

La patrimonialització de la figura de Ramon Llull. Estat de la qüestió²¹

AINA FERRERO HORRACH

*Doctoranda en Història de l'Art
Universitat de les Illes Balears*

Resum

Aquest article parla de la necessitat de desenvolupar recursos turístic culturals a Palma vinculats a la figura de Ramon Llull. En un moment en el que cada vegada es veu més necessari el desenvolupament del turisme cultural a l'illa per tal d'impulsar la desestacionalització del sector, la diversificació de l'oferta de productes de turisme cultural s'erigeix com una de les claus per aquest desenvolupament. Per aquest motiu, la identificació de recursos patrimonials vàlids, i amb capacitat d'atracció com la patrimonialització de la figura de Ramon Llull, assoleix, en aquest context, una importància cabdal. Tot i això, el potencial d'atracció de Ramon Llull està essent actualment desaprofitat; la intenció d'aquest article és la de fer una diagnosi general de la situació actual referent als recursos turístic culturals vinculats a Llull a Palma, tot llençant unes primeres propostes de millora.

Paraules clau: Turisme cultural, desestacionalització turística, Processos de Patrimonialització, Ramon Llull

Abstract

This paper reports the need to develop cultural tourism resources in Palma linked to the figure of Ramon Llull. In a time when the development of cultural tourism on the island is increasingly more necessary in order to reduce the seasonality of the sector, the diversification of the cultural tourism offer stands as one of the keys to this development. For this reason, the identification of valid heritage resources, like the heritagization of Ramon Llull, reaches, in this context, a great importance. Despite this, the potential attraction of Ramon Llull is currently being wasted; my purpose in doing this paper is to give a general diagnosis of the current situation of the cultural tourism resources linked to Llull in Palma, as well as to release some initial improvement proposals.

Keywords: cultural tourism, touristic deseasonalisation, Ramon Llull, heritagization processes

²¹ Investigació becada per l'Ajuntament de Palma dins del marc dels Premis Ciutat de Palma 2015

Introducció

Ramon Llull pot ser considerat com el personatge històric d'origen mallorquí més il·lustre internacionalment, i una de les personalitats més importants de l'Edat Mitja. Conegut arreu del món, la seva influència ha estat cabdal tant en la literatura, com en la filosofia o la teologia.

A falta de dades estadístiques, per citar tan sols una dada anecdòtica però que comparativament pot servir per fixar un criteri de valoració de la notorietat de Ramon Llull, a Wikipedia –la denominada enciclopèdia lliure d'Internet– la seva entrada compta amb 42 traduccions a diferents idiomes de tot el món. Utilitzant el mateix criteri, si agafem els llocs més visitats a Palma –segons una investigació del INESE de 2005–, i examinem el nombre d'idiomes als que les seves entrades han estat traduïdes a Wikipedia, La Seu de Palma compta amb 20 traduccions, el Castell de Bellver amb 15, l'Almudaina amb 6, i Sa Llotja amb 4, mostrant una notorietat internacional molt per davall de la que ostenta Ramon Llull.

Tot i la seva fama mundial, la ciutat de Palma no compta amb pràcticament cap recurs turístic cultural de caràcter permanent vinculat a la seva figura, desaprofitant el potencial d'atracció –directament relacionat amb la seva notorietat– d'aquest mallorquí il·lustre de renom internacional.

En un moment en el que cada vegada es veu més necessari el desenvolupament del turisme cultural a l'illa per tal d'impulsar la desestacionalització del sector, la diversificació de l'oferta de productes de turisme cultural s'erigeix com una de les claus per aquest desenvolupament. Per aquest motiu, la identificació de recursos patrimonials vàlids, atractius i amb capacitat d'atracció com la figura de Ramon Llull, assoleix en aquest context una importància cabdal.

Assistim a un moment en el que cada vegada sorgeixen noves exigències a la cultura, entesa ja com un agent de desenvolupament econòmic, de creació de llocs de treball, de creació d'identitat, de projecció exterior, i de desenvolupament turístic. Davant una situació de canvis ràpids i de competència entre territoris i agents, es fa evident la necessitat de renovar i innovar.

