, però també les localitats més petites, s'han preocupat per tenir un museu on mostrar el seu llegat cultural i les seves arrels més ancestrals. Per això, a finals del segle xx es produeix un boom museístic causat, en part, per la nostàlgia d'una societat postmoderna que mira al passat per crear un futur més propi amb el qual sentir-se identificada (Herrero 2002, 62).

<sup>4</sup> En el 2023 les Balears va ser la comunitat amb major pressió turística, 12 turistes per cada habitant (informació aportada a partir de les dades de l'Institut Nacional d'Estadística).

Pel que fa als visitants, segons l'Estadística de Museus i Col·leccions Museogràfiques de l'Institut Nacional d'Estadística, l'any 2018 es registra un augment dels visitants en els 1.461 museus i col·leccions museogràfiques d'Espanya que van respondre l'estadística. El total de visites registrat fou de 65,4 milions, amb un increment del 9,6 % respecte a l'any 2016. Del total de les visites del 2018, el 14,1 % foren visitants estrangers, el que suposa una mitjana de 9.588 visitants estrangers per museu. Aquestes xifres han patit una disminució després de la pandèmia de la COVID-19, ja que els resultats de la darrera estadística publicada en el 2022 indica que el nombre de visitants fou de 51,6 milions. El que sí augmenta és el nombre de visitants estrangers, els quals representen el 18,8 % del total de visites.<sup>5</sup> De totes maneres, aquestes dades han de ser interpretades tenint en compte que no tots els museus existents van respondre l'enquesta i que a vegades no es disposa d'una informació concreta sobre el tipus de públic.

Sigui com sigui, aquestes dades són, en part, un reflex de l'evolució conceptual que ha patit el museu com a institució. S'ha volgut deixar enrere la seva visió tradicional com a lloc sagrat de la cultura i es presenta com una institució oberta a un públic general capaç de formar part de l'oci i el gaudi de la població.

De totes maneres, existeix una tendència mercantilista que està estretament vinculada amb el turisme cultural i que a Espanya es fomenta a partir dels anys vuitanta del segle xx i s'intensifica a finals de segle a partir de projectes museístics duits a terme més aviat per raons econòmiques i turístiques que no pas culturals (Arrieta 2012, 11). Fins i tot, s'ha utilitzat el concepte «museïficació» per referir-se a l'increment del nombre de museus i espais museïtzats. Es podria dir que s'ha passat del contenidor d'objectes sagrats a un espai de consum de masses que, moltes vegades, es ven com un producte més dins el circuit mercantilista (Hernández 1992, 89).

Fins i tot, casos paradigmàtics com el Museu Guggenheim de Bilbao, el qual va ser el centre d'una transformació urbanística i econòmica de la ciutat, però també social, encara és avui dia qüestionat per una part de la societat. Per alguns fou només una intervenció arquitectònica al servei del consumisme capitalista i l'especulació i no una aposta purament cultural (Leonardo 2018, 342-343). A més, també veuen en aquesta intervenció la pèrdua de patrimoni industrial i, per tant, d'una senya identitària pròpia de la ciutat. Al contrari d'això, molts pensen que és un cas d'èxit rotund tant a escala cultural com urbanística, econòmica i social. Sigui com sigui, l'anomenat «efecte Bilbao» ha estat imitat a Espanya

<sup>5</sup> Les dades aportades han estat consultades en l'Estadística de Museus i Col·leccions Museogràfiques elaborada pel Ministeri de Cultura del Govern d'Espanya, disponible a <<https://acortar.link/CdNMwu>>. Consulta: 02 octubre 2024, 12.02 h.

i fora d'ella, però la veritat és que cap no ha aconseguit els mateixos resultats.

