

SEBASTIÀ SERRA BUSQUETS. Catedràtic emèrit d'Història Contemporània de la Universitat de les Illes Balears

L'IMPACTE DEL TURISME SOBRE EL PAISATGE I EL PATRIMONI

Apartir de la constatació que l'activitat turística és un dels grans motors del canvi social en els àmbits econòmics, culturals, polítics i socials en el temps present, presentem tres visions dels impactes del turisme sobre el paisatge i el patrimoni de Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears. A la vegada oferim una perspectiva històrica de la temàtica central del patrimoni natural, històric i artístic en l'evolució del turisme a partir de l'anàlisi de les societats de foment de turisme.

Un dels objectius que també volem destacar és tractar i difondre la memòria històrica sobre el paisatge i el patrimoni. D'aquí que hàgem seleccionat el coneixement de l'excel·lent Arxiu Fotogràfic del Centre Excursionista de Catalunya i presentem tres ressenyes de publicacions que considerem emblemàtiques. També volem tenir en compte el món de la museística, que ens ofereix unes mostres molt importants de les temàtiques que tractam i hi aporta la perspectiva de la defensa del patrimoni artístic, històric i natural.

La necessitat de fomentar el coneixement i la realitat són ben presents en els nostres objectius, així com enfortir la reflexió sobre el present i les perspectives de futur.

La relació existent entre paisatge i patrimoni, d'una banda, i l'economia i el món empresarial, de l'altra, és ben coneguda i la podem definir com a complexa. La transformació del paisatge en entorns turístics és un fet. Les transformacions que hi ha hagut en gran part del segle XX i en el segle XXI fins a l'actualitat són impactants en gran part del territori. En aquest context, el paisatge esdevé un element clau i fonamental per repensar tant el model turístic com el patrimoni tangible i intangible.

Des de les institucions i el moviment associatiu s'ha propiciat un conjunt d'iniciatives diverses –la majoria importants– en el terreny del conservacionisme. N'esmentarem algunes com el Conveni Europeu del Paisatge promogut pel Consell d'Europa el 2004, i diverses actuacions de la UNESCO i de l'Organització Mundial del Turisme. A banda, una gran diversitat de moviments socials han propiciat mobilitzacions ciutadanes importants.

Les bases per fixar l'estratègia del paisatge i la defensa del patrimoni als Països Catalans són ben presents a la societat i a les institucions. Els observatoris del paisatge i organismes semblants esdevenen un element clau a l'hora de l'assessorament, seguiment i gestió de la política territorial, així com els estudis rigorosos sobre la realitat i el passat. ■

Badia de Pollença des de Míner. Foto: Antònia Ripoll Martínez.



(turisme, paisatge, patrimoni)

PERE SALA I MARTÍ. Director de l'Observatori del Paisatge de Catalunya

EL PAISATGE AL CENTRE DEL MODEL TURÍSTIC

En un país de paisatges com és Catalunya, amb una riquesa i diversitat paisatgístiques tan elevades, el paisatge té –i tindrà encara més en el futur– un paper clau a l'hora de donar resposta als nous interrogants del turisme contemporani. Sabem que el paisatge constitueix un ingredient fonamental en la majoria dels viatges. Per tant, la influència que té l'activitat turística en reptes com el canvi climàtic, la salut i el benestar, el manteniment de la biodiversitat, la cohesió social o la conservació del patrimoni –tant material com immaterial–, no fa més que reforçar la relació entre el paisatge i el turisme.

Les reflexions que venen a continuació tenen un mateix punt de partida: es faci el que es faci, i es faci com es faci, cal pensar en la població que viu al país. Perquè si, per exemple, es dissenyen paisatges quotidians de qualitat, de retruc també se'n beneficiaran els turistes. En un món en què la mobilitat és constant, tothom és turista en un moment o altre de la seva vida.

LA IDEA CONTEMPORÀNIA DE PAISATGE

El paisatge és el producte de la societat i de la cultura que viu en un lloc. Està ple de significats, ens evoca records i ens desperta sensacions (estètiques, sensorials, emotives) que influeixen directament en el nostre benestar. És precisament aquesta interacció entre els individus i els llocs el que finalment busca el turisme.

El concepte *paisatge* va més enllà d'algunes mirades convencionals. El primer que cal tenir en compte és que no es limita als paisatges de gran bellesa o valor reconegut. Hem de veure el paisatge des d'una perspectiva molt més àmplia i integradora, com qualsevol part del territori comú i quotidià, sigui urbà o rural, degradat o de qualitat. És a dir, tant són paisatge les Muntanyes Rocalloses i el Pedraforca, com Benidorm, Calvià o Dubai.

Cal també trencar la falsa associació entre paisatge de qualitat i paisatge escènic bonic, ja que darrere d'una escena aparentment atractiva es poden amagar disfuncions i desequilibris territorials o socials que no es veuen a primera vista. Per exemple, es poden visitar paisatges agraris florits magnífics, però els aqüífers que els alimenten poden estar contaminats per pesticides i nitrats.

Finalment, avui el repte no és tant la protecció d'uns paisatges concrets, sinó la seva gestió i ordenació. El mateix Conveni Europeu del Paisatge, impulsat per Consell d'Europa i aprovat l'any 2000 (i transposat fidelment a Catalunya a través de

la Llei 8/2005 de protecció, gestió i ordenació del paisatge), insisteix en aquest sentit. Aquí emergeix un camp de treball nou i prometedor en l'àmbit del turisme basat en la singularització de cada lloc a través dels seus valors. Però no amb la finalitat de competir entre aquests indrets, sinó d'interaccionar, complementar-se i sumar-se.

Tant són paisatge les Muntanyes Rocalloses i el Pedraforca, com Benidorm, Calvià o Dubai. Edifici a Platja d'Aro. Font: Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (Borja Ballbé).



LA RELACIÓ ENTRE PAISATGE I TURISME

El paisatge és un recurs patrimonial i turístic de primer ordre, el principal atractiu de moltes destinacions turístiques. Segons dades de l'Organització Mundial del Turisme, la previsió per al 2030 és arribar als 1.800 milions de turistes internacionals. Hi ha un moviment creixent de persones per motius de lleure arreu del planeta i el turisme apareix en paisatges cada cop més diversos, fins i tot en àrees que suposadament no eren turístiques.

Un dels protagonistes del turisme modern ha estat la iconografia del paisatge. Hi han influït enormement els mitjans de comunicació; l'art, a través de la pintura, la fotografia, o el cinema; la publicitat, amb cartells, rètols, fulletons, i també, les darreres dècades, la presència d'imatges digitals a les xarxes. El Caló des Moro, una petita cala de sorra blanca i amb aigua de color turquesa situada a l'est de l'illa de Mallorca, és un clar exemple entre molts de com Instagram ha aconseguit massificar –i promoure una mirada merament superficial, banal, epidèrmica– determinats paratges en pocs anys.

L'activitat turística suposa un risc per al territori si és desmesurada i sense control. Malauradament hi ha exemples a cabassos de com el turisme, segons com es reguli i els models que s'afavoreixin, pot provocar transformacions profundes dels paisatges, destruir-ne la identitat i crear paisatges banals, dispersió urbanística, canvis en la forma dels assentaments tradicionals, estils arquitectònics monòtons, alteració de fites i referents paisatgístics, sobreexplotació dels recursos o banalització cultural. La llista és tristament llarga, i dona lloc a paisatges totalment nous que corren el risc que la mateixa gent del lloc no els reconegui, i encara menys se'n senti orgullosa, com passa a tants indrets.

Una de les grans paradoxes del turisme és que el seu èxit ha comportat la degradació o la destrucció d'alguns paisatges que havien estat generadors i atractius de turistes, com al litoral, al Pirineu, en ciutats històriques o en municipis rurals, on el creixement accelerat dels habitatges dedicats al lloguer turístic obliga molta gent jove a marxar-ne i abandonar, per exemple, la feina del camp, cosa que porta a una progressiva desaparició dels paisatges agraris en mosaic.

Aquest model ha provocat una clara sensació de malestar entre molts sectors de la població. Ja als anys setanta del segle xx van aparèixer associacions i entitats que intentaven preservar el paisatge. A la Costa Brava, són conegudes des de les primeres lluites ecologistes per salvar els Aiguamolls de l'Empordà fins a les reivindicacions més recents del moviment SOS Costa Brava. En el cas de les Illes, per exemple, la lluita de la societat civil contra el conegut fenomen de la *balearització* està documentada recentment pels historiadors mallorquins Sebastià Serra i Paula Nigorra al llibre *Les mobilitzacions per a la protecció del medi ambient a les Illes Balears (1991-2022)*.

Diversos indicadors mostren com aquell model turístic que

Portada del document *Carreteres, paisatges i turisme. Bases per a la definició d'un model per a Catalunya*. Font: Observatori del Paisatge de Catalunya.



té la necessitat sistèmica de créixer constantment, de manera massiva i accelerada, ha començat a entrar en crisi. També s'entreveu lentament un canvi positiu en la relació entre el turista i el lloc, més basada en la vivència i en la relació amb el paisatge i els seus valors.

CAP A UN MODEL TURÍSTIC BASAT EN ELS VALORS DEL PAISATGE

Tots els paisatges, tant si són urbans com rurals, litorals o de muntanya, metropolitans o d'interior, atresoren diversos tipus de valors: naturals, estètics, històrics, d'ús social, simbòlics i productius. Les polítiques turístiques, si volen tenir futur, han de moure's al voltant d'estratègies de preservació, integració, millora i promoció d'aquests valors. En aquest sentit, cal potenciar les formes de relació entre els visitants i els llocs i que el paisatge esdevingui quelcom més que un teló de fons decoratiu d'altres recursos. D'aquesta manera, els valors del paisatge esdevenen una magnífica oportunitat per crear productes turístics que aliïn aspectes fonamentals com l'agricultura, el patrimoni, la història, la cultura, la identitat o la creativitat. D'exemples n'hi ha a carretades, i cada cop més. Són experiències que reivindiquen que abans de viatjar lluny i a llocs exòtics, cosa que en un context de crisi climàtica i energètica creixent serà cada cop més car i més inviable, cal reivindicar els valors que hi ha a prop. També posen sobre la taula com, en una societat que en general viu desconnectada del seu territori més proper, les experiències basades en aquesta proximitat van en la línia de la reconexió amb la natura i la història, o amb funcions bàsiques com l'alimentació saludable, el sector primari o la salut.

En aquesta mateixa línia va la iniciativa conjunta entre l'Observatori del Paisatge i la Direcció General de Turisme del

(turisme, paisatge, patrimoni)

Departament d'Empresa i Treball de reconèixer el potencial d'algunes carreteres per fer descobrir la diversitat i riquesa dels valors dels paisatges. El document *Carreteres, paisatges i turisme. Bases per a la definició d'un model per a Catalunya* va identificar 33 carreteres que posteriorment van ser integrades per l'Agència Catalana de Turisme dins el *Grand Tour de Catalunya*.

Una altra iniciativa conjunta d'ambdues institucions ha connectat el turisme enogastronòmic amb els valors del paisatge. Es buscava donar visibilitat al valor de determinats productors agrícoles i ramaders, partint de la idea que els ritmes pausats dels itineraris, el contacte íntim i no banal amb el valor de la terra o el tracte directe i humà amb els productors són elements que estan perfectament alineats amb un turisme respectuós i regeneratiu. En un escenari de crisi climàtica i energètica, no hauria d'haver-hi dubtes sobre quin és el model agrari –i, de retruc, quins són els paisatges agraris– que el turisme hauria d'afavorir.

QUÈ POT FER EL TURISME PELS PAISATGES MÉS DEGRADATS?

Una gran part dels turistes s'escapa cada vegada més dels paisatges sense personalitat, dels homogeneïtzats i estandaritzats, dels desendregats i de poca qualitat, fruit de les dinàmiques urbanístiques de les últimes dècades, i cerca paisatges originals, singulars, ben cuidats, i estèticament agradables.

Una política turística sensible amb el paisatge hauria de poder actuar en aquests indrets i convertir-los en espais de qualitat, per exemple destinant-hi una part del que es recapta amb la taxa turística, o a través d'altres vies, com ara la creació d'un fons específic o d'ajuts als ens locals. Ara bé, la política turística també hauria d'imbricar-se en una política territorial més àmplia, i no restar al marge de polítiques territorials més globals i integradores. Un excel·lent projecte que recupera un espai anteriorment degradat és la desurbanització de l'antic passeig de la Pletera, al municipi de Torroella de Montgrí.