Palma és una ciutat amb els recursos patrimonials suficients com per a convertir-se en un destí cultural en si mateix. Però per aconseguir aquest objectiu, és necessari fer un treball sistemàtic per a identificar i desenvolupar els recursos amb més capacitat d'atracció tant per als locals –com una manera d'oci cultural–, com pels forans –entès en aquest cas com turisme cultural.

S'ha vist com comparativament, el personatge de Ramon Llull té molta més notorietat internacional que els llocs més visitats de la ciutat de Palma. Això és indicatiu d'un gran potencial d'atracció que encara ha de ser desenvolupat. És precisament en aquest sentit que es fa necessari dur a terme un treball de diagnòstic i avaluació de la situació actual, per tal de projectar productes culturals vàlids atractius vinculats a Ramon Llull, duent a terme un treball de patrimonialització de la seva figura lligat a la identitat mallorquina.

Cultura i desenvolupament econòmic

La consideració de la cultura com a factor econòmic per al desenvolupament queda reflectit per primera vegada a la Declaració de Venècia, aprovada per la UNESCO a l'any 1970. D'aquesta manera és considerada l'establiment i l'enfortiment de la identitat nacional mitjançant l'acció cultural com un requisit previ del progrés social i econòmic.

En la mateixa línia, el programa de l'Organització de les Nacions Unides (ONU), per al desenvolupament de l'any 2004, titulat "La llibertat cultural en el món divers d'avui", afirmava que tota política de desenvolupament ha d'incorporar una dimensió cultural, senyalant d'aquesta manera que la cultura no ha de ser percebuda com un luxe o despesa, ni com un component desvinculat del creixement econòmic.

En la convenció sobre el patrimoni i protecció de la diversitat de les expressions culturals (2005) de la UNESCO, s'afirma la doble naturalesa dels bens i serveis culturals, assenyalant les particularitats dels productes culturals que, formant part de les indústries culturals, es mouen entre el sector econòmic i el sector cultural, exigint per aquest motiu una especial responsabilitat i sensibilitat a l'hora de gestionar aquests productes.

Tal com es declara en la Carta Internacional sobre el Turisme Cultural, confeccionada pel Consell Internacional de Monuments i Llocs (ICOMOS) el 1976 i revisada el 1999, un objectiu fonamental de la gestió del patrimoni consisteix en comunicar el significat, i en la necessitat de conservar tant a la comunitat resident com als visitants, que implica, segons la carta, la responsabilitat de respectar els valors del patrimoni natural o cultural, i també els interessos de la comunitat amfitriona, dels pobles autòctons conservadors del seu patrimoni o dels posseïdors de propietats històriques, fins i tot l'obligació de respectar els paisatges i les cultures a partir de les quals s'ha constituït i desenvolupat el patrimoni.²²

Per altra banda, cal tenir en compte que la cultura és un sector de demanda creixent com a conseqüència de canvis estructurals com són l'increment de la formació, l'increment del temps de lleure, el canvi en les estructures demogràfiques i socials, i la implantació de les tecnologies de la informació i la comunicació que permeten nous models de producció, distribució i consum cultural.

Turisme urbà i producció d'esdeveniments culturals

Com indiquen Francesc González Reverte i Soledad Morales Pérez a l'obra *Ciudades Efímeras*, el paper de les ciutats en el desenvolupament del turisme contemporani és molt important. En especial, l'aprofitament dels recursos patrimonials i culturals de les ciutats vinculats al turisme està agafant cada vegada més protagonisme en la desestacionalització del sector.²³

La història del turisme ha estat lligada a la ciutat des dels seus inicis. González i Morales senyalen la perspectiva sociològica de l'evolució del turisme en les ciutats ja que aquesta descriu els patrons de consum de cada època amb formats i continguts diversos, adaptant-se a la variació de les motivacions, gustos i necessitats dels seus visitants des del *Grand Tour* del segle XVIII fins al *low cost* actual. Davant del *Grand Tour*, de caràcter elitista, itinerant, d'una llarga freqüència (però sols una vegada a la vida), proporcionant experiències vitals, ens trobem amb el turisme *low cost* dels anys 90 del segle XX fins a l'actualitat, universalista, amb destins puntuals visitats durant *short breaks*, aconseguint experiències lligades al consum. Si en el *Grand* hi havia una finalitat educativa, per tal d'aconseguir una imatge personal cultivada, el turista actual cerca