Però la història no acaba aquí, ja que actualment el govern basc ha proposat ampliar el Guggenheim a Urdaibai,<sup>6</sup> declarat Reserva de la Biosfera l'any 1984, amb un projecte de museu a l'aire lliure connectat amb la naturalesa entre les localitats de Guernica i Murueta. Són moltes les veus que s'han aixecat en contra d'aquesta proposta, com la plataforma Stop Guggenheim Urdaibai.<sup>7</sup> L'organització Greenpeace ha anat més enllà i ha denunciat el govern basc als tribunals.<sup>8</sup>

Un altre lloc on s'ha utilitzat la institució museística per crear i fomentar el turisme cultural és Màlaga. En aquest cas, no es tracta només d'un gran museu sinó d'una proposta que engloba més d'una trentena de centres de diferent tipologia i característiques oberts en les darreres dècades, com el Centre d'Art Contemporani (CAC) (2003), el Museu Picasso (2003), el Museu Pompidou (2015), el Museu de l'Automòbil i la Moda (2010), la Col·lecció del Museu Rus (2015) i el Museu de Màlaga (2016), entre altres.

Cal recordar que aquesta ciutat ha tengut tradicionalment un marcat turisme de sol i platja amb la marca de la Costa del Sol, però gràcies a concessions d'ajudes europees i la col·laboració pública i privada es van efectuar una sèrie de reformes en el centre històric de la ciutat i en les vies de comunicació que tenien com a objectiu aconseguir que la ciutat fos reconeguda com a ciutat de la cultura l'any 2016, malgrat que finalment aquesta menció es va atorgar a Sant Sebastià.

Tot i així, l'afluència de turistes a la ciutat s'ha incrementat considerablement, però no tots els sectors han valorat aquest fet com a positiu. De fet, es parla de la «disneïtzació» de la ciutat i, fins i tot, s'ha identificat un fenomen propi entorn de la figura de Pablo Picasso que s'ha batejat com a «picassització» en relació amb la significació que s'ha volgut donar a la relació de Màlaga amb l'artista. Aquesta relació ha estat considerada totalment forçada i fomentada en uns discursos dèbils.

Les crítiques que rep la proposta malaguena provenen de diferents àmbits, com l'artístic, el polític o l'arquitectònic, però també del social. Cal destacar la creació de La Casa Invisible, un centre cultural autogestionat per grups socials que en el 2007 van ocupar un edifici propietat de l'ajuntament. La polèmica està viva encara avui dia, ja que han estat diversos els intents de desallotjar el col·lectiu.

<sup>6</sup> Aquest projecte compta amb un pressupost inicial de 40 milions d'euros aportats pel govern basc i uns altres 40 provinents de la diputació de Bizkaia.

<sup>7</sup> <<https://guggenheimurdaibaistop.info>>

<sup>8</sup> <<https://goo.su/piznEFR>>. Consulta: 02 setembre 2024, 10.52 h.

Una altra problemàtica sorgida entorn de «la ciudad de los museos» ha estat el tancament del CAC el mes de setembre de 2024. La gestió d'aquest centre estava en mans privades arran d'una concessió. Segons l'ajuntament, es pretén municipalitzar-la i en el 2026 es reobrirà amb el nom de MuCAC i inclourà també el Museu del Patrimoni Municipal. Passarà, a més, a tenir tres seus ubicades a l'antic Mercat de Majoristes, les sales de Coracha i l'antic CAC.<sup>9</sup>

Aquests exemples demostren que és necessari que totes les possibilitats que ofereixen els museus i la manera com afecten la realitat econòmica, social i cultural del seu territori siguin estudiades i analitzades des d'un punt de vista crític per tal de saber quina és la seva incidència real (Ramos 2012, 91).

### Les Illes Balears i els museus locals com a impuls socioeconòmic

La fórmula «cultura+turisme=desenvolupament», per la qual es va apostar a escala general a principi de segle xx, també ha estat present a les Balears. S'ha constatat una tendència ascendent en l'obertura de nous museus, en consonància amb la resta de l'estat espanyol, ja que la meitat dels museus espanyols es van crear en un període de vint anys amb un clar increment durant l'etapa 2000-2005, en la qual s'arriba quasi als dos mil museus (Ramos 2007, 95).

A Balears, del 2000 al 2020 s'ha volgut fomentar una oferta cultural a partir de projectes museístics amb la inauguració o reobertura de més d'una vintena de centres. Molts d'aquests projectes han estat finançats, en part, per l'impost de turisme sostenible i a partir de la col·laboració entre institucions públiques, de caràcter autonòmic, insular i municipal, però també privades, sobretot fundacions i associacions.