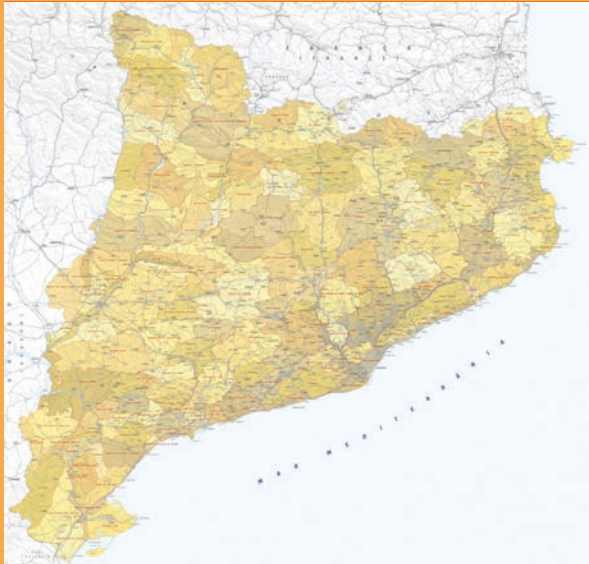
EL POTENCIAL DE LA DIVERSITAT PAISATGÍSTICA I EL RESPECTE PEL SEU CARÀCTER

L'elaboració dels catàlegs de paisatge de Catalunya ha permès obtenir el *Mapa de les 134 unitats de paisatge de Catalunya*. S'hi constata com Catalunya té una diversitat de paisatges extraordinària. Per les dimensions de Catalunya, és un dels països amb més diversitat del continent europeu. Bèlgica, els Països Baixos, Dinamarca o Suïssa, per exemple, tenen unes dimensions semblants a les de Catalunya i en canvi n'estan molt lluny en termes de diversitat paisatgística. Es pot esmorzar al Poblenou del Delta, dinar a la Seu d'Urgell i sopar a Girona, havent creuat més de vint paisatges completament diferents, i això no passa a gaires llocs del món. Aquest fet converteix el paisatge en un patrimoni de primer ordre, i en un tresor per ensenyar al món.

Els ritmes pausats dels itineraris, el contacte íntim i no banal amb el valor de la terra o el tracte directe i humà amb els productors són elements que estan perfectament alineats amb un turisme respectuós i regeneratiu. Font: Arxiu d'imatges de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (Rafael López-Monné).



Mapa de les unitats de paisatge de Catalunya. Font: Observatori del Paisatge de Catalunya i Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya, 2019.



Catalunya, per tant, no té paisatges escenogràfics espectaculars i de grans dimensions com els que tenen a Noruega, Finlàndia o Escòcia, per exemple. Catalunya és més un país de racons i raconets que de grans panorames. I cadascun d'ells té la seva identitat i la seva memòria. Quines són, doncs, les històries que es poden associar als paisatges catalans? Sovint allò que és més quotidià acaba sent més interessant. Aquestes històries, o altres de noves, convenientment elaborades, poden donar lloc a narratives atractives que dotin de sentit i contingut les destinacions turístiques, que els omplin de va-

lors i emocions i que ajudin a reformular l'oferta del turisme. Cal tenir present que anem cap a un món on viatjarem més a prop i farem viatges llargs més esporàdics. Per tant, cal pensar a fer turisme d'una altra manera, en referència a la distància, l'actitud, la curiositat i, especialment, el temps. Per tant, cal veure aquest mapa com una oportunitat per superar la lògica romàntica i la superficialitat, i apostar per la reconexió.

Hi ha una segona lectura molt rellevant del mapa. Cadascun dels 134 paisatges té un caràcter diferent, és a dir, uns trets que li donen identitat i personalitat. Ni millors ni pitjors, sinó simplement diferents. Això significa que qualsevol nova infraestructura turística requereix una comprensió exhaustiva prèvia de cada paisatge i molta sensibilitat amb el seu caràcter, la seva personalitat i la seva identitat.

A TALL DE CONCLUSIÓ

Partint de la no innocuïtat territorial de l'activitat turística, entendre el paisatge en sentit ampli, en la línia del que promulga el Conveni Europeu del Paisatge, ofereix una mirada molt interessant per crear productes turístics innovadors i creatius, i, de passada, iniciatives que siguin més respectuoses amb el territori i fins i tot territorialment menys concentrades i més repartides. Aquestes iniciatives haurien d'afavorir relacions més profundes entre les persones i els paisatges, així com considerar la població local com a subjecte substancial i primordial de qualsevol projecte relacionat amb el paisatge i el turisme. Els països més moderns i avançats del nostre entorn europeu, aquells en què sovint ens emmirallem, com Suïssa, Noruega, o Escòcia, si es distingeixen per oferir uns paisatges de qualitat, és perquè també sobresurten per la seva cultura territorial i per la seva consciència de paisatge. ■

Nota

Aquest text es basa en el capítol "Per què el paisatge ha de ser en el cor del model turístic" publicat al llibre *Un nou turisme per a un nou escenari*, editat per José A. Donaire i Manuel Poch l'any 2024.

Referències

Jaume BUSQUETS, «Vindicació del "Turisme de paisatge"», *La Conca 5.1* (2016), <https://www.laconca51.cat/vindicacio-del-turisme-de-paisatge> [consulta: 9-5-2025].
José Antonio DONAIRE, «"El pla B del turisme" a la #Trobada-Descobrir» (2021), vídeo, <https://www.youtube.com/watch?v=ylQ3jEg6zZY> [consulta: 9-5-2025].
Joan NOGUÉ, *El paisatge, entre el subjecte i l'objecte*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2017.

Pere SALA i MARTÍ; Jordi GRAU; Rafael LÓPEZ-MONNÉ; Ludovica MARINARO, *Carreteres, paisatge i turisme. Bases per a la definició d'un model per a Catalunya*. Olot: Observatori del Paisatge de Catalunya i Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya, 2019 [inèdit].

Pere SALA i MARTÍ; Laura PUIGBERT; Jordi GRAU; Rafael LÓPEZ-MONNÉ; Pau CANUDAS, *Enogastronomia i paisatge. El paper dels paisatges singulars en rutes enogastronòmiques*. Olot: Observatori del Paisatge de Catalunya i Departament d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya, 2023 [inèdit].

Pere SALA i MARTÍ, «Per què el paisatge ha de ser en el cor del model turístic», en José A. DONAIRE; Manuel POCH (eds.), *Un nou turisme per a un nou escenari*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2024, p. 107-130.s.

(turisme, paisatge, patrimoni)

CLIMENT PICORNELL. Professor emèrit de la Universitat de les Illes Balears

ELS IMPACTES DEL TURISME A LES ILLES BALEARS. CRÒNICA ACCELERADA D'UN CANVI SOCIAL I TERRITORIAL

El fenomen turístic, dels anys seixanta ençà i sota la característica de turisme de masses, ha trastocat de dalt fins baix les estructures, les mentalitats, els paisatges i altres essències de què «gaudien» les illes Balears abans de l'arribada massiva dels vols xàrter carregats de turistes provinents de l'Europa central i nòrdica. Tot això ha provocat un caramull d'impactes amb aspectes positius i d'altres francament negatius. Han canviat l'economia, la societat, la cultura i l'estructura territorial, com a grans factors, la qual cosa ha conduït a un procés en cascada que ha marcat perfectament dues èpoques: abans i després del turisme.

Una colla de sonadors que actuen cada dia per als turistes a Sant Mateu d'Albarca, a l'illa d'Eivissa. Es provoca una pèrdua del sentit cultural si les tradicions són usades com entreteniment turístic. Fotografia: Jaume Gual.



La territorialització dels efectes del canvi està marcada pel que s'anomena «litoralització», és a dir, la concentració del turisme arran de mar. Per tant, els efectes directes es poden quantificar als municipis litorals, tot i que els indirectes es deixen sentir a tot arreu. El turisme ha modificat els contingents poblacionals de les Balears, ha induït a una nova repartició territorial i ha provocat un ràpid canvi social. Ha incidit fortament en els models de producció, provocant un abandonament del cultiu de la terra, que ha passat a estar en «guaret social» latent a l'espera de ser urbanitzada, i les branques industrials menys relacionades amb l'activitat hotelera han perdut po-

blació activa. I tot ha passat per sotmetre la nostra naturalesa a un procés d'«estrès ambiental» per l'augment de la urbanització i la degradació del paisatge, i ha anat acompanyat d'una transformació del sistema de valors dels residents, producte de l'estandardització del consum i del procés galopant d'aculturació. Tot això, producte de la modernització de la societat balear, que ara mateix s'interroga sobre si no es podria haver fet d'una altra manera, si el model s'ha exhaurit, si és el preu que s'ha pagat per passar de pobres a rics. Ara a les Balears sentim, referides al model turístic, paraules com maduresa, saturació, obsolescència o sostenibilitat.

La mesura de les capacitats de càrrega i la identificació dels nivells de tolerància (quants d'habitants –turistes i residents– poden resistir les illes Balears) és resultat de múltiples factors. Pel que fa als impactes ambientals causats pel turisme a les Illes, ja tenim estudis contrastats per poder fer un estat de la qüestió. Des de la discussió política fins al creixement del sentiment proteccionista a les Balears, hi ha un llarg enfilall de fets que marquen la nostra història recent: les manifestacions proteccionistes populars més concorregudes, la redacció de lleis i els catàlegs d'espais protegits, entre altres, que donen ressò a aquesta temàtica.

Els efectes sobre la població activa proporcionen un grau d'observació i de gradació d'alguns dels efectes socials del turisme. S'ha produït un fort transvasament de població de zones del sud d'Espanya cap a les Illes –a més d'importants assentaments de residents estrangers– i un canvi d'activitat dels habitants. Això no fa sinó demostrar que el turisme du com a conseqüència un elevat dinamisme del mercat de treball, però marcat pel fenomen estacional.

Dels efectes sobre el món rural illenc, es pot afirmar que en l'etapa que s'inicia amb l'entrada d'Espanya a la Unió Europea, la desagrarització, l'extensificació i l'abandó de l'activitat agrària a les illes Balears adquireixen un caràcter global, sense excepció. Disminueix el nombre d'explotacions, descendeixen les hectàrees de reguiu i els efectius agraris queden reduïts a xifres testimonials. El camp es converteix en un producte cobejat per una demanda urbana decidida a convertir la terra en terrenys per construir. Els pagesos a temps parcial, l'agricultura d'oci o *hobby-agricultura* són avui en dia les pràctiques més comunes a l'espai agrari insular, del qual les

Cala Agulla, a Capdepera, farcida de banyistes. De la mà del turisme, les cales i platges han esdevengut un exabrupte de la modernitat vacacional. Fotografia: Jaume Gual.



classes adinerades d'origen urbà nord-europeu (principalment alemany) són residents habituals. De totes les maneres, vist el declivi de l'activitat agrària, caldria mantenir viu i latent – no se sap gaire bé com – el món rural i no només, com ha dit algú, amb els pagesos fent de «jardiniers» de la pagesia. Un altre pas per als illencs, condemnats a fer d'illencs virtuals. Mallorquins fent de mallorquins, com a funció complementària del turisme. No ens hi feim molt enfora: un important hotelier manifestava estar en contra dels hivernacles de plàstic per a cultius forçats, perquè espatllaven el paisatge rural. D'aquí a la fossilització del món pagès hi ha una passa.

Dels efectes sobre el sector secundari, se sol remarcar que el turisme paralitza un suposat procés d'industrialització, perquè ofereix sous alts als treballadors sense exigir especialització i proporcionava als empresaris rendiments més grans i més ràpids que la indústria. Aquesta anomenada «competència intersectorial» manifesta que el fort retrocés industrial i la poca vitalitat de la indústria tradicional no es deuen tant a la incapacitat per enfrontar-se a la crisi industrial com a les dificultats per lluitar contra la competència d'altres sectors, en el nostre cas el turisme i el sector immobiliari-constructor. Ara ja no es predica amb tanta passió la diversificació econòmica enfront del monocultiu turístic. La indústria, tanmateix, evoluciona segons si els subsectors estan o no connectats amb la demanda turística (directa o indirecta) i amb el consum dels

residents. Poquíssimes branques evolucionen favorablement sense connexió amb el turisme. A Mallorca els empresaris (sobretot financers i industrials) i els polítics es tardaren a entendre que el turisme, a les darreries del segle xx, es transformaria en una activitat econòmica tant o més sòlida que qualsevol altra. És, com ja s'ha vist, el sector terciari el que ha polaritzat aquest ràpid transvasament ocupacional. Aquesta hipertròfia està lligada al creixement de l'hoteleria, restaurants, cafès i al subsector del comerç, de tal forma que ell tot sol acapara més de la meitat dels actius; i el desequilibri és encara més gran a Palma, on el sector terciari arriba quasi a les tres quartes parts del total d'actius ocupats. Un element que cal incorporar a aquesta reflexió és com es pot fer retornar als turistes una part dels costos socials i ambientals que provoquen. En altres, paraules si és possible fer-los pagar un impost, una taxa o un cànon, que repercuteixi després en la millora de les condicions ambientals de les Illes. D'aquí el nom de la solució proposada a aquesta problemàtica: l'impost sobre les estades turístiques, més conegut com l'ecotaxa.

