

EL PLA.

avi

Mirades monogràfiques

ALGAIDA - ARIANY - COSTITX - LLORET DE VISTALEGRE - LLUBÍ - MARIA
DE LA SALUT - MONTUÏRI - PETRA - PORRERES - SANTA EUGÈNIA -
SANT JOAN - SENCELLES - SINEU - VILAFRANCA DE BONANY



PLA DE MALLORCA XXI

El Pla

Publicació periòdica del Pla de Mallorca

Edita:
Associació Pla de Mallorca XXI

Dipòsit legal: DL PM 00101-2022



PLA DE MALLORCA XXI

info@plademallorcaxxi.com
www.plademallorcaxxi.com

Coordinació EL PLA: Maria Reyeró i Juanjo Suárez

Consell assessor: Climent Picornell i Jaume Garau

Han escrit articles per EL PLA:

Celestí Alomar, Tomàs Vibot, Magdalena Aguiló, Marcel Pich, Andreu Ramis, Margalida Mulet, Col·lectiu Amantina, Climent Picornell, Bartomeu Garí, Tomeu Obrador, Miquel Sbert, Sebastià Vicens, David Abril, Carme Castells, Joana Abrines, Joana Garau, Hannah Charlotte Wesselmann, Marta Ferriol, Nofre Fullana, Pere Rabassa, Joan Vanrell.

Hem entrevistat per EL PLA:

Andreu Serra (conseller de Turisme i Esports del Consell de Mallorca), Joan Valent (músic i compositor), Jaume Alzamora (conseller de Promoció Econòmica i Producte Local del Consell de Mallorca), Bàrbara Mesquida (productora de vi), Guillem Mas (productor d'oli), Pere Mindona (pagès), Ralf Breede (mestre cerveser), Brigitt de Jesús (administradora de Recursos Humans), Richard Nightingale (etnomusicòleg), Álvaro Zavala (treballador d'un Rent a car), Maria Antònia Rigo (directora d'escola), Rafel Crespi (director d'institut), Miquela Maria Mestre (coordinadora d'escoleta), Arnau Company (estudiant), Bernat Bauçà (president d'AMIPA), Joan Barceló (periodista), Maria Antònia Oliver (presidenta de l'associació Memòria de Mallorca), Mariona Luís (gerent de l'Institut Balear d'Innovació Empresarial), Sebastià Vadell (propietari d'Abbaccino), Javier Irazusta (gerent de Can Company), Cati Vaquer (propietària dels planters Ca Na Justa), Aina Socies i Maria Massanet (tècniques de l'Associació de Varietats Locals), Francisca Caimari (filòloga), Maria Magdalena Alomar (filòloga), Margalida Seguí (responsable de la formatgeria Son Jover), Joana Maria Palou (rectora de l'Estudi General Lul·lià), Maria Antònia Mulet (batlessa d'Algaida), Francisca Mora (batlessa de Porreres), Maria Antònia Martí, Beatriz Martín i Francesco Filippi (Fundació MUSOL), Toni Gelabert (propietari de l'agroturisme Roqueta), Cata Moncadas (propietari de l'hotel Can Moio), Diego Zaforteza (gerent de la Fundació Itinerem), Sebastià Vicens (antropòleg), Pere Josep Bauçà (organitzador de la festa de Ses Clovelles de Petra), Margalida Garí (organitzadora de la festa de Sa Revolta de Vilafranca), Pere Marc Arrom (organitzador de la festa de S'Embal't de Sencelles), Aina Serení (presidenta de la Muchal Foundation), Gabriel Mayol (regidor de Cultura de l'Ajuntament de Montuiri), Apol·lònia Miralles (cossiera), Maria Esperança Mora (gerent de la Cooperativa Agrícola de Porreres), Jaume Rosselló (gerent de la Cooperativa Arts i Sons), Bàrbara Mestre (directora de Mater Tourism), Francesca Martí (directora de la Fundació Deixalles), Guillem Frontera (escriptor), Joan Mas (escriptor), Llorenç Capellà (escriptor), Roser Amills (escriptora), Gabriel Janer (escriptor), Sebastià Perelló (escriptor), Maite Brazales (escriptora), Joan Cifre (director de la Mancomunitat del Pla), Joana Maria Pascual (presidenta de la Mancomunitat del Pla de Mallorca), Pedro Álvarez (regidor de Cultura de l'Ajuntament de Sineu), Maria Antònia Veny (regidora de Comerç de l'Ajuntament de Porreres), Xisco Llompart (president de la Cooperativa de Pagesos Ecològics de Mallorca), Xavier Moratinos (pagès), Antoni Garcías (pagès), Maria Teresa Ramis (pagesa), Margalida Mulet i Josep Brunet (impulsors de projecte d'agricultura regenerativa), Jaume Luis Salas (arquitecte).