Sovint el cost d'aquests projectes és justificat a partir de la seva consideració com a recurs renovador i regenerador d'una àrea o territori concrets. Malgrat aquestes intencions, es pot confirmar que no sempre hi ha una continuïtat pressupostària que asseguri un futur estable i segur per als museus de nova creació. De fet, de la manca de recursos es deriven situacions insostenibles, com la manca de personal per a gestionar el centre.

Pel que fa a la seva promoció turística, a Balears no existeix una campanya de difusió unitària dels espais museístics ni autonòmica, ni insular, ni municipal. Després d'analitzar l'oferta en línia del Govern de les Illes Balears a través de l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), dels consells insu-

lars i dels ajuntaments, així com el material disponible en les oficines d'informació turística, es pot dir que no existeix una oferta museística unificada. Per això, el nombre de centres que apareix és sempre diferent segons l'entitat consultada. A més, la informació aportada en moltes ocasions no és correcta, normalment perquè no ha estat actualitzada. Ara com ara, no existeix una guia de museus, ni en paper ni en format electrònic, elaborada per cap departament de turisme ni de cultura que es pugui considerar un mitjà de difusió efectiu.

Segurament, una de les causes d'aquest fet sigui la quasi nul·la col·laboració dels museus amb les entitats i departaments de turisme, ja que no existeix una relació constant per establir mecanismes de difusió i foment que siguin incipients.

A això cal sumar-li, a més, la manca de sistematització de l'àmbit turístic derivat de la situació legislativa i administrativa existent. Segons la Llei 4/2003, de 26 de març, de museus de les Illes Balears, els centres museístics han de complir amb una sèrie de premisses per poder obtenir el reconeixement com a museu o col·lecció, i a partir d'aquí passen a formar part del registre insular de museus, i també del registre general de museus de les Illes Balears. Però tot aquest procediment no es va poder posar en marxa fins l'any 2019, moment en què es va aprovar el Decret 38/2019, de 17 de maig, pel qual s'estableixen els principis generals i la normativa complementària en matèria de museus i col·leccions museogràfiques de les Illes Balears.

Cal dir que a Mallorca s'aprovà amb anterioritat el Reglament 5/2012 de reconeixement i registre dels museus i col·leccions museogràfiques, però malgrat aquest avanç la situació general no està regularitzada, ja que actualment només hi ha reconeguts un total de deu museus i col·leccions museogràfiques (vegeu la taula 1).<sup>10</sup> De fet, no hi ha cap museu ni col·lecció museogràfica de caràcter no estatal reconeguts ni a Menorca, ni a Eivissa ni a Formentera (Melis 2021, 572-573).

També a Mallorca, curiosament un any abans de l'aprovació de la llei de museus, concretament el 22 de juliol de 2002, el Consell Executiu del Consell de Mallorca va aprovar la Xarxa de Museus de Mallorca, amb la intenció d'estructurar aquest àmbit. Aquest document enumera de manera breu algunes característiques de l'àmbit museístic, i una d'elles incideix en el fet que el paper dels museus en l'àmbit del lleure, de l'educació i del turisme és poc rellevant.

En aquest sentit, un dels objectius marcats per a la xarxa fou la de relacionar

<sup>9</sup> Informació aportada per la secció de museus de Màlaga a través de la seva pàgina web, disponible a <https://acortar.link/0fOWYl>. Consulta: 30 octubre 2024, 19.33 h.

<sup>10</sup> En aquesta xifra no s'inclouen el museus de categoria estatal, ja que aquests no es regeixen per la Llei de museus de les Illes Balears i són reconeguts directament amb la categoria de museus.

la imatge dels museus amb les estratègies d'actuació turística desenvolupades a l'illa, sempre com a elements identificadors i dinamitzadors de la societat. Malgrat aquesta declaració d'intencions, les iniciatives dutes a terme al respecte no són nombroses ni constants i és necessari potenciar de manera seriosa aquesta xarxa.

