

# ***Gestió municipal i turisme cultural als municipis de la Part Forana de Mallorca: el cas de Santa Margalida***

ANTONI MAS I FORNERS<sup>463</sup>

*Llicenciat en Història  
Universitat de les Illes Balears*

## **Resum**

El turisme cultural, com a complement al turisme de sol i platja, està potenciant-se en diferents municipis mallorquins, com és el cas del de Santa Margalida. Situat a la badia d'Alcúdia, un punt turístic "madur", l'Ajuntament aposta per una gestió i coordinació capaç de donar a conèixer els seus béns culturals, més enllà de les ja conegudes platges.

*Paraules clau:* Santa Margalida, Mallorca, turisme cultural, badia d'Alcúdia, gestió municipal

## **Abstract**

Cultural tourism, as a complementary offer of sun and beach tourism, is being promoted in different municipalities of Majorca, such as Santa Margalida. Located in the Bay of Alcudia, a "mature" tourist area, the Council is committed to manage and coordinate to present the local cultural properties, beyond the already known beaches.

*Keywords:* Santa Margalida, Majorca, cultural tourism, Bay of Alcudia, municipal management

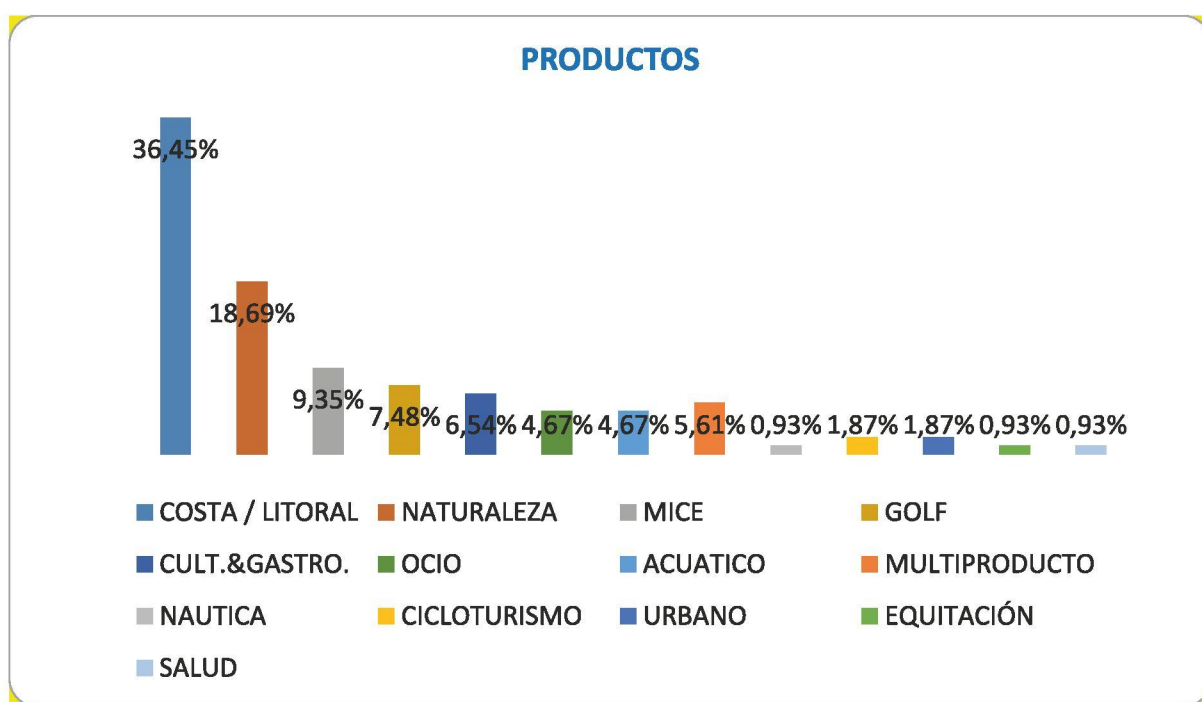
A Mallorca, en magnituds bàsiques, el turisme cultural no és —i molt possiblement, no ho serà mai— una alternativa a l'anomenat turisme de sol i platja. La gran majoria dels nostres visitants ho fan atrets precisament per això, pel sol i la platja, i si Mallorca continua en el futur essent una potència turística serà gràcies a aqueix tipus d'oferta, que, tanmateix, sembla que encara no ha arribat al seu sostre de creixement. La cultura i la gastronomia només suposen un 7% de les preferències adduïdes pels turistes de les Balears a l'hora de triar i valorar la destinació.