²² A. Morro.; J. Sureda, *El turisme cultural*. Col·lecció Vull saber. Editorial UOC, 2009

²³ F. González.; S. Morales, *Ciudades efímeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Editorial UOC, 2009, pàg. 15

un consum cultural i d'oci –a partir d'aquí s'encunya la paraula d'origen anglès *Edutainment*, és a dir, educar entretenint. Al turista d'avui en dia no li basta sols amb l'observació per aprendre, necessita d'uns intermediaris que interpretin el patrimoni, adaptant la informació d'una manera amena, simplificada i adequada a cada tipus de visitant. Un dels factors que més incideix en la demanda del turisme urbà, entenent la ciutat des d'un enfocament educatiu i cultural, és el de la formació del turista, que cada vegada està millor educat i demanda més qualitat en les seves experiències, un major nombre de llocs on consumir vivències amb finalitats educatives i culturals, i on el component lúdic hi sigui present.

Aquests autors consideren que el fet de que la població del planeta sigui cada vegada més urbana, afegit a que cada vegada hi ha més persones que tenen accés al turisme, econòmicament parlant, explica el potencial interès que té el turisme urbà com a modalitat turística en un futur immediat (González & Morales, 2009: 20)²⁴.

Com es contempla en l'obra *Ciudades efímeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*, s'ha produït un canvi en les pràctiques de consum, ara centrades més en l'obtenció d'experiències més que en l'acumulació de llocs. Així mateix es senyala en aquesta mateixa obra que la demanda té també un caràcter més participatiu, motiu pel qual es fa necessari la introducció d'esdeveniments –culturals en aquest cas–, en l'oferta turística urbana. Es produeix un canvi de concepció; del “jo he estat allà”, al “jo he participat en un moment precís”, ja que aporta una sensació de singularitat pel caràcter únic inherent al moment de consum.²⁵

Davant l'estandardització dels productes turístics rígids i massificats que van tenir la seva expansió a partir dels anys 60 i que van comportar un creixement quantitatiu extraordinari a escala mundial, el turista cultural del segle XXI és un turista exigent, que no vol una estandardització de l'oferta, i demana molts cops la heterogeneïtat del producte, l'experiència única, i l'autenticitat dels recursos patrimonials. Algunes de les estratègies que es segueixen en aquest sector passen per la creació d'icones culturals.²⁶

Per altra banda, l'estudi ATLAS (2001) mostra com les visites culturals efectuades durant les vacances ocupen el 40% del total del temps que les mateixes persones dediquen a les visites culturals durant un any. Aquest fet certifica que les vacances es converteixen en un moment important de consum cultural.

Avaluació i diagnòstic general de la situació actual dels recursos de turisme i oci cultural vinculats a Ramon Llull a Palma

És en aquest context en el que s'emmarca l'estudi dels recursos patrimonials de turisme i oci cultural vinculats a Ramon Llull. Per tal de poder desenvolupar en el futur un pla d'acció en el que s'implementin nous recursos, s'ha dut a terme una fase de diagnòstic i avaluació inicial de la situació actual a la ciutat de Palma. Cal especificar que en aquest anàlisi no s'han tingut en compte les activitats i accions programades amb ocasió de l'Any Llull –celebració del setè centenari de la mort, 2015-2016– degut al seu caràcter circumstancial i puntual –exposicions, conferències, cicles

²⁴ Ibid , pàg. 17 - 20

²⁵ Ibid, pàg. 13

²⁶ J.A. Donaire, *El turisme cultural. Entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la, 2008, pàg. 2

de cinema, lectura d'obres, espectacles poètics i musicals, concerts, presentacions de llibres, rutes, visites guiades, taules rodones, cursos específics, etc.–, sinó que sols s'han analitzat els recursos de caràcter permanent.