Fotos: A la portada, imatge de Maria del Carme Bauzà. A l'interior, fotos de Climent Picornell, mitjans de comunicació locals, xarxes socials dels ajuntaments, cedides per les persones entrevistades.

El Pla és un diari informatiu independent i plural que defensa la llibertat d'expressió. Les opinions expressades a les seves pàgines no són assumides necessàriament per la publicació, sinó que pertanyen als seus autors i autores, que en són responsables.

Prohibida la reproducció total o parcial d'aquesta publicació sense autorització de l'entitat editora. Tots els drets reservats.

Amb el suport de:



Departament de Cultura, Patrimoni
i Política Lingüística
Consell de Mallorca

Fundació
Iniciatives del Mediterrani



Índex

Presentació	4
MONOGRAFIES:	
Turisme post-covid	5
Cultura contemporània	13
Producte local	24
Estrangers al Pla	37
Educació	48
Premsa forana	55
Memòria històrica	67
Empreses innovadores	75
Dones	81
Nous models turístics	94
Festes d'estiu al Pla	108
Economia social i solidària	124
Literatura	139
Aigua	152
Estratègia turística	168
Pagesia	186
Patrimoni arquitectònic	201



Presentació

Benvolgut, benvolguda,

A les teves mans tens un recull dels monogràfics de la revista de l'entitat Pla de Mallorca XXI. Des de la pandèmia fins ara hem publicat 17 números abordant tota mena de temàtiques i una gran quantitat de persones que hi han escrit o han estat entrevistades. I tot amb la col·laboració de la premsa local de cada municipi i entitats de tot arreu. Aquest compendi de dossiers temàtics genera un panorama bastant detallat del que és el Pla de Mallorca avui, un patrimoni riquíssim que cal conservar i millorar.

Una trentena de persones hem creat una entitat associativa, sense afany de lucre, independent i oberta a tothom que estima el Pla. És una entitat amb voluntat de ser un observatori de referència sobre el Pla de Mallorca, un projecte col·lectiu per reflexionar i proposar idees pel futur del Pla, amb perspectiva històrica, col·laborant amb les institucions públiques i les entitats privades i socials que hi fan feina en tots els pobles de la comarca. Pla de Mallorca XXI fa feina perquè això sigui una realitat.

Esperam que us agradi i que ens envieu les vostres propostes per millorar la nostra feina, així com us convidam a participar en aquest projecte, referència de totes les persones que estimen el Pla.

Mateu Ginard

President de Pla de Mallorca XXI

Maig 2020

Turisme al Pla de Mallorca: Reptes i perspectives post-covid

El Pla de Mallorca ha estat tradicionalment una zona eminentment agrícola i ramadera: les terres conrades suposen, encara avui, el 84,3% de la superfície de la comarca. Una part important de la població es dedica a l'agricultura en petites explotacions familiars, que potser no poden competir en quantitat amb grans explotacions agrícoles però que en canvi donen productes de gran qualitat.