Però això no vol dir que el turisme cultural no pugui arribar a convertir-se en un complement —o en una part— important d'aquesta oferta. De fet, aqueix 7%, en relació al 13.554.871

---

<sup>463</sup>Tècnic de Cultura i Patrimoni a l'Ajuntament de Santa Margalida (Mallorca) i professor associat del Departament de Ciències Històriques i Teoria de les Arts a la Universitat de les Illes Balears.

turistes que visitaren les Illes Balears a 2014 (font: IBESTAT), suposa un total de 948.841 persones, una xifra que no és precisament menyspreable. I, d'altra banda, cal tenir en compte que els elements i els valors associats a aqueix tipus de turisme —el patrimoni històric i arqueològic, l'art, el paisatge urbà i rural i tradicional, les exposicions, la gastronomia...— ja són una part essencial de la *imatge* de Mallorca, que complementa —però no substitueix, ni de prop fer-hi— la ja existent. Per dir-ho clar i llampant, que la imatge turística d'una destinació “de sol i platja” s'associï també a d'altres recursos —com el patrimoni, les àrees naturals o el senderisme, per exemple— pot ajudar (i ho fa) a preferir-lo i a triar-lo. Però una cosa és que la cultura, en sentit ample, ja s'associï, en major o menor grau, a la imatge de la destinació, i una altra cosa és fins a quin punt pot arribar a constituir un segment rellevant, en termes relatiu, del seu producte —i de la demanda. Així i tot, les possibilitats d'aqueixa oferta resulten més que remarcables.



Font: ATB, Conselleria de Turisme.

Els responsables de la promoció dels diferents nuclis turístics mallorquins ja fa estona que saben que, juntament amb el turisme vinculat a l'esport i a la natura —ciclisme, senderisme...—, l'anomenat turisme cultural constitueix un segment de mercat que pot ajudar a complementar de manera significativa l'economia de les destinacions turístiques “madures” i, també, de molts de municipis que no compten amb una planta hotelera “clàssica”. Això ha fet que la pràctica totalitat dels municipis, especialment dels turístics, s'hagin dedicat a donar a conèixer aquells recursos que consideren que poden ésser els seus actius més importants per al turisme cultural. En la gran majoria d'ocasions, això s'ha fet amb molt bona voluntat, però amb una escassa —o nul·la— planificació, sense haver decidit si el municipi o nucli turístic compta amb qualche recurs amb potencial a bastament per centrar-hi la promoció (això no vol dir que haja de ser de manera exclusiva). Aqueixa circumstància ha motivat que, normalment, aqueixa promoció dels recursos associats al turisme cultural haja estat de naturalesa més aviat miscel·lània, sense que

hi haja res que la distingisca —cal tenir present, però, que això no sempre és possible— dels municipis o dels nuclis turístics veïnats o d'altres indrets, de dins o de fora de l'illa.

Tanmateix, hi ha municipis turístics —vull dir, amb una planta hotelera important— que fa estona que han optat per associar la seva imatge a recursos patrimonials i mediambientals, i que han optat també per convertir-lo també en un producte que complementa l'oferta tradicional i que beneficia sobretot la complementària —restaurants, petits comerços, etc.. És el cas, per exemple, d'Alcúdia i la seva decidida política de promoció de la ciutat romana de Pol·lèntia i del nucli antic, d'origen medieval, de la població, on es duen a terme experiències tan interessants —i reeixides— com el *Viafora*, un conjunt de representacions de teatre de carrer, basades en la història de la població, que recorren el traçat de les murades de la població determinades nits d'estiu. L'assistència, molt nombrosa, repercuteix ben positivament en els establiments de restauració de la població.

Però, per fer això, és necessari que els responsables municipals —i del sector turístic— tinguin clar que s'ha d'invertir a mitjà i a llarg termini i, sobretot, que la cultura és un recurs turístic que s'ha de convertir en una part indispensable de la imatge i del producte.

En el municipi de Santa Margalida, també situat en la badia d'Alcúdia, la promoció del turisme cultural és més recent. I, en bona part, ha nascut de la necessitat de cercar recursos que singularitzin la imatge del nucli de Can Picafort —un nucli “madur”, on la majoria de les, aproximadament, 13.000 places hoteleres es construïren abans de 1980— i que complementin una oferta turística que, de cada vegada més, es veu afectada pel “tot inclòs” i en la qual l'oferta complementària comença a tenir problemes més que seriosos.