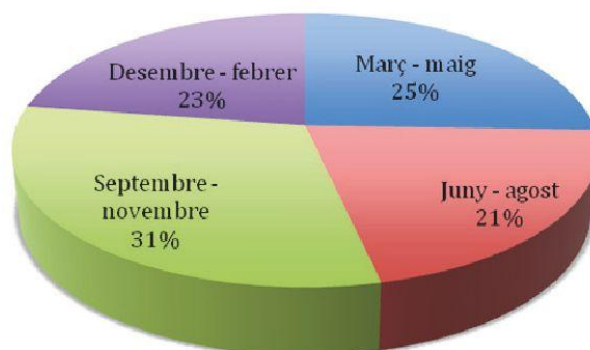
L'únic recurs patrimonial amb caràcter permanent a Palma és la tomba de Ramon Llull que es pot visitar a la basílica de Sant Francesc. El sepulcre, obra de Francesc Sagraera realitzat el 1487 està fet en alabastre, i està classificat com monument històric artístic.²⁷

A *Trip Advisor*, la web de viatges més important d'Internet a nivell internacional, amb més de 60 milions de membres i més de 170 opinions sobre hotels, restaurants, i atraccions turístiques²⁸, la basílica de Sant Francesc està classificada a la destacada posició número 10 de les 149 coses a fer a Palma.²⁹

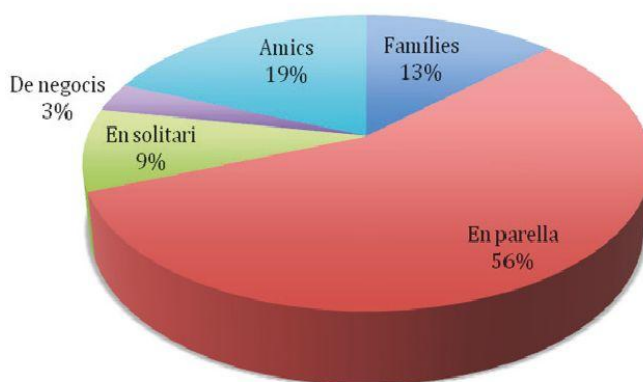
La informació que es pot extreure de les dades que aporta *Trip Advisor* és valuosa per examinar el tipus de visitants interessats en aquest patrimoni, i poder així, dissenyar un perfil del tipus de turisme que es dona.

Veiem que la majoria de persones que visiten la basílica de Sant Francesc ho fan en parella majoritàriament entre els mesos de setembre a novembre³⁰ –no els de temporada alta, entre juny i agost que, contràriament, són quan menys es visita la basílica. Això dona mostra de com aquest tipus de recurs patrimonial és vàlid per ser potenciat com un atractiu turístic durant els mesos de temporada mitja o baixa, afavorint la desitjada i ja citada desestacionalització turística.

Període de les visites a la basílica de Sant Francesc



Tipus de visitant



Font: *Trip Advisor*

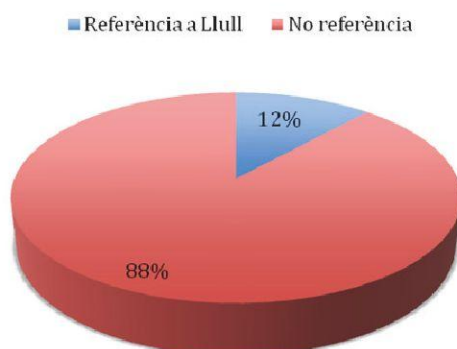
²⁷ Rutas Ramon Llull <<http://www.rutasramonllull.com/es/basilica-de-sant-francesc>> En línia. [Consulta dia 15 de maig de 2016]

²⁸ Wikipedia. Trip Advisor <<https://en.wikipedia.org/wiki/TripAdvisor>> En línia [Consulta dia 16 de maig de 2016]

²⁹ A data 9 de maig de 2016

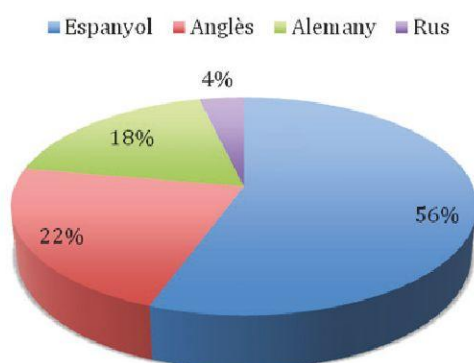
³⁰ Veure les dades dels gràfics

Comentaris a *Trip Advisor* sobre Basílica Sant Francesc Palma



A banda de la informació proporcionada per la web *Trip Advisor*, és interessant l'anàlisi específic dels comentaris dels usuaris realitzats a la web sobre la seva experiència en la visita a la basílica de Sant Francesc.