Amb el primer boom turístic es varen crear empreses del sector de la construcció que, fins fa uns anys, era el principal sector ocupacional del Pla. La població ocupada per sector econòmic denota l'herència que arrossega el Pla: la construcció i el comerç són vitals, així com el sector agrari (petit en percentatge, elevat en rendiment); en canvi, no hi domina el sector de l'hostaleria, motor de la Comunitat Autònoma.

Semblaria que el Pla encara no s'ha vist massa afavorit per la indústria hotelera i de restauració, tot i el seu potencial endogen derivat en gran part del seu caràcter rural. La irrupció del turisme d'interior ha estat més notable d'ençà de l'establiment del lloguer vacacional, el que ha duit l'aparició de places turístiques imprevistes que han hagut de suportar les infraestructures existents. Aquest és un dels temes que ens condueix a replantejar la necessitat d'empoderar la institució de la Mancomunitat per reforçar la veu del Pla a les decisions que l'afecten.

En la situació d'incertesa actual, la comarca té l'oportunitat de reactivar l'activitat turística posant en valor la seva personalitat pròpia com a element diferenciador. Quin és el futur del turisme al Pla?



Dossier

TURISME AL PLA DE MALLORCA

Pla de Mallorca XXI

Per una estratègia turística adaptada al territori: el cas del Pla de Mallorca

Donades les condicions actuals d'emergència sanitària i d'incertesa econòmica, des de Pla de Mallorca XXI consideram que és necessari reflexionar i planificar d'una manera profunda i consensuada el desenvolupament futur i immediat de l'activitat turística a la comarca.

Per reactivar aquesta activitat econòmica, gràcies a les seves característiques, el Pla compta amb un avantatge competitiu en termes turístics, en comparació amb destinacions. Per exemple, la seva oferta hotelera es compon sobretot d'allotjaments de petites dimensions, siguin petits hotels o habitatges aïllats tant en nuclis urbans com agroturismes. Per tant, són modalitats d'oferta que els fan més fàcilment adaptables als criteris de seguretat sanitària que s'exigiran a partir d'ara. Aquest i d'altres aspectes ens fan pensar que el Pla té fortalesa suficient per adaptar-se ràpidament a la nova situació i enfortir la seva competitivitat dins el sector turístic.

Amb aquest punt de partida plantejam una sèrie de propostes amb l'objectiu de reactivar l'oferta turística al Pla de Mallorca:

1. És del tot urgent que els establiments turístics d'allotjament i restauració tinguin a la seva disposició els **protocols sanitaris** requerits.
2. Promocionar una **plataforma digital** pròpia que recollís la informació sobre l'oferta turística del Pla.
3. Recopilar i difondre **Rutes culturals patrimonials**.
4. Crear una **etiqueta de productes de proximitat**, tant per productes agroalimentaris com per l'oferta gastronòmica.



5. Crear un **carnet de bones pràctiques en disminució de la petjada ecològica**.

6. Com a línia estratègica, enfortir la percepció de **"turisme no estàndard"**. El model de turisme del Pla és original, autèntic. El visitant ha de tenir la sensació que va a un lloc no-estandarditzat, únic, diferent, que no es pot replicar.

7. **Promoure la col·laboració i el treball conjunt** entre els productors del Pla, amb el suport de les entitats públiques (com el Consell de Mallorca, la Mancomunitat i els Ajuntaments del Pla) que mostrin una voluntat clara de fer feina junts per sortir de la crisi junts, orientats a un futur totalment sostenible.

Tenim l'oportunitat de reforçar els avantatges que el Pla té com a conjunt, reforçant el concepte de proximitat tant per la seva fiabilitat en seguretat sanitària com per la seva contribució en adaptació al canvi climàtic i reducció de la petjada ecològica. D'aquesta manera podrem dissenyar les estratègies turístiques adaptades al territori a diferents velocitats, amb un inicial pla de xoc i amb planificació per al futur.