Les polítiques municipals a fi de potenciar el turisme cultural s'han centrat, sobretot, a associar la imatge i la destinació de Can Picafort al patrimoni arqueològic existent al municipi i, especialment, a la finca pública de Son Real, que confronta amb el nucli turístic i on recentment s'ha habilitat un centre d'interpretació de la ruralia tradicional mallorquina. Així mateix, tot i que en menor mesura, s'ha tractat de convertir en un recurs turístic el patrimoni, les activitats tradicionals i les festes de la ruralia i del nucli antic del municipi, la Vila de Santa Margalida, com es pot observar en el web turístic municipal:



Captura del web municipal <http://www.canpicafort.es/quevisitar.php>

Concretament, en els darrers anys, les accions municipals s'han concentrat en:

- Convertir aquests elements en recursos turístics. De fet, ja apareixen en les activitats i publicacions, d'àmbit més general, que promocionen Can Picafort i tot el municipi.
- La selecció i la posada en valor dels jaciments més importants situats prop de Can Picafort.

a) Fa cinc anys que l'Ajuntament de Santa Margalida es fa càrrec íntegrament de les campanyes d'excavació i restauració de la necròpolis talaiòtica de Son Real (situada a la costa, de gran bellesa i única, per les seves característiques, a tota la Mediterrània occidental).



Necròpolis de Son Real.

b) Així mateix, s'han iniciat les tasques de condicionament per a la visita del sepulcre dolmènic de Son Bauló, el més ben conservat dels tres existents a Mallorca, que es troba a l'interior del nucli de Can Picafort.



Estat actual de les obres de condicionament del sepulcre de Son Bauló.

- La creació de rutes temàtiques d'àmbit municipal (Son Real, la ruta medieval...) promocionades mitjançant Internet (en català, castellà, anglès i alemany)
- El disseny i la publicació en paper d'una ruta temàtica (Son Real, una visita a la prehistòria mallorquina, en què s'expliquen els diferents moments d'aqueix període històric mitjançant els jaciments arqueològics de Son Real; també en català, castellà, anglès i alemany).
- Rutes guiades a Son Real.
- La difusió dels resultats obtinguts a les campanyes arqueològiques i mitjançant la recerca històrica entre els professionals del sector, especialment entre els guies turístics (recentment, es va dur a terme una visita guiada pels tècnics a fi de difondre'ls com a part d'una activitat del Col·legi Oficial de Guies Turístics de les Illes Balears).



Visita a la necròpolis de Son Real amb el Col·legi Oficial de Guies Turístics, dirigida pel Dr. Jordi Hernández, director de les excavacions.

- La col·laboració municipal amb iniciatives supramunicipals a fi d'incloure Son Real en rutes patrimonials d'àmbit europeu (Certess o la ruta Artà-Lluc).
- La difusió entre els turistes de les activitats tradicionals periòdiques (com els mercats) o les festes d'interès cultural i gastronòmic (com la mostra de l'Ametla (darreries de de setembre), de recent creació, o la processó de la Beata, declarada d'interès turístic pel Ministeri de Turisme a la dècada dels vuitanta), fins i tot facilitant autocars per assistir-hi.



Mostra de l'ametla del nucli tradicional de la Vila de Santa Margalida.

Tanmateix, aqueixes accions ensopeguen amb problemes, tots els quals fan avinent la necessitat de planificar les accions i que els diferents agents es coordinin. Per exemple:

- Promocionar activitats o recursos adreçats al turisme culturals fa indispensable que aquests siguin de qualitat o que estiguin en condicions de visita i ben senyalitzats. Contràriament, la promoció d'aquests recursos pot arribar a ser contraproduent perquè els turistes –i fan bé— presenten queixes sobre l'estat o qualitat d'aquests, o fins i tot, poden puntuar negativament la destinació turística. Les persones que practiquen turisme cultural són exigents.
- L'anterior fa necessari reduir els elements potencialment visitables i fa que sigui necessari concentrar les accions –i les inversions— en jaciments o activitats concretes. Cal, en definitiva, prioritzar i seleccionar quins recursos es promocionen i, conseqüentment, s'associen a la imatge del nucli turístic.
- De vegades les accions municipals poden entrar en competència (per exemple, les visites guiades) amb activitats que duen a terme els establiments turístics o per iniciativa seva. Cal, per tant, tractar de coordinar-se.
- És necessari que totes les administracions amb competències inverteixin en les campanyes d'excavació, restauració, senyalització, de promoció de recursos i activitats, siguin o no de titularitat municipal, i que preferiblement ho facin amb fórmules de col·laboració o, almanco, garantint canals de participació (i d'opinió) comuns. La gestió de la finca pública de Son Real no es pot dur a terme al marge i d'esquena a Can Picafort, perquè aquesta finca pública, a hores d'ara, és un dels principals recursos d'aqueix nucli turístic.