Sobre els escenaris anteriors s'han de dibuixar els impactes socioculturals, les formes en què el turisme ha contribuït al canvi en les societats receptores de turistes. Aquest canvi afecta multitud de vectors: les formes de vida, els sistemes de valors, el comportament individual, les relacions familiars, els estils de vida col·lectius, els nivells de seguretat,

(turisme, paisatge, patrimoni)

la conducta moral, les expressions creatives, les cerimònies tradicionals, etc. Cal aclarir que la majoria d'estudis que analitzen l'impacte social ho fan des d'una òptica que emfasitza la negativitat i fins i tot, alguns, des d'una òptica molt negativa. Això implica una visió del fet turístic que es contraposa a la idea que el turisme promou l'enteniment i la coneixença entre gent de diferents nacions i cultures. Les relacions amb els residents solen ser transitòries i de nivell molt superficial. El turisme ha provocat la introducció d'activitats no desitjades (droga, prostitució, inseguretat ciutadana); el denominat *efecte exemple*, pel qual la població local consumeix productes i adopta modes de consum introduïts pels turistes; tensions entre col·lectius (certa xenofòbia, racisme, etc.); la banalització dels productes d'artesanía i dels souvenirs; l'estandardització dels papers dins el negoci turístic; la pèrdua del sentit cultural, si la cultura local és usada com a entreteniment turístic; i una excessiva rapidesa en el canvi de les formes de vida locals. Així, es remarca que l'increment d'activitats poc desitjables pren proporcions alarmants en una societat acostumada a les relacions de confiança; llavors la minva d'aquestes és atribuïda, sobretot per la gent adulta, als estrangers i nousvinguts.

Can Frasquet, pastisseria històrica de la ciutat de Palma, avui convertida en The Kitchen, un bar per a turistes. El trànsit cap als pisos turístics col·labora en la gentrificació de Palma. Fotografia: Jaume Gual.



Ja s'ha esmentat el canvi de signe migratori que el turisme provocà en la societat illenca. Aquest canvi és un dels fonamentals, ja que pel seu nombre provocà –i provoca encara ara– problemes greus d'integració social i ha impactat molt fortament en els processos de normalització de la cultura autòctona. Aquests immigrants, que arribaren empesos per la manca de treball als seus llocs d'origen, foren i són la causa d'un xoc cultural remarcable, pel seu volum considerable –que ha determinat un rejuveniment demogràfic de la societat re-

ceptora– i per la formació de nuclis no integrats –en alguns llocs, barris de nova planta– amb poc contacte amb la realitat illenca. Com deia Josep Melià, «els contactes amb els turistes i els indígenes –molt superficials– no han plantejat ni de molt els greus problemes d'impacte que sí que ha tingut l'emigració castellana, tot i que els estrangers són un altre element de castellanització». El turisme és l'element motriu d'un procés de desnacionalització que condueix a l'existència de tres societats paral·leles, si hi comptem els estrangers residents. La massificació turística i el procés urbanitzador fan que els contactes es tornin més professionals i els mateixos residents a les Balears s'han convertit també en turistes, ja que en proporcions considerables visiten l'estranger i altres parts de l'Estat espanyol i es permeten menysprear les franges més dèbils, econòmicament, dels seus visitants. Així, és corrent la denominació genèrica de *guiiri* per referir-se amb menyspreu als turistes.

Ara bé, no són només els immigrants els causants d'aquest xoc cultural. A l'efecte que el franquisme tengué sobre la infravaloració de la pròpia cultura i llengua per part de molts autòctons, hi hem d'afegir, com un exemple més, la suposada «nova burgesia» eixida dels booms turístics a les Balears, que es pensava que tendria un paper important com a classe dirigent i no ha estat així. És ben clar que a les Balears s'ha d'analitzar el turisme com un dels vectors del canvi cultural, encara que no l'únic, sinó acompanyat del procés general de modernització i urbanització i del predomini de la televisió. Hi ha exemples de la influència del turisme en les formes materials i immaterials de la cultura. En els casos de relacions entre turisme i cultura immaterial, el turista, quan compra un «paquet» de vacances, compra –molt de pocs involuntàriament– cultura, encara que aquesta cultura s'hagi reduït a tres o quatre estereotips venuts per l'operador en el fulletó de propaganda o a la cultura-espectacle de les guies turístiques. La conclusió és que, si bé en determinats casos el turisme pot funcionar com un estimulador de fenòmens culturals «reals», la majoria de vegades els subjuga i trivialitza. «Contra la Balearització del patrimoni!»: amb aquesta frase es vol escenificar que no tot s'ha de vendre en funció del pragmatisme econòmic del turisme. El turisme provocà un emmirallament badoc pel cosmopolitisme postís que duia aferrat i molts d'illencs interpretaren les seves arrels com una forma d'inferioritat a negar: és l'aparició de l'autoodi. Sense el passat ben ancorat en el futur conscient, ni la nostra llengua, ni els nostres costums haurien de tenir sentit dins el procés d'homogeneïtzació de la societat postturística. Tenim el negoci turístic, però cal conservar l'honradesa de no vendre el que no fa falta: ni la dignitat, ni la terra.

L'activitat turística també ha amarat les pàgines de creació literària a les illes Balears. El procés de substitució de la classe dominant tradicional, els senyors terratinents, digau-los *botifarres* si voleu (encara que no tots ho eren), per les noves classes socials culturalment poc formades, en forma de la compra

El nucli turístic de la platja de Magaluf, al municipi de Calvià, amb l'illot de Sa Porrassa. La concentració del turisme arran de mar incrementa els desequilibris funcionals i territorials de Mallorca. Fotografia: Jaume Gual.



de possessions, com a despesa sumptuària, va quedar retratat de forma més eficient en la novel·la *Els carnisers*, de Guillem Frontera, que en moltes pàgines volgutament «científiques». Quatre grans conclusions perfilen una lectura crítica del turisme per part dels narradors illencs. En primer lloc, l'aparició d'un nou concepte de riquesa i d'una nova classe social que experimenta una ascensió frenètica sense passar per nivells intermedis. En segon lloc, juntament amb la generació de riquesa apareix un proletariat del turisme, de caràcter urbà, la cara de l'explotació i la marginació. En tercer lloc es palesa –majoritàriament per les plomes femenines– que el contacte amb els turistes liberalitza els costums i les pautes de comportament sobretot dels mascles, mentre que a les dones se'ls exigirà encara la mateixa moral puritana d'abans del turisme. En quart lloc, els narradors observen la pèrdua de la supremacia de l'Església catòlica com a salvaguarda de la moral, però adverteixen que aquesta moral catòlica, tradicional, puritana, superficial, condemnadora de qualsevol manifestació de sensualitat, esdevé més hipòcrita que mai: apareix una doble moral, laxa amb els turistes, estricta amb els residents. «Tot plegat es destrueix el mite de la Mallorca idíl·lica i es presenta la descripció i l'anàlisi d'un microcosmos en crisi».

De la mà del turisme, les cales i les platges han esdevengut llocs emblemàtics, la combinació perfecta per al mercat de la venda de les cinc essences; a les tres primeres, *sun, sand and sea* (sol, arena i mar), s'ha afegit, com un exabrupte de la modernitat i del mercat, dues essences més: el sexe i la *sangria*. Des-

patxada aquesta darrera beguda als inevitables *chiringuitos*, ara posats en evidència per l'obligat compliment de la llei de costes, però que han estat l'emblema que desdibuixava el que eren o havien estat les cales i les platges: un lloc on gaudir de la interfície entre la mar i la terra, de la contemplació i el so de l'aigua, de sentir l'arena als peus, l'olor de les plantes de la garriga durant el perfumat horabaixa. Aquesta seducció primitiva es troba avui mediatitzada i ens hem de conformar a cercar-la a cales verges o compartir-la amb les problemàtiques i els impactes diversos que han generat la urbanització i el turisme. En l'actualitat, la concepció que els impactes negatius del turisme poden ser minorats, prevists, cobra força i es cohesiona entorn de la terminologia de *sostenible*, aplicada al territori, el medi ambient, l'economia i la societat. No sabem encara si aquesta sostenibilitat turística serà el paradigma del futur, un parany o una mentida. Sigui com sigui, el gran debat de futur passa per conceptes clau com reordenació o limitació dels usos turístics i residencials del territori, tot escorcollant les capacitats de càrrega amb un punt de sensatesa. Però si bé en els paràmetres econòmics i ambientals és corrent la faramalla de la sostenibilitat, no passa amb els impactes socials i culturals. El problema rau a saber si resoldre els problemes de l'hoteleria i la urbanització resoldrà també els problemes d'identitat social i cultural de les Balears. Sobretot ara, quan la globalització ens turmenta amb el seu discurs, aplicat a unes illes massa avesades a ser envaïdes, piratejades i sacsejades. ■

(turisme, paisatge, patrimoni)

JOSÉ MIGUEL SANTACREU SOLER. Universitat d'Alacant

ELS EFECTES DEL TURISME AL PAISATGE DEL PAÍS VALENCIÀ

Cada vegada més pobles del País Valencià aspiren a convertir-se en un destí turístic que genere una activitat econòmica com la dels municipis que ja ho han aconseguit des dels anys seixanta del segle xx, els quals van aprofitar el sol i la platja com a reclam. Fins i tot ho pretenen tant la capital administrativa de la comunitat autònoma (València ofereix rutes turístiques urbanes d'edificis històrics singulars o de llocs d'història) com les antigues ciutats industrials (Alcoi viu un procés de comercialització i tematització elaborant una imatge de ciutat del Modernisme) o nuclis rurals de l'interior muntanyenc quasi despoblats que intenten sobreviure (Xodos, per exemple, s'ha sumat progressivament a les ofertes del turisme rural). Així, els municipis allunyats de la costa volen convertir els seus recursos naturals o patrimonials en reclam turístic. Però aconseguir-ho ha provocat i provoca canvis significatius, tant en el paisatge com en les activitats industrials, agrícoles, pesqueres i de comerç tradicional, que perden pes davant dels serveis i el consum de plaer, oci i cultura, perquè els i les turistes són consumidors i consumidoras temporals de plaer, oci i cultura.

Els atractius turístics, és a dir, allò que motiva la visita, necessiten complementar-se amb equipaments, infraestructures i instal·lacions turístiques perquè el negoci funcione. I la introducció d'aquests components canvia el paisatge preexistent quan arriba el turisme de masses. Recordem que l'Enciclopèdia Catalana defineix el paisatge com a «porció d'espai caracteritzada per un tipus de combinació dinàmica, i per tant inestable, d'elements geogràfics diferenciats –abiòtics, biòtics i antròpics–». A continuació veurem com ha afectat i afecta el turisme al paisatge del terme municipal de Benidorm, a les hortes situades entre Orpesa i Cabanes i als usos del Mercat de Colom de València.

EL CAS DELS CANVIS EN EL PAISATGE DE BENIDORM

El cas de Benidorm és un dels més significatius per il·lustrar els efectes del turisme en el paisatge en tots els sentits, perquè el desenvolupament d'àrees urbanes amb la finalitat de produir i vendre béns i serveis als turistes que hi van ha generat, i encara genera, canvis significatius en el paisatge tradicional antic de la localitat, de la comarca (Marina Baixa) i també de més enllà (Baix Vinalopó).

L'evolució urbana vinculada al turisme de Benidorm ha transformat el que era un poble petit de pescadors i agricultors en

una ciutat de platges i oci que rep més de tres milions de turistes anuals amb un impacte econòmic descomunal i, per descomptat, un canvi radical del paisatge de les rodalies del nucli antic, de la platja on deixaven les barques els pescadors i de les terres antigament conreades pels benidormers. Els inicis de Benidorm com a destinació turística cal cercar-los ja en la segona meitat del segle XIX a causa de les teories higienistes; però aquell va ser un turisme nacional socialment limitat i selectiu amb un impacte mínim sobre el paisatge agrícola i el traçat urbà d'un lloc de pescadors i agricultors que convivia amb els turistes burgesos higienistes. Podem mencionar com a canvis més importants d'aquella època la inauguració de l'Hostal la Mayora en 1865, la del Gran Establiment de Banys de Mar de la Verge del Sufragi en 1893 i la construcció d'alguns xalets de la burgesia industrial alcoiana a primera línia, la majoria actualment desapareguts o ofegats pels gratacels.

El creixement urbà materialitzat en densitat en alçada i les infraestructures turístiques complexes que caracteritzen la ciutat actual, que van modificar radicalment el paisatge i les activitats econòmiques locals, van arribar durant la segona meitat del segle XX amb el turisme de masses. El punt de partida del canvi paisatgístic va ser el Pla General d'Ordenació Urbana de 1956 de l'alcalde Pedro Zaragoza Orts (Benidorm, 1922-2011), modificat en 1963 per construir una ciutat vertical de gratacels davant la necessitat de maximitzar l'ús de l'espai limitat de la costa i distribuir les zones edificables entre espais residencials, esportius, d'oci, de serveis i de jardins. Aquest pla es va complementar amb la construcció, entre 1953 i 1966, de l'embassament de Guadalest, de 13 hectòmetres cúbics, que ha proporcionat i encara subministra aigua potable als milions de turistes que visiten Benidorm cada any. A més, l'obra va canviar el paisatge d'un poble petit d'agricultors que actualment viu del turisme de Benidorm. Els turistes visiten Castell de Guadalest en excursions organitzades d'un dia, atrets pels recursos naturals i el patrimoni històric, i dins del mateix paquet també visiten les Fonts de l'Algar, que han estat adaptades igualment a les necessitats dels turistes.