Museus	Col·leccions museogràfiques
Museu d'Història de Manacor (Mallorca) <sup>11</sup>	Els Calderers (Sant Joan, Mallorca) <sup>11</sup>
Museu Sa Bassa Blanca. Fundació Yannick i Ben Jakober (Alcúdia, Mallorca) <sup>12</sup>	Cel·la Frederic Chopin i George Sand (Valldemossa) <sup>13</sup>
Es Baluard. Museu d'art modern i contemporani (Palma, Mallorca) <sup>14</sup>	Fundació Cosme Bauçà (Felanitx, Mallorca) <sup>15</sup>
	Impremta Guasp (Valldemossa, Mallorca) <sup>16</sup>
	Col·lecció del Consell de Mallorca
	Col·lecció de l'Institut Mediterrani d'Estudis Avançats (IMEDEA) (Esporles, Mallorca)
	Col·lecció museogràfica d'Alfàbia (Bunyola, Mallorca)

Taula 1. Elaboració pròpia. Font: Secció de Museus del Departament de Cultura del Consell de Mallorca.

De totes maneres, s'ha pogut constatar que a les Balears hi ha un centenar d'espais museístics (Melis 2021, 574), tots ells amb unes característiques molt disperses, ja que pràcticament estam parlant de museus locals amb una àmplia col·lecció museogràfica heterogènia.

D'entre tots ells, es poden distingir dos grups diferenciats: aquells museus on predomina un públic turista i aquells que es nodreixen de les visites locals. En aquest sentit, el primer grup presenta una característica específica, una estacionalitat en el seu horari d'obertura; és a dir, que solen tenir un horari ampliat a l'estiu, però reduït a l'hivern, i fins i tot hi ha centres que tanquen durant al-

guns mesos. Com a molt, a vegades ofereixen visites concertades. En canvi, en aquells museus on predomina el públic local es produeix la situació contrària; és a dir, els mesos d'estiu redueixen el seu horari o fins i tot tanquen algun mes.

Els museus amb major afluència de turistes es localitzen sobretot a la zona de Palma i a la Serra de Tramuntana, a Maó, a Dalt Vila i a Santa Eulària des Riu, fet que encaixa perfectament amb la realitat turística que presenten aquestes zones. Les nacionalitats dels visitants estrangers també estan en consonància amb la tendència general, ja que les nacionalitats més presents són, per aquest ordre, l'espanyola, l'alemanya, l'anglesa i la francesa. A Menorca es pot concretar una diferència, ja que després dels espanyols, els anglesos són els que predominen.

## El Museu d'Història de Manacor en l'oferta turística de la ciutat

Des del mes de setembre de 2023 fins al gener de 2024 es va desenvolupar un estudi que tenia com a objectiu principal efectuar una anàlisi i avaluació de la gestió turística existent entorn del Museu d'Història de Manacor.

Aquest estudi es va dividir en dues fases: una primera d'anàlisi interna de la gestió del museu i una segona on es van estudiar tots aquells serveis i elements externs del museu, però que de manera directa o indirecta entronquen amb el seu posicionament dins l'oferta turística cultural de Manacor.

En la primera es van arribar a una sèrie de conclusions que van permetre diferenciar quines són les línies de treball més desenvolupades i quines caldria atendre amb major atenció. Pel que fa a les primeres, destaca com a positiu el discurs museogràfic del museu, el qual és ric, variat i adaptat a un ampli ventall de públic. Així mateix, hi ha disponibles fulls de sala que ofereixen la traducció dels textos explicatius en castellà, anglès, alemany i francès. A més, és un museu totalment adaptat per a visitants amb discapacitats auditives, visuals o amb mobilitat reduïda. Es valora també positivament que els seus canals de difusió es mantenen actius de manera constant i aporten una informació extensa i variada. De fet, la temporada turística es veu reflectida en un increment dels visitants turistes al museu.

En canvi, altres valoracions van indicar que encara hi ha aspectes a treballar. Una d'elles és la qüestió idiomàtica, ja que aquesta no era completa en el moment en què es va realitzar l'estudi ni en els codis QR disponibles ni els vídeos explicatius, els quals només s'ofereixen en català i castellà, ni tampoc a la seva pàgina web. De la mateixa manera, els continguts dels canals de difusió del museu van dirigir-se sobretot al públic local.

<sup>11</sup> En línia: <<https://cutt.ly/TjqNOsH>>. [Consulta: 20 juny 2023].

<sup>12</sup> En línia: <<https://cutt.ly/TjqNOsH>>. [Consulta: 20 juny 2023].

