

TURISMO CULTURAL EN BALEARES: UN CASO DE APROVECHAMIENTO EFICIENTE DEL PATRIMONIO HISTÓRICO CULTURAL

Margarita Barrera Cañellas¹

Javier Franconetti Manchado²

Luciana Melo Pereira³

RESUMEN:

En la actualidad, y a raíz del mal uso de los distintos recursos disponibles por parte del turismo de masas en Baleares, y de la necesidad de cambiar de producto y cliente para asegurar la supervivencia cultural por parte del destino, se ha producido una redefinición del patrimonio histórico cultural, de tal forma, que el mismo se contempla hoy como recurso económico y se valora como factor de desarrollo en el marco de una nueva forma de hacer turismo.

En este escenario sugerimos la conservación y uso de parte del patrimonio cultural balear como son las torres de vigilancia de la Serra de Tramontana, nombrada Patrimonio Mundial por la UNESCO, a través de la creación de al menos una de las llamadas Cámaras Oscuras, como la existente en la Torre Tavira en la ciudad de Cádiz.

Proponemos el uso de un recurso cultural disponible en Baleares, pero desde una perspectiva eficiente y productiva y no, como hasta ahora, como elemento histórico supeditado a la financiación pública para su sostenimiento. Este nuevo camino ofrece a los propietarios a través de la economía colaborativa, la conservación, la visita del bien inmueble y el desarrollo del turismo cultural en la isla.

Palabras Clave: turismo cultural, patrimonio histórico cultural, recurso, desarrollo, economía colaborativa

¹ Escuela Universitaria de Turismo Felipe Moreno. mbarrera@etb-baleares.es

² Escuela Universitaria de Turismo Felipe Moreno. jfranconetti@etb-baleares.es

³ Escuela Universitaria de Turismo Felipe Moreno. lmelo@etb-baleares.es

**CULTURAL TOURISM IN THE BALEARIC ISLANDS:
A CASE OF EFFICIENT USE OF CULTURAL HISTORICAL HERITAGE**

Abstract:

At present, and following the misuse of the various resources available by mass tourism in the Balearic Islands, and the need to change products and customers to ensure cultural survival by the destination, there has been a redefinition of the cultural historical heritage, in such a way, that it is considered today as an economic resource and is valued as a factor of development in the context of a new way of tourism.

In this scenario we suggest the conservation and use of part of the balearic cultural heritage, such as watchtowers of the Serra de Tramontana, named World Heritage by UNESCO, through the creation of at least one of the called dark chambers, such as the existing in the Torre Tavira in the city of Cadiz.

We propose the use of a cultural resource available in the Balearic Islands, but from an efficient and productive perspective and not, as until now, as a historical element contingent on public financing for its sustenance. This new path offers to the owners through the collaborative economy, the conservation, the visit of the real estate and the development of the cultural tourism on the island.

KEYWORDS: cultural tourism, cultural heritage, resource, development, collaborative economics

OBJETIVO

En Illes Balears, casi el 50% de la riqueza y el empleo están relacionados directamente con el turismo. En términos de empresas, algo menos del 30% también están vinculadas con este sector (Fuente: IBESTAT). Estos porcentajes crecen sustancialmente si en el análisis incluimos la relación indirecta, tanto en términos de riqueza, empleo o número de empresas.

Estos datos son consecuencia del modelo utilizado, vinculado a un turismo de masas, llegando en temporada alta a igualar al número de residentes, con los problemas logísticos para los habitantes que ello representa; tanto en recursos energéticos, recursos hídricos, infraestructuras o incluso servicios sociales básicos como el sanitario.

Este modelo está basado principalmente en explotar el “sol y playa”, favoreciendo la llegada de un turista de bajo nivel adquisitivo bajo la reserva del “todo incluido”, basado en precios a la baja y que perjudica directamente a la oferta indirecta vinculada al turismo (restaurantes, cafeterías, tiendas de recuerdos, etc.).

Desde hace unos años, el turismo de cruceros ha presentado un crecimiento exponencial, Así, durante 2017, entre cruceros de base y tránsito, pasaron por los puertos de Illes Balears casi 2,8 millones de personas (Fuente: IBESTAT).

Este tipo de turismo genera una riqueza muy concentrada en el lugar de desembarco y en las zonas turísticas de interés muy cercanas; pero por contra, ocasiona efectos muy negativos en la saturación del uso de los recursos de dichas zonas.

Ambos modelos de turismo, bajo la consideración de la enorme importancia que guardan para la economía de Illes Balears, adolecen de un componente que afecta enormemente a la misma y es la estacionalidad propia de la actividad.