En un primer moment, els quatre carrers principals que tenia llavors el municipi de Benidorm es van omplir d'agències de viatges, bars, cafeteries, comerços i restaurants. Tot seguit, s'hi van obrir carrers nous, seguint el Pla General d'Ordenació Urbana, amb hotels plens de turistes estrangers i altres serveis propiciats pel turisme de masses. Després, quan els operadors

Vista del paisatge de la Platja de Ponent i port de barques de pesca de Benidorm en l'etapa del turisme higienista anterior al de masses. Postal antiga sense informació de l'editor ni del fotògraf [segurament Lucien Roisin [París. 1884 – Barcelona, 1943]].



turístics britànics van gestionar l'arribada de milers d'anglesos, als quals seguiran turistes d'altres nacionalitats, tot es va accelerar vertiginosament:

Per un costat, la platja natural de Benidorm, que havia atret els higienistes en el segle XIX i on els pescadors deixaven les barques sense problemes, ara va esdevenir platja urbana artificial i els turistes fins i tot van ocupar l'espai de les barques dels pescadors amb vaixells d'esbarjo. Els camps que conreaven els agricultors també es van omplir d'hotels amb piscines i urbanitzacions turístiques d'apartaments distribuïts en gratacels per aprofitar al màxim l'espai limitat de la costa i les zones residencials edificables més allunyades de la platja.

Per un altre costat, la necessitat d'un aeroport en condicions per rebre els turistes britànics va transformar també el paisatge a 58 quilòmetres de Benidorm. Una zona semidesèrtica i agrícola situada en el Baix Vinalopó va acollir, a partir de 1967, les pistes d'aterratge dels avions dels turistes i una primera terminal de passatgers en l'espai situat entre les poblacions de Torrellano i l'Altet (Aeroport d'Alacant-Elx Miguel Hernández). Des de llavors, la urgència de dimensionar correctament les infraestructures d'acord amb la demanda dels passatgers ha canviat el paisatge de la zona amb ampliacions successives de l'aeroport. AENA no ha parat de construir i ampliar infraestructures i serveis (una segona terminal, aparcaments per a vehicles, hangars per a avions i vials d'accés). Del milió anual de passatgers que van aterrar-hi a finals dels anys seixanta del segle XX s'ha passat a més de 18 milions en 2024 segons la mateixa AENA. Són turistes que visiten Benidorm i els diversos pobles de la costa i l'interior també acomodats al turisme. A més de l'aeroport, es van imposar altres estructures territorials més properes a Benidorm que afecten el paisatge, com l'autopista A7, la millora de l'antic ferrocarril de la Marina en el tram des d'Alacant fins a Benidorm i, principalment, la construcció d'àrees comercials (Centre Comercial de la Marina) i d'oci (Terra Mítica, Terra Natura, Aqualandia, discote-

ques, clubs) amb vials que les connecten amb la ciutat i amb l'autopista A7. Totes aquestes estructures territorials han creat un paisatge nou com a efecte del turisme, un paisatge hui ja consolidat i identificatiu del municipi.

Vista actual del paisatge de la Platja de Ponent, la del Mal Pas i l'antic port de barques de pesca de Benidorm, transformat en port de vaixells d'esbarjo a conseqüència del turisme de masses. Fotografia: María del Carmen López López.



De fet, el més significatiu de Benidorm, quant al paisatge, és que el mateix espai de gratacels amb apartaments i d'hotels vora mar, que també competeixen en altura, forma part dels atractius turístics juntament amb el sol i la platja. Hi ha fins i tot una ruta turística dels gratacels (Hotel Balí, de 186 metres, edifici In Tempo de 192 metres, Miragolf Playa de 115, Kronos de 145, Neguri Gane de 148, Torre Levante de 120 i molts altres). És a dir, els equipaments i les instal·lacions turístiques de Benidorm complementàries del sol i la platja també han esdevingut un dels principals elements que motiven la visita dels turistes i que caracteritzen el paisatge benidormer i, amb ell, el paisatge turístic costaner del País Valencià, extensible a Benicàssim, Gandia, el Campello o Torrevella, entre altres, on també hi ha construccions en altura vora la costa i les estructures territorials necessàries.

EL CAS EXCEPCIONAL DEL PAISATGE DE MARINA D'OR: CIUDAD DE VACACIONES ENTRE ORPESA I CABANES

Independentment de la crisi immobiliària de 2008 i del fracàs dels plans empresarials del megacomplex immobiliari de Marina d'Or i de la fase següent, Marina d'Or Golf, el cert és que la construcció efectuada fins ara d'equipaments, infraestructures i instal·lacions ha modificat el paisatge de les hortes que hi havia entre Orpesa i Cabanes, que poden observar els viatgers des de l'autopista A7. També ha imposat altres estructures territorials amb efectes sobre el paisatge de la comarca (Plana Alta), sobretot l'aeroport de Castelló, construït entre 2004 i 2011 en uns terrenys rurals de Vilanova d'Alcolea, a poc més de 28 quilòmetres de Marina d'Or.

A diferència de l'aeroport d'Alacant/Elx de 1967, construït per la demanda dels passatgers britànics que anaven a Benidorm,

(turisme, paisatge, patrimoni)

l'aeroport de Castelló va naixen sense una demanda prèvia de passatgers. Ho va fer amb la promesa fabrística de convertir Castelló en una «zona turística de qualitat» i directament lligat a projectes de futur (Marina d'Or Golf, els parcs temàtics encara no construïts com la promesa de Mundo Visión i hotels a la «Costa del Azahar»). Aquest fet explica el fracàs comercial de l'aeroport inaugurat en plena crisi immobiliària de Marina d'Or; no obstant això, el resultat final ha estat el mateix que el d'Alacant/Elx: un espai aeroportuari que ha transformat el paisatge rural entre Vilanova d'Alcolea i Benlloc.

El cas del paisatge de Marina d'Or també és el resultat d'una promesa fallida de construir una ciutat de vacances per a 200.000 persones en un espai de 18 milions de metres qua-

Vista actual del paisatge resultat dels plans empresarials del megacomplex immobiliari de Marina d'Or: Ciudad de Vacaciones, en les antigues hortes i platges verges situades entre Orpesa i Cabanes. Fotografia: José Miguel Santacreu Cortés.



drats de terreny agrari requalificat i de platges naturals habilitades per al projecte. Les platges han estat envaïdes per camins de formigó que separen la sorra artificial dels camps de gespa sembrats vora mar, els quals comuniquen la platja amb els apartaments construïts en altura sobre les antigues zones rurals vora mar.

El projecte el va iniciar en 1983 l'empresari Jesús Ger García (Barcelona, 1946) com una urbanització més de la costa, de les que tant proliferaven al País Valencià en la dècada inicial del turisme de masses seguint els models de Benicàssim, Gandia, Benidorm o la platja de Sant Joan d'Alacant. Però en la dècada següent, la dels anys noranta del segle xx, Jesús Ger en va canviar l'objectiu. El projecte es va transformar en una ciutat de vacances integral que preveia estar dotada de milers d'apartaments residencials, camps de golf, hotels temàtics, balnearis, un llac i fins i tot una pista d'esquí, com un més dels atractius previstos per als turistes. El primer dels hotels va ser

inaugurat en 1997 (Hotel Marina d'Or). En els inicis del segle XXI, el projecte ja havia transformat el paisatge de la zona agrària amb més de 5.000 apartaments construïts, diversos hotels i un balneari; però la davallada de compradors en 2007 va paralitzar la construcció de nous habitatges i va desviar el projecte cap als hotels i un nou parc temàtic, frenat per la Generalitat Valenciana a causa dels problemes econòmics de la constructora i l'activisme dels ecologistes.

L'entrada de Marina d'Or en concurs de creditors en 2014 va rematar una crisi que ens ha deixat un paisatge de formigó i gespa amb hotels, un balneari, parcs d'atraccions i aquàtics, apartaments en altura i nombrosos solars sense construir on abans hi havia terres de cultiu i platges verges. En 2019 un fons d'inversió nord-americà (Farallon) entrà a sanejar els comptes; però no va aconseguir la rendibilitat prevista i en 2023 el complex ha passat a mans d'un altre grup (Grupo Fuertes-El Pozo i Magic Costa Blanca) que intenta continuar amb una remodelació del projecte i l'inici d'una nova etapa (Magic Word) demolint l'antic parc d'atraccions Mundo Fantasía i reformant el balneari.

El més significatiu pel que fa al paisatge de Marina d'Or: Ciudad de Vacaciones, a hores d'ara Magic Word, és que l'empresa promotora històrica va vendre el paisatge abans de construir-lo amb campanyes publicitàries molt efectives. Però és una ficció perquè el paisatge creat fins ara no és exactament el promès al turista que hi arriba.

EL CAS DEL CANVI D'ÚS DEL MERCAT DE COLOM A VALÈNCIA

Un fet actual i generalitzat arreu de les ciutats turístiques és el paper creixent dels antics mercats municipals d'abastament com a espais turístics promocionals, com ha estat el cas pioner de La Boqueria a Barcelona. En el segle XXI, nombrosos mercats han experimentat una crisi que ha trobat com a eixida una reconversió que combine el quotidià i el turístic, sobretot en els nuclis antics de les ciutats. Al País Valencià tenim el cas del Mercat de Colom a València, que va ser inaugurat en 1916 en el barri del pla del Remei amb la finalitat de cobrir les necessitats dels veïns de l'exemple de la ciutat. L'edifici, després de ser declarat monument historicoartístic en 1983 i rehabilitat en 2003, va canviar la funció inicial d'equipament i servei públic de comercialització de queviures a una de nova, i va passar a ser un espai d'equipament i consum dotat de botigues i restaurants. Aquest canvi de funció ha vinculat el manteniment del patrimoni monumental de la ciutat i el turisme. L'edifici, d'inspiració modernista, va ser obra de l'arquitecte municipal de l'exemple Francisco Mora Berenguer (Sagunt, 1875 – Castelló de la Plana, 1961), que també va dissenyar, entre altres, la façana de l'Ajuntament de la ciutat, el Palau Municipal de l'Exposició Regional de 1909, d'estil neogòtic, i cases particulars com la Noguera

Façana de l'edifici del Mercat de Colom (València) rehabilitat en 2003. A l'esquerra de les portalades hi ha el bust de l'arquitecte Francisco Mora Berenguer (Sagunt, 1875 – Castelló de la Plana, 1961) i un grup de cicloturistes. Fotografia: presa per José Miguel Santacreu Cortés.



o l'edifici Suay, que actualment formen part del patrimoni arquitectònic de València i de les rutes turístiques de la ciutat. Aquestes rutes inclouen el mercat, on hi ha un bust de l'arquitecte vora l'entrada principal que completa la memòria patrimonial del lloc.

CONCLUSIONS

Dos dels canvis que més han afectat el paisatge del País Valencià, i l'afecten i l'afectaran, són la construcció d'urbanitzacions turísti-

ques i hotels com a Benidorm i Marina d'Or, per un costat, i per l'altre, el desenvolupament de les estructures territorials vinculades: carreteres, autovies i autopistes (AP7), els aeroports d'Alacant-Elx Miguel Hernández i el de Castelló, els nombrosos centres comercials, els parcs temàtics o d'altre tipus (Terra Mítica, Terra Natura, Aqua Natura i Magic Natura, o Aquopolis si anem a Torrevella), els camps de golf, les platges artificials i els ports marítims per a vaixells d'esbarjo. Segons Greenpeace, al País Valencià hi ha 365 quilòmetres de línia interna de platja dels quals, en 2018, ja se n'havia urbanitzat el 74,3 %, tenint en compte les construccions fetes dins dels 500 metres més propers a la costa. Hi trobem tant espais d'edificis construïts exclusivament com a urbanització turística en antigues hortes (és el cas de Marina d'Or) com la transformació de pobles pesquers tradicionals en ciutats turístiques: és el cas de Benidorm i molts altres com Benicàssim, Gandia, el Campello, la platja de Sant Joan d'Alacant o Torrevella.

A més d'aquests dos canvis vinculats al sol i la platja, cal afegir l'adequació dels recursos naturals i del patrimoni com a reclam turístic amb polítiques de preservació, senyalització o interpretació que afecten el paisatge, tant de l'interior com de la costa, i el canvi en els usos d'edificis ja construïts abans de l'arribada del turisme, els quals esdevenen hotels, paradors nacionals, botigues o espais d'oci i restauració com és el cas del Mercat de Colom. ■

Vista del paisatge de la línia interna de platja situada entre el cap de l'Horta d'Alacant i el Campello amb el port marítim destinat als vaixells d'esbarjo en primer pla. La fotografia està presa des del jaciment arqueològic d'Illeta dels Banyets, habilitat per a les visites turístiques. Fotografia: José Miguel Santacreu Cortés.



(turisme, paisatge, patrimoni)

ANTONI VIVES REUS. Professor del Centre d'Ensenyament Superior Alberta Giménez (CESAG) – Universitat Pontifícia de Comillas

PAISATGE I PATRIMONI CULTURAL EN L'ASSOCIACIONISME TURÍSTIC D'INICIS DEL SEGLE XX

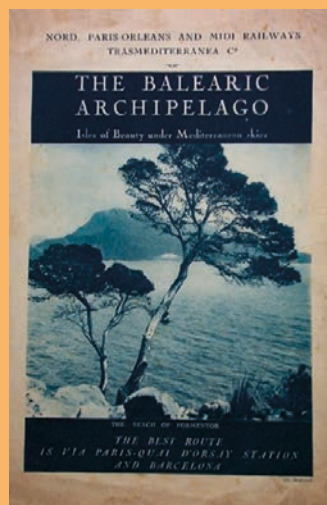
La difusió del patrimoni natural i cultural fou un dels principals objectius que treballaren les primeres associacions turístiques de les Illes Balears, Catalunya i el País Valencià amb la idea de promoure el territori i atreure visitants. Els viatgers del segle XIX i els primers turistes de l'inici del XX conegueren i perceberen un paisatge idíl·lic i amb forts lligams culturals.