<sup>13</sup> En línia: <<https://cutt.ly/TjqNOsH>>. [Consulta: 20 juny 2023].

<sup>14</sup> En línia: <<https://cutt.ly/TjqNOsH>>. [Consulta: 20 juny 2023].

<sup>15</sup> En línia: <<https://cutt.ly/djqNIEb>>. [Consulta: 20 juny 2023].

<sup>16</sup> En línia: <<https://cutt.ly/ZjqB2t4>>. [Consulta: 20 juny 2023].

Un dels punts on caldria treballar de manera immediata és en la connexió del museu amb el centre de la ciutat, ja que no es disposa d'una aturada de transport públic propera ni tampoc de carril bici. Aquest és un entrebanc que dificulta el seu posicionament i reclam de la demanda turística. Seria convenient també fer visible el vincle del museu amb els jaciments arqueològics que gestiona així com altres equipaments, com la farinera d'en Beió.

Pel que fa a l'anàlisi externa, hi ha consideracions rellevants a fer. Per començar, no hi ha disponible una quantitat de dades prou important que permeti realitzar estudis sobre el turisme a Manacor. Hi ha disponible una enquesta a la pàgina web de promoció turística de l'Ajuntament de Manacor, però les dades que proporciona són insuficients i no es pot considerar una eina útil de gestió turística.

L'Oficina de Turisme de Manacor té poca presència física i el nombre d'usuaris ha patit una disminució significativa en els darrers anys. A més, la senyalització turística de Manacor se situa en un radi de la ciutat reduït i no implica altres espais i indrets fora d'aquest que tenen un interès cultural significatiu. Els senyals turístics ubicats en el centre de Manacor no fan visibles de manera clara els equipaments patrimonials i culturals i no sempre presenten una informació actualitzada. Així mateix, alguns d'ells no estan en bon estat de conservació. Això provoca que alguns dels principals equipaments culturals de Manacor són invisibles en la informació que es presenta en el centre de la ciutat, sobretot el Museu d'Història, el molí d'en Beió, el molí d'en Fraret, l'Escola Municipal de Mallorquí i la Institució Antoni M. Alcover.

Pel que fa a la promoció en línia, els continguts culturals de la pàgina de promoció turística gestionada per l'Ajuntament de Manacor apareixen poc estructurats i de manera conjunta amb recursos que no són de caràcter cultural. Així mateix, la pàgina web de l'oferta cultural de l'Ajuntament de Manacor no està dirigida al públic turista. Aquest ha de dirigir-se als canals de promoció del Govern de les Illes Balears i el Consell de Mallorca, però la informació apareix desactualitzada i incompleta. Aquest aspecte té una importància cabdal, ja que internet és el principal canal de consulta dels turistes que volen informació sobre Manacor, segons les enquestes aportades pel departament de turisme del consistori.

Una de les mancances que caldria superar de manera immediata és la falta de coordinació i treball conjunt i continuat de les àrees de patrimoni, turisme i cultura de l'Ajuntament de Manacor.

Malgrat això, i gràcies a les enquestes realitzades en aquest estudi, és significatiu aportar que la majoria dels turistes afirmen tenir un interès cultural en la

seva visita a Manacor i la segona categoria de recursos turístics que més els interessa són els museus. De totes maneres, el Museu de Manacor ocupa la cinquena posició entre els recursos culturals més visitats a Manacor. Al primer lloc se situa l'església de Nostra Senyora dels Dolors i el Rafa Nadal Museum.

## Conclusions

Ha quedat demostrat que el turisme cultural no és la panacea i que, ben igual que altres models turístics, necessita una gestió seriosa. Per tenir una visió de futur d'aquest model, cal una mirada integral centrada en una oferta de qualitat aconseguida a partir d'una planificació prèvia.

Per això és necessari que hi hagi una col·laboració constant entre els professionals que es dediquen tant a l'àmbit turístic com al cultural, indiferentment de si són públics o privats. Cal que hi hagi una reciprocitat entre gestors, polítics, conservadors, operadors turístics, etc., perquè els projectes i iniciatives que es poden dur a terme han de considerar-se des de diferents punts de vista per tal que compleixin amb totes les expectatives. L'essència, la qualitat i el respecte pel patrimoni i la cultura han de ser eixos principals i imprescindibles en la gestió no només del turisme cultural sinó de tota l'activitat turística en general.

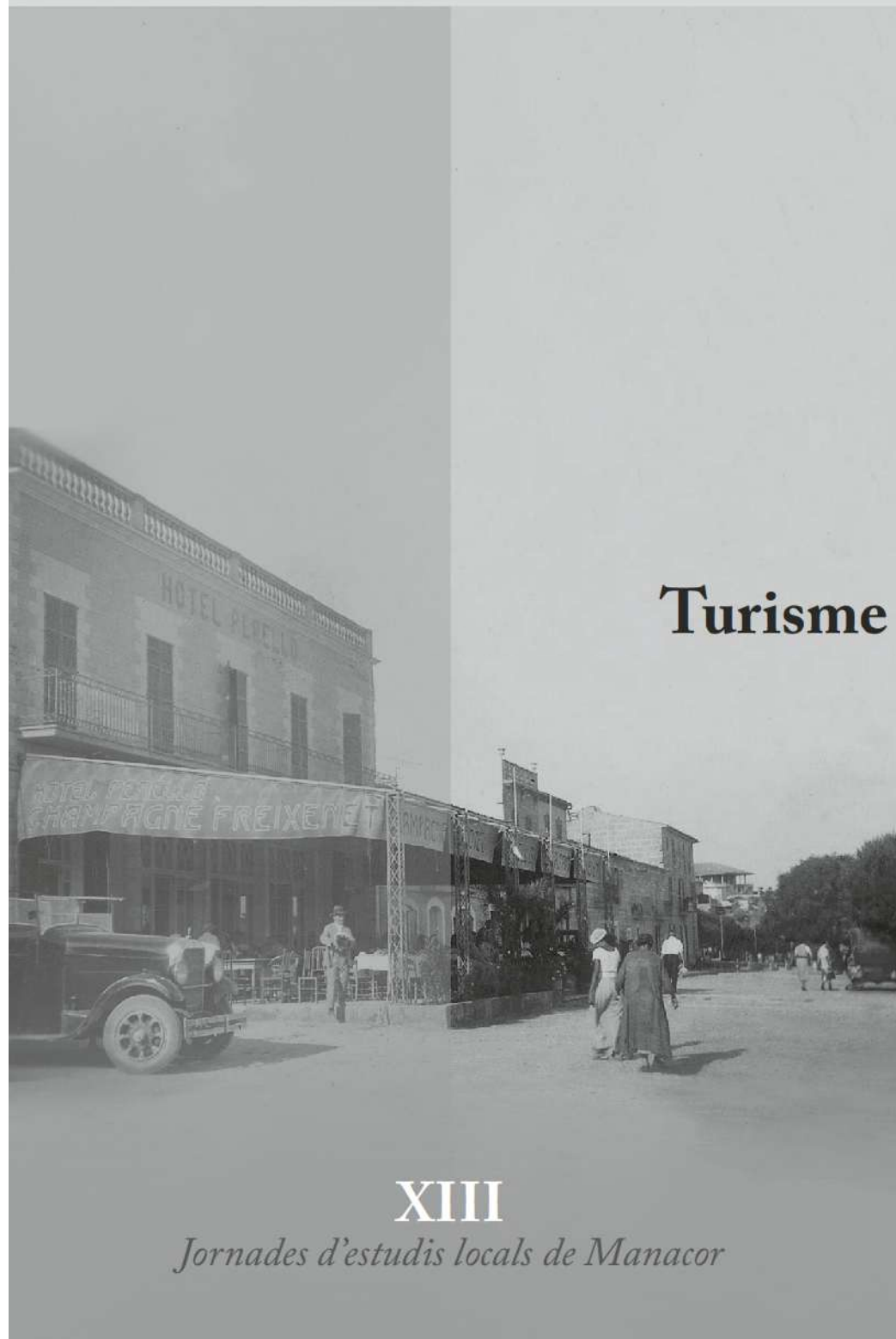
Un dels reptes de la museologia del segle XXI és afrontar de manera raonada i creativa l'increment dels fluxos turístics de les darreres dècades. Si els museus volen assumir un nou i rellevant paper dins la societat, no poden dur a terme la seva funció i activitats sense tenir en compte el públic turístic.

Hernández (1992, 96) té la visió del museu com una entitat social que ha de complir un servei dins la comunitat: «El museo solo cumplirá su misión social cuando presente sus colecciones de forma que los visitantes puedan reconocerse en ellas y despierten su curiosidad, su admiración y el deseo de saber».

Allò que es proposa és ampliar la mirada turística fomentada fins avui dia entorn dels museus. Aquests no són mitjans a través dels quals aconseguir només una dinamització territorial, ja sigui econòmica, social o cultural. Cal anar més enllà, i convertir el museu en un espai social on la comunitat pugui transmetre les seves inquietuds, malestars i reivindicacions. Aquest missatge, a més, ha de transferir les fronteres de la pròpia comunitat i fer-se extensiu als visitants estrangers, per tal que aquests obtenguin un coneixement i una mirada actual i vertadera del territori que visiten. Només d'aquesta manera podran empatitzar amb les seves necessitats i fomentar un respecte real que pugui contribuir a una relació profitosa entre locals i visitants a partir de la qual construir un model turístic vertaderament respectuós, integral i sostenible.

## REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Arrieta, Iñaki (2012). «La interrelación y proyectos turístico-patrimoniales: de lo simple a lo complejo». A Arrieta, Iñaki (ed.). *Museos y turismo: expectativas y realidades*, p. 11-24 [en línia]. Bilbao: Universidad del País Vasco. <<https://cutt.ly/QheCmmo>> [Consulta: 09 agost 2024, 18.09 h]
- Jon Joseba, Leonardo (2018). «El “efecto Bilbao”. La expresión de una excepción o un camino a imitar». *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, vol. 13, extra 1, p. 317-354. També disponible en línia a: <<https://acortar.link/0h48Rl>> [Consulta: 30 juliol 2024, 11.25 h]
- Hernández, Francisca (1992). «Evolución del concepto de museo». *Revista General de Información y Documentación*, vol. 2(1), p. 85-97. Madrid: Complutense.
- (2002). *El patrimonio cultural: la memoria recuperada*. Asturias: Ediciones Trea, S.L.
- Herrero, Luis César (2002). «Turismo cultural de museos: análisis y valoración». *Estudios Turísticos*, núm. 153, p. 61-83. Instituto de Estudios Turísticos. També disponible en línia a: <<https://cutt.ly/shebw3x>> [Consulta: 30 juliol 2024, 13.10 h]
- Ianniello, Giovanni; Cánoves, Gemma (2022). «Turismificación en Venecia (Italia): estudio sobre los efectos del turismo masivo en una ciudad histórica construida en una isla-laguna». *Cuadernos de Turismo*, (49), p. 173-187. També disponible en línia a: <<https://doi.org/10.6018/turismo.521861>> [Consulta: 21 octubre 2024, 12.06 h]
- Melis, Lourdes (2021). *Museus i turisme cultural a les Illes Balears*. Universitat de les Illes Balears. [Tesi doctoral]. També disponible en línia a: <<https://www.tdx.cat/handle/10803/672445#page=1>> [Consulta: 20 octubre 2024, 8.45 h]
- Prats, Llorenç (2003). «Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?». *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 1, n. 2, p. 127-136. També disponible en línia a: <<https://cutt.ly/Gg9kQJa>> [Consulta: 21 octubre 2024, 13.21 h]
- Ramos, Manuel (2007). *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Asturias: Ediciones Trea, S.L.
- (2012). «Turismo, museos y sostenibilidad ante el azote de la crisis económica». *Museos.es. Revista de la Subdirección de Museos Estatales*, núm. 7-8 [en línia] <<https://cutt.ly/0g9i3Se>> [Consulta: 03 novembre 2024, 16.09 h]
- Ruiz, Gabriel (2020). «El turismo de masas como agente transformador de la Ciudad: urbanismo vs turismo». *Journal of Tourism and Heritage Research*, vol. 3, n. 2 p. 188-206 [en línia] <<https://acortar.link/zP3pxl>> [Consulta: 09 setembre 2024, 17.05 h]



# Turisme

## XIII

*Jornades d'estudis locals de Manacor*