

La cultura como elemento de promoción turística en las Islas Baleares. De la oferta preturística al turismo de masas

Lourdes Melis Gomila*

Universitat de les Illes Balears (España)

Resumen: La banalización de la cultura balear se asocia muchas veces con un despliegue invasivo de la actividad turística. La promoción del turismo ha utilizado algunos de los elementos culturales más representativos de las Islas Baleares como objetos desprovistos de su significado cultural. A pesar de esto, en ocasiones ha existido una vinculación positiva entre el turismo y la cultura de la que se han derivado experiencias enriquecedoras. Identificarlas es el primer paso para demostrar que es posible ofrecer un modelo turístico diversificado que ofrezca la cultura en beneficio del conjunto de la sociedad. El objetivo principal del artículo es ofrecer una visión general del papel que la cultura ha tenido en el ámbito turístico de las Islas Baleares desde la etapa preturística hasta el Plan Integral de Turismo de 2019. Se pretende también constatar que elementos culturales que más han entroncado con la oferta y demanda turísticas. Para ello se han analizado una serie de fuentes bibliográficas y documentales que han permitido comprobar que la cultura se ha visto implicada en la actividad turística incluso antes del fomento de esta industria. Asimismo, a partir del siglo XX existen propuestas que han utilizado las diversas manifestaciones culturales de las Islas como un elemento de diversificación con el objetivo principal de evitar la estacionalidad estival, pero también de mejorar la oferta turística y contrarrestar la importancia del turismo de masas. A pesar de todo, no se puede afirmar que hayan tenido una real incidencia en la diversificación y mejora del turismo.

Palabras clave: Turismo cultural; Islas Baleares; Preturismo; Turismo de masas; Diversificación turística.

Culture as an element of tourism promotion in the Balearic Islands. From pre-tourism to mass tourism

Abstract: The trivialisation of Balearic culture is often associated with the invasive deployment of tourist activity. The promotion of tourism has used some of the most representative cultural elements of the Balearic Islands as objects devoid of their cultural significance. Despite this, on occasions there has been a positive link between tourism and culture, from which enriching experiences have been derived. Identifying them is the first step in demonstrating that it is possible to offer a diversified tourism model that offers culture for the benefit of society as a whole. The main objective of this article is to provide an overview of the role that culture has played in the tourism sector in the Balearic Islands from the pre-tourist period to the 2019 Integral Tourism Plan. It also aims to establish which cultural elements have been most closely linked to tourism supply and demand. To this end, a series of bibliographical and documentary sources have been analysed to prove that culture has been involved in tourist activity even before the promotion of this industry. Likewise, from the 20th century onwards, there are proposals which have used the diverse cultural manifestations of the Islands as an element of diversification with the main objective of avoiding summer seasonality, but also to improve the tourist offer and counteract the importance of mass tourism. Nevertheless, it cannot be said that they have had a real impact on the diversification and improvement of tourism.

Keywords: Cultural tourism; Balearic Islands; Pretourism; Mass tourism; Tourist diversification.

* Laboratorio de Turismo Cultural de la Universitat de les Illes Balears (España); <https://orcid.org/0009-0001-7087-792X>;
Email lourdes.melis@uib.cat

Cite: Melis Gomila, L. (2024). Culture as an element of tourism promotion in the Balearic Islands. From pre-tourism to mass tourism. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(2), 369-380. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.025>

1. Introducción y marco teórico

La actividad turística ha sido ampliamente estudiada en el ámbito de las Islas Baleares desde diferentes puntos de vista, sobre todo económico, pero también sociológico y ecológico. Asimismo, existen estudios que relacionan el turismo con la cultura, ya que la relación entre ambos es de cada vez más evidente e intensa. De hecho, el turismo cultural es una de las modalidades que demuestran un mayor crecimiento. Si bien concretar en cifras esta afirmación es complicado, se constatan acciones de promoción y gestión turística que tienen la cultura como elemento principal.

En este sentido, el estudio realizado presenta un análisis de la incidencia de la cultura en la oferta y demanda turística de las Islas Baleares. Para poder obtener una perspectiva temporal amplia y concretar conclusiones basadas en fenómenos continuados en el tiempo y no solo temporales, se ha abarcado un período temporal que va desde los primeros indicios del turismo, etapa que se conoce como preturística, hasta la actualidad.

Otro aspecto a tener en cuenta es la dimensión del concepto de cultura referido en el estudio, ya que este debe entenderse como un elemento integrador de aquellos elementos identitarios de la sociedad. En este sentido, uno de los recursos culturales con más relevancia en la actividad turística analiza es el patrimonio cultural.

La preocupación por definir exactamente que se entendía por patrimonio cultural se inicia de manera seria en el siglo XIX, momento en el cual se concibe desde un punto de vista histórico-artístico. A lo largo del siglo XX, el concepto evolucionó hacia una consideración más vasta e integradora hasta llegar a considerarse uno de los testimonios directos de la cultura de una sociedad. De este modo, el término de patrimonio cultural es actualmente integrador de un importante número de categorías diferentes que incluyen bienes culturales de naturaleza muy diversa. Así pues, como dice Valcuende (2003: 97), el patrimonio es una materialización de la cultura que necesita una selección de aquellos elementos que se consideran más representativos en función de los intereses de la sociedad que los elige. Este proceso se conoce como patrimonialización y es realizado por la propia sociedad, quien lo utiliza para crear o reforzar una identidad concreta. Serán precisamente los elementos patrimoniales escogidos como tal aquellos que mantendrán un vínculo más estrecho con el ámbito turístico.

De hecho, la cultura se ha convertido en un producto que encaja dentro de los nuevos tipos de consumo y de ocio, por tanto, se convierte en una «pieza clave para las actuaciones estratégicas de desarrollo territorial y apoyo al crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida de una comunidad [...]» (Hernández, 2004: 307). Aunque se debe tener cuidado, ya que esta se puede transmutar con falsas interpretaciones que tienen solo una finalidad puramente lucrativa. Prats (2003: 130) utiliza la expresión «museabilización de la frustración» para referirse a aquellos planes de desarrollo turístico-patrimoniales que no tienen las suficientes garantías para ser viables debido a que no reúnen las condiciones suficientes para conseguir resultados económicos, sociales y patrimoniales positivos para su territorio.

1.1. Revisión de la literatura y metodología

En el ámbito de las Islas Baleares, el turismo cultural no ha sido estudiado de manera concreta, sino que habitualmente se ha tratado en estudios que ofrecen un análisis general de la actividad turística. Para elaborar el estudio realizado se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica de estos estudios.

Por una parte, se ha analizado la bibliografía que, de manera directa o indirecta, trata la vinculación existente entre la cultura y la oferta turística. Todas ellas se pueden dividir en dos subgrupos: las que aportan información sobre la situación actual de la cultura en relación con el turismo de las Islas, y los libros de viaje y artículos que se centran en la etapa preturística.