EL PAISATGE MEDITERRANI, FONT D'ATRACCIÓ DE VIATGERS

Des de finals del segle XVIII i durant tot el segle XIX ens trobam amb la figura del viatger, un personatge envoltat del romanticisme de l'època i amb profundes inquietuds culturals i de coneixement. Evidentment, quan n'analitzam el perfil social no podem passar per alt que disposava d'un cert estatus privilegiat i d'una situació econòmica acomodada.

Aquest viatger, a més, en termes generals, tenia una sensibilitat especial per tot allò que tenia a veure amb el patrimoni natural i historicoartístic del territori. De fet, fou qui primer captà, s'emocionà i valorà les belleses naturals del nostre paisatge i els valors més característics dels nostres monuments.

[A l'esquerra] Fulletó de promoció turística de les Illes Balears en llengua anglesa editat per la Companyia de Ferrocarrils París-Orleans durant els anys trenta. [A la dreta] Fulletó de promoció turística de les Illes Balears en llengua alemanya dels anys trenta.



Ells foren els vertaders descobridors de les belleses naturals i culturals de la Mediterrània. Es tracta d'una llarga llista d'escriptors, periodistes, artistes, científics, excursionistes o erudits que es desplaçaven fent llargs viatges per la Mediterrània amb l'esperit romàntic de descobrir i conèixer nous indrets. La ferma voluntat d'aquests visitants de transmetre i compartir les seves impressions es pot considerar una de les primeres promocions turístiques d'aquests indrets. Els mitjans utilitzats per aquests il·lustres visitants foren molt diversos. De fet, s'ha de tenir en compte la publicació de llibres, tractats científics, articles, guies i cròniques, la impressió de gravats, o la pintura de quadres, com a alguns dels principals suports escollits. En aquest context mediterrani que volem analitzar s'ha de tenir ben present el protagonisme de Barcelona com a ciutat industrial en procés de canvi durant el segle XIX, que eclipsarà en gran manera els nuclis poblacionals més petits i els veïnats. Això no ens ha d'estranyar: les millores i els beneficis extrets del camp català propiciaran l'aparició d'una burgesia emprenedora que es traslladarà al nucli urbà barceloní i serà capaç de revitalitzar i modernitzar la Ciutat Comtal. Seran precisament aquests canvis els que captaran l'atenció dels viatgers. És evident, però, que aquests canvis interns dins de Catalunya en general i Barcelona en particular no només foren econòmics, sinó que culturalment van donar lloc a la coneguda Renaixença. Aquest moviment, redescobridor de la llengua i cultura catalana i promotors de conèixer les arrels identitàries, ben segur que impulsà el coneixement del territori i les formes de vida rural i, amb això, la difusió de la pràctica excursionista.

Precisament una modalitat excursionista que no podem passar per alt és la basada en el termalisme, una pràctica que s'estendrà des de mitjans del segle XIX fins a la segona meitat del segle XX, i que motivarà un gran nombre de desplaçaments. De fet, els balnearis començaran a multiplicar-se i això farà que el transport ferroviari, entre altres aspectes, hagi d'estar a l'altura de les circumstàncies.

Tampoc no podem deixar de banda tot el que significà l'organització de l'Exposició Internacional de Barcelona de 1888. Aquest esdeveniment motivà molts desplaçaments a la Ciutat.

tat Comtal i a la vegada va fer que es coneguessin millor les altres contrades catalanes.

Un aspecte sovint poc tengut en compte és l'existència d'un interessant nombre de companyies marítimes estrangeres que tenien establertes unes determinades línies i connexions entre els principals ports de la Mediterrània. Això va ser un element fonamental que propicià els desplaçaments de viatgers per uns itineraris que ben segur els oferirien la visió d'un paisatge moltes vegades idíl·lic, i els facilitarien contemplar les belleses dels diferents territoris.

No obstant això, els orígens del turisme actual cal situar-los

a finals del segle XIX i inicis del XX, un moment en què comencen a aparèixer les primeres infraestructures hoteleres i els primers viatges organitzats, i en què la figura del turista agafa protagonisme.

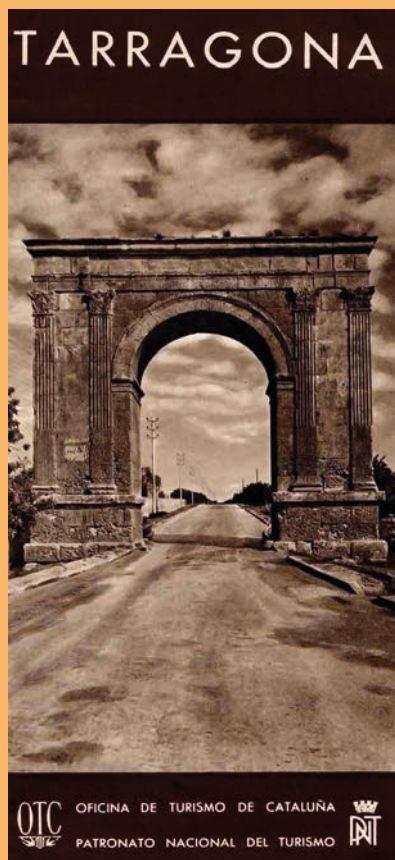
Tot i que en un primer moment els turistes es van desplaçar sobretot durant els mesos d'hivern i pel centre d'Europa, a llocs com França, Suïssa o el nord d'Itàlia, ben aviat quedaren meravellats i atrets per la bellesa i la llum del paisatge mediterrani, en especial el de Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears.

És en aquest context que es començarà a parlar i a generar un debat sobre la idoneïtat o no de fomentar la «indústria dels forasters», una nova font econòmica que a més generaria tot un conjunt de canvis socials.

EL PRIMER ASSOCIACIONISME TURÍSTIC AL VOLTANT DEL PATRIMONI I EL PAISATGE

La defensa i la promoció d'aquest *tourisme* estranger adquiriria un paper important per la iniciativa que estaven desenvol-

Fulletó turístic de Tarragona que editaren l'Oficina de Turisme de Catalunya i el Patronat Nacional de Turisme durant els anys trenta.



lupant algunes associacions turístiques europees sense ànim de lucre. En aquest sentit, s'han d'esmentar les tasques que feien els *sindicats d'iniciativa* (o foment del turisme) i els *touring clubs*, que si bé no eren exactament el mateix tingueren uns objectius semblants.

L'observació i anàlisi del que succeïa a una part de l'Europa occidental, i de com aquesta font econòmica emergent s'estructurava en l'aspecte empresarial, comercial i també social, motivaria fer el mateix a casa. No podem separar el naixement d'aquestes primeres entitats turístiques franceses, italianes i suïsses de final de segle XIX amb el que succeiria a les Illes Balears, Catalunya i el País Valencià.

Així doncs, el context era favorable perquè en aquelles dates es creassin entitats semblants com foren el Foment del Turisme de Mallorca (1905), el Sindicat Valencià per al Foment del Turisme 1 (1906), la Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona (1908), el Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona (1910) o la Societat d'Atracció de Forasters i Turistes de Girona (1914), entre altres. Més endavant també es crearia el Foment del Turisme de Menorca (1932), que havia tengut un precedent el 1909 amb la Societat d'Atracció de Forasters i Excursions, i el Foment del Turisme d'Eivissa i Formentera (1933). Si bé cada una d'elles tingué la seva pròpia història condicionada pel seu territori, també compartiren certs trets importants.

La tasca i les preocupacions d'aquestes entitats no acabà amb la seva constitució, ans al contrari. El camí per recórrer fou llarg i difícil, perquè calia involucrar la major part possible de la població i canviar moltes de les inèrcies existents. En certa manera, aquestes associacions es convertiran en òrgans impulsors de projectes modernitzadors. La seva dèria serà compartida per algunes institucions i persones que des dels contextos respectius també defensaran i donaran suport a aquestes noves iniciatives destinades a fomentar l'activitat turística.

Una característica que comparteixen totes i cadascuna d'aquestes associacions és la defensa pel patrimoni natural i historicoartístic del país i l'organització de circuits, itineraris o excursions que facilitin la difusió d'aquests valors i la vinguda de visitants. Ben segur que tots aquests elements contribuïren a difondre el nostre paisatge i també a crear una certa imatge estereotipada d'aquest.

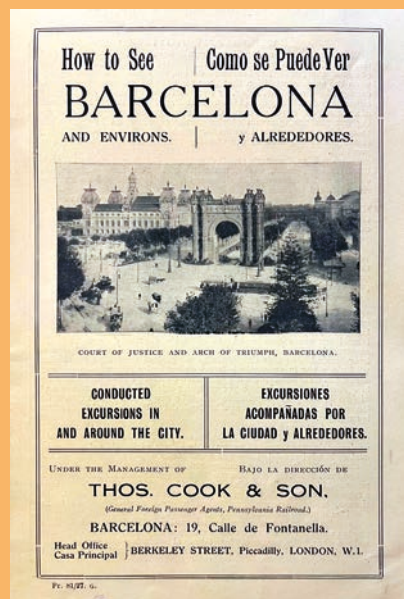
Quant al Foment del Turisme de Mallorca, dins l'article primer dels seus primers estatuts (de 1905) podem llegir: «El "Fomento del Turismo" se funda en Palma de Mallorca con el fin de estudiar y poner en práctica todos aquellos medios que tiendan, en general, á la prosperidad de las Baleares y en particular á facilitar la venida de forasteros y hacerles agradable é interesante su permanencia en estas islas». Crida l'atenció que per dur-ho a terme es dedicaria especialment a «la realización de cuantas mejoras sean conducentes al em-

(turisme, paisatge, patrimoni)

bellecimiento, higiene y comodidad de Palma y en general de toda la región» i també a «facilitar, prácticamente, todo género de excursiones mediante caminos ó senderos, postes indicadores, guías-prácticas, medios de albergue y locomoción y obras de seguridad y defensa en los puntos peligrosos. [...]». A la Ciutat Comtal, la Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona, fundada el 1908 per l'aleshores alcalde Domènec Sanllehy Alrich, també tingué cura des dels inicis de promoure no només els principals valors patrimonials de la pròpia ciutat, sinó que anà més enfora i els feu extensibles a totes les terres catalanes i també balears, ja que «facilitaria a los forasteros que visiten Barcelona las noticias que puedan serles de utilidad respecto a las bellezas naturales y artísticas, no solamente de esta ciudad, sino de toda Cataluña y de las Baleares, como también sobre los hospedajes, itinerarios, medios de comunicación etc.». A més, incloïa entre els seus objectius «El de extender (información) por las demás regiones de España y por el extranjero, utilizando todos los medios de publicidad que se consideren propios, el conocimiento de nuestros tesoros artísticos y bellezas naturales, de las ventajas que ofrece nuestro clima y de la que tiene la situación geográfica de Barcelona como centro de interés de excursiones».

De la mateixa manera, també volem assenyalar que dins els objectius que figuren en els primers estatuts del Sindicat d'Iniciativa de Tarragona (Societat d'Atracció de Forasters i Turistes) figurava «el

Fulletó turístic de Barcelona i els seus voltants, que inclou itineraris per Sant Cugat, Montserrat, Poblet, Tarragona, Girona, Vic i Sitges. També convidava a fer un viatge d'uns dies a les Illes Balears. Material editat per l'agència Thomas Cook & Son.



de facilitar á los forasteros que visiten Tarragona los medios que puedan serles útiles respecto a las bellezas naturales y artísticas arqueológicas de esta ciudad, como también sobre los hospedajes, itinerarios, vías de comunicación, etc.». En el cas més concret de Tarragona, hi deia: «Siendo Tarragona centro de interesantes excursiones, facilitar á los turistas las informaciones necesarias para visitar los monasterios de Poblet y de Santas Creus, el acueducto romano,

sepulcro de los Scipiones, el Médol, Tamarit, Centellas, etc. El de hacer una activa propaganda por medio de la prensa, folletos, hojas, carteles, conferencias y todos los medios de publicidad que se consideren propios para extender el conocimiento de nuestros tesoros artísticos, de las bellezas naturales, de las ventajas que ofrece nuestro clima, en fin de la soberbia situación geográfica de nuestra Tarragona».

La creació i inici dels treballs de la Societat d'Atracció de Forasters i Turistes de Girona el 7 de maig de 1914 suposà una fita important per a la ciutat i la província de Girona. Si bé les tasques d'aquesta entitat tingueren un caràcter general com era el de facilitar l'arribada de visitants, moltes de les seves activitats se centraren en la difusió de les belleses naturals, artístiques i arqueològiques de la ciutat. De fet, l'entitat «facilitaria a los forasteros que visiten Gerona, los medios que puedan serles útiles en lo referente a las bellezas naturales, artísticas y arqueológicas de esta capital, como también sobre los hospedajes, itinerarios, vías de comunicación, etc.». A més, tenia l'objectiu de «Siendo Gerona centro de interesantes excursiones, facilitar a los turistas las informaciones necesarias para visitar las excavaciones que se practican en Ampurias, como también la región volcánica de Olot, las bellezas románicas de San Pedro de Roda, Besalú, San Juan de las Abadesas, Santa María de Ripoll, las notables fábricas de corcho de Palafrugell, Palamós y San Feliu de Guixols, etc.», les quals admetia que aleshores que eren «poco conocidas».