Referències a Llull segons l'idioma dels comentaris a *Trip Advisor*



Dels 231 comentaris realitzats entre 2011 i 2016³¹ per usuaris de tot el món sobre la seva visita a la basílica de Sant Francesc, un 12% d'ells fan una referència explícita a Ramon Llull i a la seva tomba a la basílica com aspecte destacable. Aquestes referències explícites a Ramon Llull estan fetes en diferents idiomes, no sols en castellà, destacant en importància els comentaris en anglès –un 22% del total– i en alemany –un 18% del total.

A banda de la tomba de Ramon Llull a la basílica de Sant Francesc de Palma, no hi ha cap altre recurs patrimonial de caràcter permanent vinculat a Ramon Llull.

Font: elaboració pròpia a partir dels comentaris d'usuaris a *Trip Advisor*.

Les visites guiades i rutes temàtiques són un producte turístic-cultural recurrent i sol·licitat. En quant a l'existència de rutes temàtiques

en torn a la figura de Llull, de manera permanent, hi ha programada una activitat educativa per a joves estudiants: la "Ruta de Ramon Llull" per a centres educatius dins del programa general de Palma Educa de l'Ajuntament de Palma. Aquesta ruta es va iniciar el curs 2012-2013 –amb un nombre total de 20 visites–, i ha vist incrementat aquest nombre els cursos 2014-2015 –29 visites– i 2015-2016 –59 visites–³², amb motiu de l'Any Llull i el treball específic realitzat pels centres en torn a aquesta temàtica.

Tot i això, no existeix una programació permanent de rutes o visites guiades turístic-culturals, baix la temàtica de Ramon Llull per a turistes, visitants forans o locals. Malgrat que existeix una web de Rutes Ramon Llull³³ creada el 2011 baix la iniciativa de l'empresa IRU Cultura, el que es planteja a aquesta web és donar informació sobre els indrets relacionats amb la vida de Ramon Llull, així com d'altres continguts lul·lians, per tal de que l'usuari pugui realitzar les rutes de manera autònoma, però no baix el guiatge d'un professional. Actualment no hi ha

³¹ Comentaris registrats a dia 9 de maig de 2016

³² Dades proporcionades per la tècnica de la regidoria d'educació de l'Ajuntament de Palma dins del programa "Palma Educa"

³³ Rutas Ramon Llull <<http://www.rutasramonllull.com/es>> [Consulta dia 9 de maig de 2016]

cap manera de que una persona, o grup de persones adultes, que no formin part de cap centre d'ensenyament, pugui realitzar una visita guiada per conèixer els llocs més rellevants lligats a la figura de Llull a Palma, ni de que es posi en contacte amb cap organisme per sol·licitar una visita guiada puntual.

Un altre dels productes sol·licitats per part dels turistes dintre del turisme cultural és la visita a un museu, tot i que cal dir que per darrera de l'interès suscitat pels monuments i conjunts monumentals i arqueològics³⁴. Com explica Ramos Lizana, a partir de la consolidació de la transició democràtica a Espanya es produeix un creixement accelerat de la demanda i oferta museística³⁵.

Les cases museu i centres d'interpretació són tipologies museístiques recurrents dins la demanda de l'oferta cultural. Malgrat això, no existeix cap centre d'interpretació o casa museu de recreació d'ambients lligats a la figura de Ramon Llull a Palma.

Propostes inicials per patrimonialitzar la figura de Ramon Llull

Aquesta manca de desenvolupament de recursos patrimonials vinculats a Ramon Llull, un dels mallorquins més il·lustres i amb una rellevant notorietat com s'ha apuntat anteriorment, per a un us turístic-cultural, es fa especialment sorprenent i sagnant en un moment en el que, com s'ha vist, és fa evident la necessitat de detectar nous productes culturals per al seu desenvolupament turístic.