Del primero, cabe destacar dos artículos de Joana Maria Arrom Munar: *El turismo cultural en Mallorca: recursos, productos y potencialidades*, y el segundo, junto con Mateu Picornell y Catalina Irene Ramis, *Aptitudes de Palma (Mallorca) como Ciudad de turismo urbano y cultural*. Por su parte, Antoni Sastre Alberti hace una revisión del número de visitas que reciben los principales monumentos de Palma en *El turismo cultural en Mallorca: alternativa al turismo de sol y playa*.

Sin duda, una de las publicaciones que más luz ha aportado son las actas del *I Congreso Internacional de Turismo Cultural*, coordinadas por Sebastià Serra Busquets y Gabriel Mayol Arbona. En ellas se encuentran estudios sobre turismo cultural en las Islas Baleares enfocados en diferentes ámbitos: patrimonial, museístico, histórico, fotográfico, periodístico y etnológico, entre otros.

Por lo que respecta al resto de islas, Carlos Pezzi hace una valoración del impacto del turismo de masas en el patrimonio menorquín en el artículo *Impacto insular del turismo masivo: Efectos y contramedidas sostenibles*. Referente a Ibiza, el patrimonio de la Humanidad de la isla es analizado como oferta turística

en el artículo *La oferta turística de la ciudad de Ibiza: patrimonio de la Humanidad y establecimientos de lujo*, de Azpelicueta, Ramón y Abril.

En referencia al segundo grupo de publicaciones consultadas, cabe destacar los libros de viaje, entre los cuales se han seleccionado una serie de testimonios de viajeros comprendidos entre los años 1807 y 1925. La selección de este tipo de bibliografía, aparte de un criterio territorial y temporal, también se ha hecho escogiendo a viajeros de diferentes nacionalidades, concretamente británica, francesa y española. Así pues, los libros consultados escritos por viajeros británicos han sido *The Balearic Island* del cónsul británico en las Islas Baleares, Charles Toll Bidwell, publicado en 1875; el libro de la fotógrafa Margaret d'Este, *With a Camera in Majorca* (1907) y el testimonio de la escritora británica Mary Stuart Boyd con *The fortunate islas: Life and Travel en Majorca, Minorca e Iviza* (1911).

Los viajeros franceses elegidos son André Grasset de Saint-Sauver, quién publicó *Voyage dans les îles Baléares et Pithyuses, fait dans les années 1801 à 1805* en París en 1807. Un año más tarde, en 1808, se publica *Itinerario descriptif de l'Espagne*, de Alexandre de Laborde, quién dedica algunas páginas a hablar del territorio balear. Uno de los que aporta una información más detallada es el artista J. B. Laurens, en el libro *Souvenirs de un voyage de arte en el île de Majorque* (1840).

En 1864 llegan Jean Charles Davillier y Gustave Doré, historiador del arte e ilustrador respectivamente, quienes de manera conjunta publican los artículos que escribían para la revista *Le Tour du Monde*, en el libro *Voyage en Espagne*, en el 1875. De 1893 es el libro *Les Îles oubliées. Les Baléares. Corse et la Sardaigne*, de Gaston Vuillier. El periodista Édouard Conte escribe *Espagne y et Provence* (1895), y el último viajero francés por mencionar es Louise Codet y su libro *Images de Majorque* (1925).

Respecto a los españoles, el primero en ser publicado fue *Descripciones de las Islas Pithiusas y Baleares* (1787), de José Vargas Ponce. Por su parte, Joan Cortada en 1845 se publica su libro *Viaje a la isla de Mallorca: en el estío de 1845*. Cuatro años más tarde se edita el libro de Ramon Medel, *Manual del viajero en Palma de Mallorca*. Una de las obras más completas es la de Pablo Piferrer y Josep Maria Quadrado. La parte dedicada a Baleares se publica en el año 1888 en la obra general *España: sus monumentos y artes, su naturaleza e historia. Islas Baleares*.

Además de los libros de viaje, se han utilizado estudios sobre la etapa preturística, como el de la profesora Miquela Forteza, *Los orígenes del turismo cultural en la Catedral de Mallorca (1905-1936)*. Destacan también *Del Rosellón en Mallorca. Entre el simbolismo y el mediterraneísmo* y *Del estereotipo del exotismo al espejismo de la felicidad. La primera imagen del turismo en Mallorca*, ambos de Francisca Lladó Pol.

En esta misma línea, destacan algunos de los estudios incluidos en la publicación dirigida por Carme Riera, *La mirada forana. Las Islas Baleares vistas por los viajeros*, que han aportado datos sobre los viajeros que llegan a las Islas antes del siglo XX. Otro volumen de tipo general es el publicado en 2009 coordinado por Maria-Josep Mulet y Miquel Seguí Aznar, *Imagen y turismo*, donde se habla de esta primera etapa turística a través de las imágenes producidas por artistas, fotógrafos e instituciones.

Algunos artículos del doctor Antoni Vives Reus sobre el Fomento del Turismo de Mallorca han proporcionado información respecto a las primeras iniciativas de promoción turística que esta entidad efectúa en la isla, como *Los primeros materiales de promoción turística de Mallorca (1903-1936): una visión general* y *El Fomento del Turismo de Mallorca en la defensa y la promoción del patrimonio histórico-artístico y del turismo cultural*.

También han aportado luz los estudios de Onofre Rullán como *Del llano a la montaña y del norte al sur en busca de clima. Paisaje y experiencias. Valldemossa y Deià (Mallorca) como reclamos turísticos*, y el de Amaya Alzaga Ruis con su aportación *El viaje a Mallorca en el siglo XIX: la configuración del mito romántico y de sus itinerarios artísticos*.

Además de la bibliografía, también se han obtenido conclusiones gracias al análisis de diversas fuentes, entre las que predominan las planificaciones de acciones y líneas estratégicas en materia turística, como los Planes Integrales de Turismo de los diferentes Consells Insulars de Baleares, y los de la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares (AETIB) del Govern Balear. Cabe mencionar también el Barómetro del Turismo que elabora esta misma entidad.

2. Los atractivos culturales del preturismo

La evolución de la actividad turística en las Islas Baleares ha sido bien estudiada y se han establecido una serie de fases a partir de las cuales entender sus características actuales, situando los primeros indicios de esta actividad sobre todo a partir del siglo XIX.

La primera etapa ha sido calificada como de preturismo, ya que en ese momento todavía no había una planificación turística en marcha porque el turismo no se contemplaba como una posible fuente de ingresos. Pese a esto, la llegada de pasajeros se ve fomentada gracias a la implantación de un sistema regular de comunicación marítima entre Palma y Barcelona a partir de 1837 (Barceló, 2000: 33). Fuera cual fuera el motivo de su viaje, se puede afirmar que todos comparten el afán de conocer un territorio en cierto modo exótico y alejado de la modernización. De hecho, según Villalonga (1989: 346), a partir de finales de la década de los años treinta del siglo XIX, estos visitantes serán los responsables de crear una imagen romántica, sobre todo de Mallorca.