EL PAISATGE COM A PRINCIPAL ELEMENT DE PROMOCIÓ TURÍSTICA

Quan parlem d'entitats, no podem deixar d'analitzar els seus integrants. Així, resulta cabdal posar en valor les idees que tingueren les persones que estaren al capdavant d'aquestes associacions turístiques, ja que conjugaren dos aspectes avui en dia difícils de mantenir: d'una banda, la visió general que tenien de la importància dels trets identitaris, i de l'altra, la difusió d'aquests valors als visitants.

Si analitzem algunes de les principals accions d'aquestes persones, ens adonem que tingueren cura de l'organització i gestió de rutes i itineraris, l'organització o col·laboració en les festes populars, el suport a la restauració de monuments, la senyalització dels trets patrimonials, l'obertura de museus i altres iniciatives semblants.

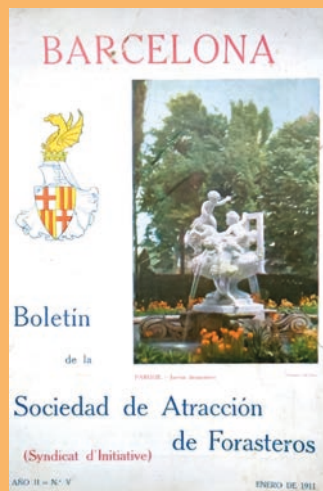
Tota aquesta primera etapa, que situàrem fins a l'inici de la Guerra Civil, va ser molt prolífica en la publicació de materials de promoció turística. Ens referim a l'edició de cartells (de petit o gran format), fulletons, pamflets, llibres, guies, quaderns, àlbums fotogràfics, postals i segells, entre altres. En aquesta anàlisi de materials no podem obviar el pes que tingué la fotografia, que esdevingué el principal recurs a l'hora de captar l'atenció. Ja a partir dels anys vint i trenta comen-

çarem a parlar tímidament d'alguns materials audiovisuals que ampliaren aquest camp de la promoció.

La temàtica de la major part d'aquests materials anà enfocada a difondre les principals belleses del paisatge natural, en especial el costaner, així com els principals monuments arqueològics o que formen part del patrimoni historicoartístic. Criden l'atenció alguns elements que es repeteixen a cada un d'aquests indrets: mar, platja, pins, sol, llum, color, monuments, transports, etc. Tots formen una simbiosi perfecta que motivaria el desig de desplaçar-se a conèixer aquestes terres mediterrànies.

A més, quan analitzam el vessant artístic d'aquests materials hem de tenir present l'impressionisme pictòric de la primera meitat del segle xx. Fou un estil que conjugà lluminositat i color, dos elements molt presents que tant pintors

Butlletí de la Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona. Portada de l'exemplar del número de gener de 1911. Una de tantes publicacions que edità aquesta associació per promoure el turisme a la Ciutat Comtal i a les terres de parla catalana.



com il·lustradors saberen utilitzar per crear una visió emotiva, afable i sobretot idíl·lica del paisatge.

Per ventura un dels principals elements que posen de relleu l'interès de les persones que formaven part d'aquestes associacions fou la seva admiració vers el paisatge i el patrimoni cultural. Per això agafà molta força la pràctica i la difusió de l'activitat excursionista. I és que, a més d'organitzar sortides per a la seva gent, amb guies o sense, també col·laboraren posant tots els mitjans perquè grups estrangers d'altres llocs ens visitessin i coneguessin les nostres terres.

L'organització d'itineraris culturals per les principals ciutats i pobles, la construcció de miradors de muntanya pel simple fet de gaudir del paisatge, la gestió dels serveis de guies intèrprets o la correcta senyalització dels monuments arqueològics i artístics són altres accions que es dugueren a terme des d'aquestes entitats.

Quant a la difusió de l'excursionisme, també cal considerar l'edició de tot un conjunt de publicacions generals i especialitzades (llibres, guies, opuscles i revistes) que pretenien promoure el contacte amb la natura i els elements patrimonials, uns materials que avui són de gran interès. Potser entre tots ells, per la seva quantitat i varietat, cal destacar els nombrosos materials que edità la Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona.

Per això no ens ha d'estranyar que en aquestes associacions es creessin grups excursionistes, col·lectius alguns d'ells que encara desenvolupen les seves activitats i que adquiriren una destacada importància i consolidació social. ■

Nota

1. Sembla que ja es creà un sindicat d'iniciativa el 1906 dins els locals del Cercle de Belles Arts de la ciutat de València, encara que fou acollit amb molta frivolitat i no fou fins el 1919 quan es gaudí d'una gran embranzida amb la creació de la Societat Valenciana per al Foment del Turisme (Foment del Turisme de València).

Bibliografia

Antonio ALBAREDA, *El turismo en España*. Barcelona: Establecimiento Gráfico Tomás (aproximadament 1910).
 Carlos ARCOS CUADRA, *De las grandes ventajas económicas que produciría el desarrollo del turismo en España* (1909); *La industria del turismo en España* (1918). Barcelona: Reed. Servicio de Estudios de Banca Mas Sarda, 1974.
 Antonio ARIÑO VILLARROYA, «Fiesta y turismo en la Comunidad Valenciana», *Revista Valenciana d'Estudis Autònoms*, núm. 25 (quart trimestre 1998), p. 165-176.
 Albert BLASCO PERIS, *Barcelona Atracción (1910-1936). Una revista de la Sociedad de Atracción de Forasteros*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2005. Tesi doctoral.

DD.AA., *Welcome! Un segle de turisme a les Illes Balears*. Barcelona: Fundació La Caixa, 2000.

Núria GALÍ; José Antonio DONAIRE, «La història del turisme a la ciutat de Girona», *Revista de Girona*, núm. 239 (novembre-desembre 2006), p. 34-41.

Climent PICORNELL; Francesc SASTRE; Sebastià SERRA (dirs.), *Turisme i societat a les Illes Balears*. Palma: Conselleria de Turisme, 2002. Suplement del *Diari de Balears*.

Sebastià SERRA BUSQUETS, «El turisme, fenomen del segle xx», en *Els elements de canvi a la Mallorca del segle xx*. Palma: Ed. Cort, 2001, p. 99-175. Col. Els Ullals, núm. 5.

Antoni VIVES REUS, *Història del Foment del Turisme de Mallorca (1905-2005)*. Palma: Foment del Turisme de Mallorca, 2005.

Antoni VIVES REUS, *Història del Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona (1910-2010)*. Tarragona: Ed. Universitat Rovira i Virgili i Centre d'Estudis Històrics i Socials Guillem Oliver, 2019.

(patrimoni)

JOSEP M. FIGUERES. Universitat Autònoma de Barcelona

L'ARXIU FOTOGRÀFIC CENTRE EXCURSIONISTA DE CATALUNYA, UN TRESOR VISUAL

Al final del segle XIX es generalitza en els àmbits culturals catalanistes el foment de l'excursionisme com una activitat formativa i de relació social bàsica. Aleshores —simultàniament amb el conreu literari, amb iniciatives com els jocs florals, les revistes literàries, les lectures poètiques o el primer teatre— s'enceta i s'activa el coneixement de la història i el que ara coneixem com a defensa i protecció del patrimoni. Tot això van ser tasques del conjunt d'entitats catalanistes, culturals i polítiques alhora, escampades arreu del país. La iniciativa de conèixer la natura, els monuments i els indrets diguem-ne més espectaculars per altitud, exotisme o desconeixement a causa de la llunyania de la Catalunya urbana, neix de la voluntat de conèixer Catalunya i preservar-ne els monuments més representatius. No és pas un simple entreteniment de veure muntanyes o accidents geogràfics espectaculars com els llacs del Pirineu. S'anirà als monestirs en decrepitud augmentada pels aldarulls del 1835 i s'editaran memòries per a la restauració: així es parla de Ripoll o Sant Cugat del Vallès. Les revistes com el *Butlletí de l'Associació Catalanista d'Excursions Científiques* (1878-1891), entre altres, seran fonamentals en aquest projecte de conèixer el país per millorar-lo. Podem veure-les al web obert del Dipòsit Digital Documental de la UAB (ddd.uab.cat). Quan les dues entitats excursionistes barcelonines més rellevants, l'Associació d'Excursions Catalana i l'Associació Catalanista d'Excursions Científiques, es fusionaren, de la unió de les seves publicacions va sorgir el *Butlletí del Centre Excursionista de Catalunya* (CEC), que el 1901 publicava fotografies en primera pàgina.

Pau Casals jugant a tennis a Sant Salvador (el Vendrell), 1912-1918. Autor: Josep Maria Co de Triola (AFCEC_CO_X_0581).



Aquest serà el primer origen del gran fons d'imatges que té el CEC avui en dia, fruit de donatius i adquisicions al llarg dels anys. Les peces més antigues són uns col·lodions de 1860. L'empenta al llarg de tot el segle XX té un promotor destacat: Geroni Martorell, impulsor de la iniciativa *L'inventari gràfic de Catalunya*, títol d'una conferència editada com a opuscle (digitalitzat i en accés obert al mateix web del CEC) on detalla els seus objectius. Hi exposa que les imatges, fotografies, dibuixos i gravats «són considerats avui elements indispensables per a l'estudi dels pobles i de les civilitzacions» i fa una crida als socis per obtenir imatges en un degotall que fins avui no s'ha aturat.

Els socis respongueren, i ultrapassaren el marc de Catalunya i el Pirineu com a centre. Arribaren donatius de fotografies, dibuixos i altres materials d'Europa, Amèrica o el Japó (aquest abril el CEC presentà una singular exposició de fotografies d'aquest arxipèlag preses cap al 1880). El resultat són uns fons importants que s'han obert sempre als estudiosos, amb gairebé 750.000 imatges que han estat digitalitzades i catalogades amb el suport de l'Obra Social de la Caixa.

El contingut és lògicament l'excursionisme, amb una perspectiva molt àmplia que al llarg de més d'un segle de vida s'ha anat enriquint constantment. Destaquem només l'Estudi de la Masia Catalana, un projecte patrocinat pel mecenes —desconegut i fonamental— Rafael Patxot i Jubert sobre aquesta institució, veritable fàbrica al bell mig dels camps o boscos de conreu, que aplega 7.505 imatges de 1.500 masies de Catalunya i les Illes Balears. Totes aquestes imatges es poden veure fàcilment a Memòria Digital de Catalunya, on hi ha uns tres milions d'objectes digitalitzats.

També tenen molta importància els fons personals, amb diapositives de vidre que il·lustraven les conferències que tradicionalment tenien lloc a la seu de l'entitat i fotografies més recents dels socis viatgers i excursionistes. La col·lecció, d'unes deu mil imatges, la podem veure digitalitzada al mateix web de Memòria Digital de Catalunya, amb útils cercadors. Per exemple, hi podem trobar fotos del claustre del monestir de Sant Cugat del Vallès (1920), de l'església de Sant Esteve de Vila-sacra (1994) o dels capitells del claustre del monestir de Bellpuig de les Avellanets (s/d).

El fons també té importància fotogràfica estricta pels suports. A més de les imatges, conserva una col·lecció d'instruments fotogràfics amb càmeres de totes les èpoques, ampliadores, equipaments diversos, llibres i documents tècnics.

Copa Tibidabo 1914, Barcelona. Autor: Josep Maria Co i de Triola (AFCEC_CO_X_0670).



La memòria divulgativa diu: «L'Arxiu també es caracteritza per allotjar-hi força diversitat de procediments fotogràfics: procediments prefotogràfics com llanternes màgiques, i pròpiament fotogràfics com col·lodions, nitrats de cel·lulosa, gelatino-bromurs sobre placa de vidre o paper, acetats, polièsters, excepcionalment més d'un miler d'autocroms, així com còpies sobre paper a l'albúmina, cianotípies, o processos pigmentaris de tendència pictorialista».

L'Arxiu Fotogràfic del Centre Excursionista de Catalunya (AFCEC) ocupa dues plantes de la seu social i és consultat habitualment per periodistes, historiadors, documentalistes i professionals diversos que elaboren documentals, llibres i altres projectes, que hi poden obtenir imatges d'època. Així, si mirem un any a l'atzar de les memòries de l'entitat, el 2011 hi va haver 733 consultes que es beneficiaren dels fons. D'altra banda, el CEC ha rebut diversos guardons que reconeixen la importància del fons i de l'activitat dels socis, excursionistes i científics.

Alguns dels fons més destacats són els següents:

Adolf Zerkowitz Schlesinger: fotògraf professional que viatjà a Indoxina l'any 1929.

Albert Oliveras i Folch (1900-1989): empresari amb una notable activitat dins de la secció de Muntanya del CEC.

Arnau Izard i Llonch: autor d'imatges de diverses comarques catalanes (especialment del Vallès).

Camil José i Guiu (1938-1991): des de 1969 fotografia indrets de Catalunya, el País Valencià i Mallorca. Travessa el Pirineu des del Cantàbric fins a la Mediterrània.