Com s'ha assenyalat anteriorment, s'ha produït actualment un canvi en les pràctiques de consum turístic pel que, l'obtenció d'experiències amb un caràcter més participatiu per part de l'usuari és la tendència actual. En aquest sentit, les rutes culturals temàtiques es plantegen com una mena d'esdeveniments puntuals que enriqueixen l'oferta turística urbana. Per aquest motiu seria molt interessant aprofitar aquesta tendència en el canvi de les pràctiques de consum, oferint la possibilitat de que els turistes o locals interessats puguin tenir l'experiència de realitzar una visita guiada temàtica en torn a la figura de Llull, programant aquestes rutes com un recurs de turisme i oci cultural permanent, suplint així el buit existent en aquest sentit a Palma.

Abans de continuar cal diferenciar conceptualment els itineraris culturals –definitos i posats en marxa per part del Consell d'Europa a través de l'ICOMOS (*International Council on Monuments and Sites*)– de les rutes turístic-culturals –de la UNESCO). Els itineraris culturals són definits pels especialistes en patrimoni històric com:

«una via de comunicació terrestre, aquàtica o d'un altre tipus, físicament determinada i caracteritzada per posseir la seva pròpia i específica dinàmica i funcionalitat històrica»³⁶.

Les rutes turístic-culturals serien molt diferents des del punt de vista conceptual degut a la seva clara orientació econòmica. Tal i com explica Manuel Ramos Lizana a l'obra *El turismo cultural, los museos y su planificación*, en aquest cas:

«[...] es tractaria d'agrupar, jerarquitzar i ordenar una sèrie de recursos patrimonials (monuments, museus, paisatges, festes, tradicions), amb la finalitat de conformar un multi-

³⁴ M. Ramos Lizana, *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Gijón: Ediciones Trea S.L., 2007, pàg. 110

³⁵ *Ibid*, pàg. 93

³⁶ M. Ramos Lizana, *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Gijón: Ediciones Trea S.L., 2007, pàg. 351

destí cultural que pugui ser convertit en un producte comercial turístic, de tal manera que les rutes així enteses puguin conformar-se agrupant bens culturals de diferents tipus (museus, monuments, paisatges) segons enfocaments disciplinars (arqueològics, etnològics...) o temàtics (geogràfics, històrics, artístics, literaris, econòmics, musicals...) extraordinàriament diversos. Tenen l'avantatge de que poden ser seguits tant per grups organitzats com per turistes independents, i suposes una oferta unificada i una nova creació de "producte" amb la intenció d'atreure als touoperadors i al turista autònom»³⁷.

A banda d'això, s'hauria de plantejar la possibilitat de la creació d'una casa museu o centre d'interpretació de la figura de Ramon Llull a Palma seguint el model de la patrimonialització duta a terme amb altres escriptors icònics com William Shakespeare i la seva casa-museu a Stratford-upon-Avon, o Miguel de Cervantes i la seva casa- museu a Alcalá de Henares, per citar tan sols alguns exemples destacats.

La creació per tant d'un centre d'interpretació o casa-museu de Ramon Llull resulta interessant per tal de suplir un buit important i dotar a Palma d'un nou recurs de turisme i oci cultural capaç d'atreure a visitants i locals, tot difonent la figura de Llull. Per fer-ho, s'hauria de dur a terme una tasca en la que es tingués en compte el continent, el contingut, el públic, i una planificació adient.

Els centres d'interpretació –de tradició anglosaxona– són espais que cerquen promoure ambients d'aprenentatge creatiu, traduint el llenguatge tècnic d'algun aspecte de la cultura, història o natura, a una forma notècnica, comprensible per als no especialistes, i destinada al públic general que estroba de forma voluntària, prevista, o casuala indrets que posseeixen un valor patrimonial.³⁸ Estan destinats a complir quatre funcions bàsiques: investigació, conservació, divulgació, i posada en valor de l'objecte que el constitueix. Tot i que la creació d'un centre d'interpretació vinculat a la figura de Llull podria ser una opció a contemplar, actualment existeix un debat entorn al seu sentit i eficàcia que caldria analitzar amb profusió abans de decantar-se per aquesta alternativa com a la més adient.

En el cas concret de les cases museu, cal tenir en compte són espais vinculats a la memòria del personatge sobre el qual es desenvolupa tot el discurs museogràfic, i es solen plantejar en els espais que van servir com a lloc de naixement, habitatge, o taller.