L'entrevista

"El Pla de Mallorca és ric en productes turístics de valor "

ANDREU SERRA MARTÍNEZ

Conseller de Turisme i Esports del Consell de Mallorca

Andreu va estudiar Psicopedagogia a la UIB i va treballar com a orientador psicopedagògic a ASPAS i coordinador dels serveis educatius. Més endavant va Coordinar la Xarxa de Centres de suport educatiu de Calvià. Des d'aleshores ha ocupat diversos càrrecs a les conselleries d'Educació i Presidència del Govern Balear, així com el de regidor del Grup Socialista de Calvià, primer tinent de batle d'aquest ajuntament i president de l'empresa municipal Calvià 2000.

Com creu que evolucionarà el turisme a Mallorca aquest any 2020 i el pròxim 2021?

Des del Consell en tot moment hem mantingut l'esperança de tornar a tenir turisme a Mallorca de cara a juliol o agost, i no hem deixat de treballar perquè la nostra marca continués present al Regne Unit o Alemanya. Per això llançarem la campanya promocional «Fins aviat, Mallorca».

Ara que sabem que el turisme internacional es reactivarà a partir del juliol, es confirma que la nostra estratègia de promocionar l'illa als mercats principals durant el confinament ha estat l'encertada. Alhora, sabem que els primers mercats turístics a reactivar-se seran l'interilles i l'espanyol, i planificam també de cara al que vendrà després de juliol i agost. Serà un turisme en què la seguretat sanitària serà important, però Mallorca està preparada i ja es mostra ara com una destinació segura i de qualitat. Feim feina en col·laboració amb el sector, cosa que s'ha demostrat que és fonamental, i sortirem tots plegats d'aquesta situació. Igualment, no renunciem a plantejar que la sostenibilitat i els ODS han de ser claus per aquesta nova etapa del turisme a Mallorca.



Creu vostè que el Pla de Mallorca és una comarca amb entitat suficient perquè tengui la seva pròpia estratègia respecte del turisme?

Mallorca ha estat internacionalment coneguda per un producte estrella: el sol i platja. Però a aquest valor ja consolidat n'hi hem de sumar uns altres: som també qualitat i sostenibilitat, i ho som els 365 dies l'any. Ara el repte no és xerrar de volum, sinó xerrar de valor.



El producte de sol i platja ha de convertir-se en un producte de valor, que es lligui amb un turisme de qualitat, esportiu, cultural...

Productes com aquests (el turisme actiu, de natura, gastronòmic o el patrimoni) ens aporten aquests valors extra, i el Pla de Mallorca n'és molt ric. El Pla ha de tenir una estratègia conjunta entre tots els municipis que l'integren per ser capaços de posar en valor aquests actius desconeguts pel món turístic però que són els que realment aporten valor al producte de Mallorca.

Quin paper creu que pot jugar el Pla de Mallorca en l'estratègia turística del Consell de Mallorca?

El paper ha de ser clau. Una de les propostes del pla estratègic és fer feina amb els municipis i les mancomunitats per ser capaços de promocionar el fet diferenciador de les diferents parts de l'illa. L'estratègia del Consell està fonamentada en els seus municipis.

De quina manera podem col·laborar les entitats socials en la recuperació econòmica de la comarca?

La societat civil coneix la realitat des de la visió de la ciutadania, i canalitza les demandes cap a les administracions. Per això li deia que al Consell feim feina amb consens, perquè només les actuacions parlades i que compten amb aportacions de tots els implicats tendran èxit. Al Consell hem tret un Pla de reactivació econòmica i social, «Mallorca reacciona», amb mesures en què us podeu implicar, d'economia local o de diversificació turística.

Què és el que més li agrada del Pla?

M'encanta la seva gastronomia, que a més consider que és l'essència del poble de Mallorca: Can Tronca. Som consumidor del vi del Pla i tota la vida, amb la família, hem tengut per costum anar a restaurants com Can Tronca a Sant Joan o Cal dimoni i Es 4 vents a Algaida. També m'encanten els mercats setmanals. Som assidu al mercat de Porreres o al de Sineu.



Porreres sunrise. Foto: Martin Page.

Una comunitat no estàndard



Celestí Alomar

Geògraf i historiador

Membre de la junta de Pla de Mallorca XXI

El Pla és una àrea geogràfica i administrativa de l'illa de Mallorca. Però, a la vegada, i en essència, és molt més. De les persones, no gaires es dediquen a conrear la terra, encara que en constitueixen l'essència [pagès]; altres treballen en el sector alimentari i en l'agroindústria; en la construcció, unes poques, menys que sempre; i moltes, en el món dels serveis i de les oficines administratives [divers]. Hi ha qui té el seu lloc de feina a Ciutat o una zona turística i resideix en un poble del Pla [residencial]. Durant el confinament, s'ha seguit continuat produint matèria primera i queviures [productor]. A la taula de casa han arribat verdures, fruites, carn, oli, vi... producte de la terra [pròxim] treballada amb les pròpies mans [esforçat]. Les cooperatives de productors i els distribuïdors s'han organitzat [capaç] per fer arribar els productes a les llars i, de passada, defensar un mode de viure lligat a la terra [comunitari]. Aquest mestall alimenta un esperit [creatiu] i l'autoestima de sentir-se [útil]. I un sentiment [agermanat]. D'uns anys ençà, ha agafat força el turisme en cases i petits hotels rurals i urbans; en restaurants i en fires [hospitalari]. Sebastià Alzamora va escriure *Reis del món* [universal].

La personalitat del Pla està basada en un sentiment de



Molí, ase i beasses. Foto: Climent Picornell.

comunitat i un tarannà fruit d'una rica mescla [de claudàtors] que alimenta la mola comuna. No és un sol ingredient, són tots. Només pensar que aquesta diversitat pugui supeditar-se a una sola activitat –a un sol amor– seria com vendre l'ànima al diable. Per això, m'he imposat com a objectiu primer d'aquest escrit esbrinar com el diable es pot vestir de “prada” i no es noti.

Recapitem. En el daltabaix pandèmic, pertorbador de la vida quotidiana, la comuna del Pla ha demostrat capacitat per produir queviures i coses d'utilitat bàsica per a la gent. Mentrestant, mig Europa es posa les mans al cap en comprovar que, àdhuc, unes simples mascaretes s'han de comprar a la Xina; ruboritza la desindustrialització i deslocalització de dècades

anterior; i la totpoderosa indústria del turisme es paralitza; la comuna del Pla continua produint coses, amb modèstia, però útils. Psicològicament un fet consistent, considerem-ho clau de volta de l'edifici.

Però fem referència a l'edifici i no hem parlat de l'espai. Error majúscul. Espai i volum són importants i determinants. La tradició diu que sempre que s'ha aconseguit elaborar un producte de qualitat, apreciat als mercats exteriors, s'ha caigut en la temptació de l'adulteració per abastir una demanda molt superior a la capacitat de producció pròpia. Sempre el resultat final de l'atziga pirueta ha estat el fracàs i l'exclusió del producte pel mateix mercat. La comuna del Pla no està feta per a productes que es venguin a



S'nia amb braç. Foto: Climent Picornell.

tones. Quintar a quintar, no se'n sortirà guanyador; peça a peça, potser sí. Aquesta és una constant i és aplicable a qualsevol tipus d'activitat. La cura en les coses, l'estima pel fruit, la maduració, el punt, són la base de la qualitat. Un dimecres a Sineu, o una fira de diumenge, és l'aproximació familiar a una experiència de masses, i sabem que cada dia no és sostenible.

No m'atreiria a dir que les actuals proporcions del mestall siguin les adequades –de fet, no sé quines serien les adequades. Però si hagués d'augmentar-ne algun component, començaria per reforçar la capacitat de producció i transformació agroalimentària i crear plataformes per a productes de proximitat, per a l'economia circular, per a algun tipus d'indústria especialitzada i d'alt valor afegit, per al sector quaternari... i, després, repararia en el turisme. Al Pla, la idea d'espai desitjat per gaudir i romandre ha d'estar associada al camp, la vinya, l'ametller, la figuera, al producte elaborat... a la comunitat.

Actualment, partim d'una fortalesa més que evident,

l'oferta d'allotjaments turístics existent als municipis del Pla s'adapta com anell al dit a la demanda de dimensions familiars, distàncies de seguretat, espais oberts, tranquil·litat... que s'imposarà com a resultat de la crisi. I això, dit d'aquesta manera, representa una oportunitat; però l'oportunitat no es mesura en relació amb la demanda, sinó amb la pròpia capacitat i, sobretot, amb el punt òptim d'equilibri intern de la societat receptora. No es pot caure en el parany d'adulterar el producte per abastir més mercat. [Equilibri i mesura] claudàtor de futur.

Hem passat de llarg l'equador de l'escrit i sembla que encara no hem parlat de com vestir de "prada" el dimoni. Si es comparen les característiques incloses en l'ortografia dels claudàtors i la que podríem crear si féssim referència a l'anell de costa dedicat al turisme de masses de sol i platja, poques coincidirien. La visió que en tenen des de fora és la d'un producte turístic estandarditzat. Del Pla de Mallorca, no. En aquest cas, com en els banys dels locals públics,

cal senyalitzar les portes d'entrada perquè no hi hagi confusió. Si la de la Mallorca de les vacances internacionalment conegudes posa "estàndard", el més senzill és que l'altra porta posi "no estàndard". Un etiquetatge de comprensió universal, dins el qual caben interpretacions diferents. Una, elitista, i l'altra, comunitària, el cas del "no estàndard". No tinc cap dubte que estariem parlant de la segona accepció. Perquè (1) és la conclusió final lògica dels [claudàtors] i (2) perquè la gent del camp desborda de coneixement expert sobre la subtil elegància de la [senzillesa].

No obstant això, no crec que sigui un bon negoci definir una situació només en contraposició a l'altra. Seguint tota la seqüència, arribaríem a la conclusió que el Pla és la seva pròpia marca. La desproporció entre la demanda potencial i l'oferta –pensant que no és positiu rompre l'equilibri intern– fa pensar que el més sensat és no bravejar gaire del producte i invertir els esforços a reforçar les dinàmiques comunitàries que millorin la qualitat de vida de la població resident i el seu espai. El Pla té més possibilitats de ser un món de desig que una marca per al consum. Plantejat el [marc] d'aquesta manera, sota les característiques de no estàndard i comunitari, "igual que el raïm posa la seva esperança en les baies" (del savi poeta persa Nezamí), a vostès elstoca disfressar el dimoni. M'agradaria haver servit de provocació... per obrir el debat.



Patrimoni, turisme i producció al Pla de Mallorca



Tomàs Vibot

Filòleg, investigador i guia cultural

Ningú no dubta que el COVID-19 ha marcat un abans i un després, un punt d'inflexió amb enormes interrogants de futur. D'ençà uns anys i fins als primers dies de març de 2020, el Pla de Mallorca estava vivint un notable impuls quant a l'interès turístic, tant per part dels visitants forans com dels propis mallorquins. Està clar que a aquest «ressorgiment» –empram el mot amb una certa intenció històrica– li està tocant viure un impàs a causa de la conjuntura actual, però cal que en arribar la normalitat («nova», «paral·lela», «diferent», com la vulgueu definir) l'interior mallorquí continuï en aquesta sendera de revitalització, perquè, en molts d'aspectes és on es conserva millor la cultura tradicional mallorquina. I això, en plena globalització, no n'és poc.

Una de les claus d'aquest impuls ha estat, sens dubte, la posada en valor del patrimoni (especialment el cultural, encara que també el natural) que s'ha duta terme durant els darrers decennis des de diversos sectors, tant públic com privat. L'interior no ha rebut d'una manera tan impactat l'embat de la turistificació (sols uns esquitxos) i per tant serva espais de genuïtat que amples zones litorals ha perdut. Per tant, ofereix una marca pròpia, un tarannà exclusiu que molts de



Excursionista pel camí des Robiols (Sencelles). Foto: Tomàs Vibot.

visitants ja han descobert i fan que el seu interès es concentri especialment en aquest espai geogràfic: el Pla com a destinació.