Carles Fargas i Bonell (1884-1942): les seves fotografies són una mostra detallada de la societat burgesa de la Barcelona de principis del segle xx.

Cèsar August Torras i Ferrer (1852-1923): imatges del medi natural i gran quantitat d'edificacions civils i religioses des de finals del segle XIX fins als inicis del xx.

Enric Ribas i Virgili (1895 -1938): fons amb dues parts ben diferenciades. La primera aplega fotografies familiars, el viatge de noces a Mallorca, paisatges muntanyencs i diverses escenes en una oficina. La segona està formada per reproduccions de mapes i sistemes de representació cartogràfica.

Francesc Blasi i Vallespinosa (1872-1951): fotografies de viles de Catalunya i els seus aspectes monumentals, de la província d'Osca, i de viatges a Rússia, els Estats Units, Egipte, el Marroc i països europeus.

Frederic Bordas i Altarriva: imatges preses durant els darrers anys del segle XIX i els primers del xx.

Ignasi Canals i Terrats (1896-1986): fotografies de la seva activitat muntanyenca, i de viatges per Espanya i Europa.

Jean Thomas: tres sèries que documenten tres viatges a les colònies de la Guinea i del Níger i el desert algerià.

Joaquim Morelló i Nart (1858-1926): imatges de les Valls d'Àneu, amb retrats dels habitants, i de tot Catalunya, en especial de Barcelona (construcció de l'Hospital de Sant Pau). També de ciutats espanyoles i europees.

Josep Maria Có i de Triola (1884-1965): fotografies relacionades amb qualsevol tipus d'esport arreu de Catalunya a principis del segle xx.

Josep Puntas i Jensen: imatges que reflecteixen l'evolució de l'autor, de l'àmbit familiar i urbà (generalment de Barcelona) i de l'alta muntanya del Pirineu català i aragonès, i també dels Alps.

Josep Roig i Trinxant: escenes familiars i d'estiueig a la Costa Brava, a la Cerdanya i a Núria de les dècades de 1940 a 1970. També nombrosos actes polítics del règim franquista, curses de cotxes i motos celebrades a Montjuïc, etc.

Juli Soler i Santaló (1865-1914): les fotografies més primerenques, de finals del segle XIX, recullen aspectes monumentals de diverses comarques de Catalunya i de Mallorca. Posteriorment la temàtica és pirinenca, amb imatges des del Cap de Creus fins als cims de tres mil metres del Pirineu central.

Julio Conceição Fernandes i altres autors: imatges de diversos fotògrafs desconeguts sobre Portugal. La part produïda per J. Matias inclou fotografies de vaixells de guerra, de Macao i Shanghai, i retrats de geishes.

Lluís Estasen i Pla (1890-1947): imatges obtingudes per aquest escalador excepcional, sense cap referència geogràfica o temàtica.

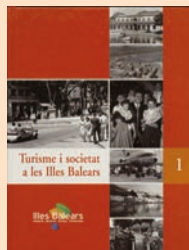
Lluís Llagostera i Pasqual: especialment interessant pel viatge de 1909 a les illes Spitzberg, a l'oceà Polar Àrtic.

Lluís Marian Vidal i Carreras (1842-1922): imatges d'entre 1880 i la primera dècada del segle xx, amb escenes de mines, paisatges i persones del Pirineu i de pobles diversos de Catalunya i Andorra

Manuel Pinilla i Campoamor: fotografies tant de Catalunya com de viatges per Europa.

Batlle i Llibreter: és un dels més antics, dels voltants de 1870, amb mig centenar de plaques de vidre, alguna d'estereoscòpica, i retrats i reproduccions d'obres artístiques.

(ressenyes)



C. PICORNELL; F. SASTRE; S. SERRA (dirs.)
Turisme i societat a les Illes Balears
 (vol. 1 i 2)

Palma: Hora Nova / Diari de Balears, 2002

L'obra *Turisme i societat a les Illes Balears*, dirigida pels professors Climent Picornell, Francesc Sastre i Sebastià Serra, és una aportació cabdal per entendre la transformació profunda que ha experimentat la societat balear a causa del turisme. Es va difondre inicialment com a col·leccionable dominical a través del *Diari de Balears*, en seixanta fascicles que posteriorment es van compilar en dos volums amb més de mil pàgines. Aporta una visió multidisciplinària que apareix combinada amb una vocació divulgativa sense renunciar al rigor acadèmic. Hi van participar més d'una vintena d'especialistes de la Universitat de les Illes Balears (UIB) entre els quals hi havia geògrafs, historiadors, economistes, sociòlegs, antropòlegs i biòlegs. Cal destacar la tasca de recopilació dels documents gràfics que il·lustren els continguts, des de fotografies històriques a d'altres fetes expressament durant la redacció de l'obra.

L'obra s'organitza en diversos blocs temàtics que aborden el turisme des de diferents angles:

Història i evolució del turisme. S'analitza el desenvolupament històric del turisme a les Balears, des dels inicis fins al segle XXI, destacant fites com l'aprovació de l'Estatut d'Autonomia el 1983 i el creixement exponencial de la demanda turística en les dècades següents.

Oferta bàsica i complementària. Es descriuen els espais turístics a les diferents illes i les diverses opcions d'allotjament i oci disponibles, incloent-hi hotels, apartaments, càmpings, agroturisme, restaurants, bars, camps de golf, ports esportius, sales de festes i altres serveis dirigits al turista.

Agents socials i econòmics. S'estudia el paper dels empresaris, treballadors, cadenes hoteleres i sindicats en la configuració de la indústria turística, així com les relacions econòmiques entre aquests agents.

Demanda i fluxos turístics. S'analitzen els perfils dels visitants, les seves motivacions, la despesa efectuada i els segments de mercat. Així s'ofereix una visió detallada de la demanda turística.

Intermediació turística. Es tracta el paper de les agències de viatges i els majoristes en la promoció i venda de productes turístics.

Impacte institucional i polític. S'examina com el turisme ha influït en les institucions i la vida política de les Illes Balears, així com les polítiques públiques relacionades amb el sector.

Infraestructures i comunicacions. Es dedica un espai a les infraestructures bàsiques per al turisme, com els transports i les comunicacions, essencials per al desenvolupament de l'activitat turística.

Promoció i imatge turística. S'estudia com s'ha construït i difós la imatge de les Balears com a destinació turística, i com aquesta ha influït en la percepció externa i interna de l'arxipèlag.

Impacte ambiental i cultural. Es reflexiona sobre com el turisme ha afectat els recursos naturals, el paisatge i la cultura locals, i sobre els reptes associats a la sostenibilitat.

Es pot valorar *Turisme i societat a les Illes Balears* com una obra de referència que ofereix una visió completa i matisada del fenomen turístic a l'arxipèlag.

Aquesta obra convida a una reflexió crítica sobre el model turístic actual i les seves implicacions per a la societat i el medi ambient. De fet, aquest futur d'aleshores s'ha vist sobrepassat per un creixement, del tot desbocat, per una demanda turística i els corresponents impactes sobre la societat, l'economia i el territori que han superat les expectatives i els desitjos.

En definitiva, *Turisme i societat a les Illes Balears* és una contribució essencial per a l'estudi del turisme com a fenomen social i econòmic. Amb una visió actual, aporta elements d'anàlisi del turisme a les Illes Balears, tot i que els aspectes quantitatius que tracta han esdevingut històrics i per tant cal una actualització de les dades.

Es pot consultar al següent enllaç, gràcies a la digitalització per part dels serveis de la biblioteca de la UIB: https://ibdigital.uib.es/greenstone/sites/mallorca/collect/turisme-Societat/index/assoc/Turisme_/Societat/_vol01.dir/Turisme_Societat_vol01.pdf

ANTÒNIA RIPOLL MARTÍNEZ. Professora de la EUHIB



Atles del Turisme a Catalunya. Mapa nacional de l'oferta i els productes turístics

Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2009

Aquesta obra és el resultat de l'execució del Pla Estratègic del Turisme (2005-2010). La va dirigir el geògraf Francesc López Palomeque de la UB i 44 autors van participar en el projecte. Es pot consultar impresa i en el següent enllaç: <http://www.atlesturismecatalunya.cat/> El volum, de 521 pàgines, ofereix una visió sistèmica del sector turístic. S'hi tracten els temes següents: aspectes del medi natural; paisatge; història i cultura; recursos naturals; activitats turístiques; equipaments i organització d'esdeveniments; atracció de visitants; anàlisi i avaluació de l'oferta i dels turistes; oferta i productes; tipologies i entorns, i estructura socioeconòmica i territorial.

A través de mapes, gràfics, fotografies i dades, ens permet entendre l'evolució del turisme, com també els principals destins, infraestructures i tendències. La publicació destaca que la diversitat de l'oferta turística ha contribuït a consolidar Catalunya com una de les destinacions més visitades d'Europa, amb una combinació de turisme cultural, patrimonial, de sol i platja, rural i de natura. El llibre també analitza els impactes del turisme i en posa de manifest tant els beneficis com els desafiaments. S'hi reflecteixen temes com la saturació, la necessitat de sostenibilitat i la gestió dels recursos per garantir un turisme equilibrat i respectuós amb el medi ambient.

És una eina valuosa per al conjunt de la societat, perquè ajuda a entendre l'evolució d'aquest sector fins al 2009 i les tendències que s'hi perceben.

És una referència per entendre com el turisme ha modelat i continua influenciant Catalunya, que ofereix una visió clara i rigorosa de la situació. A més, explica l'evolució, la realitat del sector i la seva influència, que ha desembocat en l'actualitat i les problemàtiques del present, moltes d'elles ja diagnosticades i futuribles.

En resum, a banda de ser imprescindible per entendre la interacció del fenomen del turisme i el territori, resulta una gran eina per al coneixement general de Catalunya.

ANTÒNIA RIPOLL MARTÍNEZ. Professora de la EUHIB



Bases per a una estratègia de paisatge a Mallorca

Departament de Territori, Urbanisme i Patrimoni, Consell de Mallorca, 2010

El volum *Bases per a una estratègia de paisatge a Mallorca*, publicat pel Consell de Mallorca, representa un exercici rigorós d'anàlisi i proposta per a la gestió integrada del paisatge insular. L'obra s'inscriu en el marc conceptual de la Convenció Europea del Paisatge (Florència, 2000) i planteja una aproximació transversal i holística al paisatge, entenent-lo com a construcció cultural, patrimoni col·lectiu i recurs estratègic per al desenvolupament sostenible.

Des d'una perspectiva metodològica, el llibre articula una diagnosi exhaustiva dels sistemes paisatgístics de l'illa (agraris, forestals, urbans i litorals) mitjançant criteris geogràfics, històrics i ecològics. A través de cartografies temàtiques, fitxes descriptives i fotografies comparatives, s'estableixen tipologies de paisatge i es detecten tant els valors com les problemàtiques associades a cada unitat. La dimensió visual i perceptiva del paisatge es combina així amb una lectura funcional i estructural del territori.

L'aportació principal del text rau en la formulació d'un marc estratègic per a la gestió del paisatge, que proposa línies d'actuació orientades a la conservació, la restauració i la valorització dels paisatges, especialment en contextos de pressió urbanística i turística. S'hi subratlla la necessitat d'articular polítiques paisatgístiques amb instruments d'ordenació territorial, planificació sectorial i participació ciutadana, promovent una gestió col·laborativa i proactiva.

En conclusió, *Bases per a una estratègia de paisatge a Mallorca* constitueix una contribució rellevant tant des del punt de vista acadèmic com aplicat. La vocació interdisciplinària i l'enfocament orientat a l'acció converteixen l'obra en una eina fonamental per a tècnics, planificadors, investigadors i responsables polítics implicats en la gestió del territori i del paisatge.

ANTÒNIA RIPOLL MARTÍNEZ. Professora de la EUHIB

(tria de novetats)



Ferran MODINOS; Cèlia MALLAFRÉ
L'arribada del ferrocarril a les Terres de l'Ebre
Un patrimoni industrial, passat, present i futur
 Terrassa: MNACTEC, 2024. 100 p.

Aquest llibre ofereix una mirada profunda a l'impacte que va tenir l'arribada del ferrocarril a les Terres de l'Ebre, i en destaca la importància com a motor de canvi econòmic, social i territorial. A través d'una anàlisi històrica i patrimonial, l'obra revisa el passat ferroviari de la regió, la seva evolució i els reptes actuals de la conservació i valorització d'aquest patrimoni industrial. També planteja propostes de futur per integrar aquest llegat al desenvolupament local sostenible. És un treball rigorós i divulgatiu que convida a redescobrir el paper clau del ferrocarril en la història ebrenc. La publicació és resultat de l'ajut de recerca Francesc Salvà i Campillo (2020).



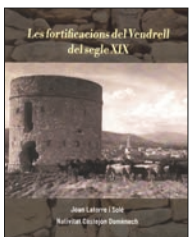
Antoni MADUEÑO
L'art de trobar i la joglaria al Comtat d'Empúries
 Castelló d'Empúries:
 Ajuntament i Centre d'Estudis
 Trobadorescos, 2024. 189 p.,
 10 €.