Así, dicho componente estacional es causa del enorme peso que el trabajo de “temporada” tiene en las islas, siendo la comunidad autónoma líder en el uso del contrato “fijo discontinuo”, motivo fundamental de que en Illes Balears se tenga una de las pensiones medias de jubilación más bajas del Estado (Fuente: Seguridad Social).

Además, debido a la saturación de visitantes y recursos se está generando un rechazo por parte de las sociedades de acogida, incluida la balear, que a la larga influye de forma negativa en la propia industria turística, al no verse los turistas bien acogidos por las poblaciones locales.

Como vemos, existe una clara necesidad de potenciar formas alternativas de turismo que sean sostenibles desde todos los puntos de vista: económico, social y cultural; es por tanto en este marco, en que el turismo cultural tiene la posibilidad de ser uno de los grandes motores de la industria turística en España, siempre y cuando seamos conscientes de que debemos conseguir darle un enfoque creativo (Cunchillos: 2017), creando un turismo sostenible desde el punto de vista socio-cultural y no solo medioambiental que permita mantener la identidad cultural, a la vez que se produce una explotación rentable de los bienes patrimoniales (De Juan:2010).

Así, uno de los sectores turísticos a potenciar, junto con el turismo cultural es el turismo de negocios, conocido como MICE. Este turismo centrado en la organización de reuniones, congresos, eventos y ferias genera altos beneficios en las ciudades en las cuales se organizan, redistribuyendo éstos entre la oferta complementaria o indirecta y la industria hotelera. Tiene un carácter eminentemente sostenible, ya que no desplaza grandes masas de visitantes, salvo en contadas ocasiones, que pasan desapercibidos en su mayor parte en las ciudades y lugares que visitan, (Flamarich y Duro:2011).

Una de las características de los visitantes MICE es su alto interés por la oferta cultural de todo tipo de los lugares a los que acuden por motivos de trabajo, ya que poseen en general un nivel cultural medio-alto y cuentan con recursos suficientes, que invierten en visitas y actos culturales, lo que provoca una revitalización y revalorización del patrimonio histórico y etnológico de estos enclaves y también de los entornos que se asocian a ellos (Arcila Garrido: 2011).

Es bajo este escenario en el que se propone como objetivo el utilizar un recurso disponible en Illes Balears, como es su patrimonio cultural, pero desde una perspectiva eficiente, productiva y no, como hasta ahora, como elemento histórico vinculado a la financiación pública para su sostenimiento. A raíz de esto, en la actualidad se ha producido una redefinición del patrimonio más allá de sus significados identitarios, puesto que el patrimonio se contempla hoy como recurso y se valora como factor de desarrollo. (García Canclini, 1999), visiones perfectamente compatibles entre ellas como nos indica Cluzeau (2000).

Flamarich y Duro (2011) apunta que dos de las características principales del turista cultural son, en primer lugar, que su gasto medio en destino es tres veces superior a la media y, en segundo lugar, posee un nivel adquisitivo alto, lo que a la postre genera una especial

predilección por ese tipo de turista, pues es respetuoso no solo con el medio ambiente y geográfico, sino con la sociedad de acogida, su cultura y costumbres.

Mediante la propuesta que se presenta, se ofrece la vía de la utilización del patrimonio cultural balear con el objetivo de crear una alternativa al modelo turístico de “sol y playa”, de bajo recurso económico, estacionalizado en verano y no sostenible y pasar a un modelo alternativo, basado en la cultura, sostenible, rentable y desestacionalizador.

Contenido:

- Illes Balears un ejemplo de economía vinculada al turismo de sol y playa.
- Problemas de saturación bajo un exceso de turismo con bajo nivel adquisitivo y utilización cada vez mayor de los recursos hídricos, culturales, energéticos y sociales de las Islas, con los problemas consecuentes para los residentes de la comunidad autónoma.

Posibilidades de desarrollo y de éxito de la idea:

- Propuesta de proyecto, combinado con la experiencia de la cámara oscura de Cádiz y otras comunidades.
- Frente a un modelo de turismo, consumidor de territorio y de bajo nivel adquisitivo, vinculado a grandes empresas hoteleras y cuyos beneficios económicos no se reparten en el tejido empresarial de la comunidad autónoma, se propone un modelo desestacionalizador a través de un turismo respetuoso con el medio ambiente y la sociedad como es el turismo cultural.
- Por un patrimonio histórico sostenible económicamente, desvinculándose de la necesidad de financiación pública para su supervivencia.

Con todo eso, podemos afirmar que el interés que se produce por el patrimonio histórico no se limita exclusivamente a especulaciones teóricas.

Para Madariaga (2002) es fundamentalmente su aplicabilidad, la posibilidad de poner en prácticas las ideas desde su objetivación social, lo que ha provocado una mayor atracción.

Además, en los últimos años, la importante revolución que ha experimentado la actividad turística en todas sus tipologías ha supuesto nuevos desafíos y una serie de cambios trascendentales en la estructura del sector y, específicamente, en la utilización de distintos espacios para la realización de sus prácticas como atestigua el turismo de congresos, donde la innovación y la búsqueda de nuevos espacios singulares es una de sus características principales.

La utilización del patrimonio histórico con fines turísticos no es algo novedoso. La experiencia de cámara oscura de Cádiz, ya citada anteriormente, es un claro ejemplo. Situada en la Torre Tavira, considerada una de las mejores vistas de Cádiz, el visitante adentra en el siglo XVIII, la época de mayor esplendor de la ciudad, dado el comercio con las Indias, hoy alberga en su interior una de las atracciones pioneras en España: La Cámara Oscura.

La Cámara Oscura consiste en la producción de una imagen sobre una pantalla en blanco de formato curvilíneo horizontal, con función de mesa, ubicada en el centro de una habitación totalmente a oscuras, pintada de negro. La imagen proyectada es en color, muy luminoso que refleja lo que sucede en el exterior de la torre, en tiempo real y en movimiento. Además, dada la larga distancia focal de las lentes principales, el resultado es un espectacular efecto óptico que hace que los objetos situados a mucha distancia parezcan cercanos.

Su pantalla está en movimiento constante, sube y baja a fin de enfocar las diferentes distancias. Las imágenes en la misma pueden también girar hacia delante y hacia atrás para visualizar las diferentes perspectivas del paisaje.



Figura 1: Torre Tavira, Cádiz (<https://www.camaraoscuraworld.com/torre-tavira-cadiz/>)

Por eso, podemos decir, que la Cámara Oscura que es una propuesta de proyecto que combina cultura con una experiencia de marketing sensorial a través de la visualización del entorno de una manera nada convencional, como la que se experimenta en su interior, y que puede ser una buena alternativa para las localidades que desean utilizar sus bienes patrimoniales desde una perspectiva eficiente, productiva y sostenible.

Torre Tavira posee hoy la patente para España del modelo de utilidad de la Cámara Oscura N° U9701729 concedida por la Oficina Española de Patentes y Marcas lo que propicia su difusión por las demás localidades que quieran adoptarla como una experiencia inolvidable que ofrecer a sus visitantes.



Figura 2. Cámara Oscura de la Torre de Tavira (<https://blogs.grupojoly.com/bahia-emprende/2011/04/05/una-opinion-autorizada/>)

Desde una perspectiva balear, proponemos la utilización de esa herramienta, la Cámara Oscura en distintos bienes patrimoniales de la isla, específicamente en algunas de sus diversas torres de vigilancia como puede ser la *Torre de ses Ànimes* (Torre de las Ánimas).

Esta torre se encuentra sobre el acantilado de la punta de *Es Verger*, situado entre las poblaciones mallorquinas de *Estellencs* y *Banyalbufar* y fue construida a lo largo del año 1579 sobre el emplazamiento de una vieja barraca de vigilancia. Considerada lugar de leyenda como muchos otros en la isla de Mallorca, fue vendida en subasta en el año 1875 tras finalizar su vida útil. Fue adquirida por el Archiduque Luis Salvador de Austria, mecenas y pionero del turismo en las Islas Baleares, dejándola en herencia a sus descendientes.

Según el mismo Archiduque, en su publicación dedicada a las Islas Baleares, titulada *Die Balearen* (1897) describe esa zona como: “La torre de *Es Verguer* es el mejor panorama de toda la costa de la isla de Mallorca”.

En el año 1995 pasó por un proceso de restauración y actualmente es un monumento sobre el que se está trabajando para que vuelva a ser de carácter público, pasando a estar a cargo de su supervisión el Ayuntamiento de *Banyalbufar* y la *Consellería de Cultura del Consell de Mallorca*.

Dado lo comentado anteriormente, la implantación de la Cámara Oscura en la Torre de las Ánimas es viable por diversas razones:

- Es un bien de interés cultural que por sí sólo atrae la atención de los visitantes;
- Posee leyendas e historias que le dan unicidad y autenticidad;

- Fomenta la creación de un producto turístico pionero en las Islas Baleares.
- Crea experiencias a los visitantes a través de la utilización del marketing sensorial, que es la percepción visual nada convencional de un entorno.