Sin duda, dos personajes significativos en este proceso fueron el músico Frédéric Chopin y la escritora George Sand, quienes llegaron a Mallorca en 1838. Su estancia, que duró poco más de tres meses, fue en la Cartuja de Valldemossa e inspiró a la autora inglesa a escribir su famoso libro, *Un invierno en Mallorca*, publicado en 1841 en París. Esta publicación se inspiró en otra obra de la época, *Souvenirs de un voyage de arte en la ile de Majorque*, de Jean-Joseph Bonaventura Laurens. Ambas ayudaron a difundir internacionalmente una imagen de Mallorca como un territorio a descubrir, alejado de la modernización, del progreso y anclado en el tiempo. Esta imagen romantizada e idílica, durará hasta bien entrado el siglo XX y se utilizará como hilo conductor para promocionar turísticamente la isla.

Otro de los mayores difusores internacionales de las Islas Baleares es el Archiduque Luis Salvador de Austria, quien llegó por primera vez a Mallorca en 1867. Dio a conocer el archipiélago entre la alta sociedad europea de su época a través de sus publicaciones, pero también con los invitados que recibía en su finca de Miramar (Valldemossa), en Mallorca.

Su empuje para dar a conocer las islas hizo que en 1874 el Archiduque habilitara una antigua casa ubicada en esta finca como lugar de estancia para aquellos viajeros que visitasen Valldemossa, la cual era regentada por la posadera conocida como *madò Pilla*. Esta hospedería se podría considerar uno de los primeros espacios de la isla destinados a acoger a los visitantes foráneos, como explica Mary Boyd Stuart en su libro *Las Islas Venturosas*, publicado en 1911. La escritora pasó seis meses en Mallorca, desde finales de 1909 hasta principio de 1910, con su marido y su hijo. Su libro es un relato minuciosamente detallista de todos los lugares que visitaron y de las impresiones que les causaron.

Margaret d'Este (1907:85), autora del libro *With a camera in Majorca*, también dejará testimonio de este establecimiento, e insiste en la amabilidad y hospitalidad con las que el viajero era recibido.

En general, los viajeros de esta época se pueden considerar no solo la primera forma de turismo en Baleares, sino también de turismo cultural, ya que existe en ellos un interés común por conocer sobre todo el paisaje, pero también la cultura balear. En este sentido hay que señalar lo que afirma Arrom cuando habla de la primera forma de turismo que se da en Baleares antes del desarrollo del fenómeno turístico tal como lo conocemos actualmente:

No debemos olvidar que el turismo cultural era una base muy importante del turismo previo al desarrollo del turismo de masas, donde los visitantes antaño tenían interés en conocer elementos de nuestro patrimonio y de nuestra historia, tal como atestiguan los contenidos y servicios de las viejas guías turísticas que aún podemos encontrar en las librerías de lance (Arrom, 2020: 421).

Se puede afirmar que el preturismo que surge en las Islas Baleares tiene un fuerte carácter cultural, ya que los visitantes se preocupan de conocer los principales monumentos históricos, así como las colecciones artísticas y aquellos espacios que pueden ser considerados como las primeras experiencias museísticas de las Islas, como el Museo de Raixa (Bunyola, Mallorca), donde el Cardenal Despuig exponía su colección de escultura romana, o el Museo Provincial de Bellas Artes de Mallorca, ubicado en la Lonja de Palma.

En este sentido, Tugores (2011:76) señala que estos viajeros no solo contribuyen a crear una imagen de Baleares y difundirla por todo el mundo, sino que también inician el proceso de valorización de su patrimonio. En efecto, se puede comprobar como algunos de ellos denuncian el mal estado de conservación en el que se encuentran muchos de los monumentos que visitan. Juan Cortada, en su obra *Viaje a la Isla de Mallorca en el estío de 1845*, demuestra su sorpresa y tristeza por el estado de abandono en que se encuentran algunos monumentos tan significativos como la Catedral de Mallorca (Cortada, 1845:26, 246-247).

Se pueden hacer otras observaciones comunes respecto a estos primeros viajeros, como la frecuente presencia de guías que los acompañan en sus visitas, como es el caso de las cuevas naturales de los pueblos de Artà y Porto Cristo, el Castillo de Bellver de Palma, la Cartuja de Valldemossa o la Lonja de Palma.

2.1. Mallorca, el inicio de la promoción turística institucional

En esta etapa temprana, Mallorca es la isla más visitada del archipiélago y en ella predomina la llegada de viajeros a Palma, desde donde emprenderán las excursiones hacia otras partes del territorio. Estos hechos, entre otros, contribuyeron a que el fomento del turismo fuera ya reclamado por voces tan significativas como Miguel de los Santos Oliver¹. En este sentido, en 1903 se produce la inauguración del Gran Hotel de Palma, junto con la publicación de una guía donde se explicaba en detalle el edificio modernista del hotel, diseñado por Lluís Domènech y Muntaner. En esta guía se ofrecía una información sobre las visitas que los turistas podían hacer en Palma y los principales monumentos de la isla (Forteza, 2015: 257).

Solo habrá que esperar dos años para el verdadero impulso del turismo en Mallorca que llegará con la creación del Fomento del Turismo de Mallorca en 1905, la primera entidad de Baleares encargada de trabajar para impulsar esta industria. En el momento de su surgimiento, sus objetivos principales fueron facilitar la llegada de turistas, la mejora de ciertas infraestructuras, la atención y protección de los intereses de los visitantes y la realización de campañas de promoción a través de una oferta variada.

Durante las dos primeras décadas del siglo XX, se publicarán lo que se considera son las primeras guías turísticas, como la *Guía de las Islas Baleares* (Mar Mediterráneo), editada por la imprenta Gual y Muntaner de Palma (Vives, 2009: 212-213). Este material, el cual se verá incrementado durante los años treinta, década de un importante desarrollo turístico, siempre cogerá de referencia el imaginario del patrimonio mallorquín. Fue el pintor Erwin Hubert el responsable de crear una imagen idílica heredera del Romanticismo del siglo anterior, a través de la representación de la bahía de Palma, junto con la Catedral o el Castillo de Bellver.

A la creación de esta primera imagen turística también contribuyeron los artistas que a principios del siglo XX se desplazaron a la isla atraídos por su paisaje, el cual se descubrió internacionalmente a partir de las pinturas de Carlos de Hees, Ramon Martí y Encina, Santiago Rusiñol, Joan O'Neill, Antoni Ribas, Richard Ackerman o Antoni Fuster (Barceló, 2000: 39).²

El tipo de recursos que serán promocionados por Fomento del Turismo serán diversos, pero se puede afirmar que uno de los predominantes serán los culturales. De hecho, Vives (2020: 3), constata que la historia de esta entidad siempre ha ido de la mano de la cuestión cultural, ya que ha llevado a cabo la promoción y conservación del patrimonio histórico-artístico, la realización de itinerarios y excursiones, la edición de material de tipo cultural y la promoción de la cultura como atractivo turístico. Asimismo, también impulsó la protección y restauración de edificios tan significativos como la Catedral de Mallorca, la Cartuja de Valldemossa, el bosque y el Castillo de Bellver, el Casal Vivot de Palma, las *possessions*³ de la costa de la Sierra de Tramuntana o los molinos de vientos del barrio del Jonquet de Palma.

Vives también cita las gestiones que llevadas a cabo por el cumplimiento de las normas de restauración en el caso del Castillo de Santueri de Felanitx o el Castillo del Rey de Pollença, además de su apoyo para que determinados tesoros incluidos en subastas no salieran de la isla y los trabajos de señalización de monumentos y rutas, sobre todo a partir de los años cuarenta. Este hecho también es constatado por Barceló (2000: 38), cuando menciona algunas de las acciones que la entidad ha llevado a cabo a lo largo de historia, como la mejora de los accesos para poder visitar algunos de los principales atractivos paisajísticos y culturales de la Isla, como las Cuevas de Artà, las del Drach de Porto Cristo, el Castillo de Alaró, el Puerto de Alcudia y el Torrent de Pareis, entre otros. También destaca la organización de excursiones guiadas por diferentes lugares de la isla, y la gestión del acceso a monumentos tan representativos como el claustro de San Francisco de Palma, la Lonja, el Consolado de Mar y el Castillo de Bellver.

Por lo tanto, a raíz de todo lo comentado hasta ahora, se puede afirmar que los inicios del turismo en Mallorca fueron en gran parte de carácter cultural y que existía un interés en la cultura, tanto por parte de los visitantes como de los impulsores del turismo. Arrom (2010:37) constata también esta tendencia al afirmar que el turismo cultural fue una base muy importante previa al desarrollo del turismo de masas.

Pero este desarrollo fue truncado por la Guerra Civil española y seguidamente por la Segunda Guerra Mundial, hechos que supondrán una ruptura temporal larga, ya que no será hasta los años cincuenta cuando se vuelve a desarrollar un turismo internacional a raíz de una intensificación de la oferta.

2.2. El desarrollo tardío del turismo en Menorca

En Menorca el desarrollo de la industria fue más lento, ya que no se creó el Fomento del Turismo hasta el año 1932, a pesar de que años antes, en el 1909, se había creado la Sociedad de Atracción de

Forasteros y Excursiones (Fullana, 2009: 42). A pesar de esta falta de iniciativa, se han encontrado algunos testimonios que dejan constatar que los viajeros también pasaron por esta isla y dejaron sus impresiones. Se quiere destacar un documento referente a los *talaiots* menorquines. Su importancia radica en el formato que propone su autor: el de ruta turística. Se trata del artículo de Francisco Camps Mercadal, que fue publicado por primera vez en el número 141 del Boletín de la Sociedad Arqueológica Luliana de diciembre de 1891, así como en el volumen 1 de la Revista Menorca en el 1898. El autor presenta el artículo como una guía para conocer los *talaiots* de la zona de Migjorn Gran⁴ y Ferreries (Camps, 1898: 97, 105).

Por su parte, Méndez (2020: 179-180) ha hecho un estudio sobre el turismo menorquín entre 1900 hasta el estallido de la Guerra Civil española, en el que constata que a finales del siglo XIX la presencia de los viajeros de clases privilegiadas era significativa y destaca la llegada de embarcaciones, sobre todo de procedencia británica. Según el autor, fue la primera isla donde acudían, a partir de 1899, los primeros cruceros de turistas provenientes de Francia. Sin embargo, confirma que este preturismo no fue suficiente y no conoció el desarrollo que sufrió el mallorquín durante los años treinta, ya que la isla no disponía de una infraestructura empresarial que pudiera adaptarse a las nuevas necesidades de la demanda turística. No fue hasta la década de los años sesenta cuando comenzó el desarrollo turístico y se constata un flujo importante de pasajeros, precisamente durante el *boom* turístico de Baleares (1960-1975) (Fullana, 2009: 48).

2.3. Ibiza y Formentera, paraísos de la libertad

Respecto a Ibiza, ya en 1909 se promociona el turismo a partir de la publicación *Ibiza. Guía Turística*, editada en Barcelona por Arturo Pérez-Cabrero (Cardona, 2014: 902). En ella se destacaban sobre todo los recursos arqueológicos, paisajísticos e históricos, es decir, algunos de los que hoy en día encajan en el turismo cultural.

La década de los años treinta fue una etapa de expansión turística, ya que surgen las primeras infraestructuras hoteleras, con la construcción del Hotel España en 1932. El mismo año se empiezan a construir el Hotel Buenavista en Santa Eulalia del Río, el Grand Hotel (actual Hotel Montesol, en la ciudad de Ibiza) y el Hotel Portmany, en Sant Antoni. Será en esta última zona mencionada donde se formará el principal núcleo turístico de los años treinta, y de hecho los únicos hoteles de la isla que se mantendrán abiertos durante la Guerra Civil están localizados en este lugar (Blázquez, 2006: 244).

El Fomento del Turismo de Ibiza se crea en 1933, y cabe recalcar uno de los objetivos que marcaron el surgimiento de esta entidad. Aparte de la mejora de infraestructuras y de los transportes y una mayor inversión en el turismo, se pretende conseguir la declaración del yacimiento del Puig des Molins como Monumento Nacional. Por lo tanto, hay una preocupación patrimonial vinculada al inicio de la actividad turística. De hecho, una de las características de este primer turismo ibicenco es que Ibiza fue el refugio de muchos intelectuales y artistas que huían de la complicada situación política europea. Walter Benjamin, Erwin Broner, Raoul Hausmann, Erwin von Kreibitz y Wolfgang Schulze «Wols» son algunos de los artistas que llegan a lo largo de estos años (Cardona, 2014: 902).

En el caso de Formentera, la actividad turística estuvo condicionada por las circunstancias que venía arrastrando a lo largo de su historia. Fue una isla casi deshabitada debido a la falta de recursos, sobre todo de agua potable. Su promoción turística no fue contemplada y, evidentemente, quedó totalmente eclipsada por el incipiente turismo que se empezaba a desarrollar en la isla vecina. Hasta los años cincuenta no recibió los primeros visitantes turistas, pero la cifra no es significativa. Lo que destaca en esta isla es el papel que durante esta década tuvo alrededor del movimiento *hippie*, el cual tenía su centro en la famosa Fonda Pepe (Cardona, 2017:558-559). En cierto modo, pues, y a pesar de que Formentera no conoció un verdadero desarrollo hasta décadas posteriores, los que se pueden considerar los primeros turistas, vinieron atraídos por un movimiento de carácter social y cultural que deja establecer, una vez más, la posición destacada de la cultura en el desarrollo del primer turismo.

3. El boom turístico de los años 60 y la banalización de la cultura

A partir del primer boom turístico, el perfil de la actividad turística experimentará un cambio sin retorno. En 1960 se abrió el aeropuerto de Son San Juan de Palma a vuelos internacionales, en el 1963 lo hará el de Ibiza y en el 1968 el de Menorca (García, 2007:1097). Esto supondrá el inicio de un

turismo de masas basado en el modelo de sol y playa. Entre 1961 y 1966 los turistas se duplican llegando a superar el millón, y solo el 16'32% son españoles, ya que la tendencia cambió y predominaban los internacionales (Salvá, 1985:20).

La promoción turística se hizo a partir de la celebración de actos de gran impacto mediático, como el Festival de Elegancia y Belleza, la elección de Miss Naciones Unidas (1963), y de 1964 a 1969 el Festival Internacional de la Canción de Mallorca. El eco internacional que consiguen estos actos será decisivo para el desarrollo turístico, sobre todo de Mallorca (Vives, 2014:86).

El turismo de masas provocó la creación de una imagen tipificada de Baleares, basada en los recursos más presentes en el turismo que se había dado hasta entonces, mezclados con otros objetos de consumo. Esto provocará que se establezcan unos itinerarios muy rígidos de los cuales será difícil salir, aún hoy en día. Según Picornell (1990:45) el resultado será la creación de una «imagen-espectáculo» que no tiene nada que ver en la realidad balear y que se aleja de los elementos que caracterizan a la sociedad local.

Pese a esta nueva tendencia, aún se pueden concretar algunas acciones vinculadas a la cultura. Por su parte, el Fomento del Turismo de Mallorca, a partir de los años 70, llevará a cabo una difusión a través del arte, con la publicación anual de calendarios que utilizarán sobre todo motivos de carácter costumbrista y paisajístico. Las imágenes más repetidas serán el paisaje mallorquín, pero también los monumentos históricos como la Catedral de Mallorca y el Castillo de Bellver.

Poco a poco la fotografía sustituirá la utilización de la pintura en las imágenes promocionales. De hecho, esta será una herramienta clave utilizada en el material de promoción turística (Mulet, 2007: 36-37). El folklore, el paisaje, las costumbres y los principales monumentos históricos son los elementos más recurrentes. Es el momento en que algunos elementos de la cultura balear serán utilizados de manera banal, sin un contenido que refleje la realidad social y cultural de las Islas, sino que serán considerados simples objetos publicitarios al servicio de la imagen idílica que se promociona para fomentando el turismo de masas.

A pesar de ello, hay otro recurso que también será promocionado, sobre todo en el caso de Mallorca e Ibiza, y que se aleja de la folklorización que se ofrece de las campesinas y los almendros. Se trata de una cultura de carácter más internacional, centrada sobre todo en el arte contemporáneo, pero también en la literatura, el cine y la fotografía. Algunas de las iniciativas girarán en torno a pintores residentes en las islas o certámenes y exposiciones de arte. En este sentido, destaca sin duda la figura de Joan Miró, la cual fue utilizada en diferentes ocasiones para ofrecer un producto turístico de carácter cultural para luchar contra la estacionalidad.

Veny (2013: 52-56) habla de algunas de las acciones al respecto, como la exposición de Miró en Copenhague en 1966, impulsada por el ayuntamiento de esta ciudad y el de Palma, con el objetivo de promover ambas ciudades. También se publicaron artículos relacionados con Mallorca y Miró en diferentes revistas de viajes y otras publicaciones de lengua extranjera, como *Venture*, revista especializada en viajes, arte y artistas, el diario *Journal do Brasil* y el *Correo Comercial de Buenos Aires*.

Otras dos iniciativas con una intención propagandística fueron impulsadas por el director del Grupo Serra, Pere Serra, en concreto, dos concursos relacionados con Miró. Por una parte, el Premio Internacional de Pintura Joven y por otra, los premios *Soles Iberian Sun*, dirigidos a reconocer la labor de difusión de Mallorca hecha por personas y entidades situadas fuera de la isla. Para estos últimos premios, Miró diseñó un dibujo que fue luego modificado y otorgado a Fomento del Turismo de Mallorca para utilizarlo como reclamo turístico, y que se convirtió finalmente en el logo de la entidad.

Muy significativa es la exposición que el Ayuntamiento de Palma organizó en 1978 en la Lonja, los meses de septiembre y octubre, como reclamo para fomentar el turismo fuera de la época estival. Lo que se considera más relevante es la colaboración pública-privada que se llevó a cabo, ya que las entradas de la exposición eran vendidas por un precio especial en diferentes hoteles y agencias de viajes y además incluía la visita al centro de exposiciones del Casal Solleric de Palma.

El arte contemporáneo será también un elemento conector entre Ibiza y el ámbito internacional a raíz de la presencia de artistas, sobre todo de origen germánico, que se trasladan a la isla a partir de los años treinta en busca de un refugio y de tranquilidad. La prensa europea y nacional seguía mostrando una imagen basada en el clima, en el mar, en el paisaje bucólico y como refugio de los marginados, sobre todo haciendo referencia al movimiento *hippie*, el cual acabará folklorizándose y será el elemento a partir del cual se creará la imagen bohemia de la isla (Cardona, 2014:905).

A pesar de esto, internacionalmente la isla también será conocida a raíz de la presencia de artistas ligados a movimientos de vanguardia, lo que se consolidará a raíz de hechos como el la creación del Grupo Ibiza 59 (1959-1964) y la celebración de las Bienales de Arte Universitario, las cuales tendrán una clara intención de promoción turística. Según Rodríguez (2013: 91), la aportación del tercer premio

de la Bienal hecha por el Ministerio de Información y Turismo deja claro la intención propagandística de los organizadores, en este caso el Ayuntamiento de Ibiza. Fue precisamente durante la celebración de la tercera bienal (1968) cuando se crea el Museo de Arte Contemporáneo de Ibiza, el primero de esta tipología en España, inaugurado en 1969, en torno al cual se llevarán a cabo exposiciones de artistas internacionales, así como la *Ibizagráfica*.

En la década entre 1973 y 1983, otro elemento que también contribuirá a la imagen turística de la isla será la moda adlib.

En Menorca se ha constatado que la primera promoción del turismo también fue de carácter cultural, pero a partir de los años sesenta se centrará en el turismo de sol y playa (Pol, 2017: 50). Méndez (2014: 19) asegura que la presencia de algunos pintores, tanto foráneos como locales, ayudaron a la difusión del conocimiento de la isla a partir de exposiciones celebradas en ciudades como Madrid, Barcelona, Palma y París. Un ejemplo es la que organizó Fomento del Turismo de Menorca sobre pintores locales menorquines en Barcelona, después de que la prensa local reivindicara esta iniciativa con una finalidad de promoción turística.

En cuanto a Formentera, su imagen no se promocionará de manera seria hasta los años cuarenta, y esta estará también centrada en el folklore y algunos monumentos históricos, por eso las imágenes vinculadas a la isla que más aparecerán serán las mujeres vestidas de campo, la iglesia fortificada del pueblo de San Francesc y los molinos de viento, que se convirtieron en principales elementos de la promoción turística de los años cincuenta. En la década siguiente, serán substituidos por las playas y el paisaje formenterencos (Rossell, 2009:114-115).

4. La diversificación turística del siglo XXI

Con la entrada del siglo XXI, la oferta turística balear ha sufrido una diversificación de cada vez más definida, concretada en diferentes segmentos encaminados a paliar el predominio de la modalidad de sol y playa y sus terribles consecuencias.

Se ha constatado que el turismo cultural ha sido uno de los últimos modelos a fomentarse. Concretamente, en los últimos planes de turismo elaborados por el Gobierno Balear y por la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares (AETIB) se ha podido comprobar que los recursos culturales de las Islas aparecen como productos potenciales. El patrimonio histórico, los mercados, las ferias y las fiestas tradicionales son los elementos más considerados.

En estos mismos planes de turismo se establecen, entre otros, una serie de objetivos que giran en torno a un concepto: el turismo responsable, es decir, un modelo turístico que permita la satisfacción tanto de los visitantes como de la población local y que carezca de consecuencias negativas en el entorno natural ni con el patrimonio cultural. En este sentido, el Plan Integral de Turismo 2012-2015 proponía un incremento de experiencias diversificadas de gran componente emocional. La diversificación de los productos se concretó de la siguiente manera: sol y playa, golf, náutica, naturaleza, cultura, cicloturismo, senderismo, gastronomía, turismo de congresos, turismo ecuestre y turismo ornitológico.

El Plan de Turismo 2015-2025 está en línea con el anterior, ya que propone la búsqueda de una experiencia diversificada, con un gran componente emocional y la preferencia de los viajeros por formas de turismo más asequibles y accesibles. Este documento propone desarrollar las líneas que defiende a través de tres aspectos: la legislación, el *branding* y la colaboración (pública-privada, privada-privada y pública-pública).

Con el *branding* se pretende adaptar la oferta turística de Baleares a las nuevas tendencias de los turistas a través del Escaparate Turístico Inteligente (TIE), una base de datos que recoge los recursos turísticos de las Islas Baleares a disposición del público. En él se presentan los bienes catalogados, los Bienes de Interés Cultural (BIC) y los declarados Patrimonio de la Humanidad, pero también el patrimonio religioso, los museos, las galerías de arte, las fundaciones culturales, los recintos arqueológicos y militares, así como los eventos culturales de las Islas (festivales, conciertos, etc.).

De las medidas específicas respecto al turismo cultural se menciona el objetivo de potencializar los clubs existentes, entre ellos el de cultura, y poner en marcha el programa *Archeosites*, incluido en el proyecto *European Cultural Routes Transferring Experiences, Sharing Solutions, CERTESS* (2011-2013), coordinado por el Instituto Europeo de Itinerarios Culturales con el objetivo de crear un marco metodológico común para la gestión y mejora de los itinerarios culturales para fomentar un turismo sostenible. En total participaron en él once regiones de diez países diferentes. A partir de esta iniciativa, en Baleares se creó la ruta arqueológica en la que en un primer momento se incluían diez yacimientos

arqueológicos de Mallorca, Ibiza y Menorca. Durante el 2018 se trabajó para poner en marcha esta ruta arqueológica interinsular con el nombre de *Archeosites*, con la preparación de una señalización e imagen conjuntas para todos los yacimientos.

En el Plan de Actuación 2019 de la Agencia Estratégica Turística de las Islas Baleares (AETIB) se definieron nuevas líneas metodológicas en cuanto a la oferta turística. Una de ellas se define en relación con la especialización del producto, a partir de la definición de ocho Segmentos Estratégicos Turísticos de las Islas Baleares (SETs) concretados en los siguientes: cultura, gastronomía, deportes, turismo activo, ecoturismo, salud y bienestar y MICE. Para cada uno de ellos se realizan acciones concretas.

Las actividades en el segmento cultural se articularon en torno a siete líneas de actuación. Cabe destacar las relaciones propuestas entre diferentes entidades y asociaciones defienden del ámbito cultural no solo de Baleares, sino también europeas: asociaciones de amigos de los museos, de castillos y fortificaciones y periodistas especializados en cultura. Se distribuyó un mapa del patrimonio cultural para ser distribuido en los equipamientos culturales, la edición de un folleto de jardines y del mapa *Archeosite*, así como la formación de cuatro comisiones para establecer líneas de trabajo conjunto: la comisión para celebrar un evento internacional de turismo cultural, la comisión con turoperadores, la comisión patrimonio-turismo y la comisión formada por el obispado, la diócesis y las congregaciones religiosas y turismo.

Este tipo de iniciativas son las que la mayoría de los estudiosos defienden como imprescindibles para llevar a cabo una correcta gestión del turismo cultural. La colaboración entre turismo, cultura, patrimonio o cualquier otra entidad que participe del modelo no es frecuente y la mayoría de las veces se trabaja de forma individual y sin tener en cuenta las necesidades de cada sector. De hecho, esta es la tendencia que predomina todavía hoy en Baleares.

El plan de acción de 2019 presentó todavía otro planteamiento que no puede pasarse por alto: la convocatoria de un concurso para el fomento de estudios innovadores vinculados a la cultura y al turismo.

Con el tiempo, a través de los diferentes planes estratégicos de turismo, el Gobierno de las Islas Baleares ha marcado las líneas para intentar cambiar el modelo turístico y fomentar un basado en la sostenibilidad territorial. Dentro de las nuevas estrategias no se ha dejado de lado el turismo cultural, de hecho, se puede afirmar que en los últimos años este se ha intentado incentivar desde la administración pública, a veces en colaboración en el ámbito privado.

A pesar de las medidas comentadas, no se constata que su desarrollo haya sido completado ni tampoco continuo en el tiempo. De hecho, no se puede afirmar que hayan contribuido de manera manifiesta a la diversificación de la actividad turística. Constatar este hecho con datos concretos resulta complicado, ya que se carece de estadísticas que permitan ofrecer una valoración tanto cuantitativa como cualitativa. De hecho, se considera que este sería el paso siguiente a realizar: una valoración de los resultados reales de todas las propuestas hechas a nivel teórico. Sin duda, es una tarea pendiente por parte de las administraciones, pero también en el ámbito de los estudios sobre la actividad turística.

5. Conclusiones

En general, se puede afirmar que en Baleares los inicios de la industria turística parten de una oferta no centrada en el turismo de sol y playa, sino que las aspiraciones, tanto de los promotores como de los visitantes, entroncaron con diferentes ámbitos, entre los cuales el cultural tuvo un peso significativo.

El inicio del turismo, se sitúa en el momento en que se empiezan a fomentar iniciativas para el desarrollo de esta industria, introducidas en una etapa muy temprana en Mallorca con la creación del primer hotel, el Gran Hotel (1903) y dos años después, en 1905, del Fomento del Turismo de Mallorca, entidad que surgirá posteriormente en Menorca y en Eivissa.

La primera promoción turística de Mallorca tendrá como elemento fundamental su paisaje, generador de una imagen idílica, pero también su patrimonio cultural de carácter más monumental. La vinculación del Fomento del Turismo con la cultura estará muy presente en la primera etapa de promoción turística de Mallorca.

En Ibiza, aunque en menor escala, también se promocionará el turismo en relación con sus recursos patrimoniales, tanto de carácter cultural como natural.

En Menorca, el verdadero desarrollo turístico no se dará hasta los años sesenta, aunque también puede afirmarse que la primera promoción de la isla gira en torno a su paisaje y su patrimonio cultural.

En cuanto a Formentera, su promoción empezará en los años cuarenta y estará también vinculada a su cultura.

Pero a partir del boom turístico de los años sesenta se creará una imagen tipificada de las Islas Baleares a partir de un proceso de folklorización de la cultura que nada tiene que ver con la verdadera identidad cultural de la sociedad balear, transformada ya en esos momentos por los efectos del desmedido desarrollo del turismo de masas de sol y playa.

Sin embargo, surgirán iniciativas en torno a la cultura encaminadas a paliar las consecuencias de este tipo de turismo. Cabe destacar aquellas hechas en torno a personajes de renombre internacional como Miró, los actos que el grupo Serra organiza para promover un turismo de invierno, la exposición del artista hecha en Copenhague en 1966, el Premio Internacional de Pintura Joven y los premios *Soles Iberian Sun*. También la exposición de Miró celebrada durante los meses de septiembre y noviembre en 1978, organizada por el Ayuntamiento de Palma para favorecer el turismo de invierno.

En Ibiza también hay eventos culturales que se vinculan a la proyección internacional de la isla, como las Bienales de Arte Universitario o la creación del Museo de Arte Contemporáneo.

En Menorca, la presencia de los pintores locales y las exposiciones que éstos realizan en diferentes ciudades españolas y europeas ayudan a la promoción turística de la isla. En este sentido, el Fomento del Turismo organiza en los años setenta una exposición de pintores menorquines en Barcelona.

En Formentera, el fenómeno cultural que le proporcionó una proyección internacional fue el movimiento *hippie*, aunque este también acabará folklorizándose.

Por tanto, se ha podido constatar que a pesar de que el turismo de masas es el modelo predominante, en los años sesenta y setenta, surgen, sobre todo en Mallorca e Ibiza, propuestas culturales, vinculadas en el arte contemporáneo, que quieren promocionar una imagen turística. En los años ochenta también existen iniciativas en esta línea, como la campaña promovida por el Fomento del Turismo de Mallorca y titulada *Un invierno en Mallorca*.

A partir de los años noventa se intentará llevar a cabo una diversificación de la oferta turística a través de la promoción de otros productos, a menudo de carácter cultural, pero esto no ha supuesto una merma del turismo de masas, puesto que la estructura y mecanismos de funcionamiento de la industria turística no han sufrido cambios significativos que permitan hacer real una diversificación de la oferta.

Actualmente, no se ha logrado reducir el peso ni del turismo de sol y playa ni sus efectos negativos. Por el contrario, han entrado en escena nuevas formas de explotación turística que han empeorado las condiciones socioeconómicas de Baleares. Algunas organizaciones, sobre todo de tipo ecologistas, alertan de que Baleares está en una situación de riesgo vinculada a la turistificación de la realidad isleña, de hecho, definen el momento presente como un cuarto boom turístico, relacionado con la comercialización de las viviendas familiares: «[...] el turismo ha colonizado diferentes espacios y territorios hasta entrar, literalmente, dentro de nuestra casa y convertirla en un nuevo producto de mercantilización turística» (Ramis, 2019: 14).

Sin duda, se considera necesario potenciar la elaboración de estudios que contribuyan a un mejor conocimiento de la incidencia de la cultura y la reflexión en torno a maneras sostenibles de potenciar una oferta turística que contribuya a mejorar los efectos que esta actividad tiene tanto en la sociedad como en los recursos naturales y culturales.

Bibliografía

- Arrom, J. M. 2010. *El turismo cultural en Mallorca: recursos, productos y potencialidades. Memoria de investigación*. Disponible a <https://cutt.ly/ojhyNYG>. Consulta 10/08/2015.
- Arrom, J. M. 2020. El turismo cultural en Mallorca: recursos, productos y potencialidades. *Turisme cultural: anàlisi, diagnòstic i perspectives de futur*. Tom 1, p. 419-440. Palma: Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears.
- Barceló, B. 2000. Història del turisme a Mallorca. *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*. Núm. 50 (Vol. XV), p. 31-55. <https://cutt.ly/1f697Qf>. Consulta 10/09/2020.
- Blázquez, M. 2006. Eivissa, el paraíso con peor nombre. Artigues Bonet, A.A., et al. (2006). Introducción a la geografía urbana de las Illes Balears. *Guía de campo del VIII Coloquio y jornadas de campo de Geografía Urbana*. Palma de Mallorca: Grupo de Geografía Urbana AGE, p. 238-267. <https://cutt.ly/sjg6oEz>. Consulta 16/06/2017.
- Boyd, Stuart, M. 1911. *The fortunate Isles. Life and travel in Majorica, Minorca and Iviza*. London: Methuen & CO. LTD. <https://bit.ly/32V7X15>. Consulta 23/09/2020.
- Buades, J. 2006. *Exportando paraísos. La colonización del planeta*. Palma: La Lucerna.

- Cambrà de Comerç de Mallorca 2010. *Estudio sobre productos turísticos emergentes en las Illes Balears*. <https://cutt.ly/mjzYlxs>. Consulta 30/10/2017.
- Camps, F. 1898. Itinerario de los talaiots (Menorca). *Revista Menorca*, Vol. 1, p. 94-109. <https://cutt.ly/SgUXqxY>. Consulta 18/10/2020.
- Cardona, J.R. 2014. Inicios del turismo y actitudes de los residentes. El caso de Ibiza - España. *Estudios y perspectivas en turismo*. Volumen 24, p. 1-22. <https://cutt.ly/ogPYsLk>. Consulta 12/10/2020.
- Cardona, J.R. 2017a. Consolidación de Ibiza como destino turístico (finales del siglo XX). *Gran Tour: Revista de Investigaciones Científicas*, nº 16, julio-diciembre de 2017, p. 43-62. <https://cutt.ly/0jg6TOG>. Consulta 22/04/2019.
- Conselleria de Turisme i Esports (s.d.). *Plan Integral de Turismo de las Islas Baleares 2015-2025*. 2015. <https://cutt.ly/khu1NnZ>. Consulta 09/07/2020.
- Conte, É. 1895. *Espagne et Provence*. Paris: Calmann Lévy Editeur. <https://cutt.ly/VgiScQZ>. Consulta 25/09/2020.
- Cortada, J. (1845). *Viaje a la Isla de Mallorca en el estío de 1845*. Barcelona: Imprenta de A. Brusi. <https://cutt.ly/qf5eoWj>. Consulta 03/10/2020.
- Davillier, J.C., Doré, G. 1881. *Spain by the Baron Ch. D'Avillier*. London: Bickers & Son. <https://cutt.ly/VgiScQZ>. Consulta 03/10/2020.
- D'Este, M. 1907. *With a camera in Majorca*. New York and London: G.P. Putnam's Son.
- El Bien Público 1887. *Noticias de Menorca*. Núm. 4.477, 5 de desembre, p. 2. <https://cutt.ly/4gUTXqI>. Consulta 19/10/2020.
- Forteza Oliver, M. 2015. La Catedral en las guías turísticas de Mallorca después de la intervención de Gaudí. Gambús, M., Fullana, P. (coord.). *Campins i Gaudí: la reforma de la Seu de Mallorca i la seva implementació en el monument (1903-1947)*. Jornades d'Estudis Històrics de la Seu, p. 253-273. Mallorca: Capítol Catedral de Mallorca.
- Fullana, A. 2009. *El turisme a Menorca. Retard en el seu desenvolupament dintre de l'àmbit balear. Memòria de investigació*. <https://cutt.ly/fjg08dK>. Consulta 12/05/2016.
- García, M.A., Martorell, O. 2007. Una reflexió sobre el model turístic de les Illes Balears. *Decisiones basades en el coneixement i en el paper de la empresa: XX Congrés anual de AEDEM*, Vol. 1, p. 1097-1106. (s.l): Asociación Española de Dirección y Economía de la empresa (AEDEM).
- Govern de les Illes Balears, Conselleria de Turisme i Esports (2012). *Plan Integral de Turismo de las Islas Baleares 2012-2015*. <https://cutt.ly/AhefYyM>. Consulta 22/02/2014.
- Govern de les Illes Balears, Conselleria de Turisme i Esports (2015). *Plan Integral de Turismo de las Islas Baleares 2015-2025*. <https://cutt.ly/FhefIMM>. Consulta 16/03/2016.
- Grasset de Saint-Sauveur, A. 2002. *Viatge a les Illes Balears i Pitiüses*. Palma: Lleonard Muntaner.
- Laborde, A. 1829. *Itinéraire descriptif de l'Espagne*. Paris [s.n.]. <https://cutt.ly/pgkGLwA>. Consulta 10/10/2020.
- Medel, R. 1989. *Manual del viajero en Palma de Mallorca*. Palma: el Drac Editorial.
- Méndez, A. 2014. Arrels del fracàs del turisme de Menorca (1900-1936). Institut Menorquí d'Estudis. Document en línia, <https://cutt.ly/aZkwdSN>. Consulta 29/07/2021.
- Méndez, A. 2020. La eclosió del turisme en Balears. El retràs de Menorca i els factors del èxit turístic (1900-1936). *Investigaciones Turísticas* (19), pp. 163-185. <https://doi.org/10.14198/INTURI>. Consulta 19-08-2020.
- Mulet, M.J. 2007. Turismo, fotografia i premsa. El turisme en les Illes Balears a través de les fotografies de premsa. A Soler, G. (coord.). *Imágenes de una aventura. Fotografías de prensa y turismo*. Mallorca: Foment del Turisme de Mallorca i IBATUR.
- Picornell, C. 1990. Turisme i territori a les Illes Balears. 18 conclusions generals sobre la geografia, la història, els impactes i la política del turisme a les Illes Balears. *Treballs de geografia*, núm. 43, p. 43-48. <https://cutt.ly/tgK997Z>. Consulta 06/06/2019.
- Piferrer, P., Quadrado, J.M. 1888. *España, sus monumentos y artes, su naturaleza e historia. Islas Baleares* por D. Pablo Piferrer y D. José M^a Quadrado. Barcelona: Editorial de Daniel Cortezo y C^a. <https://cutt.ly/vgtHzxd>. Consulta 9/10/2020.
- Planas, A.M. 2020. Les guies turístiques de Mallorca des d'una perspectiva històrica. *Turisme cultural: anàlisi, diagnòstic i perspectives de futur*. Tom 1, pàg. 111-126). Palma: Agència D'Estratègia Turística de les Illes Balears.
- Pol, M. 2017. *Anàlisi de la imatge. Cas d'estudi: l'evolució del model turístic de l'illa de Menorca*. Treball final de grau de la Universitat de Barcelona. <https://cutt.ly/3jlsUa>. Consulta 08/01/2021.

- Ramis, M. 2019. Els impactes de la turistització. Pissarra. *Revista d'ensenyament de les illes*, febrer-abril 2019, núm. 154, p. 14-16. Palma: STEI Intersindical.
- Revista de Menorca 1888. *Monsieur Cotteau en Menorca*, p. 267-268. <https://cutt.ly/3gUSjZl>- Consulta:19-10-2020.
- Revista Menorca 1906, Tom I, Quinta época. <https://cutt.ly/ggUUUWY>. Consulta 19-10-2020, 17:22h.
- Rodríguez, R. 2013. *Franquisme i cultura a Eivissa*. Tesis doctoral de la Universitat de les Illes Balears. <https://cutt.ly/ijlsp4D>. Consulta 08/01/2021.
- Rossell, X. 2009. Imatge turística projectada: Formentera 1883-1960. A Mulet, J.A., Seguí, M. (coord.). *Imatge i turisme*, Núm. 94/95, p. 107-117. Palma: Institut d'Estudis Baleàrics.
- Salvà, P.A. 1985. Turisme i canvi a l'espai de les Illes Balears. Salvà i Tomàs, Pere Antoni. *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, p. 17-32. <https://cutt.ly/2gK19U0>. Consulta 16/09/2017.
- Toll, C. 1876. *The Balearic Islands*. London: Sampson Low, Martson, Searle & Rivington.
- Toll, C. 1997. *Les Illes Balears*. Palma: Lleonard Muntaner Editor.
- Tugores, F. 2011. Viatgers i Patrimoni a les Illes Balears (1837-1962): un procés de descoberta, valoració i oblit. Dins Riera, C. (ed.) *La mirada forana. Les Illes Balears vistes pels viatgers*, p. 75-89. Palma: Conselleria de Presidència, Govern de les Illes Balears.
- Veny, X. 2013. *Joan Miró a la premsa mallorquina des de 1942 a 1978*. Trabajo final de màster, Universitat de les Illes Balears. <https://cutt.ly/hZj6owq>. Consulta 29/07/2018.
- Villalonga, P. 1989. Los libros de viajes y la ilustración litográfica como medio difusor del romanticismo. *Butlletí de la Societat Arqueològica Lul·liana: Revista d'estudis històrics*, Vol. 45, p. 343-356. Palma: Societat Arqueològica Lul·liana.
- Vives, A. 2009. Els primers material de promoció turística de Mallorca (1903-1936): una visió general. A Mulet, J.A., Seguí, M. (coord.). *Imatge i turisme*, Núm. 94/95, p. 209-218. Palma: Institut d'Estudis Baleàrics.
- Vives, A. 2014. El Foment del Turisme de Mallorca i els mitjans de comunicació. A Serra, S., Canyelles, T. (coord.). *Turisme i mitjans de comunicació a les Illes Balears*. <https://cutt.ly/Nj1aj2C>. Consulta 08/01/2020.
- Vives, A. 2020. El Foment del Turisme de Mallorca en la defensa i la promoció del patrimoni historicoartístic i del turisme cultural. *Plecs d'Història Local*, núm. 183, p. 2-5. Barcelona: Institut Ramon Muntaner.
- Vuillier, G. 1973. *Les illes oblidades. Viatge a les Illes Balears*. Mallorca: Editorial Moll.

Notas

- ¹ Este autor defendió el fomento de la industria turística con sus escritos en la publicación *La Almudaina* en 1890 (Barceló, B. 2000: 36).
- ² Las obras de algunos de estos pintores son ya mencionadas por los viajeros de la etapa preturística.
- ³ Una *possessió* es una gran extensión de tierra utilizada como explotación agrícola y en la que se reúnen diferentes edificios tradicionales de Mallorca.
- ⁴ El autor se refiere a este pueblo con su antiguo nombre, San Cristóbal, el cual toma el nombre de su parroquia y fue cambiado posteriormente por el de Migjorn Gran.

Recibido: 05/08/2022
Reenviado: 16/06/2023
Aceptado: 19/06/2023
Sometido a evaluación por pares anónimos