Aquest llibre explora l'art de trobar (la poesia trobadoresca) i la joglaria al comtat d'Empúries durant l'edat mitjana, un període de gran efervescència cultural a la Corona d'Aragó. A través de documents, textos poètics i fonts historiogràfiques, l'obra analitza el paper dels trobadors i joglars com a transmissors de cultura, i també la seva presència a les corts comtals. Així mateix estudia la relació entre la producció lírica i el context polític, social i lingüístic de l'època. Amb un enfocament rigorós però accessible, el llibre contribueix a la recuperació d'un patrimoni literari ric i sovint oblidat, i revela la vitalitat cultural de l'Empordà medieval dins de l'univers trobadoresc.



Jordi CASANOVAS (coord.)
Veïns i motius del carrer del Camí Ral de Vilassar de Mar 1836-2022
 Vilassar de Mar: Centre d'Estudis
 Vilassarencs, 2024. 113 p., 10 €

El llibre, coordinat per Jordi Casanovas i Berdaguer, és una obra coral que recull la història social i urbana d'un dels carrers més emblemàtics del municipi. Per mitjà de la recerca documental i la memòria oral, el llibre explora l'evolució del carrer des del segle XIX fins a l'actualitat, destacant la tradició dels motius o malnoms que identificaven les cases i les famílies. Aquests malnoms, com Cal Fuster o Cal Xic, eren una forma popular de referència que reflectia l'ofici, el caràcter o alguna anècdota associada als habitants. L'obra també ofereix un recorregut per les transformacions arquitectòniques i socials del carrer, i fa valer el patrimoni local i la identitat col·lectiva de Vilassar de Mar.



Joan LATORRE; Nativitat CASTEJÓN
Les fortificacions del Vendrell del segle XIX
 El Vendrell: Arxiu Comarcal del
 Baix Penedès, 2024. 207 p., 18 €.

El llibre analitza el sistema defensiu del Vendrell durant el segle XIX, en un context marcat per les guerres carlines i els canvis polítics i socials que afectaren profundament el territori català. L'obra estudia les fortificacions militars construïdes a la vila, com ara baluards, redutes i altres estructures, de les quals documenta l'origen, la funció i l'evolució. Fent servir plànols, fonts d'arxiu i anàlisi històrica, es reconstrueix el paper estratègic del Vendrell com a punt clau en la defensa del litoral i de les comunicacions interiors, i també s'identifiquen estructures dins del traçat urbà de la ciutat.



DD.AA.
Del Penedès als camps d'extermini nazis
 Vilafranca del Penedès: Institut
 d'Estudis Penedesencs, 2024.
 389 p., 20 €.

Coincidint amb el 80è aniversari de l'alliberament dels camps nazis, l'Institut d'Estudis Penedesencs publica aquest llibre que documenta el destí dels deportats de quatre comarques penedesenques. Dividit en dues parts, la primera contextualitza el període històric, des de l'Europa d'entreguerres fins a l'exili republicà, l'internament a camps francesos, la deportació als camps nazis i l'alliberament. La segona part aprofundeix en la realitat dels 124 deportats penedesencs, amb fitxes biogràfiques detallades de cadascun que en tracten la trajectòria, la captura i l'estada als camps. Mauthausen fou el destí més comú, amb 114 víctimes, seguit de Dachau, Buchenwald i Flossenbürg. Només 29 deportats sobrevisqueren. L'obra vol mantenir viu el record i reafirmar el compromís de «Mai més».

**JORDI TUSET****1924-2024.**

De l'Escola del Treball a l'Institut Jaume Huguet. Cent anys fent escola

Valls: Institut d'Estudis Vallencs, 2025. 237 p., 22,10 €.

Aquest llibre commemora el centenari de l'Institut Jaume Huguet de Valls, fundat com a Escola del Treball el 1924. A través d'una anàlisi detallada, l'obra recorre l'evolució del centre al llarg d'un segle i en destaca els canvis de nom, ubicació i oferta formativa. Amb testimonis, documents històrics i imatges, es posa en relleu el paper fonamental de l'institut en la formació professional i cultural de la comarca. El llibre també reflecteix els valors que han perdurat al llarg del temps: compromís amb les persones, esforç i potenciació del talent local. És una obra imprescindible per comprendre la trajectòria educativa i social d'una institució clau a l'Alt Camp.

**Lluís Marc HERRERA**

Orfeo Lleidatà Més de 160 anys de compromís (1861-2024)

Lleida: Fundació Orfeo Lleidatà, 2025. 240 p., 20 €.

Aquest volum, escrit pel músic i doctor en història Lluís Marc Herrera, recull per primera vegada la trajectòria completa de l'Orfeo Lleidatà des de la seva fundació el 1861 fins a l'actualitat. El llibre destaca el paper fonamental de l'entitat en la promoció del cant coral, l'educació musical i la dinamització cultural de Lleida i les terres de Ponent. Amb una mirada històrica i social, també posa en relleu figures clau com Lluís Virgili i Farrà i analitza com l'Orfeo ha estat un referent de resistència cultural i catalanisme en èpoques difícils. És una obra essencial per entendre l'impacte de la música coral en la construcció de la identitat cultural lleidatana.



Plaça Vella, núm. 65

Castellar del Vallès: Centre d'Estudis i Arxiu d'Història Castellar del Vallès, 2025. 201 p., 15 €.

El darrer número de la revista Plaça Vella, editada pel Centre d'Estudis de Castellar del Vallès, està dedicat a la figura de Blai Blanquer Mercer, que va ser alcalde i jutge de pau de Sant Esteve de Castellar. L'obra en repassa la trajectòria vital i el compromís amb la comunitat, destacant el paper que va tenir en la vida política i social del municipi. Mitjançant testimonis, documents i anàlisis històriques, ofereix una visió detallada de la seva contribució al desenvolupament local i a la cohesió social. La publicació és una aportació significativa a la memòria històrica de Castellar del Vallès i reivindica el llegat de Blai Blanquer Mercer.



Antonio SÁNCHEZ Si las piedras hablaran

Bunyol: Instituto de Estudios Comarcales Hoya de Buñol-Chiva, 2024. 64 p., 15 €.

L'obra ressegueix la trajectòria d'Antonio Sánchez, un escultor autodidacta nascut el 1946 a Xiva (València), especialitzat en la talla de pedra. Amb més de quaranta-cinc anys de trajectòria, ha treballat en diverses pedreres del País Valencià i ha impartit classes de talla i escultura en pedra a escoles taller de Xiva i Xest. La seva obra es caracteritza per una profunda connexió amb el material, respectant la naturalesa de la pedra i integrant-la en l'entorn natural. El llibre esdevé un catàleg amb la recopilació d'algunes de les seves obres més reconegudes, d'estètica orgànica, amb formes suaus, corbes i suggeridores, que evoquen la natura, el cos humà o símbols arquetípics.



Jordi MAÍZ Generació Llibertària Una introducció al jovent anarquista de Menorca (1922-1937)

Benissalem: Calúmnia Edicions, 2024. 88 p., 6 €.

Aquest llibre ofereix una aproximació històrica al moviment llibertari juvenil a Menorca entre 1922 i 1937, en què destaca la creació i evolució de les Jovenuts Llibertàries a l'illa. Per mitjà d'una anàlisi rigorosa, l'autor contextualitza l'activisme anarquista menorquí dins dels esdeveniments polítics i socials de l'època, que inclouen la Segona República i els inicis de la Guerra Civil. Amb només 83 pàgines, l'obra sintetitza la trajectòria d'aquest col·lectiu i posa en relleu figures i accions que van contribuir a la lluita per la llibertat i la justícia social. És una lectura essencial per als interessats en la història del moviment obrer i l'anarquisme a les Illes Balears.

(taulell)

198

1
2
6
10
14
18
20
22
24

SUPLEMENT GRATUÏT DE LA REVISTA L'AVENÇ núm. 521

JOSEP M. GRAU PUJOL. Centre d'Estudis de la Conca de Barberà

BALANÇ DEL RECERCAT 2025 A MONTBLANC (8-11 DE MAIG)

Si els centres d'estudis estan escampats arreu de la geografia dels països de parla catalana, és lògic que les trobades anuals siguin descentralitzades. Les Terres de l'Ebre n'han acollit dues (a Amposta el 2006 i a Tortosa el 2021), el Camp de Tarragona dues (a la vella Tàrraco el 2012 i a Reus el 2017) i el Baix Penedès una (al Vendrell el 2020). El Centre d'Estudis de la Conca de Barberà va presentar la seva candidatura per al 2025, amb el suport incondicional de l'Ajuntament de Montblanc i el seu Consell i Museu comarcals.

L'esforç de l'IRMU i la Coordinadora de Centres d'Estudis va ser ingent i efectiu. Tres exposicions es van poder visitar a pocs metres de la carpa situada a la plaça immediata a la nau gòtica de Sant Francesc: *Ateneus. Arquitectures; Pedra sobre pedra. Construccions de pedra seca a la Baixa Segarra*, i *El País d'Estellés, l'Estellés del País*, a més de la titulada *Joan Amades: la memòria d'un poble*, instal·lada al Museu Comarcal. Recercat no fou únicament una exposició de les publicacions locals i comarcals, sinó que mostrà diferents projectes de les entitats: des de les tradicions, com ara els balls i els jocs, a la gestió de l'aigua, la recuperació de la història de les dones a Valls o el web Somentitats de la Federació d'Ateneus, per esmentar-ne alguns. Mosaic Recercat va oferir audiovisuals de temàtica diversa, com la història oral de Pira, els tocs manuals de les campanes i la vida de les matonaires. No hi faltà la reivindicació del domini .cat i del paper de les entitats en relació amb el patrimoni. La preocupació pel relleu generacional va fer que un matí es dedicés

a un seminari de joves investigadors, a més del premi de Recerca Jove Ramon Muntaner. Realment era engrescador constatar com els assistents miraven el rellotge per no perdre's cap activitat. El lliurament dels premis a Manel Pastor, del País Valencià, i a l'Associació Cultural Baix Segarra, de Santa Coloma de Queralt, foren moments emotius als quals els assistents a la Sala de les Corts respongueren amb sincers aplaudiments a la feina dels guardonats. El dinar del dissabte fou un acte de germanor i d'intercanvi d'idees. No faltaren actuacions per als més petits, una teatralització de documents notariais i una visita turística pels monuments de la vila ducal.

Interior de la carpa del Recercat 2025 celebrat a Montblanc. Fotografia: Vèrtex Comunicació.



Recercat ha esdevingut una referència anual obligada per reivindicar la feina que es fa des dels centres d'estudis i ateneus per mantenir viva la cultura i la recerca locals. També esdevé un al·legat enfront d'unes classes polítiques que en llocs com el País Valencià, la Franja, les Illes Balears i la Catalunya Nord es mostren insensibles o bel·ligerants contra la identitat i el patrimoni propis. Veure'ns i compartir projectes ens fa avançar en una tasca de vegades poc valorada. A més de la trobada física, la presència en l'entorn digital de les publicacions dels centres d'estudis (RACO per a les revistes i el nou projecte MACO per a monografies) i dels continguts que els són propis (a través de Viquipèdia, per exemple) requereix una actualització permanent. El resultat de Recercat és la unió d'esforços entre entitats i administracions, atès que col·laborar és l'única via per avançar. Desitgem que l'edició de l'any vinent al Pont de Suert sigui tan reeixida com la de Montblanc.

Directors: Ramon Arnabat (URV), Josep Santesmases (CCEPC), Coordinació d'aquest número: Sebastià Serra Busquets; Producció: L'Avenç; Disseny original: Can Seixanta; Tria de novetats: Carlos Moruno (IRMU); Dipòsit Legal: B. 47.520-76; ISSN 2339-6997

Consell de redacció: Victòria Almuni (C.E. Seniençs), Joan Busqueta (UdL), Bernat Campins (Institut d'Estudis Baleàrics), David Cao (P. Estudis Osonencs), Meritxell Ferré (Centre de Lectura de Reus), Narcís Figueras (UOC), Enric Garcia Domingo (M. Marítim Barcelona), Andreu Ginés i Sánchez (Federació d'Instituts d'Estudis del País Valencià), Oscar Jané (UAB), M. Carme Jiménez (IRMU), Manuel Lopez Esteve (UdL), Joan-Lluís Mas (Terra dels Avis, Cat. Nord), Jordi Morell (Taller d'Història del Clot), Manuel Pastor (Federació d'Instituts d'Estudis del País Valencià), Jaume Perarnau (Museu Nacional de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya), Joaquim M. Puigvert (UdG), Teresa Reyes (Oficina Patrimoni Cultural - Diputació Barcelona), Enric Saguer (UdG), Carles Santacana (UB), Sebastià Serra (UIB), Ramon Ten (Fundació Bosch i Cardellach), Francesc Viso (CCEPC).

Consell assessor: Agustí Alcoberro (UB), Ferran Archilés (UV), Josep Casanovas (UVic-UCC), Montserrat Duch (URV), Enric Guinot (UV), Antonieta Jarne (UdL), Antoni Mas Forners (C.E. Repoblació Mallorca. UIB), Marina Miquel (Subdirecció general del Patrimoni Arquitectònic, Arqueològic i Paleontològic), Conxita Mir (UdL), Vicent Olmos (UV), Joan Peytavi (UPVD), Santi Ponce (UVic-UCC), Joan Santacana (UB), Antoni Virgili (UAB).
<http://www.irmu.org/projects/plecs>

Revista editada per:

Amb el suport de:

