



**Universitat de les
Illes Balears**

?

PATRIMONI, TURISME I TECNOLOGIA

Andrea Pomar Capó

Memòria del Treball de Final de Màster

Màster Universitari de Patrimoni Cultural: Investigació i Gestió

de la

UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

Curs Acadèmic 2012 / 2013

?

?

?

Setembre de 2013

Signatura de l'autor

Tutora del Treball: Sebastiana Sabater Rebassa

Signatura

Acceptat pel Director del Màster Universitari de Patrimoni Cultural: Investigació i Gestió *Signatura*

Abans d'arribar a Sóller, a l'extrem d'una costa estreta i molt ràpida que s'eleva entre precipicis, es troba es Barranc, des d'on la mirada del viatger amida amb inquietud les profundes gorges on s'ha d'arrissar

Gaston Vuillier

Les illes oblidades, 1893

Mallorca fue para mí, una revelación y una disciplina. Así comenzó mi vida de paisajista. Me empeñé en sorprender todo el elemento expresivo y poético de aquella tierra que no hace concesiones a los artistas hábiles, rechaza toda improvisación y no admite precipitaciones.

Francisco Bernareggi

Conversaciones con Bernareggi. Vida, obra y enseñanzas del pintor, 1949

Anant al torrent de Pareis, a l'eixir la barca del port de Sóller, encara hi ha boscos dalts dels cingles; encara algun pi solitari desafia l'envit del vent i deixa caure ses branques damunt mateix de les ones.

Santiago Rusiñol

L'illa de la calma, 1922

RESUM

En aquest treball de fi de màster de Patrimoni Cultural analitzam com podem utilitzar les actuals eines tecnològiques web 2.0 per a la difusió turística del patrimoni de la Serra de Tramuntana (Mallorca), declarada Patrimoni de la Humanitat en la categoria de Paisatge Cultural per part de la UNESCO l'any 2011.

La metodologia emprada ha estat la següent: hem realitzat un estat de la qüestió i una anàlisi quantitativa a través d'enquestes a persones que visitaven la Serra de Tramuntana i a partir dels resultats hem proposat una línia d'actuació per a la difusió tecnològica innovadora del patrimoni de la Serra de Tramuntana.

El treball permetrà entendre com a través de les de actuacions proposades principalment centrades en la utilització dels telèfons intel·ligents (*smartphones*) podem arribar a oferir al visitant de la Serra de Tramuntana eines suficients perquè pugui entendre, valorar, estimar i difondre el seu patrimoni.

PARAULES CLAU: patrimoni, Serra de Tramuntana, tecnologia, web2.0, turisme, divulgació, *smartphone*, xarxes socials, aplicació, codi QR

ABSTRACT

This final paper of a Master's degree in Cultural Heritage analyses how the actual technological tool, Web 2.0, can be used for the dissemination of heritage tourism in the Serra de Tramuntana mountain range, (Majorca), declared a World Heritage site in the category of Cultural Landscape by UNESCO in 2011.

The following method was used: an in-depth study of the matter in question and also a quantitative analysis by means of surveying people who have visited the Serra de Tramuntana. Based on these findings, we have proposed a method to publicize the Serra de la Tramuntana technologically.

This plan of action, principally through the use of Smartphones, will allow us to offer the visitor to the Serra de Tramuntana the necessary tools to understand, value and appreciate the area and help spread information about its considerable assets.

KEYWORDS: heritage, Serra de Tramuntana, technology, web2.0, tourism, smartphone, social networking, application, QR code

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ	9
BLOC I: ESTAT DE LA QÜESTIÓ	13
1. EL PERFIL DEL TURISTA A MALLORCA	
2. LES NOVES TENDÈNCIES TECNOLÒGIQUES PER A LA DIFUSIÓ TURÍSTICA DEL PATRIMONI	
2.1. TENDÈNCIES TECNOLÒGIQUES, WEB 2.0 i ÚS DE XARXES SOCIALS	
2.2. TURISTA 2.0	
2.3. ELS TELÈFONS MÒBILS, EINES PER A LA DIFUSIÓ DEL PATRIMONI	
2.4. ELS CODIS QR	
2.5. EXEMPLES SIGNIFICATIUS DE LA IMPLANTACIÓ DE CODIS QR	
3. SERRA DE TRAMUNTANA: PATRIMONI DE LA HUMANITAT, PAISATGE CULTURAL	
BLOC II: ANÀLISI I PROPOSTA	44
4. DIFUSIÓ TURÍSTICA DE LA SERRA DE TRAMUNTANA.	
4.1. LÍNIA D'ACTUACIÓ DE LA PROPOSTA DE DIFUSIÓ DEL PATRIMONI DE LA SERRA DE TRAMUNTANA MITJANÇANT LES NOVES TENDÈNCIES TECNOLÒGIQUES WEB 2.0	
4.1.1. DOS EXEMPLES DE PROPOSTES D'INTERPRETACIÓ I DIFUSIÓ DEL PATRIMONI DE LA SERRA DE TRAMUNTANA.	
4.1.1.1. EL BARRANC DE BINIARAIX: CODIS QR I XARXES SOCIALS PER A LA INTERPRETACIÓ I LA DIFUSIÓ DEL PATRIMONI NATURAL I ETNOLÒGIC	
4.1.1.2. BERNAREGGI & RUSIÑOL; DIÀLEGS ENTORN A LA VALL DE SÓLLER: RUTA DINS L'APLICACIÓ SERRA DE TRAMUNTANA PER A LA INTERPRETACIÓ DE L'ÀMBIT ARTÍSTIC	
5. CONCLUSIONS	90
6. FONTS	95
6.1. FONTS DOCUMENTALS	
6.2. BIBLIOGRAFIA	
6.3. WEBGRAFIA	
7. ANNEXOS	106

INTRODUCCIÓ

Aquest treball de fi de màster de Patrimoni Cultural: Investigació i Gestió de la Universitat de les Illes Balears ha estat realitzat sota la tutorització de la Dra. Tina Sabater.

El tema d'aquest treball de fi de màster neix arran de dues motivacions personals: l'arquitectura i les noves tecnologies. Com a arquitecta, el paisatgisme ha estat sempre molt present en els meus estudis; a més actualment residesc al Port de Sóller, el paisatge del qual és un dels elements del patrimoni cultural de la Serra de Tramuntana que necessitam posar en valor i donar a conèixer per tal que pugui ser entès, valorat i cuidat. Aquest paisatge cultural juntament amb l'interès personal d'estar sempre al dia de les noves tecnologies han centrat el propòsit d'aquest treball, que és definir una línia de gestió i innovació quant a les noves possibilitats de difusió turística del paisatge cultural de la Serra de Tramuntana mitjançant les noves tecnologies.

El principal objectiu del present treball és analitzar com podem utilitzar les eines tecnològiques actuals (anomenades 2.0) per a la difusió turística, és a dir, posar a l'abast dels ciutadans la informació relativa als diferents àmbits del patrimoni de la Serra de Tramuntana, gràcies a la utilització dels telèfons intel·ligents (d'ara endavant *smartphones*). Com a conseqüència del principal objectiu, podem destacar-ne un segon, que és fomentar la possibilitat que el model turístic 2.0 és reinverteixi en la conservació i la difusió del paisatge de la Serra de Tramuntana.

Per tal que la lectura del treball sigui més entenedora, hem considerat necessari il·lustrar els conceptes per tenir una imatge més completa del que es vol transmetre. Totes les il·lustracions amb *smartphone* les hem realitzat amb el programa de retoc d'imatge Adobe Photoshop. Primer, amb l'iPhone hem accedit al contingut i hem realitzat una fotografia de la pantalla, amb una opció del mateix *smartphone*; posteriorment amb el programa de retoc d'imatges hem unit la fotografia de la pantalla amb una imatge de l'*smartphone* i així hem aconseguit el muntatge desitjat.

Per tal que la lectura de les il·lustracions dels *smartphones* sigui més entenedora, hem seguit el criteri següent: hem utilitzat l'iPhone de color negre per il·lustrar els continguts que es poden trobar a la xarxa i el de color blanc per

a les propostes pròpies. D'aquesta manera, gràfica i senzilla, diferenciam el que ja està existeix del que proposam.

L'estructura del treball consta d'estat de la qüestió (bloc I), anàlisi i proposta (bloc II) conclusions, bibliografia i annexos.

El primer bloc del treball recull el marc teòric, és a dir, l'estat de la qüestió de cada un dels tres eixos de partida del treball: el perfil del turista que visita Mallorca, les noves eines tecnològiques per a la difusió del patrimoni i l'estat actual de difusió en línia de la Serra de Tramuntana,

Per documentar quin és el perfil del turista que visita l'illa de Mallorca i les noves tendències tecnològiques hem extret la informació principalment mitjançant fonts estadístiques i notícies de premsa actuals.

Quant als exemples més significatius de difusió del patrimoni mitjançant la utilització de les noves tendències tecnològiques i les eines web 2.0, hem volgut documentar exemples de projectes reals així com també línies d'investigació centrades en la utilització de les eines que ofereixen els *smartphones*, en l'àmbit tant internacional com nacional i autonòmic. La principal eina de treball per recollir la documentació ha estat Internet.

En el darrer punt de l'estat de la qüestió hem documentat els canals de difusió actuals de la Serra de Tramuntana, dos anys després d'haver estat declarada com a Patrimoni de la Humanitat en la categoria de paisatge cultural per part de la UNESCO.

El segon bloc del treball inclou una proposta de gestió i estableix una línia d'actuació innovadora i concreta per a la difusió del patrimoni de la Serra de Tramuntana mitjançant les noves possibilitats tecnològiques 2.0.

En aquest segon bloc hem realitzat enquestes als turistes que visiten la Serra de Tramuntana, per tal de poder contrastar la informació obtinguda a partir del marc teòric del primer bloc del treball amb la realitat in situ del lloc. Gràcies a les enquestes vàrem poder conèixer quines són les principals nacionalitats dels turistes, la seva franja d'edat i el seu coneixement i comportament pel que fa a l'ús de les noves tecnologies abans, durant i després de les vacances.

Una vegada contrastades les dades de les enquestes i les teòriques, hem elaborat una línia d'actuació amb quatre propostes innovadores i concretes per a la difusió del patrimoni de la Serra de Tramuntana mitjançant

les noves possibilitats tecnològiques 2.0 que inclou quatre propostes d'actuació.

La primera proposta és crear una aplicació sobre la Serra de Tramuntana per a *smartphones*; la segona és utilitzar el potencial que ofereixen les xarxes socials per establir una imatge de difusió en cada una d'elles; la tercera línia d'actuació és incloure la Serra de Tramuntana en dos projectes pioners encapçalats per Google i la UNESCO, i la quarta és establir en localitzacions concretes de la Serra eines tecnològiques perquè el turista 2.0 pugui accedir a la informació per poder interpretar el que veu. Hem il·lustrat, amb exemples desenvolupats, tres de les quatre línies d'actuació. D'una banda, dins l'aplicació de la Serra de Tramuntana hem creat una ruta emmarcada en els béns artístics vinculats a la vall de Sóller, que hem anomenat "Bernareggi & Rusiñol, diàleg entorn a la Vall de Sóller". Recordem que la Sa Serra de Tramuntana ha estat per a molts artistes font inspiració, a causa de la peculiaritat dels seus colors, la llum i les formes. D'altra banda, hem incorporat l'ús de les noves tecnologies in situ i la presència de la Serra a les xarxes socials a la proposta del barranc de Biniraix, tram de la ruta de la pedra en sec GR-221 i exemple de patrimoni natural i etnològic. En aquesta proposta, hem utilitzat els codis QR (Quick Response) i la xarxa social Twitter.

Establir una data de finalització per a cada un dels apartats anteriors ha estat molt difícil a causa principalment de dues raons. El primer motiu és que hem anat seguint diàriament a través de les xarxes socials cadascun dels temes sobre els quals versa aquest treball de fi de màster. Aquest fet ha implicat que cada dia hem accedit a informació nova de cada un dels temes, que vàrem considerar oportú incloure al treball per tal que fos el més actual possible. Per exemple, en el moment de redactar aquest present treball es va produir l'incendi d'Andratx en què es varen cremar més de 2.300 hectàrees de massa forestal de la Serra; el seguiment de l'incendi el vàrem realitzar a través de la xarxa social Twitter i vàrem considerar necessari incorporar aquest fet en el present treball en forma de petita acció dins el projecte de difusió que hem elaborat per ajudar en la reforestació i recuperació d'aquest patrimoni cremat. El segon motiu que m'ha dificultat establir una data límit per a la presa de decisions és la ràpida evolució tecnològica, ja que constantment van sorgint eines noves o bé evolucionen les ja existents i ofereixen possibilitats noves per

a la difusió del patrimoni. Concretament a l'hora de decidir quines serien les eines tecnològiques que incorporaríem a la part de la proposta del barranc de Biniaraix hem hagut de tenir en compte la recent incorporació de l'eina per a la realització de vídeos de curta durada a la xarxa social Instagram, quan en el moment inicial de la redacció del treball només era una xarxa social on es compartien fotografies.

Després d'oferir les conclusions, amb un recull de totes les deduccions fetes al llarg del treball, es troben la bibliografia i els annexos.

Quant a la bibliografia del treball, hem considerat oportú dividir-la en diferents apartats: bibliografia general del treball, bibliografia específica del barranc de Biniaraix, bibliografia específica de Francisco Bernareggi i Santiago Rusiñol i una llista de perfils de Twitter on es tracten temes proposats en el treball.

En els annexos hi ha informació complementària que hem considerat oportú incloure al final del treball per no trencar-ne el fil conductor i la presentació lògica. En un dels annexos hem inclòs les notícies a partir de les quals hem extret la informació en què es basa part d'aquest treball. Hem considerat oportú incloure-les ja que molta de la informació que trobam a Internet deixa de ser accessible passat un temps.

Per finalitzar aquesta introducció, vull agrair a la tutora l'encoratjament i el guiatge principalment al començament, així com l'esforç i el temps que m'ha dedicat aquests mesos perquè aquest treball de fi de màster sigui avui una realitat.

BLOC I: ESTAT DE LA QÜESTIÓ

1. EL PERFIL DEL TURISTA A MALLORCA

Les Illes Balears són una de les principals destinacions turístiques del món. N'hi ha prou a indicar que el mes de maig de 2013 les Illes Balears¹ varen ser la segona destinació espanyola en turistes internacionals. Com a data destacable, hem d'apuntar que un 70% d'aquests turistes eren britànics i/o alemanys.

Actualment el sector turístic té un paper molt destacat dins l'activitat econòmica de les Illes Balears², enfront d'altres sectors com el primari; encara que hem de tenir molt present que una gran part d'aquest turisme ens visita pel paisatge i gran part d'aquest és l'activitat agrícola i ramadera que li dona forma i identitat.

Si analitzam amb més profunditat el perfil turístic de les Illes, podem destacar que cada una presenta unes particularitats. A grans trets, podem afirmar que el turista que visita Menorca ho fa amb la intenció de trobar-hi tranquil·litat, cosa que poc té que veure amb el que cerca el turista que visita l'illa d'Eivissa. Així doncs, trobam oportú analitzar únicament el perfil del turista que visita l'illa de Mallorca, ja que és el principal destinatari de la proposta d'aquest treball de fi de màster.

Segons les dades recollides a l'anuari 2011 elaborat per la Conselleria de Turisme i Esports de les Illes Balears,³ les arribades de passatgers per via aèria a Mallorca es concentren principalment en els mesos de juny, juliol i agost, dates en els quals passen prop de 2,8 milions de passatgers per l'aeroport de Son Sant Joan, una xifra rècord. Encara que l'activitat durant els mesos d'abril, maig, setembre i octubre és menor, no deixa de ser també important.

Analitzant a grans trets el perfil del turista que visita l'illa de Mallorca, és principalment alemany, britànic i espanyol i té entre 25-45 anys (47%) i 45-64

¹ Enquesta de Moviments Turístics en Fronteres (Frontur) del Ministeri de Indústria, Energia i Turisme. <http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/mensuales/nota%20de%20coyuntura%20de%20frontur.%20mayo%202013.pdf> [Consulta: agost de 2013].

² Memòria del CES 2011. Sobre l'economia, el treball i la societat de les Illes Balears. http://ces.caib.es/www/cd_memoria2011/data/annexos/CuadrosCapI.htm [Consulta: agost de 2013].

³ El turisme a les Illes Balears. Anuari 2012. Govern de les Illes Balears. Agència de Turisme de les Illes Balears. <http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST865ZI152575&id=152575> [Consulta: agost de 2013].

anys (35%). L'estada mitjana a l'illa de Mallorca és de 8,4 dies, temps suficient per visitar altres indrets de l'illa a més del lloc on té l'allotjament. El principal motiu de visita a l'illa és oci i vacances, encara que cal apuntar que segons si és temporada alta o baixa els motius de visita canvien; en temporada alta i mitjana el clima és la principal motivació del viatge i en temporada baixa és la qualitat de l'entorn i la facilitat del transport.⁴

Una dada interessant que cal apuntar és la següent: més del 50% dels turistes que vénen a l'illa ho fan sense paquet turístic, és a dir, s'organitzen el viatge ells mateixos, sense escollir l'opció de hotel amb paquet turístic. Aquest fet demostra que és important el nombre de turistes que decideixen escollir el que volen fer i quan ho volen fer, tenint en compte les seves inquietuds i les possibilitats in situ.

Segons dades de la Càmera de Comerç de Mallorca,⁴ un 58% dels visitants de les illes consulten informació cultural mitjançant Internet abans de venir i ho segueixen fent una vegada han realitzat el viatge. Principalment, són els turistes alemanys, seguits dels britànics, els que segueixen llegint informació de les illes, ja que molts d'ells tornen a visitar-nos. Encara que el percentatge de turistes que consulta informació cultural és destacable, el turisme cultural a les Balears segueix sent un producte minoritari. S'ha de puntualitzar que moltes vegades és el producte alternatiu per als turistes els dies amb núvols, ja que no poden anar a la platja. Els turistes culturals que visiten les Illes Balears tenen entre 24 i 44 anys i solen ser persones amb nivells educatius alts i amb un poder adquisitiu mitjà-alt. Normalment planifiquen el viatge pel seu compte recollint informació dels llocs que volen visitar i solen ser turistes exigents que no es conformen amb l'oferta cultural més evident. Per recopilar informació utilitzen Internet i revistes especialitzades. Finalment, aquesta mateixa font apunta que els turistes estan cada vegada més interessats en aspectes culturals, i que s'hauria de trobar una fórmula que combini el paquet "de sol i platja" amb productes culturals i patrimonials.

⁴*Estudio sobre productos turísticos emergentes en las Illes Balears. Cámara de Comercio de Mallorca (Enero 2010)* http://www.cambramallorca.com/documentos/Desp_1862.pdf [Consulta: agost de 2013].

2. LES NOVES TENDÈNCIES TECNOLÒGIQUES PER A LA DIFUSIÓ TURÍSTICA DEL PATRIMONI

2.1. TENDÈNCIES TECNOLÒGIQUES, WEB 2.0 i ÚS DE XARXES SOCIALS

La nostra societat està immersa en un procés de canvi profund quant a la percepció i la manera de viure la realitat. Actualment la realitat virtual ja és una constant en les nostres vides i se'ns fa difícil concebre el nostre dia a dia sense Internet.

Avui en dia Internet no només és un lloc de consulta d'informació estàtica, sinó que ha anat evolucionant i ha donat pas a una nova generació anomenada web 2.0 que engloba un conjunt d'eines que permet la interacció i la interactivitat, és a dir, la creació i la publicació de continguts digitals per part de tots els usuaris, no només per part dels gestors de la web, fet que fomenta la cooperació entre els usuaris. Les principals eines que fa servir la web 2.0 per compartir informació són els blogs, les wikis, les xarxes socials, les aplicacions mòbils, entre moltes altres.

Però el que realment ha provocat un nou ús d'Internet ha estat l'aparició dels telèfons intel·ligents i les tauletes tàctils (*tablet*). Aquest aparells utilitzen una tecnologia molt avançada que permet realitzar altres activitats més enllà de les usuals de qualsevol telèfon mòbil que abans només podíem fer mitjançant un ordinador.

Podem afirmar que qui va marcar l'inici de la generació dels *smartphones* va ser la companyia californiana Apple, amb el llançament l'any 2007 de l'iPhone.⁵ Aquest fet va obrir un nou camp per a la tecnologia i el coneixement. El món de les aplicacions mòbils, programes dissenyats per a telèfons intel·ligents, ens permet realitzar moltes accions noves i en definitiva ens facilita la interacció amb el dispositiu mòbil.

⁵ Llista del TIME "The Apple Revolution: 10 Key Moments"
http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1873486_1873491_1873469,00.html
[Consulta: agost de 2013].

Una vegada puntualitzat aquest aspecte més tècnic, passam a veure com utilitzam els *smartphones* en el nostre dia a dia.

Segons l'informe *Spain Digital Future in Focus 2013*, publicat per comScore, diàriament es connecten a Internet utilitzant l'ordinador 17 milions de persones.⁶ Aquest informe també apunta que un 81% dels nous telèfons mòbils que es compren actualment són *smartphones* i Espanya és el país de la Unió Europea on més augmenten les vendes d'aquests aparells (66%): vuit de cada deu mòbils que es varen vendre eren *smartphones*. Aquesta tendència s'accentua principalment entre el públic més jove, ja que un total de 2 de cada 3 usuaris era menor de 45 anys. La majoria d'aquests usuaris també disposava d'una tauleta tàctil.

L'accés a les xarxes socials via mòbil augmenta un 45% i baixa via ordinador. Un altre desenvolupament tecnològic que actualment té una tendència a l'alça són els vídeos en línia via *smartphone*, els quals han protagonitzat un augment espectacular respecte de l'any anterior del 164%.

Hem de tenir molt present que aquesta nova realitat necessita una infraestructura tecnològica adequada per funcionar. Actualment la majoria de d'usuaris mòbils a Mallorca es connecten a la xarxa mitjançant connexió sense fils Wi-Fi o 3G, encara que ja s'està introduint en el nostre mercat la tecnologia de quarta generació, anomenada 4G, a ciutats com Palma de Mallorca,⁷ que permet una velocitat de transmissió de dades deu vegades superior a la connexió 3G actual. Fins i tot, les companyies telefòniques estan invertint en investigació per implantar connexions amb tecnologia 5G per a l'any 2020.⁸ No entrarem en detalls tècnics quant a la infraestructura tecnològica, ja que no és l'objectiu d'aquest treball.

El que sí que ens interessa és observar quin és el comportament dels usuaris pel que fa l'ús de les xarxes socials i quines són les més populars entre els usuaris dels diferents països, per poder-hi arribar amb la nostra proposta.

⁶ Informe 2013 *Spain Digital Future in Focus – El Mercado Digital Español* (abril de 2013) http://www.comscore.com/esl/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2013/2013_Spain_Digital_Future_in_Focus?goback=.gmp_3795833.gde_3795833_member_234534490 [Consulta: agost de 2013].

⁷ "El 4G está aquí: comparativa de velocidad y móviles que lo usan". *El Confidencial*. Data 06/06/2013. <http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2013/06/06/el-4g--esta-aqui-comparativa-de-velocidad-y-moviles-que-lo-usan-5015/> [Consulta: agost de 2013]. Vegeu l'annex.

⁸ "La conexión 5G, para 2020". *Diario de Mallorca*. Data 13/05/2013. <http://www.diariodemallorca.es/vida-y-estilo/tecnologia/2013/05/13/conexion-5g-2020/845363.html> [Consulta: agost de 2013] Vegeu l'annex.

Quan parlem de xarxa social ens referim a una xarxa social digital, és a dir, a una estructura formada per individus o col·lectius que estan connectats per una interdependència, ja sigui d'amistat, interessos comuns, coneixements o de qualsevol altre tipus, i que utilitzen mitjans informàtics o electrònics per connectar-se i interrelacionar-se amb els altres individus de la xarxa social.

Un dels objectius de l'estudi de xarxes socials realitzat el gener de 2013 per IAB Spain Reseach⁹ és analitzar quin paper tenen les xarxes socials a Espanya i com les han utilitzat els usuaris des dels inicis l'any 2009 fins a l'actualitat. Per a aquest estudi es varen realitzar enquestes aproximadament a 1.000 usuaris de tot l'Estat.

L'ús de les xarxes socials, en comptes d'estancar-se, segueix augmentant i l'ús dels *smartphones* té un paper important en aquest increment. Segons les dades de l'INE2012,¹⁰ a les Illes Balears gairebé 6 de cada 10 usuaris han utilitzat, durant els darrers tres mesos, les xarxes socials per motius particulars i un 67,5% dels usuaris de *smartphones* han utilitzat les xarxes socials des dels seus dispositius.¹¹

Les conclusions que se n'extreuen són les que comentam a continuació. El 80% dels internautes d'entre 18 i 55 anys utilitza les xarxes socials, fet que ens constata que les xarxes socials han adquirit un grau de maduresa dins la societat actual. L'any 2012 un 78% dels usuaris es connectaven a les xarxes socials cada dia. Si tenim en compte l'activitat dels usuaris, la gran majoria tenen una actitud d'espectadors més que no de generadors d'activitat, és a dir, revisen més el que fan els altres, com ara veure les fotografies o els vídeos que es publiquen.