Com explica M^a Dolores García Ramos:

«[...] ha estat precisament l'aparició del turisme cultural el que ha impulsat la creació de les cases museu, avalades als seus inicis pels viatgers decimonònics del *grand tour* que actuen com *voyeurs* al introduir-se en la intimitat dels grans mites del passat. Aquests museus queden lligats als processos de creació de les identitats culturals, en el moment en el que un territori cerca perpetuar el record d'un personatge o fet històric recurrent a la musealització dels llocs de la memòria. De la mateixa manera, aquest procés fomentarà l'afluència de visitants moguts pel desig de conèixer de primera mà aquesta intimitat territorial, l'origen de l'essència cultural d'un lloc».³⁹

³⁷ Ibid., pàg. 352

³⁸ J. Morales Miranda, "¿Centros de interpretación?", *Carpeta Informativa del Centro Nacional de Educación Ambiental – CENEAM*, octubre 1994

³⁹ M. D. García Ramos, "La musealización del espacio doméstico: Casas museo de recreación de ambientes", *Ámbi-*

Tenint en compte que la casa natal de Ramon Llull que la tradició situa a l'angle nord de la Plaça Major de Palma ha desaparegut, en aquest sentit, es podria proposar el desenvolupament d'una casa museu d'autor, de la tipologia de "casa museu reconstruïda", segons el terme que utilitza García Ramos al seu estudi sobre la museïtzació de l'espai domèstic. Es tractaria de recomposar o museïtzar una altra casa recreant l'ambient domèstic en el que hagués pogut viure Ramon Llull. A partir d'aquí es podrien proposar diferents línies discursives que incloguessin la història i la cultura que va emmarcar la vida de Llull, tot destacant valors humans, socioeconòmics, costumbristes, artístics i professionals de l'època i l'autor.⁴⁰

En definitiva, la patrimonialització de la figura de Ramon Llull respon a una doble necessitat; la de dotar, d'una banda, a Palma de nous recursos i productes de turisme i oci cultural de qualitat, capaços d'atreure l'interès de turistes i locals, i d'altra banda, la de difondre, d'una manera planificada, estable, i a llarg termini, la figura de Ramon Llull.

Es fa per tant evident la necessitat d'instrumentar de manera més específica i profunda objectius i recomanacions per tal de que els locals i els visitants forans tinguin la possibilitat de conèixer amb profusió i de forma atractiva la figura d'un dels mallorquins més il·lustres, Ramon Llull, per la gran quantitat de facetes que contempla i la contemporaneïtat de les seves aportacions, i que Palma compti d'aquesta manera, amb un nou motor per a incentivar el turisme cultural, la desestacionalització del sector, i per tant el creixement econòmic.

Bibliografia

- J.A. Donaire, *El turisme cultural. Entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la, 2008
- M. D. García Ramos, "La musealización del espacio doméstico: Casas museo de recreación de ambientes", *Ámbitos*, n. 32, 2014
- F. González.; S. Morales, *Ciudades efímeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Editorial UOC, 2009
- J. Morales Miranda, "¿Centros de interpretación?", *Carpeta Informativa del Centro Nacional de Educación Ambiental – CENEAM*, octubre 1994
- A. Morro.; J. Sureda, *El turisme cultural*. Col·lecció Vull saber. Editorial UOC, 2009
- M. Ramos Lizana, *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Gijón: Ediciones Trea S.L., 2007.

tos, n. 32, 2014, pàg. 77 - 78

⁴⁰ Ibid. pàg. 78, 82

Webgrafia

Rutas Ramon Llull <<http://www.rutasramonllull.com/es/basilica-de-sant-francesc>> En línia.
[Consulta dia 15 de maig de 2016]

Trip Advisor <https://www.tripadvisor.es/Attraction_Review-g187463-d2359680-Reviews-Basilica_de_Sant_Francesc-Palma_de_Mallorca_Majorca_Balearic_Islands.html> En línia.
[Consulta dia 9 de maig de 2016]

Wikipedia. Trip Advisor <<https://en.wikipedia.org/wiki/TripAdvisor>> En línia [Consulta dia 16 de maig de 2016]