Además, a lo largo del tiempo se podrán añadir otros elementos de ese tipo de marketing, así como otros recursos como las holografías o el video *mapping*.

- Es una buena alternativa a la hora pensar en una oferta complementaria de un turismo de congresos y convenciones, ya que su público objetivo tiene un interés especial en el turismo cultural.
- Su presencia en una de las obras del Archiduque Luis Salvador de Austria le presta una notoriedad que podrá generar futuras acciones publicitarias (campañas de marketing) articuladas a su figura.
- Genera ingresos que serán invertidos en su conservación y mantenimiento a lo largo de los años.



Figura 3. Torre de Es Verger (<https://www.ferrerhotels.com/travellost/miradores-mallorca/>)

Con todo eso, la propuesta de utilización de ese bien patrimonial se llevará a cabo a través de una planificación estratégica basada en las herramientas de marketing mix.

Para ello, la definición del producto (Cámara Oscura), su precio (según el mercado a que va ser direccionado), su distribución (los canales más adecuados de comercialización) y finalmente su promoción/publicidad (cómo se dará a conocer), deberán ser establecidos y respaldados por una

cooperación entre el sector público y privado, a fin de planificar, coordinar, fomentar y estimular la puesta en marcha de ese proyecto.

La planificación y desarrollo de estas nuevas propuestas turísticas beneficia de forma directa a los propietarios de todos los bienes declarados como BIC, Bienes de Interés Cultural, ya que los rentabiliza y asegura su supervivencia y también son beneficiados los visitantes al poder vivir una experiencia sensorial única, con lo que aunamos oferta y demanda de tal forma que la riqueza producida por el turismo, en este caso cultural, se repartirá de manera más equilibrada a través del tejido social, y además nuestro Patrimonio Histórico y Etnológico se conservará de forma adecuada con todas las garantías para su supervivencia en el tiempo.

BIBLIOGRAFIA

- Anuario de Estadísticas Culturales (2017). Disponible en: www.mecd.gob.es. Acceso: 2018, 19 de diciembre
- ARCILA, M., SÁNCHEZ, J. L., CHICA, A., SOTO, A., PLIEGO, C., & AZZARIOHI, A. (2011): “Puesta en valor del patrimonio cultural como factor turístico: una aproximación al caso de la provincia de Cádiz y la Región Tánger-Tetuán”, en *Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho*, pp 69-82.
- Banyalbufar, Guía de *passeig*. Serie nº 6. *Govern de les Illes Balears*.
- CUNCHILLOS, C. (2017): “La economía colaborativa en la industria MICE” <http://puntomice.com/industria-mice/> en *La Voz del Sector, Punto MICE*, núm.19 Acceso: 2018, 4 de septiembre.
- CLUZEAU, C. (2000): *origet du. Le tourisme cultural*. Puf, Paris
- DE JUAN ALONSO, José María (2010): “Turismo sostenible en el Mediterráneo, panorama y perspectivas, estrategias y acciones. Documento de Trabajo”, UICN, Cámara Málaga, Málaga.
- FLAMARICH, M. y DURO, J.A. (2011): “Turismo de negocios (eventos) en España: análisis y perspectivas” en *Papers de Tourisme* núm.4, pp 59-74
- GARCÍA CANCLINI, N. (1999): “Los usos sociales del patrimonio cultural”, en *Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Sevilla.

IBESTAT. (2018). *Datos anuales de la actividad turística*. Disponible en: <http://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/tur/>. Acceso: 2018, 20 de diciembre.

INE (2017). Instituto Nacional de Estadística. *Datos del sector turístico*. Disponible en: www.ine.es. Acceso: 2018, 18 de noviembre.

MADARIAGA, C J. (2002): *La comercialización del patrimonio cultural*. Turismo y patrimonio histórico. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Junta de Andalucía, Sevilla.

Página oficial atracción cámara oscura Torre Tavira (2019). Disponible en: www.torretavira.com. Acceso: 2019, 08 de enero.

VO ERZHERZOG LUDWIG SALVATOR. (1897): *Unveränderter Faksimile-Reprint des Originals von 1897*. 2 Bände Saarbrücken 2011.

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Torre Tavira, Cádiz (<https://www.camaraoscuraworld.com/torre-tavira-cadiz/>)

Figura 2: Cámara oscura de la Torre de Tavira <https://blogs.grupojoly.com/bahia-emprende/2011/04/05/una-opinion-autorizada/>

Figura 3: Torre de Es Verger (<https://www.ferrerhotels.com/travellost/miradores-mallorca/>)