D'entre totes les xarxes socials, Facebook és de forma molt destacada la més utilitzada (96%). Aquesta xarxa social va ser creada l'any 2004 i permet crear un perfil, compartir amb els amics missatges del que feim, penjar fotografies i vídeos, compartir enllaços, crear esdeveniment i xats, etc. Principalment fou creada per a la comunitat universitària, encara que ara ja s'ha estès molt més enllà.

⁹ IV Estudio anual Redes Sociales. IAB Spain (Enero 2013)
http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS_reducida.pdf
[Consulta: agost de 2013].

¹⁰ Institut Nacional d'Estadística

¹¹ "Els smartphones incrementen l'ús de les xarxes socials". Publicat per: F. Mas. Data: 7/02/2013
<http://blog.ibit.org/?p=9464> [Consulta: agost de 2013]. Vegeu l'annex.

També hem de destacar l'ús de YouTube, creat l'any 2005, amb una presència d'ús del 65% per part dels usuaris. Tot i que YouTube no és una xarxa social sinó un lloc web on els usuaris poden penjar, veure, comentar, puntuar i compartir vídeos, hem considerat oportú incloure'l per la gran activitat i presència que té entre els usuaris de les xarxes socials.

La segona xarxa social més utilitzada és Twitter (46%). En aquesta xarxa social l'usuari pot escriure missatges de fins a 160 caràcters, i compartir-los. Va ser creada el 2006. Els usuaris d'aquesta xarxa poden agrupar els missatges d'un mateix tema utilitzant etiquetes conegudes amb el nom de *hashtag* (etiquetes formades per paraules o frases que comencen amb el símbol #).

La xarxa social Twitter està seguida de molt a prop per Tuenti (44%), creada també al 2006. L'entorn de Tuenti és molt semblant al de Facebook i permet també crear un perfil propi, adjuntar usuaris com a amics i enviar missatges, fotos i vídeos.

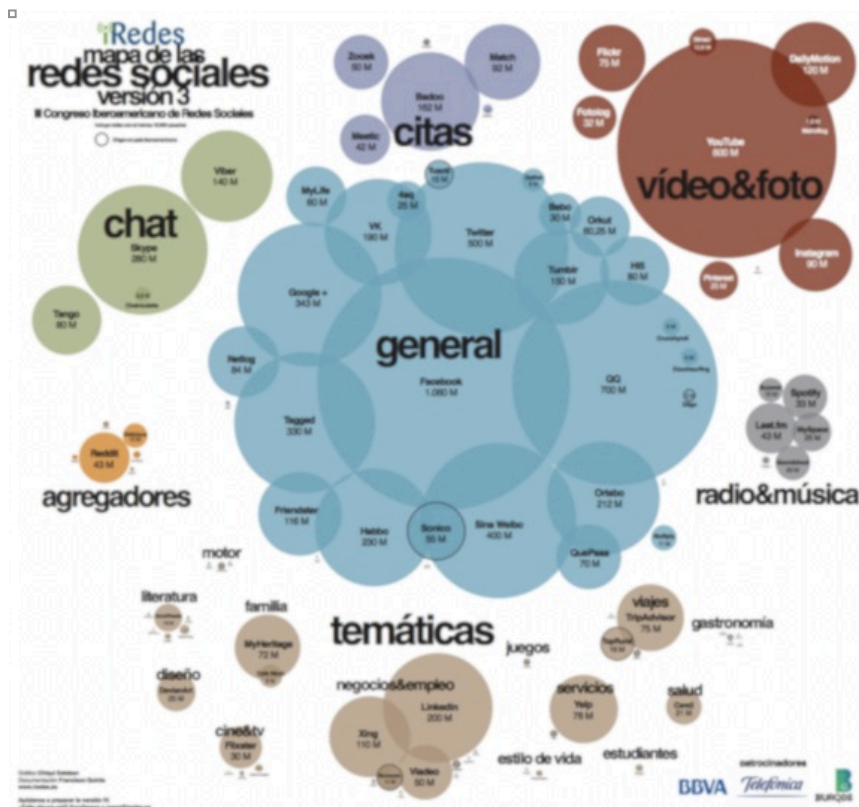
Google+ té una presència d'un 29%. És la xarxa social creada el 2011 pel cercador Google i permet compartir continguts diversos entre els usuaris d'un cercle concret creat prèviament.

La següent xarxa social que hem de comentar és LinkedIn (18%), enfocada principalment a perfils de la comunitat empresarial. Va ser fundada el 2003 i permet mantenir el contacte amb professionals d'un mateix sector. Finalment hem de destacar la presència d'Instagram (8%), creada el 2012, que permet compartir fotografies, a les quals els usuaris poden aplicar efectes fotogràfics mitjançant filtres, marcs, colors, etc. La darrera actualització permet també la possibilitat de compartir vídeos.

Consideram que és important ampliar el nostre punt de mira no només a les xarxes socials més utilitzades en l'àmbit estatal, sinó també a Europa i arreu del món, ja que són possibles mercats de turistes per a les nostres illes.

En el III Congrés Iberoamericà de Xarxes Socials iRedes, es va presentar el mapa que s'inclou a continuació,¹² realitzat per Chiqui Esteban amb documentació de Francisco Quirós, que ens ofereix un gràfic de la presència de les xarxes socials arreu del món.

¹² "Presentación de la tercera versión del Mapa iRedes". Publicat per: iRedes. Data:01/03/2013. <http://www.iredes.es/2013/03/tercera-version-del-mapa-iredes/> [Consulta: agost de 2013].



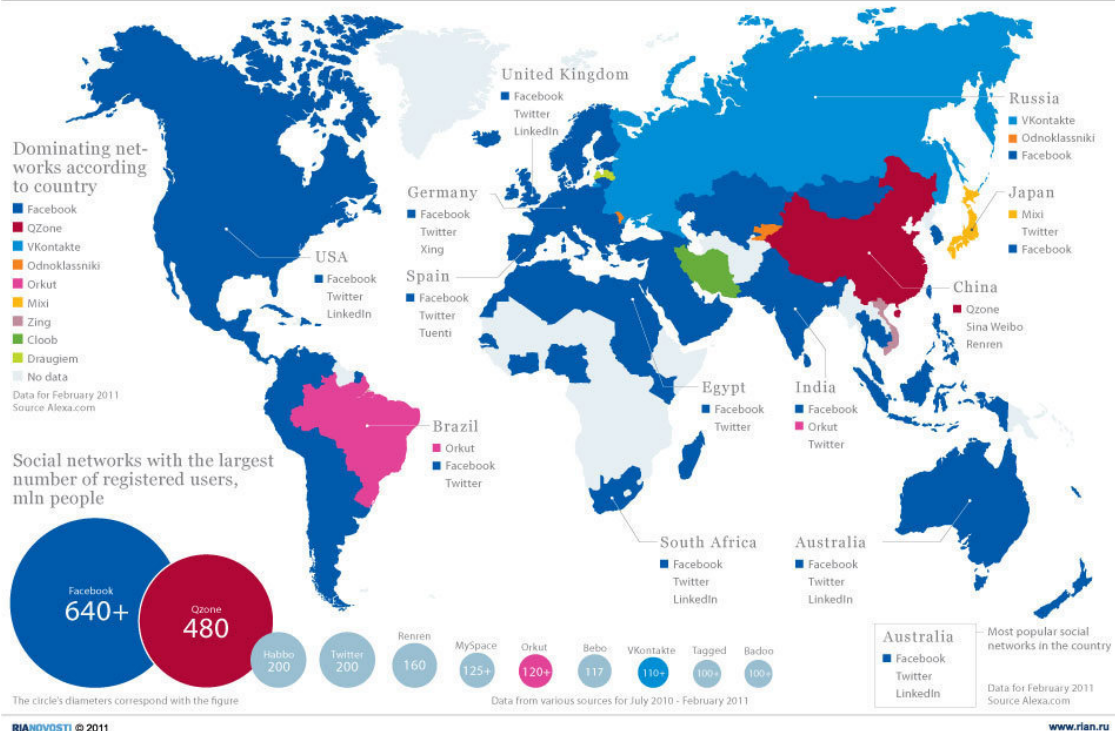
Infografía de les xarxes socials al món.
(III Congreso Iberoamericano de Redes Sociales iRedes).

En aquest gràfic podem observar el nombre d'usuaris de les principals xarxes socials (Facebook 1.060 milions, YouTube 800 milions, Twitter 500 milions i Google+ 343 milions). També hem de tenir present les xarxes socials xineses QQ, amb 700 milions, i Sina Weibo, amb 400 milions d'usuaris.

Si volem veure quina és la presència de les xarxes socials per països arreu del món, consultant la infografia The World Map of Social Networks elaborada per RIA Novosti (Russian Information Agency),¹³ que presentem a continuació, observem que Facebook és la xarxa social amb més presència mundial, encara que a països com Rússia la xarxa social que té més influència és VKontakte, a la Xina és QQzone i al Brasil, Orkut.

¹³ The world map of social networks. Publicada per: RIA NovostiData: 28/02/2011
[http://visualrian.ru/en/site/gallery/#871150/context\[q\]=social%20networks&context\[types\]\[2\]=infographics](http://visualrian.ru/en/site/gallery/#871150/context[q]=social%20networks&context[types][2]=infographics)
[Consulta: agost de 2013].

The world map of social networks



Infografia Mapa mundial de les xarxes socials (RIA Novosti - Russian Information Agency).

La presència de turistes russos augmenta i és un nou mercat turístic que aporta molts de beneficis a les nostres illes. És curiós veure que a països com Rússia la xarxa social que més s'utilitza no és Facebook sinó Vkontakte.

2.2. TURISTA 2.0

Hem parlat del perfil de turista per una banda i dels usuaris de les xarxes socials per una altra, però és evident que el turista és també usuari de les xarxes socials. La següent infografia,¹⁴ elaborada per l'agència de publicitat MDG Advertising i que va ser premiada per America Advertising Awards (dividida en tres parts perquè se'n pugui visualitzar el contingut amb més claredat), il·lustra molt bé el nou model de turista actual, anomenat turista 2.0. Un 52% dels turistes utilitzen les xarxes socials com a font d'inspiració per a les seves vacances i un 59% dels turistes quan ja tenen clar a on aniran

¹⁴ Vacationing the Social Media Way. Publicat per: MDG Advertising Data: 06/08/2012 <http://www.mdgadvertising.com/blog/vacationing-the-social-media-way-infographic/> [Consulta: agost de 2013].

comparteixen la seva elecció al Facebook. Segons les dades de la infografia, quan els turistes han arribat al lloc de vacances, més del 74% segueixen utilitzant les xarxes socials i un 76% quan arriba de les vacances publica en el seus perfils fotografies i comentaris dels llocs que ha visitat. Aquestes dades ens confirmen una vegada més que el model turístic està canviant i ja no parlem del turista que va a l'agència de viatges a veure catàlegs dels llocs que vol visitar i després del viatge convida els amics a casa per mostrar-los les fotografies i explicar les anècdotes del viatge. Ara compartim la nostra experiència en el moment i amb milions de persones gràcies a les xarxes socials; sens dubte parlem ara d'un turista 2.0.

VACATIONING THE SOCIAL MEDIA WAY

How Travelers Use Social Media and Mobile Technology Before, During, and After a Vacation

Social media and smartphones have disrupted a host of industries, and travel is no exception. Social sites and mobile tech have changed the way the average American prepares for, participates in, and recovers from a vacation. Here's what today's tech-optimized vacation looks like.

PREPARING FOR TAKEOFF

Finding Inspiration Through Social Media

Travelers can find vacation inspiration in most places, but social media is growing to be a top source.



52% use social media for summer vacation inspiration.

Top Sites for Vacation Inspiration



Percentages reflect portion of those taking a summer vacation who plan to use each site for inspiration according to a survey by Allianz Global.

Planning and Booking the Getaway on Mobile

Mobile devices are quickly becoming pocket travel agents. ComScore reports that between December 2011 and February 2012, 51 percent of smartphone users accessed flight and/or hotel content, with **4 in 5** users accessing both.

Top Mobile Flight-Related Activities while Planning a Trip



Top Mobile Hotel-Related Activities while Planning a Trip



Building Excitement through Facebook

Once a trip is booked, social media users turn to Facebook to post about their upcoming trip and find more information about their destination.

52% "liked" a page specific to an upcoming vacation.



59% posted a status about an upcoming vacation.

(Continua a la pàgina següent)

BON VOYAGE!

Mobile Use Changing Flyers' Habits

According to TripAdvisor, the percentage of travelers using their mobile devices to check flight status or check in for a flight nearly doubled over the last year.

Travelers Using a Mobile Device to Check Flight Status



Travelers Using a Mobile Device to Check In for a Flight



Americans Stay Social while on Vacation

According to a Marriott survey of 1,000 consumers, American travelers can't seem to take a vacation from social media while they're traveling.

Among traveling social media users



74% use social media while on vacation



27% use it the same amount

A Rising Tide of Mobile Use while Traveling

According to a global Frommer's Unlimited survey of 1,700 people, between 2010 and 2011 the percentage of those likely to use their mobile devices while traveling jumped from 27 percent to more than half of all adults.

Adults Likely to Use Mobile Devices while Traveling

18-to-34-Year-Old Adults

72%

All Adults

52%

A Variety of Mobile Travel Uses

Armed with a smartphone, tech-savvy travelers perform a number of tasks for information, reference, or entertainment.

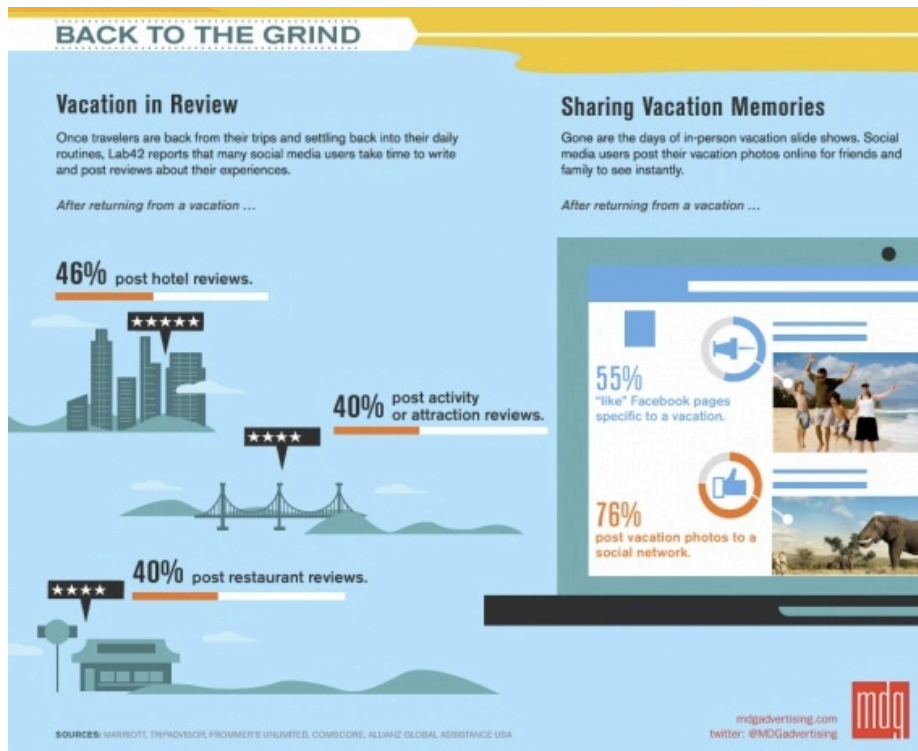
Top Ways Travelers Use Mobile Devices on Vacation



Other Ways Travelers Use Mobile on Vacation



(Continua a la pàgina següent)



Infografía del turista 2.0 (MDG Advertising).

2.3. ELS TELÈFONS MÒBILS, EINES PER A LA DIFUSIÓ DEL PATRIMONI

L'avenç tecnològic ha permès l'evolució d'Internet cap al web 2.0. En aquest nou model d'interacció, la possibilitat de connexió a la xarxa utilitzant l'*smartphone* ha obert noves vies de comunicació i de difusió del patrimoni gràcies a l'ús de les eines del web 2.0.

Una de les eines del web 2.0 són les aplicacions per a *smartphones*. L'objectiu d'aquest treball no és entrar en qüestions molt tècniques, però sí que hem de puntualitzar la següent qüestió. Els *smartphones* i els *tablets*, igual que els ordinadors, necessiten un sistema operatiu que controla el funcionament del dispositiu. Quant als *smartphones*, en el mercat podem trobar principalment tres sistemes operatius, l'iOS és el sistema operatiu que utilitzen els iPhones i està desenvolupat per Apple. Android és el sistema operatiu basat en Linux, utilitzat per *smartphones* fabricats principalment per la marca Samsung en la línia Galaxy o per Sony, que fabrica els Xperia. Finalment, el tercer sistema

operatiu més popular per a *smartphones* és el BlackBerry OS, utilitzat pels *smartphones* BlackBerry.

Quan comprem un *smartphone*, ja ens ve instal·lat el sistema operatiu i una sèrie d'aplicacions bàsiques. Les aplicacions són petits programes amb contingut que ens permeten utilitzar el telèfon mòbil, normalment tenim instal·lades les més bàsiques i després cada usuari es pot instal·lar les que vulgui. Algunes són gratuïtes i altres tenen un cost. Per tenir una referència, el cost mitjà de les aplicacions, per exemple, per a iPhones és de 2,5€. Les aplicacions normalment es creen per a un sistema operatiu concret, però moltes vegades, per tal de facilitar l'accés a l'aplicació en cada un dels diferents tipus de *smartphones*, l'aplicació es desenvolupa per als tres sistemes operatius més populars. Segons una enquesta realitzada per Compuware¹⁵ a 3.500 usuaris de *smartphones* de tot el món, el 85% dels usuaris prefereixen accedir als continguts mitjançant una aplicació que mitjançant una web, ja que consideren que l'accés a continguts amb aplicació és més fàcil, còmode i ràpid.

La descàrrega d'aplicacions, popularment anomenades *apps*, s'ha disparat en deu anys. L'any 2012 es van descarregar 50.000 milions d'aplicacions. Un 70% de les aplicacions les van descarregar usuaris d'iPhone, un 30% usuaris d'Android i un 10% usuaris de Blackberry.

Actualment el mercat ofereix un milió d'aplicacions, moltes de les quals, com ja hem comentat anteriorment, ofereixen noves possibilitats, entre elles la divulgació del patrimoni, ja sigui creant una aplicació concreta o utilitzant una aplicació no tan específica.

Actualment si consultam la tenda d'aplicacions (App Store) utilitzant la paraula "patrimoni" obtenim aproximadament 40 aplicacions, de les quals destacam les següents:

Fotopediava, que va ser creada per l'empresa Fotonauts INC l'any 2011 (darrera actualització 2013) en col·laboració amb el Centre del Patrimoni Mundial de la UNESCO. Bàsicament és un recull d'imatges de llocs declarats Patrimoni Mundial. Permet compartir les imatges que inclou l'aplicació a les

¹⁵ "Se dispara la descarga de aplicaciones". *El País*. Data 01/04/2013.
http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2013/04/01/actualidad/1364815188_322326.html [Consulta: agost de 2013] Vegeu l'annex.

xarxes socials, obtenir una breu descripció del lloc així com també la seva localització. La descàrrega de l'aplicació és gratuïta.



Contingut de la Serra de Tramuntana que trobam a l'aplicació *Fotopeia*.

Altres aplicacions que hem de destacar és la de Patrimonio de la Humanidad, creada pel portal www.minube.com, que permet localitzar en un mapa la situació d'un espai declarat patrimoni de la humanitat, llegir-ne un petit recull d'informació i veure fotografies del lloc. Actualment aquest portal està realitzat diferents aplicacions de ciutats espanyoles on els viatgers poden intercanviar experiències. Aquesta aplicació té un cost de 0,89 €.



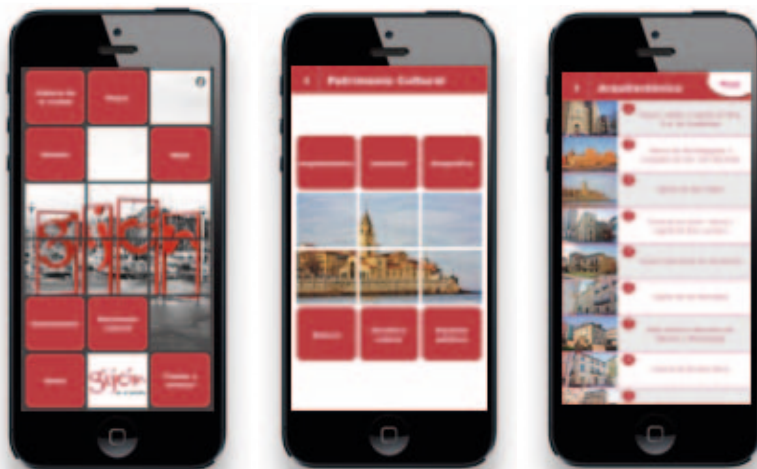
Aplicació Patrimonio de la Humanidad creada per minube.

Amb la mateixa idea que els viatgers comentin la seva experiència dels diferents llocs que visiten l'Institut de Turismo de España (Turespaña) va crear l'any 2012 l'aplicació Experience Spain, realitzada per l'empresa minube. Recull 350 llocs, 950 experiències de viatgers i 800 fotografies i es pot descarregar gratuïtament.



Aplicació Experience Spain de l'Institut de Turismo de España (Turespaña).

La gran majoria d'aplicacions que trobam ofereixen possibilitats de realitzar rutes per la ciutat o informació no només de caràcter patrimonial, sinó també dels serveis que podem trobar a la ciutat. Un exemple d'aquest tipus és l'aplicació de la ciutat de Gijón, realitzada per l'empresa Black Bot C.B. La darrera actualització és de l'any 2013 i es pot descarregar gratuïtament.



Aplicació de la ciutat de Gijón realitzada per l'empresa Black Bot C.B.

Finalment la darrera aplicació que destacam per tenir un caràcter més concret quant a ruta patrimonial és l'aplicació CaminoDeSantiago, que recull el Patrimoni Cultural de Castella i Lleó al llarg del camí de Sant Jaume francès que transcorre per aquestes terres. Podem accedir a la informació de cada monument, consultar a quina distància es trobem i quin és el punt d'informació més proper a nosaltres. Va ser creada l'any 2012 per l'empresa COTESA i es pot descarregar gratuïtament.



Aplicació CaminoDeSantiago creada per l'empresa COTESA.

A més de les aplicacions per a *smartphones*, les xarxes socials són també una de les eines de la nova tecnologia web 2.0. Dins cada una de les xarxes socials, podem trobar informació sobre patrimoni, tant específic com més general.

Evidentment les xarxes socials permeten explorar el patrimoni des d'una òptica nova. D'entre totes les experiències que es donen a les xarxes socials, hem escollit l'anomenada Catalunya Experience. Turisme 2.0,¹⁶ concepte que neix de l'Agència Catalana de Turisme i que fomenta que els visitants de la regió comparteixin la seva experiència a través de les xarxes socials. Aquesta iniciativa va néixer l'any 2009 i està present a les xarxes socials següents: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube i Flickr. Els continguts es publiquen principalment en català i castellà i en menor mesura, en anglès.

<http://www.act.cat/acciones-promocion/promocion-on-line/>

¹⁶Pàgina web de l'Agència Catalana de Turisme – Accions Promoció – Catalunya Experience <http://www.act.cat/acciones-promocion/promocion-on-line/> [Consulta: agost de 2013].

El que és més interessant d'aquesta iniciativa és el fenomen que va generar via Instagram, la xarxa social de fotografia mòbil, on els usuaris capturen imatges representatives de Catalunya i utilitzant l'etiqueta #catalunyaexperience les comparteixen amb la resta d'usuaris de l'aplicació, amb la qual cosa s'aporta una imatge més visual, personal i immediata.

Aquesta iniciativa a la xarxa social Instagram va donar lloc que l'any 2012 s'organitzàs un concurs i posteriorment una exposició al Palau Robert de Barcelona amb el títol "Catalunya vista pels instagramers",¹⁷ en què se seleccionaren aproximadament 200 fotografies realitzades pels usuaris d'aquesta xarxa social. En total es realitzaren 52.000 fotografies que participaren en aquesta iniciativa. Les fotografies seleccionades per a l'exposició es poden veure a l'enllaç de Statigram <http://statigr.am/catalunyaexperience>; la gran majoria d'aquestes fotografies recullen elements patrimonials.



Fotografies de l'exposició Catalunya vista pels instagramers
(Imatges del blog Derecho a la Utopía, de Caroline Moore).¹⁸

#####

¹⁷ Pàgina web amb informació de l'exposició "Catalunya, vista pels instagramers" realitzada del 5 d'octubre al 18 de novembre de 2012, el Jardí del Palau Robert de Barcelona <http://www20.gencat.cat/portal/site/PalauRobert/menuitem.24624ed9d70d41f972623b10b0c0e1a0/?vgnnextoid=4a3f95f29f44a310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=4a3f95f29f44a310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD>[Consulta: agost de 2013]. Vegeu l'annex.

¹⁸ Entrada del blog Derecho a la Utopía; *Cataluña, protagonista en Instagram*. Publicat per: C. Barial @cristinabarrial. Data: 11/11/2012 <http://derechoalautopia.wordpress.com/2012/11/11/cataluna-protagonista-en-instagram/> [Consulta: agost de 2013].

Un altre projecte que cal destacar quant a la difusió del patrimoni mitjançant les eines 2.0 és VAPROP.¹⁹ En aquest projecte d'investigació es fomenta la utilització de les noves tecnologies per valorar el patrimoni rural de l'obra pública. El projecte està patrocinat per la Fundació Miguel Aguiló i per la Red Española de Desarrollo Rural, amb la participació de la Universitat Complutense de Madrid i la Universitat Politècnica de Madrid, i va obtenir el premi de Divulgació Científica del CEI Campus Moncloa 2012. Actualment treballen en tres regions espanyoles (València, Cantàbria i La Rioja). El projecte ja ha desenvolupat una aplicació en què els usuaris accedeixen a la informació in situ i mitjançant *smartphones*, i es basa en un sistema de realitat augmentada.



Aplicació VAPROP de patrimoni rural de l'obra pública.

Quant a la presència a les xarxes socials de ciutats Patrimoni de la Humanitat, el passat 18 de juliol del 2013 a Toledo, el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, format per 13 ciutats de l'Estat espanyol, entre ells la ciutat d'Eivissa, va presentar el projecte de renovació de la pàgina web i l'expansió a tres canals nous de comunicació a les xarxes socials, Twitter, Instagram i YouTube, a més del que ja tenien a Facebook.²⁰ Segons la nota de premsa, aquest nou projecte reflecteix les noves tendències



¹⁹ Pàgina web del projecte pilot VAPROP -*Valoración del Patrimonio Rural de la Obra Pública*-.
www.vaprop.es/ [Consulta: agost de 2013].

²⁰ Pàgina web *Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de Espanya*.
www.ciudadespatrimonio.org/salaprensa/notaprensa.php?id=94[Consulta: agost de 2013].

d'oferta i demanda turística, en què 7 de cada 10 turistes utilitzen Internet i la xarxa com a principal fonts d'informació per elegir la destinació. Com a apunt, la informació de la web es pot consultar en castellà i anglès.



Capçalera de la pàgina web Ciudades Patrimonio de la Humanidad amb la nova incorporació a les xarxes socials.

A Balears, hem de destacar el treball que fa el ParcBit, centre d'innovació tecnològica, situat a Palma de Mallorca, quant a innovació tecnològica. El passat 19 de juliol del 2013 va acollir la jornada Tecnologia i Turisme, construint el futur, on es varen presentar les línies principals d'actuació estatal en aquest sentit.²¹ També es va presentar la nova versió del portal oficial de turisme d'Espanya (www.spain.info), les línies de finançament Emprendetur 2013, programa de projectes vinculats al desenvolupament de productes innovadors en tecnologia i turisme.

2.4. ELS CODIS QR

Cada vegada més objectes i productes del nostre dia a dia van acompanyats d'un codi QR, un nou recurs de la web 2.0 que aprofiten moltes marques per promocionar-se.



²¹“Turisme i innovació constitueixen un còctel pel qual cal apostar”. *Parc Bit*. Data 19/07/2013. <http://www.parcbit.es/wparcbitfront/PublicacionSel.jsp?id=7581> [Consulta: agost de 2013]. Vegeu l'annex.



Codi QR a una llauna de Coca-Cola i a l'envàs de quètxup de Heinz.

El codi QR és un codi de barres bidimensional, de forma quadrada que en lloc d'utilitzar barres, utilitza píxels o punts negres dins un quadrat. Va ser creat l'any 1994 per la companyia japonesa Denso Wave.²² Un dels grans avantatges d'aquests codis QR enfront dels codis BIDI, que són molt semblants (a simple vista poden semblar els mateixos) però actualment estan en desús, és que els QR són de codi obert i, per tant, poden generar-se i usar-se gratuïtament. Els codis QR es caracteritzen perquè a tres de les cantonades del quadre tenen tres petits quadrats.



Exemple de codi QR



Exemple de codi BIDI.

El funcionament dels codis QR és el següent: necessitam un *smartphone*, mitjançant la càmera i una aplicació de lectura de codis QR del tipus *Quick Sacn–QR Code Reader* podrem escanejar el codi QR i automàticament l'aplicació el descodificarà i ens apareixerà en pantalla la informació que prèviament s'ha enllaçat amb aquell codi QR.

http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_QR

²² "Código QR". *Wikipedia*. http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_QR [Consulta: agost de 2013].



Gràfic del funcionament dels codis QR.

El principal avantatge que obtenir utilitzant codis QR és que la informació que obtenim és il·limitada, ja que es pot enllaçar a pàgines web, vídeos, àudio, a una enquesta en línia, a una xarxa social, entre altres possibilitats. El que gestiona la informació de l'enllaç del codi QR la pot complementar, eliminar o modificar en qualsevol moment sense que això suposi una alteració física del codi QR. Amb un mateix codi QR es pot configurar que la informació aparegui o bé en l'idioma que l'usuari tria o bé en l'idioma en que està configurat l'*smartphone*, encara que és evident que la informació ha d'estar prèviament introduïda en l'idioma pertinent. Un altre avantatge és que utilitzant els codis QR podem realitzar un seguiment de l'ús d'aquell codi QR concret; només hem associat la URL²³ del codi QR que generam amb la web Google Analytics,²⁴ que ens permet obtenir informes i avaluar l'impacte que generen els nostres codis QR, amb el nombre de connexions que s'han realitzat, localitzar els punts més visitats, entre altres dades.

Segons l'informe de Mobile Marketing realitzat per IAB Spain²⁵, l'any 2012 va suposar un punt d'inflexió quant al coneixement i la utilització del codis QR: un 38% de les persones enquestades els coneixien i els havien utilitzat i un 52% els coneixien però no els havien utilitzat mai. Les dades són molt positives si les comparem amb les de l'any 2010, en què només un 8% coneixia el que eren els codis QR i un 92% no els coneixia ni els havia utilitzat mai. Dels usuaris que el 2012 els havien utilitzats un 23% ho feia per accedir a

[\[enllaç de text ocult\]](#)

²³ URL prové de l'anglès *uniform resource locator* i significa "localitzador uniforme de recursos". Serveix per donar nom a recursos a Internet, com la sigla http.

²⁴ Google Analytics http://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/index.html [Consulta: agost de 2013].

²⁵ *IV Estudio Anual IAB Spain Mobile Marketing*. Data: setembre de 2012.

http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/09/IV-Estudio-IAB-Spain-sobre-Mobile-Marketing_version_ejecutiva.pdf [Consulta: agost de 2013].

2.5. EXEMPLES SIGNIFICATIUS DE LA IMPLANTACIÓ DE CODIS QR

Cada vegada són més els projectes de patrimoni que utilitzen codis QR per a la difusió.

Hem considerat oportú fer un recull d'aquells que considerem més significatius, ja sigui perquè han estat pioners en ser implantats, per la innovació que suposen o per la seva originalitat, i evidentment uns ens poden semblar més afortunats que d'altres.

Un exemple innovador d'utilització de codis QR és per classificar peces arqueològiques, sistema desenvolupat per investigadors del Centre d'Estudis del Patrimoni Arqueològic de la Prehistòria (CEPAP) de la Universitat Autònoma de Barcelona²⁷ amb el qual aconsegueixen associar la informació de l'objecte de forma més ràpida i eficaç.



Restes arqueològiques identificades amb codis QR (foto: TicBeat, 2011).

La primera ciutat espanyola que va implantar la utilització de codis QR per senyalitzar i difondre el seu patrimoni va ser Roses,²⁸ l'any 2008. Inicialment, se situaren tres codis QR amb informació en cinc idiomes a la

²⁷ "Los códigos QR catalogan restos arqueológicos". *TicBeat*. Data: 25/01/2011. <http://innovacion.ticbeat.com/codigos-qr-catalogan-restos-arqueologicos/> [Consulta: agost de 2013]. Vegeu l'annex.

²⁸ "Roses, primera ciutat de l'Estat en senyalitzar el patrimoni amb codis QR". Ajuntament de Roses. Data: 02/06/2008. <http://www.roses.cat/noticies/historic/roses-primera-ciutat-de-laestat-en-senyalar-el>. [Consulta: agost de 2013]. Vegeu l'annex.

ciudadella de la ciutat i posteriorment el projecte es va ampliar a altres elements patrimonials de la ciutat.



Projecte de senyalització i difusió del patrimoni de Roses.²⁹

Cada vegada és més habitual trobar codis QR a les ciutats, a cartells, panells informatius i al paviment. Aquesta darrera localització va ser l'escollida l'any 2012 per l'organisme de Turisme Portugal, que va crear una proposta per promocionar la ciutat de Lisboa en la mateixa ciutat així com també a l'exterior. Inicialment va creat un primer codi QR format per llambordes del carrer i integrat en el mateix paviment d'un carrer de Lisboa; posteriorment va realitzar un codi QR format també per les llambordes del carrers de Portugal amb més de 500 anys d'història i el va situar al passeig de Gràcia de Barcelona, on els vianants podien escanejar aquest codi QR i accedir a continguts d'interès de Portugal.



Vídeo de la campanya de Turisme de Portugal "COMO MOSTRAR AU MUNDO UM PAÍS"³⁰ (YouTube: Primeiro QR Code em calçada portuguesa).

=====

²⁹ Fotografies del blog Patrimonio Cultural. Autor: Antonio Rojas. Data: 2011. <http://patrimonicultural.wordpress.com/2011/08/17/qr-codes-in-archaeological-sites/>. [Consulta: agost de 2013].

³⁰ Vídeo publicat a YouTube. Títol: *Primeiro QR Code em calçada portuguesa* Data: 18/09/2012 Autor: Turisme Portugal www.youtube.com/watch?list=UUUIrg9dN6YaMOy_NpAhqo3Q&v=J1ahe2iJOow&noredirect=1#at=12 [Consulta: agost de 2013].

Són moltes les ciutats que ofereixen la possibilitat de realitzar rutes amb la incorporació de codis QR. Una d'aquestes propostes va sorgir a la ciutat de Palma de Mallorca l'any 2012, on es va realitzar una ruta pels patis de Ciutat³¹ utilitzant codis QR. La iniciativa va ser de l'empresa Portal Forà. A cada pati de la ruta es va situar un codi QR al costat del número que identificava el pati, gràcies a un *smartphone* es pot escanejar el codi QR i d'una manera molt senzilla enviar una postal en línia d'aquell pati, accedir a una visita virtual del pati o a una galeria fotogràfica.



Utilització dels codis QR a la ruta dels patis de Palma
 Imatge de la piulada publicada per @PortalFora (31-08-12).

La utilització del codis QR van ser un dels protagonistes de l'estand de Balears³² en la darrera fira Fitur (Fira Internacional de Turisme) celebrada a Madrid el febrer de 2013. La proposta de l'estand anomenat “Mi Escaparate” va ser realitzada per l'equip tècnic i els arquitectes de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB). Per primera vegada es va fer una aposta molt tecnològica per mostrar la imatge de les illes sense utilitzar paper, sinó que aquest va ser substituït per pantalles digitals, tabletas i codis QR. A tot l'estand es varen situar 100 codis QR amb enllaços a vídeos i informació, encara que cal comentar que potser la situació de tots els codis QR en una mateixa superfície

#####

³¹ “Descubriendo los Patios de Palma. Ciudad Alta”. *Portal Forà*. Data:03/09/2012.
<http://portalfora.es/web/2012/09/decubriendo-los-patios-de-palma-ciudad-alta/> [Consulta: agost de 2013].
 Vegeu l'annex.

³² Memòria de l'estand de les Illes Balears a Fitur 2013. Font: Agència de Turisme de les Illes Balears.
 Data: 2013 <http://www.caib.es/govern/archivo.do?id=1377451> [Consulta: agost de 2013].

feia que l'impacte de la imatge formada per tants de codis QR no fos gaire atractiva.



Estand de les Illes Balears a Fotur 2013.
(Imatges del Facebook "Illes Balears (Mallorca - Menorca - Ibiza – Formentera"³³).

3. SERRA DE TRAMUNTANA: PATRIMONI DE LA HUMANITAT, PAISATGE CULTURAL

La Serra de Tramuntana³⁴ és una alineació muntanyosa que està situada al nord-est de l'illa de Mallorca, entre el cap de sa Mola d'Andratx i el cap de Formentor de Pollença. Té una superfície d'aproximadament 1.100 km² i una longitud d'uns 90 km. Està compresa per 19 municipis de Mallorca.

Està constituïda per un conjunt d'elements que li confereixen un caràcter excepcional i formen un paisatge únic d'elements naturals i artificials creats per la mà de l'home, que ha anat treballant la terra amb elements propis de les cultures islàmiques i occidentals. El protagonista de la serra és sens dubte el diàleg que l'home i la natura han protagonitzat al llarg dels anys, establint i creant un llenguatge propi. Fruit d'aquest llenguatge és el paisatge de la serra, on podem trobar elements patrimonials materials i immaterials. D'aquests en



³³ Fotografies de la pàgina de Facebook del Portal Oficial de Informació Turística de Illes Balears, Mallorca - Menorca - Ibiza - Formentera. Autor: Agència de Turisme de les Illes Balears Data: 2013 <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.490591680986973.107826.135359236510221&type=3> [Consulta: agost de 2013].

³⁴ Pàgina web Serra de Tramuntana, Patrimoni Mundial UNESCO 2010, Paisatge Cultural Autor: Consell de Mallorca Data: 2012 <http://www.serradetramuntana.net> [Consulta: agost de 2013].

destacam el sistema hidràulic, les construccions en pedra en sec, els cultius d'olivar, vinya i regadiu i tot un conjunt de tradicions populars.

L'any 2008 el Consell de Mallorca inicià una campanya molt important per fer possible la declaració de la Serra de Tramuntana Patrimoni de la Humanitat. En aquest punt hem de destacar dues aportacions sorgides de la Convenció sobre Protecció del Patrimoni Mundial, Cultural i Natural-UNESCO, celebrada a París (1972):³⁵ la principal aportació va ser considerar conjuntament i de forma complementaria el "patrimoni cultural" i el "patrimoni natural", considerant que la identitat cultural dels pobles s'ha forjat en el medi natural en què viuen. En aquesta convenció, també es va recordar que un bé declarat Patrimoni de la Humanitat és un llegat de la comunitat internacional i la seva presència en un determinat país exigeix un increment de la seva imaginació, preocupació i despeses per aconseguir protegir-lo i defensar-lo.

Fet aquest incís, tornem a la candidatura de la Serra de Tramuntana. Finalment, es va aconseguir ser la candidatura que va presentar Espanya davant la UNESCO l'any 2010. El juny de 2011 la UNESCO inscrivia la Serra de Tramuntana com a Patrimoni Mundial en la categoria de paisatge cultural. El comitè de la UNESCO va valorar el paisatge singular de la Serra de Tramuntana, format al llarg dels segles, una transformació en equilibri entre el medi natural i la mà de l'home.

En la tramitació de la candidatura varen ser dos els elements clau que la feren possible: d'una banda, la conservació i la gestió de l'espai i, de l'altra, el suport popular que aconseguí reunir més de 40.000 firmes.

³⁵ González Varas, I. *Conservación de Bienes Culturales. Teoría, historia, principios y normas*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1999, pàg. 473-477.



Captura d'imatge de la pàgina web <http://www.serradetrabantana.net> (agost de 2012).

A tall d'exemple, podem comentar que a l'apartat de "Paisatge creat" trobam el paisatge de l'aigua amb un text informatiu, sense cap fotografia, sense cap informació del lloc exacte en què es poden trobar els elements de la llista que conformen aquell paisatge de l'aigua. Un dels pocs exemples en què fent diversos clics podem trobar informació de com veure in situ el que s'explica és l'apartat de Pedra en sec, on al final de la informació ens apareix un enllaç a la web del Consell de Mallorca dedicada a la pedra en sec i al senderisme,³⁷ aquesta sí ja amb informació pràctica.

Arran de la proposta de la candidatura de la Serra de Tramuntana es va fer servir la xarxa social Facebook i es va crear una pàgina en aquesta xarxa social de la Serra de Tramuntana³⁸ el mes de desembre de l'any 2009. Al començament, l'activitat d'aquesta pàgina era major, amb actualitzacions diàries; principalment es publicaven fotografies de la Serra de Tramuntana, vídeos i enllaços que mostraven el suport a la candidatura. Actualment la pàgina segueix en actiu i compta amb 19.000 seguidors, realment són pocs seguidors si la comparem amb la pàgina que s'ha creat arran de l'incendi d'Andratx d'aquest estiu i que va afectar part de la Serra de Tramuntana i que

#####

³⁷ Pàgina web Pedra en sec i senderisme Autor: Consell de Mallorca Data: 2013. http://www.conselldemallorca.cat/index.php?id_section=3198&id_parent=491&id_class=2992 [Consulta: agost de 2013].

³⁸ Pàgina del Facebook Serra de Tramuntana <https://www.facebook.com/serradetrabantana> [Consulta: agost de 2013].

té com a títol “Vull ser voluntari per a la reforestació de la nostra Serra de Tramuntana”,³⁹ que en només quatre dies després de la seva creació ja comptava amb 14.000 seguidors.

L’activitat principal de la pàgina de Facebook de la Serra de Tramuntana és publicar fotografies d’indrets a la Serra indicant l’autor de la fotografia i el lloc, així com també publicar qualche notícia que té com a protagonista la serra. Tota la informació que es publica és en català o en castellà, no es publica res en cap altre idioma.

La pàgina de Facebook de la Serra de Tramuntana està enllaçada amb el Twitter (@serratramuntana). Així doncs, quan es publiquen continguts a Facebook també apareixen en forma de piulada (o *tweet*). Els *tweets* que es publiquen són en català o en castellà. El perfil de Twitter @serratramuntana té un nombre de seguidors molt baix (800), per exemple, si el comparem amb el perfil de Twitter de Turisme Illes Balears (@TurismeBalears), que compta en 8.000 seguidors.

Actualment s’estan duent a terme noves iniciatives per tal de promocionar la Serra de Tramuntana. El passat 22 de febrer es va incorporar a l’Aliança de Paisatges Culturals Patrimoni Mundial,⁴⁰ acció amb la qual es vol reforçar la promoció externa. Dins d’aquesta mateixa línia, el passat 23 de juliol a Banyalbufar, es va presentar la nova imatge corporativa de la Serra de Tramuntana⁴¹ amb la qual es pretén reforçar la promoció d’aquest lloc i fomentar una imatge homogènia de la Serra de Tramuntana.

³⁹ Pàgina del Facebook Vull ser voluntari per reforestar la nostra Serra de Tramuntana Data de creació: 28/07/13<https://www.facebook.com/pages/Vull-ser-voluntari-per-a-la-reforestaci%C3%B3-de-la-nostra-Serra-de-Tramuntana/607140459317968> [Consulta: agost de 2013]

⁴⁰ Notícia; "La Serra de Tramuntana s’incorpora a l’Aliança de Paisatges Culturals Patrimoni Mundial". Font: Consell de Mallorca. Data:16/03/2013. http://www.conselldemallorca.net/?id_section=1&action=news&id_article=18572[Consulta: agost de 2013] Vegeu l’annex.

⁴¹ Notícia; "El Consell de Mallorca dóna a conèixer el logo identificatiu de la Serra de Tramuntana, que permetrà reforçar la promoció d’aquesta àrea natural declarada Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO". Font: Consell de Mallorca. Data:23/07/2013. http://www.conselldemallorca.net/?id_section=1&action=news&id_article=19094&id_parent=1&id_media=31833[Consulta: agost de 2013] Vegeu l’annex.



Nova imatge corporativa de la Serra de Tramuntana (juliol de 2013).

Finalment, per acabar l'estat de la qüestió sobre la presència a la xarxa de la Serra de Tramuntana, voldríem tornar enrere i destacar que la declaració de la Serra de Tramuntana com a paisatge cultural va ser considerada pel Consell de Mallorca –institució que l'havia proposada– com una oportunitat de lligar turisme, cultura i patrimoni.⁴² Consideram que aquesta idea és molt encertada i clara. De fet, les aportacions que pretén fer aquest treball estan encaminades en aquesta línia i tenen l'objectiu de materialitzar aquesta oportunitat que actualment es dóna a la Serra de Tramuntana. D'una banda, tenim turisme i una gran riquesa cultural i patrimonial i, de l'altra, tenim eines tecnològiques que ens permeten crear un nou diàleg d'oportunitats a quatre bandes –cultura, patrimoni, turisme i tecnologia.

⁴² "El Consell de Mallorca considera la Declaració de la Serra de Tramuntana com a Patrimoni Mundial de la Humanitat una oportunitat per lligar turisme, cultura i patrimoni". Consell de Mallorca. Data:28/06/2011. http://www.conselldemallorca.net/?id_section=1&action=news&id_article=15280 [Consulta: agost de 2013]. Vegeu l'annex.

BLOC II: ANÀLISI I PROPOSTA

4. DIFUSIÓ TURÍSTICA DE LA SERRA DE TRAMUNTANA.

4.1. LÍNIA D'ACTUACIÓ DE LA PROPOSTA DE DIFUSIÓ DEL PATRIMONI DE LA SERRA DE TRAMUNTANA MITJANÇANT LES NOVES TENDÈNCIES TECNOLÒGIQUES WEB 2.0

En el primer bloc del treball hem comentat les dades sobre el perfil del turista que ens visita, l'estat dels coneixements sobre les noves eines tecnològiques per a la difusió del patrimoni i l'actual difusió en línia de la Serra de Tramuntana. En aquest segon bloc del treball ens centrarem en la proposta per a la difusió turística del paisatge cultural de la Serra de Tramuntana mitjançant les noves tecnologies.

Un cop determinat l'estat de la qüestió teòric, vàrem voler comprovar quin era la realitat in situ d'algunes de les qüestions documentades anteriorment. Vàrem elaborar un model d'enquesta –que constitueix el punt de partida de la proposta– amb una sèrie de preguntes que ens varen permetre comprovar principalment dos aspectes. D'una banda, volíem saber quin és el perfil dels turistes que visiten la Serra de Tramuntana. Per aquest motiu, les enquestes es varen realitzar a turistes que visiten el poble de Sóller, considerat per molts el cor de la Serra de Tramuntana. D'altra banda, volíem conèixer quin ús fan de l'*smartphone* i de les noves tecnologies web 2.0, com les xarxes socials i els codis QR.

Per tenir una mostra significativa es varen realitzar un total de 100 entrevistes durant els mesos de maig i juny de 2013. S'han distribuït 25 enquestes a cadascun d'aquests llocs: oficina de Turisme de Sóller, oficina de turisme del Port de Sóller, Jardí Botànic de Sóller i Hotel Generós del Port de Sóller. Les preguntes de les enquestes eren molt concretes i es varen estructurar en tres blocs: a) perfil del turista, b) tecnologia i xarxes socials, i c) tecnologia, turisme i patrimoni.

Els resultats de les enquestes ens varen proporcionar informació interessant i que en alguns casos coincidí amb el marc teòric i en altres no.

En el primer bloc de les enquestes s'analitzava quin era el perfil del turista que visita la Serra de Tramuntana. Hem de destacar que les nacionalitats són molt variades, però principalment ens visiten espanyols (21%) i alemanys, britànics i francesos, cada una d'aquestes tres nacionalitats representa aproximadament un 10-15% del total de visitants de les illes. També hem de fer especialment esment a la nacionalitat russa, atès que representa un 8%, i a la xinesa, representada per un 4%. Les nacionalitats dels turistes ens proporcionen informació de les llengües en les quals hem de fer arribar la informació. És evident que molts d'ells parlen anglès, però implica proximitat poder disposar de la informació que se cerca en l'idioma propi, ja que fa sentir-se millor. Si comparam les nacionalitats obtingudes amb les publicades a l'anuari 2012,⁴³ veurem que al llarg de tot l'any les visites de nacionalitat alemanya suposen un 38%, les de nacionalitat britànica un 23% i l'espanyola representa un 14%. Hem de puntualitzar que vàrem administrar les enquestes d'aquest treball durant els mesos d'estiu i que, per tant, els resultats poden divergir un poc respecte dels obtinguts amb enquestes que tenen en compte tot l'any. També hem de puntualitzar que a la primavera i la tardor el turista que més visita la Serra de Tramunta és l'alemany, que principalment ve per realitzar senderisme.

En aquest primer bloc també hem obtingut dades de la principal franja d'edat del turista que ens visita. Podem afirmar que un 24% tenen edats compreses entre els 20 i els 30 anys i un 27% entre els 30 i 40 anys; és a dir la gran majoria de turistes són joves i adults. Si comparam les dades obtingudes amb les de l'anuari 2011, veurem que al llarg de l'any la franja d'edats es manté.

La darrera pregunta d'aquest primer bloc era determinar si el turista tenia o no *smartphone*. De l'anàlisi resulta que més d'un 70% disposa d'aquest tipus de telèfon. Si ho comparam amb el nombre de vendes de *smartphones* a la Unió Europea, on les vendes de *smartphones* suposaven 8 de cada 10 telèfons mòbils, les dades són semblants i ens donen clarament la idea que aquests aparells estan molt integrats en el nostre dia a dia. Hem de destacar que

⁴³ *El turisme a les Illes Balears. Anuari 2012*. Govern de les Illes Balears. Agència de Turisme de les Illes Balears.<http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST865ZI152575&id=152575> [Consulta: agost de 2013].

l'*smartphone* és el mitjà tecnològic –representa un 40%– juntament amb l'ordinador –representa un 40%– que més s'utilitzen els turistes per connectar-se a les xarxes socials. Actualment la tauleta només representa el 20%.

Analitzem ara els resultats del segon bloc de les enquestes per tal de conèixer el comportament tecnològic dels turistes i l'ús que fan de les xarxes socials. Podem afirmar que els turistes que ens visiten no deixen de banda l'*smartphone* quan estan de vacances: un 15% el consulta cada hora, un 23% cada dues o cinc hores, un 36% el consulta dues vegades al dia i la resta d'usuaris només quan sona.

Si consideram quines són les xarxes socials que més utilitzen els turistes que ens visiten, els resultats estan en línia amb les estadístiques d'àmbit nacional i internacional. La xarxa social que més utilitzen és Facebook (37%), seguida de YouTube (23%) i Google+ (20%). Twitter i Instagram representen un ús del 4%. Hem de puntualitzar que quan hem analitzat les nacionalitats, un 8% era de nacionalitat russa i les enquestes reflecteixen que un 6% utilitza la xarxa social VKontakte, que és la més popular a Rússia. Un 52% dels turistes afirmen que es connecten a les xarxes socials quan estan de vacances, una mitjana del 73% ho fa entre 0 i 5 vegades i un 21% entre 5 i 10 vegades.

Un 33% dels turistes comparteix fotografies a les xarxes socials i indica el lloc fotografiat i la destinació on passa les vacances, durant les vacances o després. Pel que fa a l'ús de les xarxes socials per obtenir de la destinació escollida per a les vacances, les opinions són bastant variades. Un 20% dels turistes comenta que utilitza la xarxes socials per cercar informació del lloc que visita abans de l'estada, durant i després. Un 38% cerca informació abans i després i únicament un 10% ho fa després de les vacances. Encara que hem de comentar que un 40% aproximadament no utilitza mai les xarxes socials per cercar informació del lloc que visita. Aquest fet ens indica que la meitat dels turistes utilitzen les xarxes socials en qualche moment per cercar informació del lloc que visiten, ja sigui abans, durant o després de les vacances.

De les preguntes realitzades en el tercer bloc de l'enquesta Tecnologia, turisme i patrimoni, les respostes permeten conèixer quin és el percentatge dels llocs culturals a Mallorca que han visitat els turistes, i a on han interactuat amb el seu *smartphone*. Un 42% afirma que no han utilitzat l'*smartphone* en cap lloc cultural (hem de puntualitzar que un 40% dels turistes que han respost

l'enquesta no tenien *smartphone*), un 40% afirma que ha utilitzat l'*smartphone* a 1-5 llocs i l'altre 20% ho ha fet a més de cinc llocs. Aquesta informació és molt significativa. D'una banda, ens indica que més del 60% dels turistes afirmen que és habitual per a ells utilitzar l'*smartphone* en visites culturals i, de l'altra, que cada vegada més els llocs culturals van incorporant les noves eines tecnològiques.

Una de les formes més habituals d'interacció entre el turista i el lloc cultural que visita és utilitzant codis QR. Analitzant però quina és la situació dels codis QR entre els turistes podem afirmar que el 80% dels turistes saben que són o els coneixen, però només un 35% els ha utilitzat alguna vegada i més de la meitat no n'ha escanejat cap mai.

Quant al món de les aplicacions mòbils del lloc que visiten, un 77% no consulta si existeixen aplicacions del lloc que visita però un 22% sí que ho fa, un percentatge prou alt.

Així doncs, podem afirmar que el perfil del turista que visita la Serra de Tramuntana és principalment un turista espanyol, alemany, britànic, francès i rus (cada vegada més), d'entre 20-40 anys amb *smartphone*, que durant les vacances consulta una mitjana d'una vegada cada dues o tres hores, i que en temps de vacances és usuari actiu (que penja contingut) i passi (cerca contingut) de les xarxes socials, principalment de Facebook, YouTube i Google+, a més a més de la xarxa social V Kontakte de Rússia. També podem afirmar que utilitza l'*smartphone* en les visites dels llocs quan és possible (ja sigui amb forma d'aplicació o codi QR).

Una vegada conegut el perfil tecnològic del turista i el contingut sobre la Serra de Tramuntana que pot trobar a la xarxa, hem de fer algunes consideracions. La promoció turística dels valors patrimonials que podem trobar a la Serra de Tramuntana hauria de ser molt més efectiva i pràctica; no podem deixar de banda el potencial que tenen les noves tecnologies; hem de ser capaços d'utilitzar les noves eines tecnològiques com a canals per mostrar la riquesa patrimonial que trobam a la Serra de Tramuntana. S'ha de gestionar una estratègia per tal que les persones que visiten la Serra la puguin interpretar i alhora es converteixin en generadors de contingut a les xarxes socials, de manera que s'estableixi una connexió entre el visitant, els possibles visitants de la Serra de Tramuntana i els exvisitants, sense oblidar que la finalitat és

difondre el patrimoni de la Serra de Tramuntana i obtenir uns beneficis per tal que es pugui seguir mantenint. És important destacar que la línia d'actuació ha de ser una única i no fragmentada entre els 19 municipis que trobam a la Serra de Tramuntana.

Per a la proposta de difusió turística del paisatge cultural de la Serra de Tramuntana mitjançant les noves tendències tecnològiques web 2.0 es definarien quatre línies d'actuació, totes enfocades a una major interacció entre els visitants de la Serra de Tramuntana. Tot i que detallarem aquestes línies d'actuació a continuació, destacarem des d'un inici que principalment són: a) crear una aplicació per a *smartphones*, b) ampliar la presència de la Serra de Tramuntana a les xarxes socials, c) incorporar el patrimoni de la Serra de Tramuntana a dos projectes de Google realitzats en col·laboració amb la UNESCO, i d) incorporar eines tecnològiques in situ, és a dir, a itineraris concrets.

Passam ara a detallar cada una de les línies d'actuació citades anteriorment. La primera línia d'actuació, la creació d'una aplicació sobre la Serra de Tramuntana per a *smartphones*, es desenvoluparia en els dos sistemes operatius més utilitzats actualment (iOS i Android). L'aplicació tindria dues versions, una de gratuïta, amb continguts més limitats que la versió de pagament, i una de pagament (ja hem comentat anteriorment que les aplicacions de pagament tenen un cost aproximat de 2 €), que hauria de tenir un valor afegit, com descomptes a diferents llocs, ja sigui un preu reduït a les entrades dels museus o en la compra dels tiquets per anar amb el tren a Sóller. És fonamental que els continguts de l'aplicació es tradueixin als idiomes d'aquí i als dels turistes que ens visiten. És important realitzar una campanya de publicitat adequada per anunciar l'aplicació, començant des de les revistes que publiquen les companyies aèries i marítimes, principals vies d'entrada a les Illes, així com també publicitat als aeroports, fins a la col·locació de cartells publicitaris a les carreteres d'entrada dels 19 municipis integrats a la Serra de Tramuntana. Hem de tenir molt present que segons les dades comentades anteriorment més del 50% dels turistes que vénen a l'illa de Mallorca ho fan sense paquet turístic, és a dir, molts lloguen un cotxe i organitzen els seu propi itinerari per l'illa. A més, la majoria tenen un *smartphone*, que consulten cada hora (15%) o cada dues o cinc hores (23%).

de continguts, però també es poden generar beneficis, no només amb el preu que ha de pagar l'usuari quan en descarrega la versió no gratuïta, sinó també amb possible publicitat que s'inclogui.

Hem considerat oportú il·lustrar un possible funcionament i continguts que podria incloure l'aplicació Serra de Tramuntana. Una vegada instal·lada l'aplicació al nostre *smartphone* ja podem començar a utilitzar-la. El primer que hem de fer és escollir l'idioma en què volem que apareguin els continguts de l'aplicació. En una fase inicial els continguts estarien en català, castellà i anglès, encara que es podria ampliar a alemany, francès i rus, tenint en compte l'origen principal dels turistes que ens visiten.



Una vegada instal·lada l'aplicació escollim l'idioma desitjat.

Una vegada hem escollit l'idioma, se'n desplega un menú on podem escollir entre diverses opcions, com patrimoni, història, senderisme, museus, fires i festes, entre altres. Evidentment cada un dels apartats es dotaria de contingut i s'hauria d'anar ampliant i actualitzant.

S'ha considerat oportú posar un exemple del que podríem trobar dins l'opció de patrimoni en el menú de l'aplicació. Així doncs, més endavant desenvoluparem una proposta de ruta que té com a eix l'àmbit artístic de la Serra de Tramuntana i està localitzada a la vall de Sóller.



Possible incorporació de donacions per a la reforestació de la Serra de Tramuntana. mitjanant l'aplicació mòbil.

Acabam així d'il·lustrar un possible disseny i contingut de l'aplicació Serra de Tramuntana. No volem entrar en detalls, sinó només donar una idea molt general de com podria ser. Evidentment si s'hagués de desenvolupar amb més detall hauríem de comptar amb informàtics i tècnics especialitzats en la creació d'aplicacions i amb un equip que en generàs el contingut.

La segona proposta és definir una línia d'actuació a les xarxes socials, no només a Facebook i a Twitter, com hi ha actualment i que ja hem comentat, sinó ampliar la presència de la Serra de Tramuntana a les xarxes socials més populars i aquelles on ens interessi obrir mercat, com la xarxa social vkontakte.com, que és la més utilitzada a Rússia. És important també actualitzar els continguts gairebé a diari en els diferents idiomes dels turistes que ens visiten. Els continguts no només es poden limitar a fotografies, sinó que s'han de realitzar campanyes de promoció i difusió del patrimoni mitjançant aquests canals.

La tercera línia d'actuació seria la incorporació de la Serra de Tramuntana com a paisatge cultural a dos projectes de Google. El primer és la incorporació d'un banc de fotografies de la Serra de Tramuntana al projecte Google Cultural Institut,⁴⁶ que permet al sector cultural exhibir en línia el seu patrimoni perquè tothom el pugui conèixer. En aquest projecte es poden trobar des de monuments històrics fins a llocs declarats patrimoni de la humanitat de tot el planeta. El segon projecte és Google-Unesco,⁴⁷ que incorpora imatges

⁴⁶ Pàgina web del Google Cultural Institute. Data: 2013

<http://www.google.com/culturalinstitute/home?hl=es> [Consulta: agost de 2013].

⁴⁷ "Google se alía con la UNESCO para mostrar en 360º el Patrimonio de la Humanidad". Font: RTVE. Data: 03/12/2009. <http://www.rtve.es/noticias/20091203/google-alia-con-unesco-para-mostrar-360-patrimonio-humanidad/304230.shtml> [Consulta: agost de 2013]. Vegeu l'annex.

viatgers actuals les experiències que aquests dos pintors tingueren a Sóller. Aquesta ruta, que podem trobar dins l'opció de patrimoni del menú principal de l'aplicació de Sa Serra de Tramuntana, està enfocada a difondre l'àmbit artístic de la Serra. Recordem que són molts els artistes que han trobat inspiració en els colors, la llum i les formes de la Serra.

L'altra proposta concreta s'ha localitzat en el Barranc de Biniaraix, exemple de patrimoni natural i etnològic de la Serra, que inclou dues línies d'actuació per a la difusió del patrimoni de la Serra: d'una banda, incorporar les noves tecnologies in situ (codis QR) i, de l'altra, ampliar la presència de la Serra de Tramuntana a les xarxes socials (Twitter).

Encara que el patrimoni que pretenem difondre en cada una de les dues propostes és bastant diferent, ambdues comparteixen un moment atesa la localització del llogaret de Biniaraix. És curiós que el patrimoni –natural i etnològic, d'una banda– i l'àmbit artístic de l'altra estableixin un diàleg molt íntim una vegada l'any quan té lloc la trobada de pintors del Barranc de Biniaraix, impulsada pel pintor paisatgista Josep Munar i que aquest any 2013 ha celebrat la vint-i-vuitena edició.⁴⁹

4.1.1.1 EL BARRANC DE BINIARAIX: CODIS QR I XARXES SOCIALS PER A LA INTERPRETACIÓ I LA DIFUSIÓ DEL PATRIMONI NATURAL I ETNOLÒGIC

El Barranc de Biniaraix està inclòs en la ruta de Pedra en Sec (GR-221)⁵⁰ que transcorre al llarg de tota la Serra de Tramuntana des de el Port d'Andratx, situat a al sud-oest de l'illa de Mallorca fins al poble de Pollença, situat al nord-oest de l'illa. El recorregut de la ruta és d'uns 167 km, oberts i senyalitzats, i està formada per camins que uneixen els pobles i algunes de les

⁴⁹ "El Barranc de Biniaraix acoge otra edición de la Trobada de Pintors". Font: *Última Hora*. Data: 16/06/2012. <http://ultimahora.es/mallorca/noticia/noticias/cultura/barranc-biniaraix-acoge-otra-edicion-trobada-pintors.html> [Consulta: agost de 2013]. Vegeu l'annex.

⁵⁰ Pàgina web de la ruta de pedra en sec GR-221. Autor: Consell de Mallorca http://www.conselldemallorca.cat/index.php?&id_parent=491&id_class=2992&id_section=3198&id_son=3204&id_grandson=4002 [Consulta: agost de 2013].

possessions de la Serra de Tramuntana. Està prevista una ampliació de camins que afegirien uns 165 km a l'actual ruta.

La ruta de Pedra en Sec (GR-221) és el primer sender de gran recorregut de les Illes Balears homologat per la Federació Espanyola de Muntanyisme –el 221 correspon al nombre de senders de gran recorregut homologats en el moment de la inscripció–, i està estructurada en vuit etapes i nou variants i al llarg de la ruta podem trobar cinc refugis.



Ruta de Pedra en Sec (GR-221).

Al llarg de tot el recorregut de la ruta de Pedra en Sec podem observar nombrosos exemples d'aquesta tècnica constructiva. La pedra en sec és un sistema constructiu mil·lenari basat en la utilització de pedres sense cap tipus de conglomerat. Històricament ha evolucionat a partir de tècniques comunes d'altres llocs de la Mediterrània i s'ha adaptat a les peculiaritats de l'illa de Mallorca. Aquesta tècnica constructiva és típica de tota la Serra de Tramuntana i neix de les necessitats bàsiques del món agrícola i ramader, com despedregar el terreny per millorar-ne el conreu i aprofitar la presència de pedra abundosa per a la construcció de tot tipus d'infraestructures. A la Serra podem trobar alguns exemples de camins construïts amb la tècnica de pedra en sec. Principalment en trobam de tres tipus, els tiranys –passos per a les persones–, els camins de ferradura –passos per a bísties amb bast– i els camins de carro –

passos per a carros. Els camins de ferradura i els de carro són empedrats per evitar-ne el deteriorament.⁵¹

El Barranc de Biniaraix és un camí de ferradura –empedrat– que transcorre entre la serra de Son Torrella, el puig de l'Ofre i els Cornadors, i que està inclòs dins la ruta GR-221. Uneix el llogaret de Biniaraix, situat al municipi de Sóller, amb el Coll de l'Ofre. Comprèn un desnivell de 600 metres aproximadament amb una longitud de 5.000 metres.

Tenim datat en el Barranc ocupació pretalaiòtica (2.000-1.400 aC). Actualment, es tenen localitzats tres jaciments d'aquesta època: la Cova de ses Alfàbies, la Cova de s'Alova i el Coval d'en Pep Rave. Fins a la dècada de 1950, quan es va construir la carretera Sóller-Lluc, el Barranc de Biniaraix era la principal via de comunicació de la vall de Sóller amb l'Ofre, Cúber, Orient i el monestir de Lluc. Eren molts els peregrins que hi passaven a causa de la devoció a la Mare de Déu de Lluc. A més de ser un camí de comunicació, hem de destacar també que els principals usos eren abastir de llenya, carbó i oliva el poble de Sóller.⁵²

No entrarem a detallar els diferents moments històrics que afectaren el barranc, però sí que apuntarem que els podem seguir gràcies a les notícies escrites que podem trobar principalment relacionades amb el manteniment del camí i dels diferents propietaris.

Són molts els viatgers que han citat el Barranc de Biniaraix en els seus diaris o quaderns de viatge. L'any 1789 Gerónimo de Berard⁵³ parlava del Barranc en aquests termes: “camino áspero y grande subida al Barranch de Biniaraix”. L'any 1876 Pagenstecher⁵⁴ destaca del Barranc els marges: construccions de pedra en sec per al conreu a zones en pendent. Afegeix: “Los terraplenes con olivos siguen hasta una elevación de varios miles de pies. A veces se ven algunos de estos muros bastantes considerables, hechos para

⁵¹ Reynés i Trias, A. La construcció de pedra en sec a Mallorca. Palma: Consell Insular de Mallorca. FODESMA, 1994, pàg. 21.

http://www.conselldemallorca.net/index.php?&id_parent=491&id_class=2992&id_section=3198&id_son=4246&id_grandson=4346 [Consulta: agost de 2013].

⁵² Alomar, G. (coord.); Reynés, A. (coord.). *Barranc de Biniaraix. Guia d'interpretació del medi*. Palma: Consell Insular de Mallorca, 1994, pàg. 62-70.

⁵³ Berard, G. de *Viaje a las Villas de Mallorca*. Transcripció del Manuscrit de la Biblioteca Municipal de Palma. Palma: Ajuntament de Palma, 1983 (1789), pàg. 64.

⁵⁴ Pagenstecher, H. A. *Die Insel Mallorca*. Leipzig: 1867, pàg.110.

http://books.google.es/books?id=eFIBAAAACAAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [Consulta: agost de 2013].

textualment: “Es Camí des Barranc està en perill [...] per dues raons: perquè els estaments oficials gens han fet aquests darrers anys per la seva conservació i manteniment [...] els esbaldreges dels marges, l'espanyada de síquies i grifons [...] han ajudat a fer mal bé paisatge i construcció”. A les pàgines centrals d'aquest mateix número hi podem trobar un informe elaborat per l'Associació de Veïnats de Biniaraix i Propietaris del Barranc amb la finalitat de conscienciar la població i demanar ajuda a les autoritats autonòmiques pel progressiu deteriorament que anava patint. Aquest número recull també les aportació a la taula rodona del batle de Sóller (Antoni Arbona), en què anuncia que l'Ajuntament demanarà a Madrid declarar el Camí des Barranc Monument Històric Artístic, així com també l'aportació de l'arquitecte i secretari de l'Associació de Veïnats de Biniaraix (Antoni Alomar), que apuntà que: “la llei de Patrimoni Artístic contempla tres graus de monuments: d'interès municipal, autonòmic i nacional; i que tal volta es podria començar pels petits”.

Per donar resposta a la inquietud social, en aquest moment s'inicia el primer pas per aconseguir una figura de protecció pel Barranc de Biniaraix.

El BOE número 198⁵⁹ de 1993 publica la Resolució de la Direcció General de Cultura del 12 de maig de 1993 en què incoa expedient per a la declaració de Bé d'Interès Cultural (BIC), en la categoria de monument el camí del Barranc de Biniaraix atenent a l'interès històric que presenta el camí i a l'informe favorable de la Comissió de Patrimoni Històric de Mallorca celebrada el 23 d'abril de 1993. Finalment el 1994 s'aconseguí aquesta declaració.

El llogaret de Biniaraix va ser també declarat Bé d'Interès Cultural pel Consell de Mallorca l'any 2010⁶⁰ (BOIB número 127) en la categoria de Conjunt Històric. L'informe de la Comissió va valorar especialment l'estat de conservació dels carrers i les cases.

⁵⁹ BOE núm.198. Data: 19/08/1998 Resolució de la Direcció General de Cultura del 12 de maig de 1993 en que incoa expedient per a la declaració de Bé d'Interès Cultural (BIC), en la categoria de monument el camí del Barranc de Biniaraix <http://www.boe.es/boe/dias/1993/08/19/pdfs/A25359-25360.pdf> [Consulta: agost de 2013] Vegeu l'annex.

⁶⁰ BOIB núm. 127. Data: 31/08/2010 Inclou la declaració de Biniaraix com Bé d'Interès Cultural, en la categoria de conjunt històric. <http://boib.caib.es/pdf/2010127/mp49.pdf> [Consulta: agost de 2013]. Vegeu l'annex.

Mitjançant el visor del Patrimoni Històric del Consell de Mallorca⁶¹ podem obtenir fàcilment la localització del Barranc de Biniaraix així com també les dues categories de protecció que hem comentat.

A l'actualitat, el Barranc de Biniaraix presenta un bon estat de conservació gràcies a les tasques de manteniment que realitzen els propietaris dels olivars del Barranc i el Consell de Mallorca.

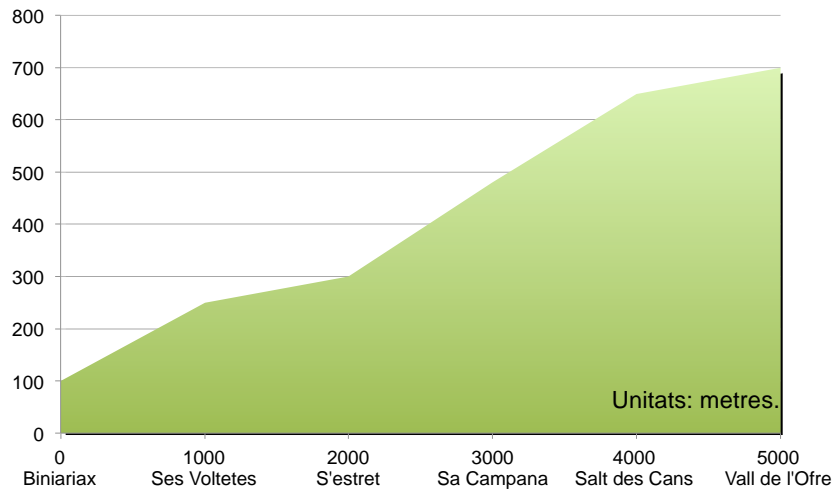


Vista del poble de Biniaraix des de el Barranc
(Fotografia: A. Pomar).

L'itinerari que proposam utilitzant les noves tecnologies pretén descobrir als senderistes que recorren aquest territori els paisatges construïts amb pedra en sec aportant una visió més completa del territori del Barranc de Biniaraix, encara que podem trobar al llarg de tota la Serra de Tramuntana molts dels elements que hi trobam en aquesta localització concreta. És evident que la proposta es podria ampliar en un futur i localitzar a diferents llocs d'interès de la Serra de Tramuntana.

La dificultat que presenta l'excursió del barranc és baixa i es realitza en dues hores aproximadament.

⁶¹ Visor de Patrimoni Històric. Autor: Consell de Mallorca
www.conselldemallorca.net/sit/phistoric/index_es.html [Consulta: agost de 2013].



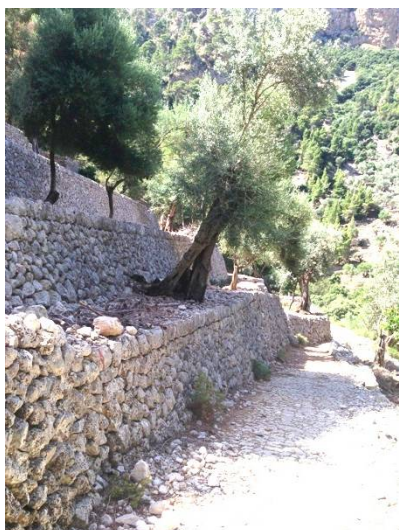
Perfil muntanyós del Barranc de Biniaraix.

Com ja hem comentat, el Barranc de Biniaraix és sense cap dubte un dels millors exemples de la Serra de Tramuntana de construcció en pedra en sec. Aquesta tècnica és utilitzada per a la construcció de les marjades, el camí i els porxos que en conformen el paisatge. Vegem ara quins són els elements més característics d'aquest territori.



Vista aèria del Barranc de Biniaraix (Google Earth), en què es pot observar la quantitat de fotografies del Barranc que han anat penjant els excursionistes mitjançant l'aplicació Panoramio.

Els elements clau del Barranc de Biniaraix són els marges i el camí empedrat. Els marges són elements construïts per al conreu a zones amb pendent que eviten l'arrossegament de la terra i faciliten la filtració de l'aigua, ja que la seva tècnica de construcció no permet la utilització de material de lligament. La resistència del marge es fonamenta en la utilització de pedres de major dimensió a la base, un bon travat i un bon reblat.⁶² El barranc també constitueix un bon exemple d'olivar de muntanya, ja que el principal conreu és l'olivera, del qual se'n extreu l'oli. Forma part de les oleorutes turístiques que proposa el Govern de les Illes Balears.⁶³



Marges i pujadors del Barranc de Biniaraix
(fotografia: A. Pomar).

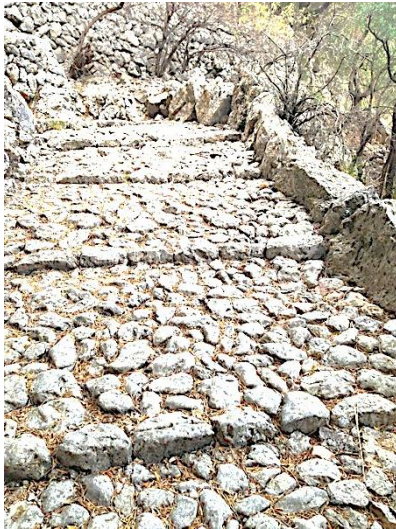
Com hem comentat anteriorment el camí del Barranc és empedrat i consta dels elements següents, ratlles, passadors, escopidors, i ponts.

Les ratlles (o ratlletes) són filades de pedres de secció rectangular que sobresurten uns centímetres del nivell del camí empedrat.

⁶² Reynés i Trias, A. *La construcció de pedra en sec a Mallorca*. Palma: Consell Insular de Mallorca. FODESMA, 1994, pàg. 13-16.

http://www.conselldemallorca.net/index.php?&id_parent=491&id_class=2992&id_section=3198&id_son=4246&id_grandson=4346 [Consulta: agost de 2013].

⁶³ Pàgina web "Les rutes oleoturístiques". Autor: Govern de les Illes Balears <http://www.caib.es/sacmicrofront/contenido.do?mkey=M178&lang=CA&cont=4343> [Consulta: agost de 2013].



Ratlles del camí empedrat del Barranc de Biniaraix
(fotografies: A. Pomar).

Normalment en el costat oposat del marge, hi solem trobar escopidors, que són pedres de gran dimensions que delimiten el camí i que servien també per “escopir” les rodes dels carros.⁶⁴



Escopidors del Barranc de Biniaraix
(fotografia: A. Pomar).

⁶⁴ Reynés i Trias, A. *La construcció de pedra en sec a Mallorca*. Palma: Consell Insular de Mallorca. FODESMA, 1994. Pàgines 20-22.
http://www.conselldemallorca.net/index.php?&id_parent=491&id_class=2992&id_section=3198&id_son=4246&id_grandson=4346 [Consulta: agost de 2013].

Al llarg del Barranc, ens trobam amb el torrent del Barranc que constitueix una de les aportacions del torrent Major de Sóller. El pas per les zones de d'aigua del Barranc de Biniaraix es fa o bé mitjançant les pedres passadores de grans dimensions i forma cúbica situades al costat del camí o bé per ponts. Al llarg de tot el Barranc trobam quatre ponts.



Pedres passadores i pont del Barranc (fotografies: Sollerbondia.com i A. Pomar).

La distribució territorial del Barranc es divideix en un gran nombre de petits propietaris. És per aquest motiu que un dels elements més destacats del paisatge juntament amb les marjades són els porxos, petites construccions de pedra en sec i teula àrab que servien per donar aixopluc i guardar estris.

Se n'han inventariat 79 en tot el Barranc, tots de petites dimensions: solen oscil·lar entre els 5 i 8 metres de llarg i 4 o 5 d'amplària de planta. A més dels porxos al Barranc trobam dues cases: Can Catí i Can Silles.

Els porxos són edificacions molt austeres la construcció de les quals depenia de l'adaptació al territori més que de l'orientació més favorable. Per això, en podem trobar de tipologies diferents en tot el Barranc, moltes aprofiten un marge o una roca com a paret. Quant a la tècnica constructiva de la teulada, està realitzada a partir d'un llenyam de fusta, que sosté la canyissada, la qual sosté la teula àrab. L'aigua de la teulada era recollida en una cisterna que tant pot ser dins com fora del porxo. Quant a les obertures, en general, en presenten poques, a part del portal, que sol ser de dimensions variables dependent de si hi ha d'entrar una persona o una bístia.



Porxo del Barranc de Biniaraix
(fotografia: A. Pomar).

A les VI Jornades d'Estudis Locals de Sóller i Fornalutx (novembre de 2011) es va presentar la comunicació "Els porxos del barranc de Biniaraix".⁶⁵ En aquesta comunicació trobam un resum de l'inventari de porxos realitzat pel Departament de Patrimoni del Consell de Mallorca l'any 1992 així com també un resum de l'anàlisi de l'estat de conservació dels porxos del Barranc realitzat el 1998 en el marc del màster de Sistemes d'Informació de la UIB. Les conclusions d'aquesta comunicació són que els porxos que presenten millor estat de conservació són els situats a prop dels camins principals, encara que els autors fan constar que la possibilitat de dur materials de construcció amb helicòpter, com ja s'ha fet en accions puntuals, ofereix una nova via que pot introduir canvis en l'estat de conservació de les construccions i dels conreus.

Una de les construccions més antigues del Barranc és la casa Can Catí (segle XVII), que encara avui es conserva. L'any 2012 va ser rehabilitada i els materials de construcció es varen transportar en helicòpter. Comparada amb la resta de construccions (porxos) que podem trobar al Barranc, la casa és molt diferent tant en volum com en distribució en planta. Es tracta d'una construcció

⁶⁵ Jansà, J.; Ordinas, G.; Reynés, A. "Els porxos del barranc de Biniaraix." VI Jornades d'Estudis Locals de Sóller i Fornalutx. Sóller: Ajuntament de Sóller i Ajuntament de Fornalutx, 2012. Pàgines 307-317 http://www.ajsoller.net/wms/ofo/imgdb//archivo_doc248236.pdf [Consulta: agost de 2013].

volumètricament formada per un cos central amb coberta de teula àrab d'un aiguavés i a un l'extrem hi trobam els sestadors (lloc on descansa o es refugia el bestiar), en forma de cos annex al volum principal. A la façana principal hi destaca el portal original del segle XVII, format per llindar, dos brancals d'una sola peça i arc de dovelles. En el cos central de l'interior hi trobam l'única tafona (i trull) conservada de tot el Barranc. A l'exterior trobam, a més d'olivar, una de les poques zones d'hort de tot el Barranc.

Hem de destacar que, malgrat la seva importància dins el conjunt del Barranc de Biniaraix, ja que és la casa més antiga d'aquest àmbit, no ha estat objecte d'una profunda investigació i l'única referència documental que inclou la descripció de la construcció l'hem trobada al llibre *Barranc de Biniaraix*.⁶⁶



Can Catí, casa situada al Barranc de Biniaraix (fotografia: A. Pomar).

Un altre element territorial que cal tenir en compte és el sistema hidràulic del Barranc. Durant part del camí transcorre paral·lel al camí una canaleta que davalla l'aigua de la font del Verger. Recentment aquesta canal s'ha restaurat i entubat en molts trams, encara que alguns es conserven com antigament.

⁶⁶Alomar, G. (coord.); Reynés, A. (coord.). Barranc de Biniaraix. Guia d'interpretació del medi. Palma: Consell Insular de Mallorca, 1994, pàg. 96-102.



Canaleta de la Font del Verger
(fotografia A. Pomar).

A més dels elements de pedra en sec i del sistema hidràulic del Barranc de Biniaraix, també hem de destacar la importància que tenen la vegetació i les vistes.

Una vegada comentats els elements més característics del Barranc de Biniaraix i analitzat el funcionament dels codis QR, presentarem dos elements d'aquesta proposta d'itinerari d'interpretació dels elements patrimonials més destacats del Barranc de Biniaraix utilitzant les noves eines tecnològiques, concretament els codis QR, així com també una proposta de difusió de l'experiència dels excursionistes mitjançant la xarxa social Twitter. Aquesta acció es basarà simplement a indicar en localitzacions concretes en què l'usuari pot fer piulades amb la seva experiència utilitzant el *hashtag* #serratramuntana.



A l'esquerra, disseny propi del cartell de Twitter, animant la gent a compartir la seva experiència a la xarxa social utilitzant el *hashtag* #serratramuntana. Al costat, exemple de piulada de l'autora del treball seguint les indicacions del cartell.

La utilització de codis QR ens permet obtenir i ampliar la informació d'allò que ens interessa en l'idioma que volem. També reduïm l'impacte visual a la mínima expressió ja que no necessitem col·locar grans panells informatius. Un altre aspecte que hem de destacar és que ens permet interactuar amb el territori d'una forma més directa i dinàmica. Com ja hem comentat anteriorment, per al funcionament dels codis QR necessitem cobertura 3G; en aquest sentit, la situació del Barranc és idònia, ja que tret de dos punts concrets, la cobertura 3G és molt bona al llarg de tot el recorregut.

Inicialment, en la primera fase de la proposta, l'itinerari estaria format per un total de deu codis QR situats de forma estratègica com explicarem a continuació. La proposta es podria ampliar i modificar en fases posteriors, en funció de les estadístiques obtingudes quant a la utilització dels codis QR per part dels usuaris. Com ja hem comentat, aquestes estadístiques s'elaboren de forma automàtica i ens permeten fer un seguiment de cada un dels codis QR del l'itinerari.

És important en aquest primera fase de la proposta no atabalar l'excursionista, sinó despertar-ne l'interès. Recordem que dels resultats de les enquestes realitzades al turistes i possibles excursionistes del Barranc de Biniraix obtinguérem que un 80% dels turistes sabien que eren o coneixien els codis QR, però només un 35% els havia utilitzat qualche vegada. És a dir, més

de la meitat no n'ha escanejat cap mai. Per tant, necessitam fomentar que s'animin a utilitzar els codis QR proposats. Per això, serà clau la situació estratègica del codis QR en llocs on puguin despertar la curiositat del senderista.

També és fonamental que la informació que l'excursionista pugui obtenir sigui clara i molt gràfica, que d'una manera ràpida i senzilla pugui obtenir una interpretació del territori del Barranc de Biniaraix. Per organitzar la interpretació del territori del Barranc de Biniaraix, hem agrupat els codis QR principalment en tres grups indicadors de cada un dels següents elements:

- Elements del paisatge (codi QR panoràmic)
- Elements construïts (codi QR element)
- Elements vegetals (codi QR element)

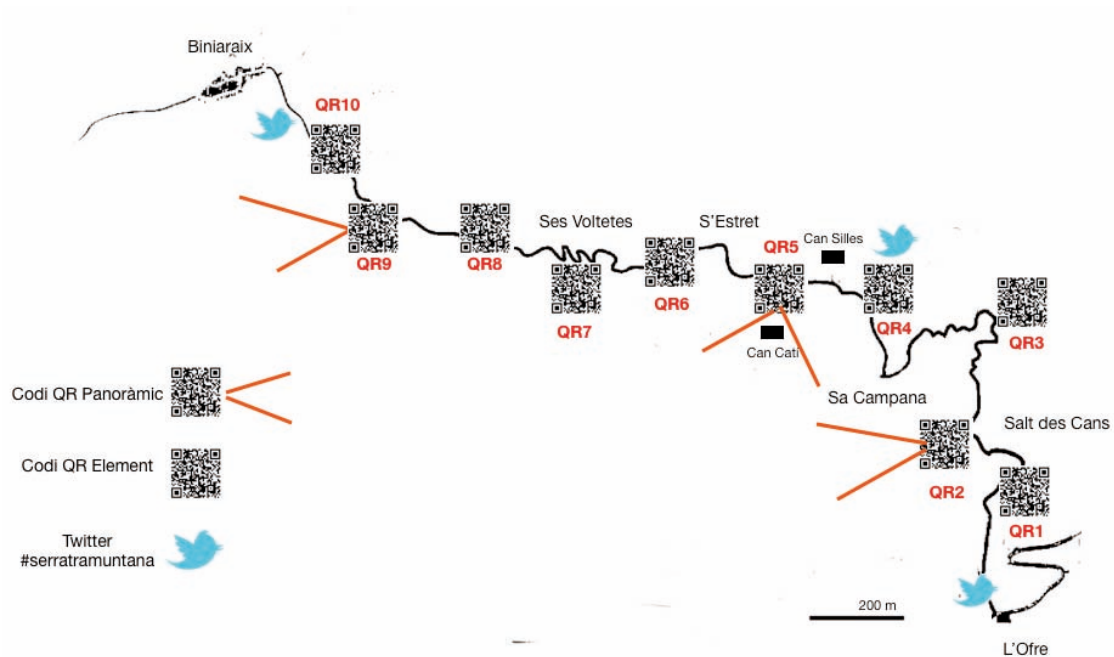
Dins d'elements del paisatge, inclouríem les panoràmiques més destacades al llarg de l'itinerari que ens permetin observar els assentaments urbans, ja siguin construccions individuals amb un caràcter particular o bé nuclis de població; dins aquest grup també inclouríem les topografies més destacables.

El grup d'elements construïts inclouria els elements propis de la construcció en pedra en seca citats anteriorment (com els marges i els seus pujadors) i els elements que conformen el camí empedrat (ratlles, escopidors i passadores). Dins aquest grup també inclouríem l'element dels sistema hidràulic, com és la canaleta de la font del Verger.

Finalment, dins del darrer grup inclouríem els elements vegetals més significatius i que podem trobar al llarg de tot el Barranc. Hem de puntualitzar que en aquest treball no hem entrat en profunditat en aquest grup, sinó que hem aprofundit en el grup d'elements construïts. Però hem considerat oportú incloure aquest grup, ja que en la lògica del territori del Barranc els elements construïts com els marges estan íntimament units amb elements vegetals com són les oliveres, del fruit de les quals se'n deriva l'oli, motiu pel qual a la casa més antiga del Barranc trobam una tafona. Així doncs, la lògica constructiva d'aquest territori està íntimament lligada a l'olivar.

Dins l'itinerari del Barranc de Biniaraix trobam els següents punt més significatius, que són el Salt dels Cans, just quan arribam a l'Ofre, sa Campana,

s'Estret i ses Voltetes, els porxos més significatius són Can Silles i Can Catí. Hem elaborat un plànol on hem senyalitzat allà on situam els codis QR així com també els punts on s'indicaria la informació perquè mitjançant el Twitter l'excursionista comparteixi la seva experiència, tal com ja s'ha indicat anteriorment.



Plànol amb la localització del codis QR al Barranc de Biniaraix.

Vegem ara uns exemples de com funcionaria el sistema dels codis QR a l'itinerari del Barranc de Biniaraix. Per donar més realisme a la proposta, hem elaborat manualment codis QR.



Elaboració dels codis QR per exemplificar la proposta in situ.

Iniciam la nostra proposta al tram del Barranc de Biniaraix situat entre l'Ofre i sa Campana, on els excursionistes trobarien situats en els elements significatius citats anteriorment del Barranc de Biniaraix un codi QR, en aquest cas el codi QR1 se situaria en un marge. Tot seguit si l'excursionista està interessat a ampliar-ne la informació l'escanejaria escolliria l'idioma en què vol obtenir la informació. Una vegada escanejat el codi, obtindria informació del tipus d'element patrimonial que és, com ha estat construït i quines eines s'han utilitzat per construir-lo.



Funcionament d'un codi QR d'un element construït (QR1).

Al llarg del recorregut del Barranc, hem situat tres codis QR panoràmics, un al Salt dels Cans (QR2), on podem observar una vista panoràmica del Port de Sóller; un altre poc abans d'arribar a s'Estret (QR5), des d'on tenim una panoràmica molt bona de la construcció de Can Catí, i el darrer (QR9), poc abans d'arribar al llogaret de Biniaraix i ofereix una panoràmica d'aquest nucli de població.

La informació que proporcionarien aquests tipus de codis panoràmics seria d'interès topogràfic. Hem il·lustrat amb un exemple el funcionament d'aquest tipus de codi QR, en aquest cas del codi QR2. Una vegada escanejat el codi, obtindríem a la pantalla de l'*smartphone* una fotografia panoràmica del

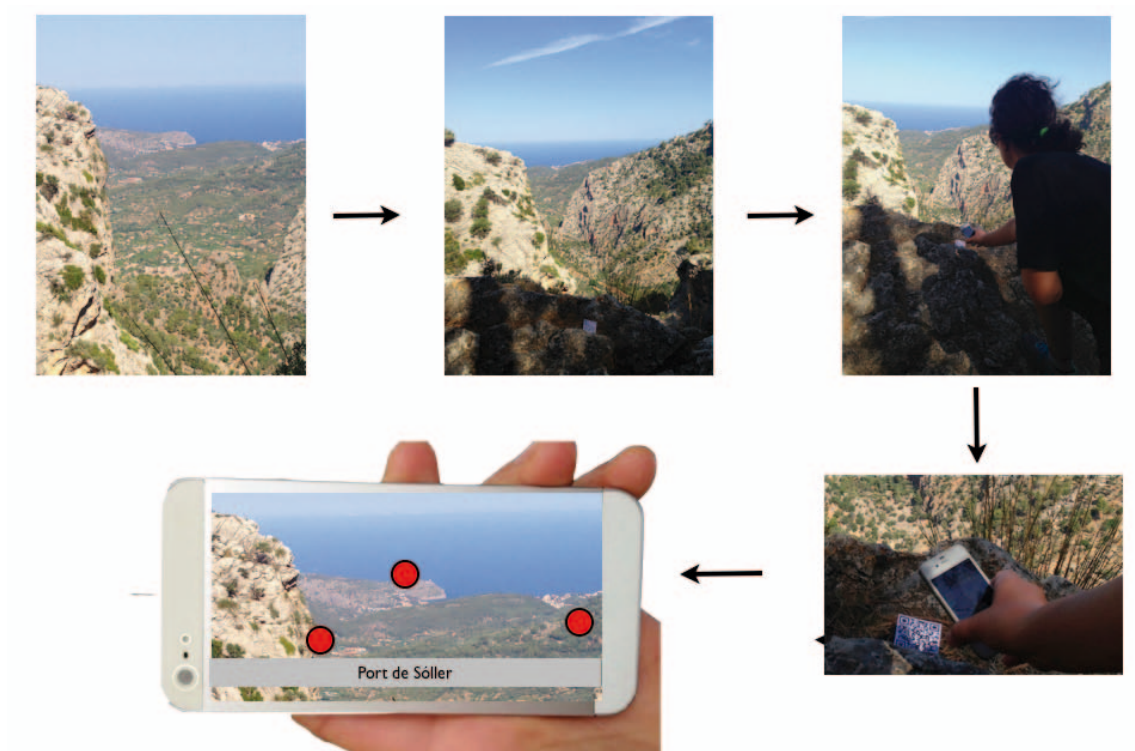
lloc amb uns punts vermells. En fer-hi clic ens apareixeria la informació d'interès. Recordem que Pagenstecher ja va realitzar un gravat d'aquesta perspectiva i la va publicar en el llibre *Die Insel Mallorca*.⁶⁷

- ?
- ?
- ?
- ?
- ?
- ?
- ?
- ?
- ?



Schlucht von Biniaraix bei Söller.

Gravat del Barranc de Biniaraix. Pagenstecher, *Die Insel Mallorca* (1867).



Exemple del funcionament d'un codi QR d'un element del paisatge (QR panoràmic).



⁶⁷ Pagenstecher, H. A. *Die Insel Mallorca*. Leipzig: 1867, pàg.110.
http://books.google.es/books?id=eFIBAAAAcAAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [Consulta: agost de 2013].

- ?
- ?

Exemples d'elements vegetals els trobaríem als codis QR3 i QR4. Una vegada escanejats, ens proporcionarien informació de cada una de les plantes.



Situació de codis QR3 i QR4 en elements vegetals del Barranc de Biniaraix.

Passada la zona del Barranc de Biniaraix anomenada Sa Campana, obtenim una visual molt bona de l'olivar i la casa de Can Catí (segle XVII). És en aquest punt on situaríem el codi QR5, en aquest cas també d'element paisatgístic; una vegada escanejat, obtindríem informació de la construcció.



Codi QR5 amb la informació de Can Catí.

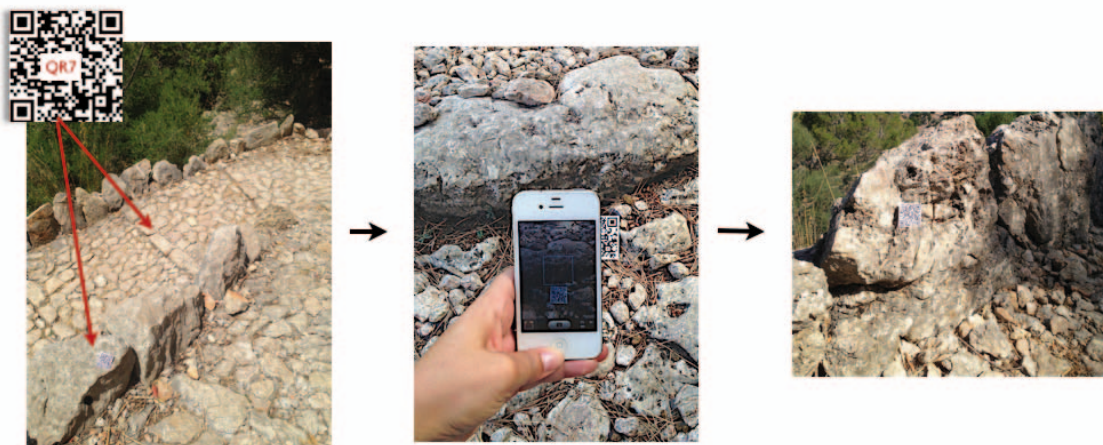
Una vegada hem passat Can Catí, arribam a s'Estret, un dels llocs emblemàtics del Barranc amb uns penyals altíssimes. En aquest tram el camí transcorre paral·lel a la canaleta, recentment restaurada, que duu l'aigua de la font del Verger, element hídric que dóna vida al Barranc. També podem

observar el Torrent des Barranc. En aquest cas situaríem el codi QR6 a la canaleta.



Localització del codi QR6, canaleta Font des Verger.

Passat s'Estret arribam a un dels trams més pintorescs del Barranc de Biniaraix, ses Voltetes. En aquest lloc col·locaríem el codi QR7 a dos elements del camí empedrat, un el situaríem en un escopidor (les pedres de grans dimensions que delimiten el camí) i l'altre el situaríem a una ratlla o ratlleta (les filades de pedres que sobresurten uns centímetres del nivell del camí empedrat).



Situació del codi QR7 en el tram de camí de Ses Voltetes.

El codi QR8 estaria situat a les passadores (pedres de grans dimensions que permeten creuar el torrent quan duu aigua).



Situació del codi QR8.

El codi QR9 estaria situat al tram del Barranc pròxim al llogaret de Biniaraix; aquest codi també seria d'un element paisatgístic i inclouria informació dels elements més destacats del llogaret de Biniaraix, com l'església o les rentadores. Recordem que Biniaraix va ser declarat Bé Interès Cultural en la categoria de Conjunt Històric l'any 2010.



Codi QR9 amb informació del llogaret de Biniaraix.

Finalment, el codi QR10, amb informació més genèrica del Barranc de Biniaraix, estaria situat al cartell informatiu ja existent ubicat al costat de les rentadores de Biniaraix, així com també hi situaríem la informació del Twitter.



Cartell informatiu situat a Biniraix amb la incorporació del codi QR10 i el cartell de Twitter.

El codi QR10 i el cartell del Twitter també els localitzaríem als cartells indicadors que trobam al llarg del Barranc.



Exemple de com quedaria el cartell informatiu situat al Barranc de Biniraix.

A l'annex del treball podeu consultar el cronograma de la proposta així com també un pressupost orientatiu.

Ja per finalitzar la proposta, hem considerat oportú realitzar una anàlisi DAFO per resumir en un mateix quadre quines són les fortaleeses, les debilitats, les oportunitats i les amenaces de la proposta.

	FORTALESES	DEBILITATS
ANÀLISI INTERNA	<ul style="list-style-type: none"> - Ofereix a l'excursionista una nova forma de interactuar amb l'entorn amb la possibilitat de fer-ho en el seu idioma. - Divulga i promociona una part del patrimoni de la Serra de Tramuntana utilitzant les noves eines tecnològiques 2.0. - L'impacte visual in situ és mínim. - Ofereix un gran impacte social. 	<ul style="list-style-type: none"> - És necessari utilitzar un telèfon mòbil de darrera generació per accedir a la informació de la proposta. - És important la cobertura 3G en la localització dels codis QR per tal que l'accés a la informació sigui ràpid. - Necessita un mínim de manteniment de continguts i dels codis físics.
	OPORTUNITATS	AMENACES
ANÀLISI EXTERNA	<ul style="list-style-type: none"> - Aprofita les noves eines tecnològiques web 2.0 per a la difusió del patrimoni. - El projecte ofereix la possibilitat d'ampliació i expansió. 	<ul style="list-style-type: none"> - L'autofinançament. - L'acceptació per part dels excursionistes i visitants de la Serra de Tramuntana de la proposta tecnològica.

De l'anàlisi DAFO podem extreure les següents conclusions de la proposta. En primer lloc, comentarem les fortaleSES i les oportunitats, que són principalment oferir a l'excursionista una nova eina amb la qual es difondria el patrimoni, en aquest cas, el del Barranc de Biniraix, gràcies a les eines

tecnològiques 2.0. Hem de destacar que l'impacte visual del projecte és molt baix tenint en compte l'alta repercussió social que pot generar. Cal destacar també que és una proposta oberta que ofereix oportunitats d'expansió cap al pròxim llogaret de Biniaraix o bé cap al pla de Cúber així com també ofereix la possibilitat d'ampliació en un futur en noves localitzacions de la Serra de Tramuntana.

Quant a les debilitats i les amenaces de la proposta, l'autofinançament en el moment inicial de posada en marxa seria complicada, encara que una vegada el projecte fos una realitat hi hauria possibilitat d'incloure publicitat en la informació en línia que l'usuari veuria una vegada escanejat el codi QR. Amb aquesta possibilitat es podrien assumir les despeses del manteniment de la proposta. Una altra debilitat és l'ús imprescindible de telèfons *smartphones* per poder accedir a la informació, ja que han de disposar d'una càmera i del programari necessari per escanejar els codis QR. A més, és imprescindible que els codis QR es localitzin en llocs on es disposi de cobertura 3G, encara que com ja hem comentat només hi ha tres punts en tot el Barranc de Biniaraix sense cobertura 3G.

Per concloure aquest apartat, volem comentar que amb aquesta proposta hem volgut exemplificar en un lloc concret de la Serra de Tramuntana que mitjançant petites accions de col·locació de codis QR que ens ofereixen informació del patrimoni i ampliar-ne coneixements del que estam contemplant es poden realitzar petites accions i utilitzar el potencial que ens ofereixen les noves tecnologies. Simplement m'agradaria acabar aquest recull de la proposta amb una imatge, ja que moltes vegades es diu que una imatge val més que mil paraules. Aquesta imatge correspon a una anècdota que va tenir lloc quan estava col·locant els codis QR al Barranc. Per descuit, vàrem oblidar un codi QR en una pedra del camí del Barranc i va baixar un excursionista que portava un mòbil en la mà (per qüestions de feina, vàrem saber després) i es va asseure, es va posar les ulleres i va escanejar el codi QR que estava damunt la roca. Vàrem immortalitzar el moment i posteriorment li vàrem explicar que només era un projecte, però en aquell moment el projecte es va convertir en realitat.



Excursionista del Barranc de Biniaraix que per iniciativa pròpia decideix escanejar un codi QR.

4.1.1.2. BERNAREGGI & RUSIÑOL, DIÀLEGS ENTORN A LA VALL DE SÓLLER: RUTA DINS L'APLICACIÓ SERRA DE TRAMUNTANA PER A LA INTERPRETACIÓ DE L'ÀMBIT ARTÍSTIC

Són molts els pintors que han quedats absorbits pels colors i les formes de la Serra. Intentar transmetre el que visqueren i plasmaren aquests pintors als turistes que ara visiten dins la Serra de Tramuntana és el punt de partida d'aquesta proposta.

Com ja hem comentat anteriorment, una línia d'actuació per a la difusió del patrimoni de la Serra és crear una aplicació per a *smartphones*. Dins el contingut d'aquesta aplicació inclouríem un conjunt de propostes de rutes patrimonials, entre les quals hauríem d'incloure rutes per mostrar els béns artístics vinculats a la Serra de Tramuntana. Una seria la proposta que anomenam "Bernareggi & Rusiñol, diàlegs entorn a la Vall de Sóller". Gràcies a aquesta proposta, el turista podria revivre les experiències que aquests dos pintors visqueren a la vall de Sóller. Aquesta proposta, actualment revisada i ampliada, no és nova, sinó que es basa en la feina realitzada per a l'assignatura "El viatger davant el Patrimoni. L'acostament a les Balears de finals del segle XIX fins a 1936", impartida per la Dra. Francisca Lladó Pol, en el marc d'aquest màster.

Vegem ara quin seria el funcionalment i el contingut de la ruta “Bernareggi & Rusiñol, diàleg entorn a la Vall de Sóller”. Una vegada el turista es descarrega l’aplicació Serra de Tramuntana, hauria de triar l’opció de “Rutes Patrimoni” i dins d’aquest menú tindria l’opció d’escollir la ruta que nosaltres proposam.



Ubicació de la ruta proposada “Bernareggi & Rusiñol, diàleg entorn a la Vall de Sóller” dins l’aplicació Serra de Tramuntana.

Una vegada obrim la ruta, la informació que podem obtenir és la següent:



Podem obtenir informació biogràfica de Francisco Bernareggi i de Santiago Rusiñol, així com la localització del punt d’interès més pròxim a la nostra ubicació, una mostra de les obres i escrits on apareix informació de les seves vivències, i l’opció de realitzar un itinerari.

És possible que s'haguessin vist abans a Els Quatre Gats (Barcelona) o a París. Ambdós coincidiren seqüencialment a Mallorca les dues primeres dècades del segle XX i fins i tot viatjaren a Madrid. És més que probable que posteriorment coincidissin diverses vegades a Sóller, on Rusiñol, sol o amb la seva família, s'instal·lava a l'hotel Marina. Foren també veïnats al Terreno durant un temps. Els primers contactes de Bernareggi (amb vint-i-cinc anys aproximadament) amb la família Rusiñol és produïren quan aquest acabava d'arribar de París. Maria Rusiñol, la seva filla, que tenia quinze anys, relatà: "Acabava d'arribar de París, portava tota una elegància mundana d'un parisenc refinat. Vestia a l'última moda. Tenia una figura esvelta i un cap de crioll d'allò més bonic. Muntava perfectament a cavall i jugava al tennis".⁶⁹ Evidentment, la reacció de Rusiñol fou just la contrària: "Aquest noi ha errat el camí. Això no és Versalles. Si ha d'anar a pintar amb botes de muntar, per aquestes empolsades carretes, que en farà de poca de feina".⁷⁰

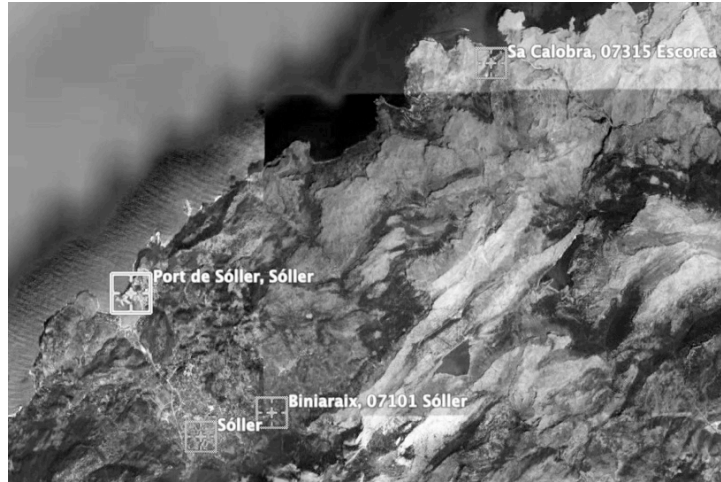
L'itinerari de la nostra proposta està localitzat a Binieraix, Sóller, el Port de Sóller, Sa Calobra i el Torrent de Pareis, i combina anècdotes i quadres dels dos pintors, amb la indicació de la seva localització, combinats amb imatges antigues i actuals del mateixos llocs.



Localitzacions de l'itinerari Bernareggi & Rusiñol.

██

⁶⁹ Rusiñol, M. Santiago Rusiñol visto por su hija. Barcelona; 1963 (1955), pàg. 89-90.
⁷⁰ Rusiñol, M. Ibidem, pàg. 89-90.




Vista del Google Earth amb les localitzacions de l'itinerari.

Mitjançant l'eina de localització que incorpora l'*smartphone*, l'aplicació ens indicaria els punts d'interès en cada un dels llocs. L'usuari també podria visualitzar les obres que els dos pintors realitzaren d'aquests llocs, així com anècdotes i imatges relacionades amb aquestes obres.

Dins l'itinerari de Biniaraix inclouríem els quadres que Bernareggi i Rusiñol pintaren del lloc. De Bernareggi destacaríem els nocturns i l'aplicació recolliria també el lloc on instal·là el seu estudi, Can Carabasser.



Santiago Rusiñol. *La vall dels tarongers*. Biniaraix (1901-1902).

L'hotel Marina, situat a l'actual plaça d'Amèrica de Sóller i actualment reconvertit en habitatges, va ser inaugural l'any 1903, i el propietari n'era Juan Vidal. Aquest era l'hotel que Rusiñol escollia per a les seves estades a Sóller. Els tarongers de Sóller varen comprendre Rusiñol: "Tarongers petits, tarongers grans, tarongers verd fosc, tarongers cobalt; allà on arriba la vista, no veus més que puntets verdosos, de fulla fosca i de flor blanca".⁷³ Francisco Bernareggi, l'any 1906, hi exposà tres pintures realitzades a Deià. Bernareggi s'enamorà de Catalina Vidal, filla de l'hoteler, relació que provocà un escàndol al poble. Finalment, es casaren i Catalina acompanyà Bernareggi en totes les seves quimeres, com veurem més endavant. 



Fotografia de Catalina Vidal,⁷⁴ l'esposa de Bernareggi, i de l'hotel Marina.⁷⁵

Dins l'itinerari del Port de Sóller inclouríem les pintures que els dos artistes realitzaren d'aquest lloc, així com també imatges antigues amb la mateixa perspectiva. Santiago Rusiñol digué del Port de Sóller: "Potser lo més calmós de l'illa i d'aquesta terra de la calma és el venturós port de Sóller. Amb un bocinet de riba, amb una renglereta de cases, amb una muntanya de pins i amb un mur de cingleres altes, per recloure el mar de tot vent, n'han fet el port més quietó que pugui desitjar un capità de goleta per passar-hi la vellesa".⁷⁶



⁷³ Rusiñol, S. *L'illa de la calma*. [s.n.] Palma 2002. (1922), pàg. 179.

⁷⁴ Catalina Vidal. Foto Talleres Fotográficos Amer http://www.ajsoller.net/wms/ofo/imgdb//archivo_doc200337.pdf.

⁷⁵ Postal de Sóller. Gran Via y Hotel Marina (1920).

⁷⁶ Rusiñol, S. *L'illa de la calma*. [s.n.] Palma 2002. (1922), pàg. 191.



Barri de Santa Catalina⁷⁷ del Port de Sóller i quadre *Port de Sóller* (1905), de Santiago Rusiñol, des del mateix lloc.



Pau (1908), tríptic de Bernareggi on es veu el Port de Sóller amb llum d'horabaixa.

El barri de Santa Catalina és el més antic del Port de Sóller, on vivien i encara viuen els pescadors del port. Santiago Rusiñol, el 1905, pintà el quadre des de dalt d'aquest barri, el mateix lloc que va escollir Bernareggi, l'any 1908, per pintar el tríptic *Pau*, on apareix el Port de Sóller amb llum d'horabaixa.

Finalment, sortim del Port de Sóller i posam rumb cap a Sa Calobra. El més ràpid i agradable és fer-ho amb barca, encara que no ho va fer així



⁷⁷Postal. Port de Sóller (1910).

“Bernareggi és un paisajista extraordinario que, con una docena de cuadros, ha logrado conmover y entusiasmar a todo un pueblo”.⁸¹

Amb la proposta “Bernareggi & Rusiñol, diàleg entorn a la Vall de Sóller” hem volgut exemplificar d’una manera molt gràfica les possibilitats que ens ofereixen les noves tecnologies. Gràcies a la creació de l’aplicació de la Serra de Tramunta podem incloure rutes patrimonials molt diverses, que es poden anar actualitzant i ampliant. Gràcies a aquestes rutes el viatger pot ampliar d’una manera molt senzilla la seva mirada a la Serra de Tramuntana, i consegüentment, conèixer-la i valorar-la més.

⁸¹ Pró, D. F. *Conversaciones con Bernareggi. Vida, obra y enseñanzas del pintor*. Tucumán: I. López, 1949, pàg. 69.

5. CONCLUSIONS

Les conclusions que podem extreure després de la realització d'aquest treball de fi de màster són les que exposarem a continuació.

És evident que la societat actual està experimentant grans transformacions a causa de la incorporació dels nous aparells tecnològics com són els *smartphones* o els *tablets* en el dia a dia. De fet, com ja hem constatat, les vendes mundials d'aquests nous aparells es disparen. Aquestes noves incorporacions tecnològiques també formen part del canvi que ha sofert el perfil del turista que visita les Illes Balears, ja que incorpora les noves tecnologies també durant el temps de vacances, i el més important és que també les utilitza abans i després de les vacances.

La primera conclusió d'aquest treball de fi màster és que una vegada hem analitzat el perfil del turista que ens visita, hem de ser capaços d'oferir les eines tecnològiques suficients i adaptades al nou turista 2.0. Hem de ser sensibles i donar respostes no només al turista 2.0, sinó també al grup social cada vegada més nombrós i interessat en el patrimoni i usuari de les noves tecnologies. És, per tant, clau trobar les eines tecnològiques més adequades per difondre el patrimoni entre la població i els turistes. No podem oblidar que el turisme és la principal font d'ingressos de les Illes Balears: aquest any, una vegada més l'aeroport de Son Sant Joan ha superat un nou rècord d'arribada de turistes a Mallorca.

En aquest treball de fi de màster hem centrat la nostra proposta per a la difusió del patrimoni mitjançant les noves eines tecnològiques 2.0 en una localització molt concreta que és la Serra de Tramuntana, situada a l'illa de Mallorca.

La segona conclusió d'aquest treball és que la declaració per part de la UNESCO el juny de l'any 2011 de la Serra de Tramuntana com a Patrimoni de la Humanitat en la categoria de Paisatge Cultural és sense cap dubte una de les fites per la qual els mallorquins ens podem sentir molt orgullosos, encara que hem de puntualitzar que tota l'energia disposada per aconseguir la seva declaració s'ha vist molt minvada una vegada aconseguida aquesta declaració. La conclusió a la qual hem arribat és que no podem fer servir les mateixes eines que s'utilitzaren per a la promoció de la candidatura de la Serra de

Tramuntana com a Patrimoni de la Humanitat. Una vegada ja aconseguida la declaració és important i necessari definir i establir una nova línia actuació a partir d'aquesta base que tingui com a eix fonamental mostrar a tothom tota la riquesa patrimonial de la Serra de Tramuntana, perquè pugui ser entesa i, en conseqüència, posada en valor. D'això depèn la conservació del seu immens patrimoni. Quan parlem de les eines tecnològiques que es crearen per a la promoció de la candidatura de la Serra de Tramuntana ens referim al web <http://www.serradetrabantana.net>, on podem trobar informació de caràcter molt documental amb un contingut molt ben estructurat però molt poc pràctic de cara a una persona que vol visitar la Serra de Tramuntana. A més, la pàgina només es pot consultar en català, castellà i anglès, fet que delimita molt l'accés a possibles visitants de la Serra de Tramuntana que no parlin cap d'aquestes llengües. La conclusió no és traduir la informació d'aquest portal web, sinó adaptar-se la demanda del mercat turístic. Actualment, és molt més efectiva una aplicació mòbil amb informació pràctica de la Serra de Tramuntana. Evidentment, els costos de creació d'una aplicació són molt més baixos que els de desenvolupar una pàgina web.

És molt necessària la creació d'una imatge de la Serra de Tramuntana a les xarxes socials si volem arribar de forma directa als possibles visitants. El model turístic està canviant: cada vegada són més els turistes que vénen sense paquet turístic (ells mateixos decideixen què fer i quan fer-ho). I en aquest nou model de viatjar les xarxes socials tenen un paper fonamental, així com també l'opinió de les persones que han visitat aquell lloc abans. El turista 2.0 cerca a la xarxa el que vol, penja el que fa a les xarxes socials també quan està de vacances; és a dir, cerca contingut però també crea contingut i el comparteix amb altres usuaris. El model de la imatge a les xarxes socials que hauríem de treballar s'hauria de basar en aquests tres factors: cercar, crear i compartir.

No podem seguir amb la línia d'actuació actual existent a les xarxes socials, que únicament té dos perfils de la Serra de Tramuntana (un a Facebook i l'altre a Twitter), i que bàsicament l'únic que fa és compartir fotografies de llocs de la Serra i alguns, pocs, comentaris, només en català i castellà.

També hem de destacar que el nombre de seguidors d'aquests dos perfils és molt baix. És necessari ampliar la presència a noves xarxes socials que els turistes de la Serra de Tramuntana visiten, tal com hem pogut constatar a les enquestes. Aquestes xarxes socials són Google +, YouTube, Instagram, la xarxa social majoritària a Rússia Vkontakte, a més de moltes altres que van sorgint, com les xarxes socials que utilitzen vídeos curts tipus Vine o ara recentment també Instagram, que està agafant molta força en aquest sentit.

Una altra conclusió d'aquest treball és reforçar la presència de la Serra de Tramuntana en projectes de difusió patrimonial que tenen un impacte mundial. Per exemple, és important documentar el nostre patrimoni utilitzant les noves eines tecnològiques que ofereix Google. Actualment el cercador Google està treballant en nous projectes en col·laboració amb la UNESCO. Aquests projectes són, d'una banda, el Google Cultural Institut, en què es promou la creació d'un banc de fotografies en línia de llocs declarats Patrimoni de la Humanitat i, de l'altra, i realitzat en col·laboració amb la UNESCO, la incorporació d'imatges panoràmiques de 360 graus dels llocs Patrimoni de la Humanitat al Google Maps- Street Views.

Una altra conclusió és que les actuals eines per a la interpretació del Patrimoni de la Serra de Tramuntana que trobam in situ quan realitzam un itinerari com pugui ser la ruta en pedra en sec GR-221 són mínimes i es limiten a panells informatius amb mapes d'itineraris i senyalitzacions de pas.

Hem de ser capaços d'oferir als visitants de la Serra de Tramuntana eines que, mitjançant les noves tecnològiques, puguin fer servir per interpretar el patrimoni que tenen al davant. Recordem que la millor forma per estimar i valorar el patrimoni és entendre'l. Per això, és clau oferir les eines perquè això sigui possible.

La proposta de la difusió in situ del patrimoni etnològic del Barranc de Biniaraix mitjançant els codis QR no és res més que un exemple que demostra que amb petites accions no gaire costoses econòmicament i gràcies a la tecnologia 2.0 actual es poden aconseguir formes d'interacció entre el visitant i el lloc, perquè el patrimoni sigui interpretat i valorat i ofereixi les eines perquè el turista obtingui la informació d'allò que li desperti interès i ho pugui entendre en el seu idioma, de forma ràpida i còmoda, sense que es produeixi un gran impacte visual en el medi físic. A més, la tecnologia dels codis QR és de codi

lliure; per tant, generar-los i utilitzar-los no té cap cost, i podem obtenir-ne estadístiques per tal d'avaluar l'ús i la localització de cada codi de forma individual.

L'aplicació de la Serra de Tramuntana ens ofereix també la possibilitat de crear rutes patrimonials, com la proposta "Bernareggi & Rusiñol, diàleg entorn a la Vall de Sóller". Amb aquest itinerari el visitant té la possibilitat, a través de l'smartphone, d'obtenir una mirada diferent de la Serra amb les vivències i els quadres d'aquests dos pintors.

És important també començar amb petites accions coordinades i localitzades, però que tinguin capacitat d'ampliació en qualsevol moment. No podem pensar en eines de difusió diferents per a cada municipi dels 19 que formen el conjunt de la Serra de Tramuntana, sinó que la línia d'actuació ha de ser única global.

Finalment, voldríem comentar un aspecte relacionat amb la redacció d'aquest present treball i és que diàriament sorgia una novetat pel que fa a les noves tecnologies, motiu pel qual durant la redacció del treball constantment es produïren noves incorporacions. La quantitat de material que diàriament es genera quant a noves tecnologies, nous projectes de difusió del patrimoni utilitzant aquestes tecnologies, nous anàlisis dels perfils turístics, etc. és realment destacable. Es tracta d'un tema molt fresc i actual en el qual queda molta feina per fer en futurs treballs d'investigació, ja que sens dubte és el present i el futur.

La conclusió global és que avui en dia, si ampliam la nostra mirada fora de la nostra comunitat, trobam molt exemples –alguns citats a l'estat de la qüestió– que utilitzen les noves tecnologies en la difusió del patrimoni amb èxit, just el contrari del que passa a Balears, on s'està introduint de forma molt parcial. Trobam petites actuacions en utilització de codis QR, com a l'estand de Fitur o a la ruta de patis de Palma proposada el 2012 per l'empresa Portal Forà, que malauradament no va tenir continuïtat.

És evident que no acabam de trobar una aposta contundent i una línia d'actuació clara en la utilització de les noves tecnologies per a la difusió del nostre patrimoni. Estam convençuts que aquesta iniciativa s'ha d'implementar de forma escalonada i que el que ha de marcar l'inici és la declaració del paisatge cultural de la Serra de Tramuntana com a Patrimoni de la Humanitat.

Ara és el moment en què hem de ser capaços d'utilitzar amb contundència les eines tecnològiques 2.0 per vendre i mostrar els valors del nostre patrimoni, per tal de mantenir-lo i protegir-lo.

6. FONTS

6.1. FONTS DOCUMENTALS

Bolletí Oficial de l'Estat (BOE), 19 d'agost de 1998, núm.198, pàg. 25360. *Resolució de la Direcció General de Cultura del 12 de maig de 1993 en que incoa expedient per a la declaració de Bé d'Interès Cultural (BIC), en la categoria de monument el camí del Barranc de Biniaraix* <http://www.boe.es/boe/dias/1993/08/19/pdfs/A25359-25360.pdf> [Consulta: agost de 2013].

Bolletí Oficial de les Illes Balears (BOIB), 31 d'agost de 2010, núm. 127, pàg. 49. *Acord del Ple del Consell de Mallorca de declaració de Bé d'Interès Cultural, en la categoria de conjunt històric, a favor de Biniaraix.* <http://boib.caib.es/pdf/2010127/mp49.pdf> [Consulta: agost de 2013].

Cambra de Comerç de Mallorca, gener 2010. *Estudi sobre productes turístics emergents a les Illes Balears.* http://www.cambramallorca.com/documentos/Desp_1862.pdf [Consulta: agost de 2013].

ComScore, abril de 2013. *Spain Digital Future in Focus 2013* http://www.comscore.com/esl/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2013/2013_Spain_Digital_Future_in_Focus?goback=.gmp_3795833.gde_3795833_member_234534490 [Consulta: agost de 2013].

Consell Econòmic i Social de les Illes Balears, 2011. *Memòria del CES sobre l'economia, el treball i la societat de les Illes Balears.* http://ces.caib.es/www/cd_memoria2011/data/annexos/CuadrosCapI.htm [Consulta: agost de 2013].

Govern de les Illes Balears, 2013. Agència de Turisme de les Illes Balears. *El turisme a les Illes Balears. Anuari 2012.*

<http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST865ZI152575&id=152575> [Consulta: agost de 2013].

Govern de les Illes Balears, 2013. Agència de Turisme de les Illes Balears. *Memòria de l'estand de les Illes Balears a Fitur 2013.*

<http://www.caib.es/govern/archivo.do?id=1377451> [Consulta: agost de 2013].

IAB Spain, setembre 2012. *IV Estudio anual Mobile Marketing.*

http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/09/IV-Estudio-IAB-Spain-sobre-Mobile-Marketing_version_ejecutiva.pdf [Consulta: agost de 2013].

IAB Spain, gener 2013. *IV Estudio anual Redes Sociales.*

http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS_reducida.pdf [Consulta: agost de 2013].

Ministeri de Industria, Energia i Turisme, maig 2013. *Nota de conjuntura del moviments Turístics en Fronteres (Frontur).*

<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/mensuales/nota%20de%20coyuntura%20de%20frontur.%20mayo%202013.pdf> [Consulta: agost de 2013].

6.2. BIBLIOGRAFIA

AA.VV. *Uso público e Interpretación del patrimonio natural y cultural: ponencias de las Jornadas de Uso Público en Espacios Naturales Protegidos y Difusión del Patrimonio Cultural*. Asociación para la Interpretación del Patrimonio. Sevilla 2008.

Albacete Sáez, C. A., Herrera Fernández, M. *Las tecnologías de la información y la comunicación en el sector turístico. Una aproximación al uso de las redes sociales*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces, 2012.

Alomar, G., Reynés, A. (coords.). *Barranc de Biniaraix. Guia d'interpretació del medi*. Palma: Consell Insular de Mallorca, 1994.

Berard, G. de. *Viaje a las Villas de Mallorca*. Transcripció del Manuscrit de la Biblioteca Municipal de Palma. Palma: Ajuntament de Palma, 1983 (1789).

González Varas, I. *Conservación de Bienes Culturales. Teoría, historia, principios y normas*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1999.

Jansà, J.; Ordinas, G.; Reynés, A. "Els porxos del barranc de Biniaraix", *VI Jornades d'Estudis Locals de Sóller i Fornalutx*. Sóller: Ajuntament de Sóller i Ajuntament de Fornalutx, 2012.

http://www.ajsoller.net/wms/ofo/imgdb//archivo_doc248236.pdf [Consulta: agost de 2013].

Lladó, F. *Pintores argentinos en Mallorca (1900-1936)*. Palma: Leonard Muntaner, 2006.

Lluís Salvador, Arxiduc d'Àustria. *Les Balears descrites per la paraula i la imatge*. Mallorca: Govern de les illes Balears; Sa Nostra; Grup Serra, 1999-2002. Reprod. de: Leipzig: F. A. Brockhaus, (1869).

Pagenstecher, H. A. *Die Insel Mallorca*. Leipzig: 1867.
http://books.google.es/books?id=eFIBAAAACAAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [Consulta: agost de 2013].

Pardo Falcón, J. M. *Francisco Bernareggi 1878-1959 [catàleg de l'exposició]*, Palma : Sa Nostra, 1998.

Pons, M. "Vivències del pintor Francisco Bernareggi: Sóller i Biniaraix enllaçades a Sa Calobra". *IV Jornades d'estudis locals a Sóller*. Sóller: Institut d'Estudis Baleàrics. Ajuntament de Sóller, 2010.

http://www.ajsoller.net/wms/ofo/imgdb//archivo_doc200337.pdf

Pons, M. "Vivències del pintor Francisco Bernareggi a Sóller, Biniaraix i Sa Calobra (II)". *V Jornades d'estudis locals de Sóller i Fornalutx*. Sóller: Institut d'Estudis Baleàrics. Ajuntament de Sóller, 2011.

http://www.ajsoller.net/wms/ofo/imgdb//archivo_doc213804.pdf

Pró, D. F. *Conversaciones con Bernareggi. Vida, obra y enseñanzas del pintor*. Tucumán: I. López, 1949.

Reynés i Trias, A. *La construcció de pedra en sec a Mallorca*. Mallorca: Consell de Mallorca, 2000.

http://www.conselldemallorca.net/index.php?&id_parent=491&id_class=2992&id_section=3198&id_son=4246&id_grandson=4346 [Consulta: agost de 2013].

Rullan Mir, J. *Guía de Sóller*. Sóller: Imp. La Sinceridad, 1898.

Rusiñol, M. *Santiago Rusiñol visto por su hija*. Barcelona: Juventud, 1963 (1955).

Rusiñol, S. *L'illa de la calma*. [s.n.] Palma 2002. (1922).

Santamaria, B. De la educación a la interpretación patrimonial: Patrimonio, interpretación y antropología.

<http://www.ankulegi.org/wp-content/uploads/2012/03/1202Santamarina-Campos.pdf> [Consulta: agost de 2013].

Setmanari Sóller, 9 de març de 1985, núm. 5152., pàg. 1, 2, 6, 7.

http://ibdigital.uib.cat/greenstone/collect/premsaForanaMallorca/index/assoc/Soller_1/985_mes0/3_n5112.dir/Soller_1985_mes03_n5112.pdf [Consulta: agost de 2013].

Universidad Internacional de Andalucía. *Difusión del Patrimonio Cultural y Nuevas Tecnologías*. Sevilla: Junta de Andalucía, 2008

6.3. WEBGRAFIA⁸²

Agència Catalana de Turisme. *Accions de promoció. Catalunya Experience.*
<http://www.act.cat/accions-promocio/promocio-on-line/> [Consulta: agost de 2013].

Ajuntament de Roses. *Roses, primera ciutat de l'Estat en senyalitzar el patrimoni amb codis QR,* 02 de juny de 2008.
<http://www.roses.cat/noticies/historic/roses-primera-ciutat-de-laestat-en-senyalitzar-el>. [Consulta: agost de 2013].

Aplicaciones para Moviles. Blog. *El verdadero coste de desarrollar tu aplicación móvil,* 26 de gener de 2012
<http://aplicaciones-moviles.blogspot.com.es/2012/01/el-verdadero-coste-de-desarrollar-tu.html>[Consulta: agost de 2013]

Ciudades Patrimonio de la Humanidad de Espanya. *El Grupo de Ciudades Patrimonio presenta la nueva versión de su página web y abre nuevos canales de comunicación en las redes sociales,* 18 de juliol de 2013
<http://www.ciudadespatrimonio.org/salaprensa/notaprensa.php?id=94>[Consulta: agost de 2013].

Consell de Mallorca. *El Consell de Mallorca dona a conèixer el logo identificatiu de la Serra de Tramuntana, que permetrà reforçar la promoció d'aquesta àrea natural declarada Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO,* 23 de juliol de 2013.
http://www.conselldemallorca.net/?id_section=1&action=news&id_article=19094&id_parent=1&id_media=31833[Consulta: agost de 2013]

Consell de Mallorca. *Serra de Tramuntana, Patrimoni Mundial UNESCO 2010, Paisatge Cultural.*
<http://www.serradetrabantana.net> [Consulta: agost de 2013].

⁸² La data de consulta correspon en el moment en què s'ha realitzat la darrera consulta abans de dipositar el Treball de Final de Màster.

Consell de Mallorca. *La Serra de Tramuntana s'incorpora a l'Aliança de Paisatges Culturals Patrimoni Mundial*, 16 de març de 2013.

http://www.conselldemallorca.net/?id_section=1&action=news&id_article=18572
[Consulta: agost de 2013]

Consell de Mallorca. *Ruta Pedra en Sec GR221*.

http://www.conselldemallorca.net/index.php?&id_parent=491&id_class=2992&id_section=3198&id_son=3204&id_grandson=4002 [Consulta: agost de 2013].

Consell de Mallorca. Vídeo a YouTube: *Proposta del Consell de Mallorca de declaració de Patrimoni de la Humanitat de la Serra de Tramuntana, 02 d'abril de 2009*.

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=wSTgyhX3Ffc
[Consulta: agost de 2013].

Consell de Mallorca. *Visor de Patrimoni Històric*.

http://www.conselldemallorca.net/sit/phistoric/index_es.html [Consulta: agost de 2013].

Derecho a la Utopía. Blog. *Cataluña, protagonista en Instagram*, 11 de novembre de 2012

<http://derechoalautopia.wordpress.com/2012/11/11/cataluna-protagonista-en-instagram/> [Consulta: agost de 2013].

Diario de Mallorca. *La conexión 5G para 2020*, 13 de maig de 2013.

<http://www.diariodemallorca.es/vida-y-estilo/tecnologia/2013/05/13/conexion-5g-2020/845363.html> [Consulta: agost de 2013].

El Confidencial. *El 4G está aquí: comparativa de velocidad y móviles que lo usan*, 6 de juny de 2013.

<http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2013/06/06/el-4g--esta-aqui-comparativa-de-velocidad-y-moviles-que-lo-usan-5015/> [Consulta: agost de 2013].

El País. *Se dispara la descarga de aplicaciones*, 01 d'abril de 2013.

http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2013/04/01/actualidad/1364815188_322326.html [Consulta: agost de 2013]

Generalitat de Catalunya. *Palau Robert, exposició "Catalunya, vista pels instagramers"*

<http://www20.gencat.cat/portal/site/PalauRobert/menuitem.24624ed9d70d41f972623b10b0c0e1a0/?vgnextoid=4a3f95f29f44a310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=4a3f95f29f44a310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD>
[Consulta: agost de 2013].

Google Analytics

http://www.google.com/intl/es_ALL/analytics/index.html [Consulta: agost de 2013].

Google Cultural Institute.

<http://www.google.com/culturalinstitute/home?hl=es> [Consulta: agost de 2013].

Google Maps Street View.

http://maps.google.es/intl/ALL_es/help/maps/streetview/gallery/unesco-patrimonio-de-la-humanidad/ [Consulta: agost de 2013].

Govern de Portugal. Turisme de Portugal. Vídeo a YouTube: *Primeiro QR Code em calçada portuguesa*, 18 de setembre de 2012
www.youtube.com/watch?list=UUUIrg9dN6YaMOy_NpAhqo3Q&v=J1ahe2iJOow&noredirect=1#at=12 [Consulta: agost de 2013].

iBit. Blog. *Els smartphones incrementen l'ús de les xarxes socials*, 7 de febrer de 2013. <http://blog.ibit.org/?p=9464> [Consulta: agost de 2013].

iRedes. Blog. *Presentación de la tercera versión del Mapa iRedes*, 1 de març de 2013. <http://www.iredes.es/2013/03/tercera-version-del-mapa-iredes/>
[Consulta: agost de 2013].

MDG Advertising. *Vacationing the Social Media Way*, 06 d'agost de 2012. <http://www.mdgadvertising.com/blog/vacationing-the-social-media-way-infographic/> [Consulta: agost de 2013].

Parc Bit. Turisme i innovació constitueixen un còctel pel qual cal apostar, 19 de juny de 2013. <http://www.parcbit.es/wparcbitfront/PublicacionSel.jsp?id=7581> [Consulta: agost de 2013].

Portal Forà. *Descubriendo los Patios de Palma. Ciudad Alta*, 03 de setembre de 2012. <http://portalfora.es/web/2012/09/decubriendo-los-patios-de-palma-ciudad-alta/> [Consulta: agost de 2013].

RIA Novosti. *The world map of social networks*, 28 de febrer de 2011. [http://visualrian.ru/en/site/gallery/#871150/context\[q\]=social%20networks&context\[types\]\[2\]=infographics](http://visualrian.ru/en/site/gallery/#871150/context[q]=social%20networks&context[types][2]=infographics) [Consulta: agost de 2013].

RTVE. *Google se alía con la UNESCO para mostrar en 360º el Patrimonio de la Humanidad*, 03 de diciembre de 2009. <http://www.rtve.es/noticias/20091203/google-alia-con-unesco-para-mostrar-360-patrimonio-humanidad/304230.shtml> [Consulta: agost de 2013].

Spectos. *Infografia QR-Codes and Mobile Taggin*, abril de 2012. <http://www.spectos.com/assets/Spectos-Study-QR-Codes-April-2012-EN.pdf> [Consulta: agost de 2013].

Serra de Tramuntana. Perfil de Facebook. <https://www.facebook.com/serradetrabantana> [Consulta: agost de 2013].

Serra de Tramuntana. Perfil de Twitter. <https://twitter.com/serratramuntana> [Consulta: agost de 2013].

TicBeat. *Los códigos QR catalogan restos arqueológicos*, 25 de gener de 2011. <http://innovacion.ticbeat.com/codigos-qr-catalogan-restos-arqueologicos/> [Consulta: agost de 2013].

TIME. *The Apple Revolution: 10 Key Moments.*

http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1873486_1873491_1873469,00.html [Consulta: agost de 2013].

Última Hora. *El Barranc de Biniaraix acoge otra edición de la Trobada de Pintors*, 16 de juny de 2012.

<http://ultimahora.es/mallorca/noticia/noticias/cultura/barranc-biniaraix-acoge-otra-edicion-trobada-pintors.html> [Consulta: agost de 2013].

VAPROP. *Valoración del Patrimonio Rural de la Obra Pública.*

<http://www.vaprop.es/> [Consulta: agost de 2013].

Vull ser voluntari per reforestar la nostra Serra de Tramuntana. Perfil de Facebook.

<https://www.facebook.com/pages/Vull-ser-voluntari-per-a-la-reforestaci%C3%B3-de-la-nostra-Serra-de-Tramuntana/607140459317968>
[Consulta: agost de 2013]

Volkswagen. *Bosques Think Blue.*

<http://www.volkswagen.es/es/think-blue/compensa/bosques-think-blue.html>
[Consulta: agost de 2013].

Wikipedia. *Código QR.*

http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_QR [Consulta: agost de 2013].

8. ANNEXOS

ANNEX I
EXEMPLE DE LES FITXES DE TREBALL

ANNEX II
PRESSUPOST I CRONOGRAMA DE LA PROPOSTA DE DIFUSIÓ DEL
PATRIMONI DEL BARRANC MITJANÇANT CODIS QR I LA XARXA SOCIAL
TWITTER

ANNEX III
GRÀFICS PERFIL DEL TURISTA A MALLORCA

ANNEX IV
MODEL DE L'ENQUESTA REALITZADA ALS TURISTES DE LA SERRA DE
TRAMUNTANA

ANNEX V
GRÀFICS DEL RESULTATS DE LES ENQUESTES ALS TURISTES DE LA
SERRA DE TRAMUNTANA

ANNEX VI
SETMANARI SÓLLER NÚM. 5152


ANNEX VII
BOLLETÍ OFICIAL DE L'ESTAT (BOE), 19 D'AGOST DE 1998, NÚM.198,
PÀG. 25360. *RESOLUCIÓ DE LA DIRECCIÓ GENERAL DE CULTURA DEL
12 DE MAIG DE 1993 EN QUE INCOA EXPEDIENT PER A LA DECLARACIÓ
DE BÉ D'INTERÈS CULTURAL (BIC), EN LA CATEGORIA DE MONUMENT
EL CAMÍ DEL BARRANC DE BINIARAIX*

BOLLETÍ OFICIAL DE LES ILLES BALEARS (BOIB), 31 D'AGOST DE 2010,
NÚM. 127, PÀG. 49. *ACORD DEL PLE DEL CONSELL DE MALLORCA DE
DECLARACIÓ DE BÉ D'INTERÈS CULTURAL, EN LA CATEGORIA DE
CONJUNT HISTÒRIC, A FAVOR DE BINIARAIX.*

ANNEX VIII
IMPRESSIÓ DE LES NOTÍCIES WEB CONSULTADES

ANNEX I
EXEMPLE FITXES DE TREBALL

FITXA TREBALL FINAL DE MÀSTER PATRIMONI – XARXES SOCIALS

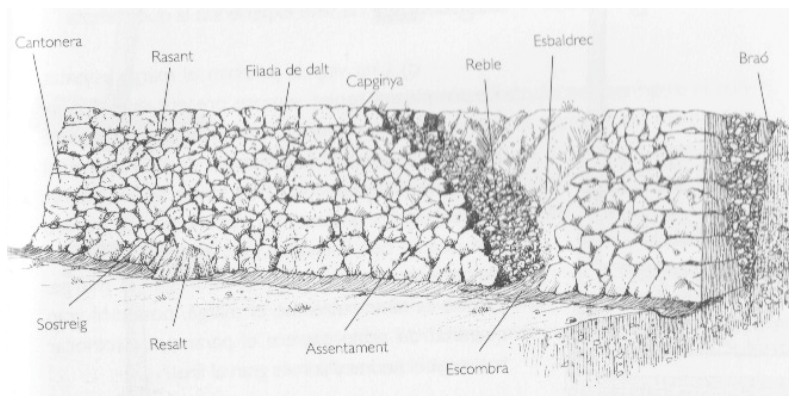
TEMA	FACEBOOK	LOGOTIP	
SUBTEMES			
CITES			
AUTOR:		LLOC CITA:	
AUTOR:		LLOC CITA:	
AUTOR:		LLOC CITA:	
AUTOR:		LLOC CITA:	
ENLLAÇOS:			
BIBLIOGRAFIA			

FITXA TREBALL FINAL DE MÀSTER PATRIMONI – BARRANC DE BINIARIAIX



ELEMENT	Marge
DESCRIPCIÓ (BREU)	Element construït per al conreu a zones amb pendent, que evita l'arrossegament de la terra i facilita la filtració de l'aigua. La seva tècnica de construcció no permet la utilització de material de lligament. La resistència del marge es fonamenta en la utilització de pedres de major dimensió a la seva base, un bon travat i un bon reblat.
MATERIAL I TÈCNICA	Pedra en sec
UBICACIÓ	Barranc de Biniaraix (Mallorca)

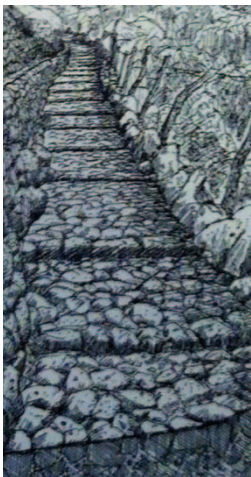

PARTS



BIBLIOGRAFIA	Reynés i Trias, Antoni. <i>La construcció de pedra en sec a Mallorca</i> . Palma: Consell Insular de Mallorca. FODESMA, 1994
--------------	--

BARRANC DE BINIARAIX



ELEMENT	Camí empedrat
DESCRIPCIÓ (BREU)	Camí construït amb la tècnica de pedra en sec que comunica Biniaraix amb l'Ofre. Els elements característics del camí són les filades de pedres de secció rectangular que sobresurten uns centímetres del nivell del camí empedrat (ratlles o ratlletes), les pedres de grans dimensions i forma cúbica que permeten el pas per zones on passa l'aigua (passadores). També trobam pedres de grans dimensions que delimiten el camí (escopidors).
MATERIAL I TÈCNICA	Pedra en sec
UBICACIÓ	Barranc de Biniaraix (Mallorca)
PARTS	
 <p data-bbox="236 1778 507 1812">Escopidors i ratlles</p>	 <p data-bbox="639 1778 919 1812">Pedres passadores</p>
BIBLIOGRAFIA	Reynés i Trias, Antoni. <i>La construcció de pedra en sec a Mallorca</i> . Palma: Consell Insular de Mallorca. FODESMA, 1994

ANNEX II

PRESSUPOST I CRONOGRAMA DE LA PROPOSTA DE DIFUSIÓ DEL PATRIMONI DEL BARRANC MITJANÇANT CODIS QR I LA XARXA SOCIAL TWITTER

A+SERVEIS CULTURALS S.A PRESSUPOST

DADES EMPRESA:

A+ [SERVEIS CULTURALS]

CIF A0743172850

C/ BÈLGICA, 29

07108 PORT DE SÓLLER

T +34670631050

info@ab.com

www.abserveisculturals.com

DADES

CLIENT:

AJUNTAMENT DE SÓLLER

CIF

000000000

C/ PLAÇA CONSTITUCIÓ, 1

07100

SÓLLER

T +34971

630200

DATA DEL PRESSUPOST: 1/08/13

DURADA: 60 DIES

CONCEPTE	UNITATS	PREU	TOTAL
Hores de feina de camp	50	22,00 €	1.100,00 €
Hores de feina d'estudi	100	18,00 €	1.800,00 €
Desplaçament	20	0,50 €	10,00 €
Material fungible	25	1,00 €	25,00 €
Dietes	15	30,00 €	450,00 €
Despeses de gestió	1	150,00 €	150,00 €
Benefici industrial	12%		171,60 €

SUBTOTAL	3.706,60 €
IVA 21%	778,39 €

TOTAL PRESSUPOST	4.484,99 €
-------------------------	-------------------

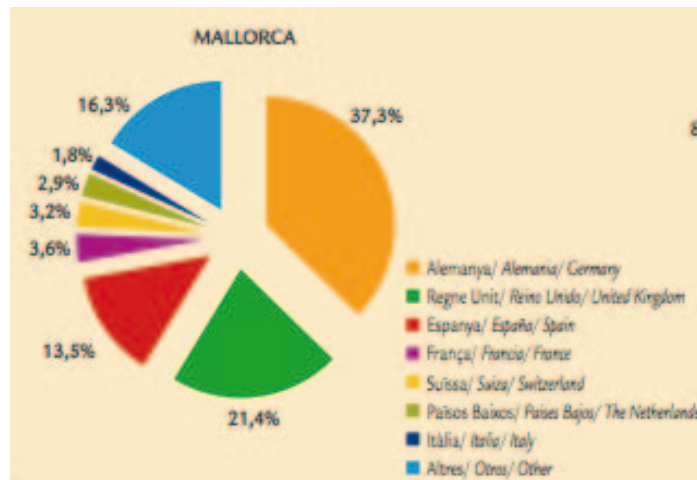
FORMA DE PAGAMENT: TRANSFERÈNCIA BANCÀRIA

CRONOGRAMA DE LA PROPOSTA DE DIFUSIÓ PATRIMONIAL AL BARRANC DE BINIARIX UTILITZANT QR I TWITTER

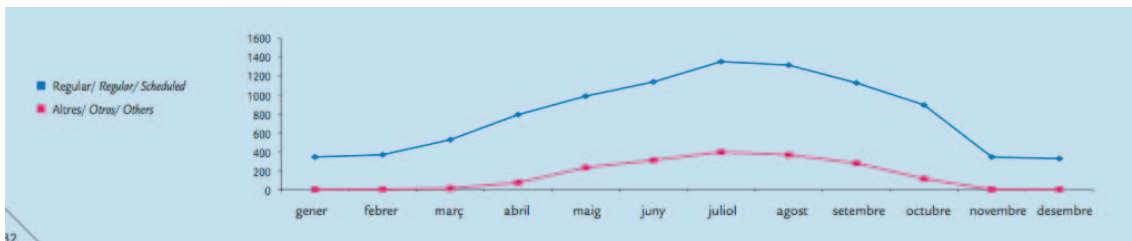
ÀREA DE TREBALL	ACTIVITAT	RESPONSABLE	MES 01				MES 02				MES 03				MES 04					
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
DOCUMENTACIÓ	1. Cerca bibliogrÀfica i arxivística entorn al Barranc de Biniarix	A+ SERVEIS CULTURALS	■																	
	2. Recopilació de los dades de restauració i conservació																			
	3. Disseny d'una base de dades a partir de tota la informació recopilada																			
	4. Decisió de la localització dels QR																			
	5. Selecció de la informació per a cada QR																			
	6. Traducció de la informació																			
	7. Disseny de la informació de cada QR																			
DIFUSIÓ	1. Informe preliminar sobre la metodologia que cal seguir en el pla de divulgació	A+ SERVEIS CULTURALS I EMPRESA INFORMÀTICA																		
	2. Creació de les pàgines web amb la informació per a cada QR																			
	3. Generació dels còdics QR																			
	4. Generació dels cartells sobre Twitter #serratràmtana																			
	5. Enllaç dels codis QR amb Google Analytics																			
	6. Impressió dels cartells amb els QR i de Twitter																			
	7. Instal·lació dels QR i dels cartells de Twitter al Barranc																			
	8. Anàlisi dels resultats de les estadístiques dels QR																			
	9. Dinamització del hashtag #serratràmtana																			
	10. Elaboració d'un informe d'avaluació de l'impacte de la proposta																			

ANNEX III
GRÀFICS DEL PERFIL DEL TURISTA A MALLORCA

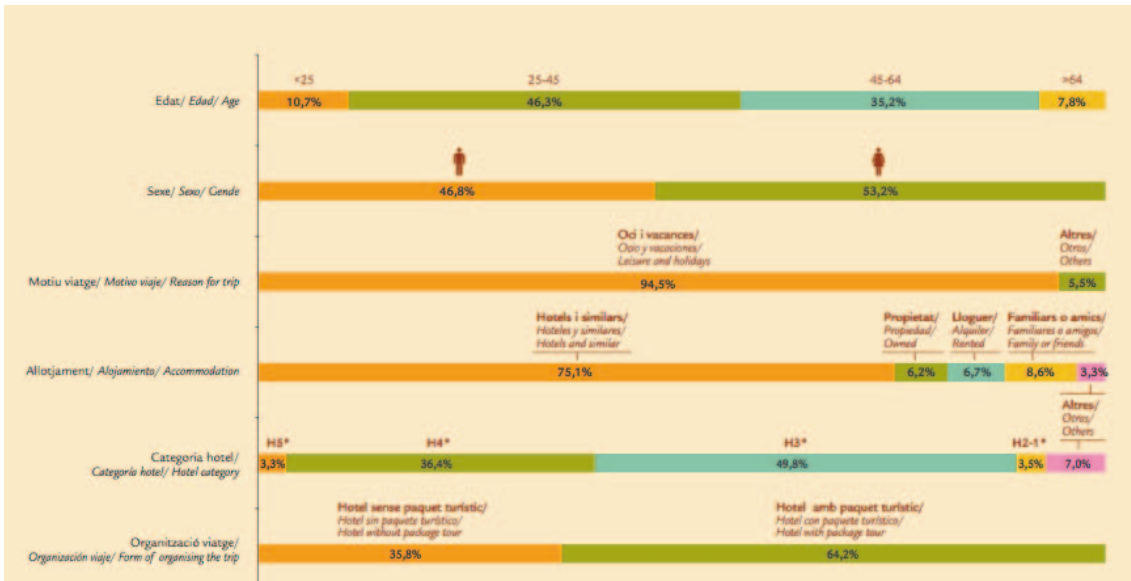
FONT ANUARI 2012



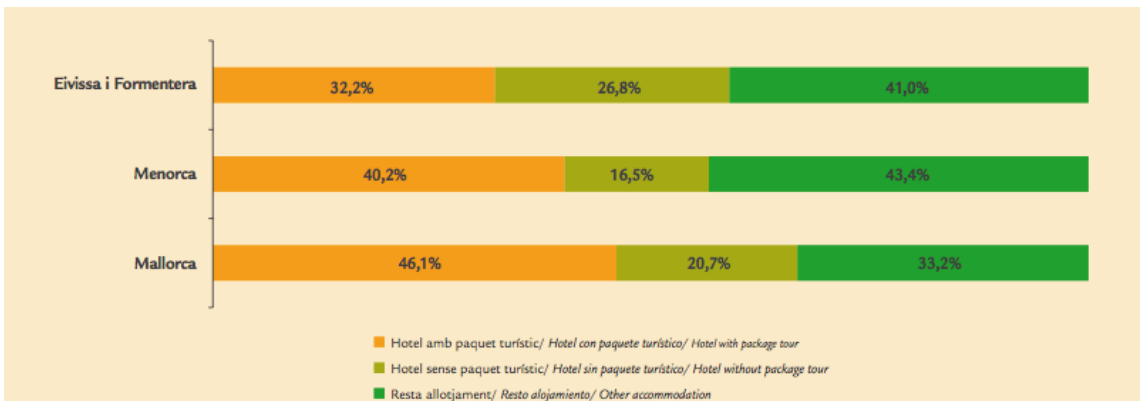
Percentatge de turistes que visiten Mallorca per país de residència.



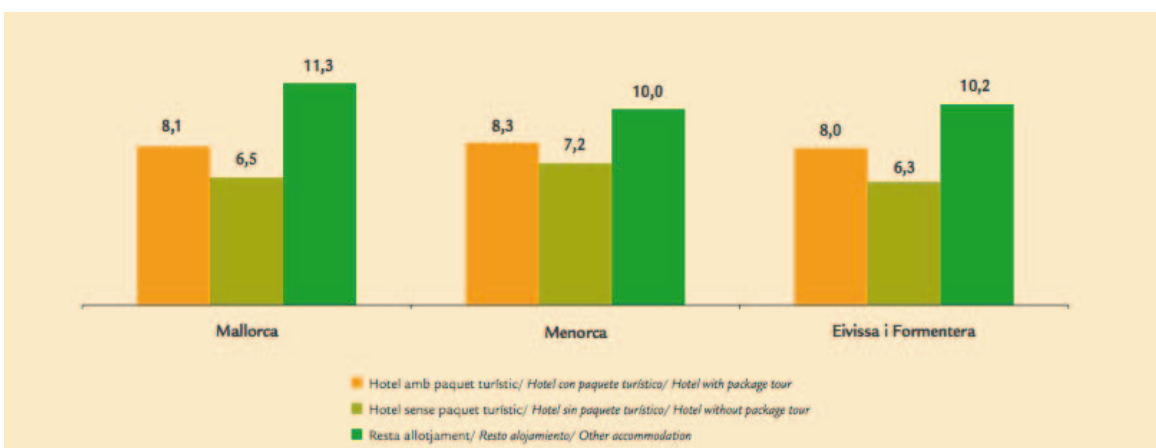
Arribades de passatgers per mes i tipus de trànsit (2011-2012).



Perfil del turista



Distribució per illes



Estada mitjana dels turistes segons l'allotjament per illes

ANNEX IV
MODEL DE L'ENQUESTA REALITZADA ALS TURISTES DE LA SERRA DE
TRAMUNTANA

¡Gracias por contestar el siguiente formulario! Se contesta en menos de 1 minuto.

Thank you for filling in this form! It takes just 1 minute.

Nacionalidad /Nationality

- Español
- British
- Norwegian
- French
- Swedish
- German
- Russian
- Otra/ Other:

Edad *Age

- 10-20
- 20-30
- 30-40
- 40-50
- 50-60
- +60

¿Dispone de un teléfono inteligente (smartphone)? *
Do you have a smartphone?

- Sí / Yes
- No

¿Con qué frecuencia consulta su teléfono móvil cuando está de vacaciones?

How often do you check you phone if you are on holidays?

- Cada / every 15 min
- Cada / every 30 min
- Cada hora / Every hour
- Cada dos horas / Every two hours

- Cada 3-5 horas / Every 3 or 5 hours
- Dos veces al día / Twice a day
- Sólo cuando suena / Only when it rings

¿Cuál de estas redes sociales utiliza? *

Which of these social networks do you use?

- Facebook
- Twitter
- Tuenti
- Youtube
- Instagram
- Pinterest
- Google+
- Otra / Others:

¿Con qué dispositivo suele conectarse a las redes sociales?

Normally, for checking the social Networks, I use...

-
- Teléfono Smartphone
- Tablet
- Ordenador / Computer PC

¿Cuál de estas redes sociales utiliza MÁS? *

Which of these social networks do you use MORE?

- Facebook
- Twitter
- Tuenti
- Youtube
- Instagram
- Pinterest
- Google+
- Otra / other:

¿Se conecta a las redes sociales si está de vacaciones?

Do you connect to social networks if you are on holidays?

- Sí / Yes
- No

¿Cuántas veces al día?

How many times a day?

- 0-5
- 5-10
- 10-20
- 20-30
- 30-40
- 40-50
- +50

¿Cuántos sitios culturales (exposiciones, museos, lugares de interés, etc.) ha visitado en Mallorca en los cuales haya podido interactuar utilizando su *smartphone*?

How many cultural places such as museums, exhibitions... in Mallorca have you visited and you could use your Smartphone to get some kind of information?

- 0
- 1-5
- 5-10
- +10

¿Ha utilizado las redes sociales para obtener información del sitio dónde está de vacaciones?

Did you use social networks to get some information about the place where you are on holiday?

- Antes, durante y después del viaje
- Antes y durante el viaje
- Después del viaje
- No, nunca. No, never.

Durante o después del viaje, ¿ha publicado en redes sociales fotografías de lugares que ha visitado indicando dónde fue tomada la fotografía o alguna etiqueta?

During or after your holiday's time, did you post photographs on social networks of any of interesting places that you have visited and you say where the picture was taken?

- Sí / Yes a
- No

¿Sabe qué son los códigos bidi o QR?

Do you know what is a quick response code?



- Sí
- No

¿Ha consultado alguna vez alguno? *Have you checked anytime one?*

- Sí
- No

Antes de ir a un lugar, ¿consulta en la App Store si existe una aplicación del sitio que visita? *During or before to go to a city or place, do you check de App Store to find out if there is any application of the place you want to visit?*

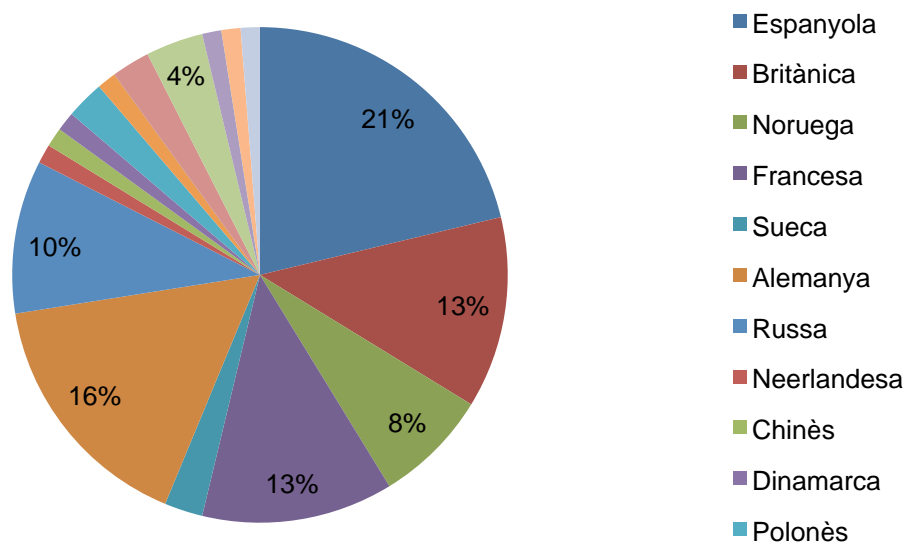
- Sí
- No

ANNEX V
GRÀFICS DEL RESULTATS DE LES ENQUESTES ALS TURISTES DE LA
SERRA DE TRAMUNTANA

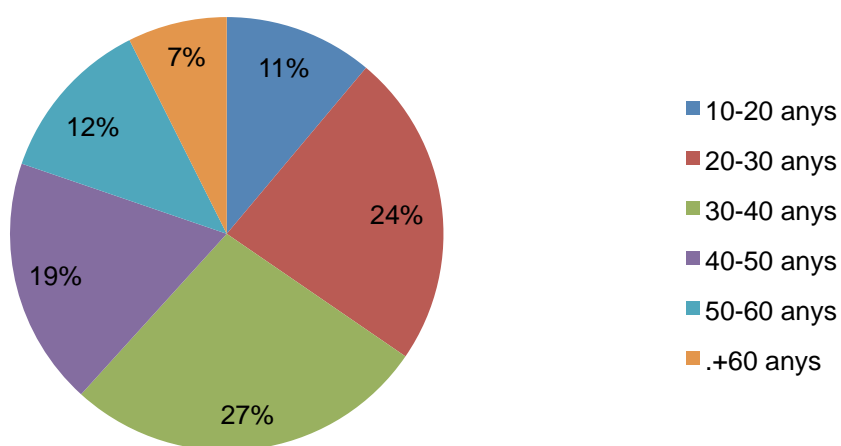
MOSTRA: 100 ENQUESTES REALITZADES A TURISTES DE SÓLLER I EL PORT DE SÓLLER
(ESTIU DE 2013)

BLOC I: PERFIL DEL TURISTA

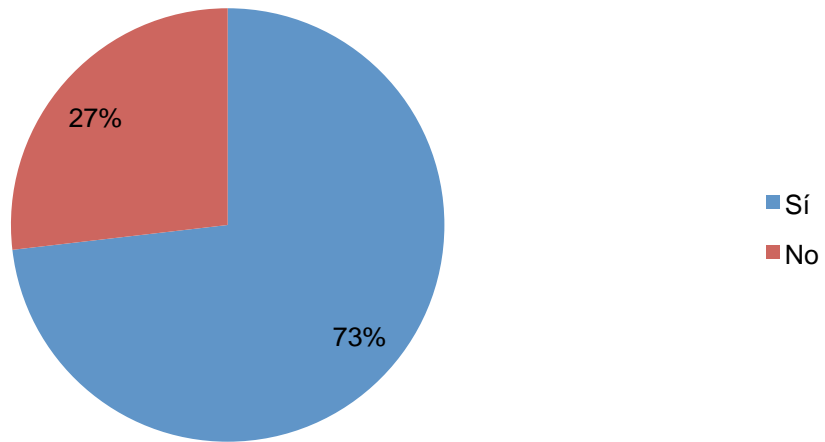
Nacionalitat



Edat

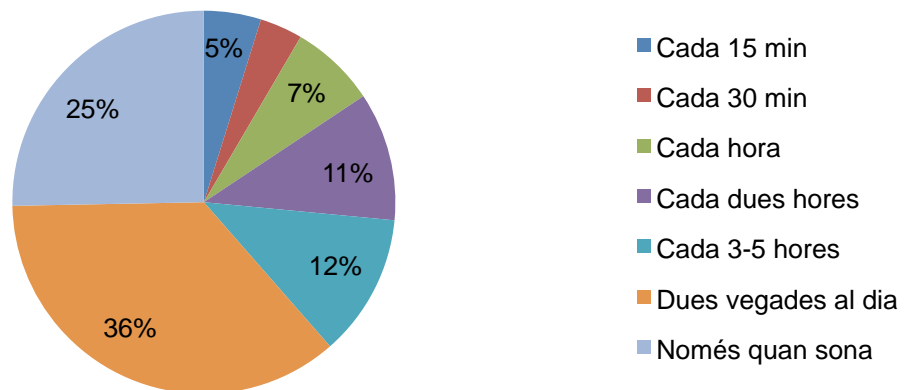


Tens "Smartphone" ?

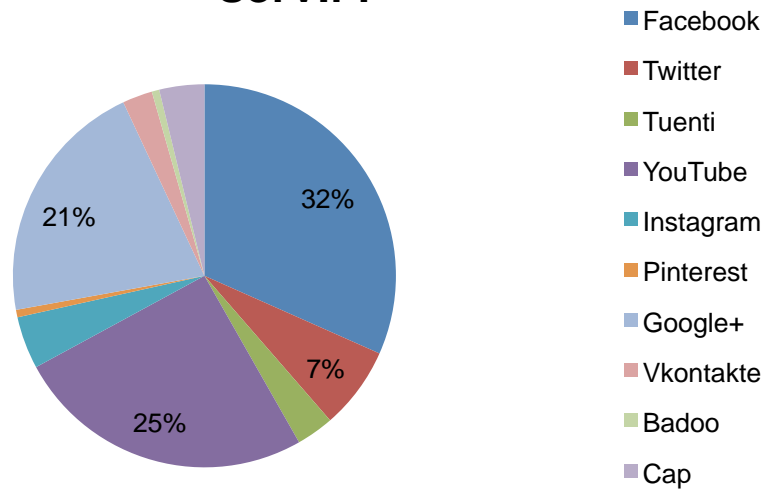


BLOC II TECNOLOGIA I XARXES SOCIALS

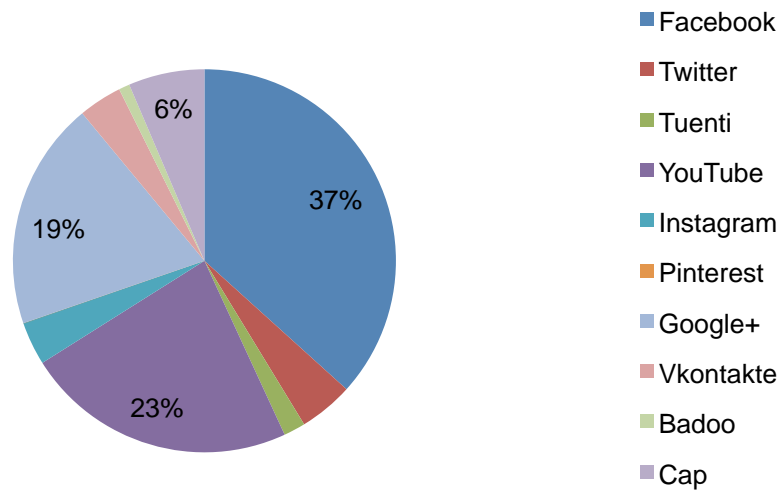
Cada quant temps consultes el teu telèfon quan estàs de vacances?



Quina d'aquestes xarxes socials fas servir?

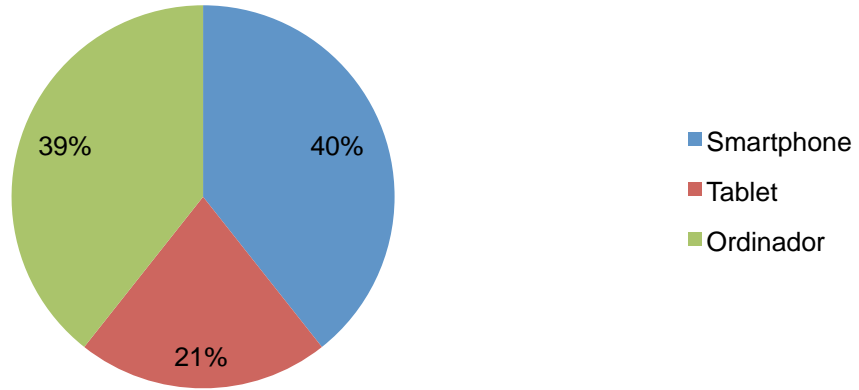


Quina d'aquestes xarxes socials fas servir MÉS?



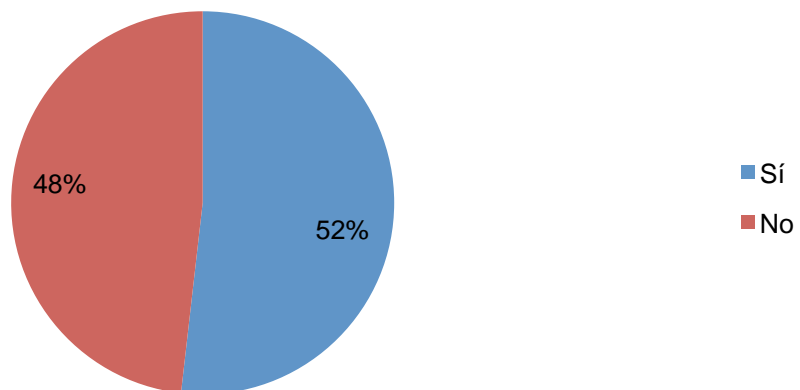
□

Normalment, amb quin dispositiu et connectes a les xarxes socials?



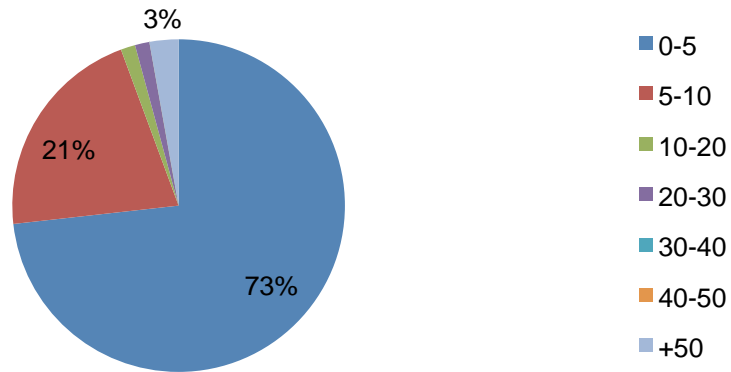
□

Es connectes a les xarxes socials si estàs de vacances?



□

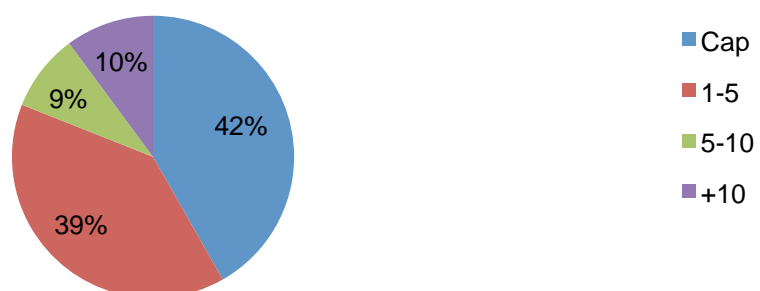
Si et connectes a les xarxes socials quan estàs de vacances, quantes vegades ho fas?



BLOC III TECNOLOGIA, PATRIMONI I TURISME

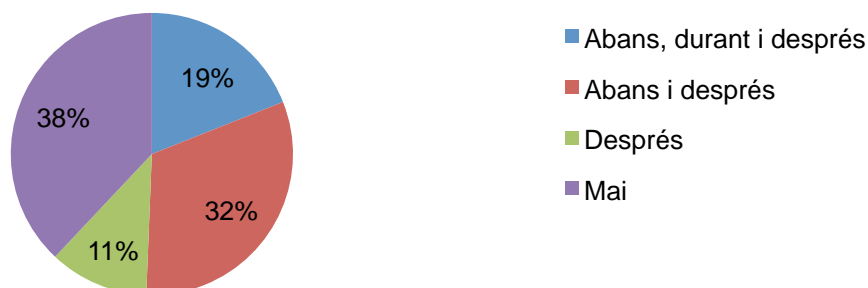
□

Quants de llocs culturals ha visitat a Mallorca amb els quals hagi interactuat utilitzant l'smartphone?



□

Has utilitzat les xarxes socials per obtenir informació del lloc on estàs de vacances?

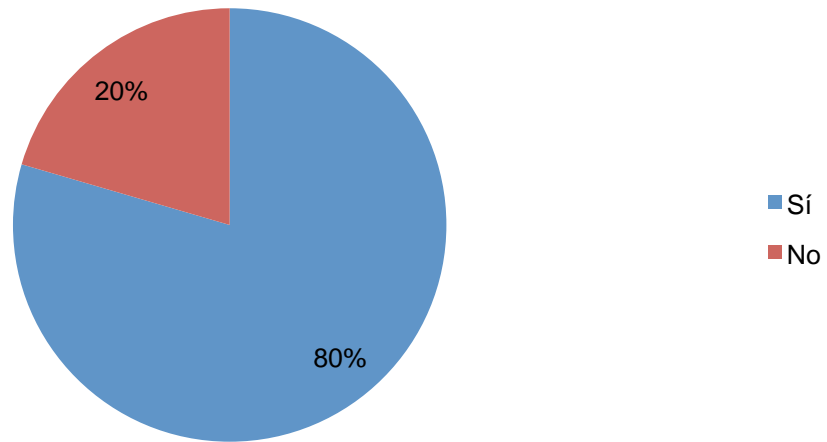


□

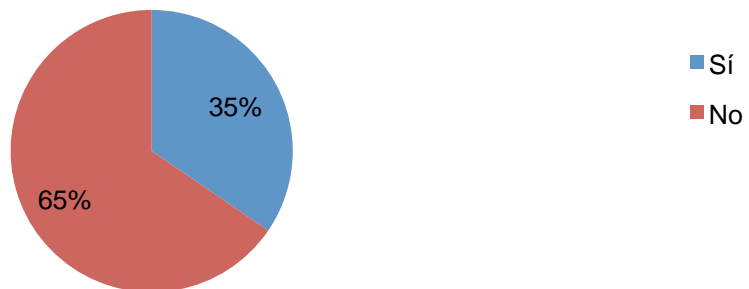
Quan estàs de vacances o després has publicat a les xarxes socials fotografies dels llocs que has visitat indicant on s'ha fet la fotografia?



Saps què són els codis QR?

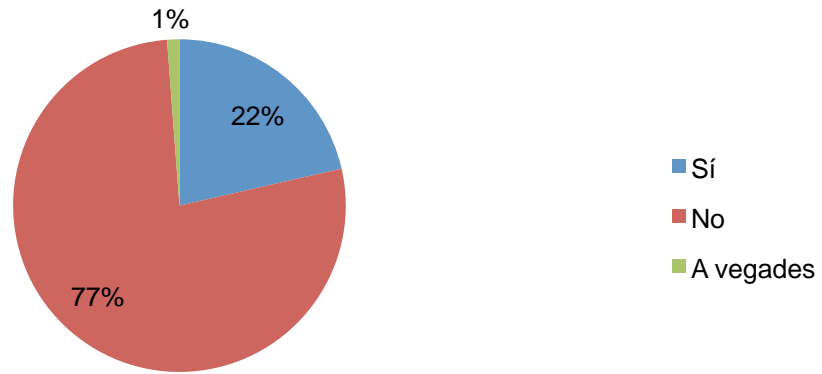


Abans d'anar a un lloc, consultes l'App Store per si existeix una aplicació del lloc que visites?



□

Abans d'anar o visitar un lloc, consultes l'App Store per si existeix una aplicació del lloc que visites?



ANNEX VI

SETMANARI SÓLLER NÚM. 5.152

ANNEX VII

Bolletí Oficial de l'Estat (BOE), 19 d'agost de 1998, núm.198, pàg. 25360.
Resolució de la Direcció General de Cultura del 12 de maig de 1993 en que incoa expedient per a la declaració de Bé d'Interès Cultural (BIC), en la categoria de monument el camí del Barranc de Biniaraix

Bolletí Oficial de les Illes Balears (BOIB), 31 d'agost de 2010, núm. 127, pàg. 49.
Acord del Ple del Consell de Mallorca de declaració de Bé d'Interès Cultural, en la categoria de conjunt històric, a favor de Biniaraix.

ANNEX VIII
IMPRESSIÓ DE LES NOTÍCIES WEB CONSULTADES