Pel que fa a l'impuls públic, està clar que les diverses administracions han apostat per la recuperació del patrimoni,

tant major com menor, material com immaterial, públic o privat, així com la seva divulgació a través de guies, fulletons, rutes, retolació, etc. Tot això ha fet que mai com ara hi hagi hagut tanta conscienciació cultural com en els darrers decennis. Des de l'arqueologia fins al patrimoni religiós, tot passant per



Interior de la possessió de Calderers (Sant Joan), oberta al públic com a museu.
Foto: Tomàs Vibat.

l'etnològic; des del patrimoni literari i llegendari (magnífica iniciativa del WOW Mallorca des de la Fundació Mallorca Literària) fins al agroalimentari (fires monogràfiques, mercats setmanals, etc.). I som del parer que en aquest aspecte no s'ha d'aflluixar: fa més via oblidar que aprendre. D'aquí que la marca 'Pla de Mallorca' (iniciativa en desenvolupament) també ha d'impulsar aquesta Mallorca que manté forts lligams amb la cultura de l'entorn i que, en molts de caires, mostra una identitat arrelada en la pròpia història.

Paral·lelament, una de les claus es troba també en l'augment de l'oferta hotelera. Segons dades de 2018, els catorze municipis que conformen la Mancomunitat del Pla, tenien 8.582 places turístiques, de les als 7.228 eren de lloguer i 1.354 eren establiments. Aquestes dades no fan més que confirmar que l'augment de visitants ha impactat d'una forma notable en l'economia local i, directament, en la millora d'un patrimoni que ens identifica com a cultura i país. Per posar-ne dos exemples, posades vilatanes en estat d'abandó fa unes dècades han passat a ser hotels d'interior de

referència i una bona partida de possessions poden continuar escrivint la seva dilatada història a partir d'una reconversió.

Aquest tipus d'oferta té una més que interessant implicació amb el producte agroalimentari local, un dels sectors que més dràsticament està patint les conseqüències de la pandèmia (d'aquí les més que necessàries campanyes públiques orientades a incentivar la compra de producte propi). En aquest àmbit cal posar de relleu els mercats i fires locals, els quals han viscut els darrers temps un important increment de visitants gràcies a aquest turisme d'interior. Recordem que la celebració de fires i mercats no sols té incidència interna, sinó també en la pròpia restauració local (el cas de Sineu és ben paradigmàtic en aquest aspecte) i en la dinamització d'altres comerços.

Deixant de banda el turisme cicloturista, d'ençà uns anys també es comença a percebre un cert despertar del senderisme. Queda clar que per a l'excursionista de pota forta la Mallorca interior continua essent un espai inferior respecte de les serres. Les possibles

rutes, mancades del necessari desnivell que exigeix el muntanyenc més impulsu, són vistes com a menors. Ara bé, es percep clarament una tendència que no comparteix aquesta premissa, atès que el fet de tresscar no sols es viu com a un acte purament esportiu, sinó culturalment enriquidor i reflexiu alhora. La passa, l'esforç, el moviment són uns mitjans més per a l'aprenentatge i els ímputs culturals que ofereix l'interior de Mallorca són d'altíssima qualitat. Molts són els que han canviat el xip per amarar-se de les riqueses que atorga el pla illenc.

Està clar que en els darrers anys s'ha fet molt bona feina al Pla de Mallorca quant a preservació i potenciació del patrimoni cultural, puntal clau per a un desenvolupament turístic i econòmic de qualitat. Sense aquesta base, el centre de l'illa possiblement es trobaria en una situació ben diferent. Per tan, no s'ha de perdre aqueixa perspectiva. Un cop retorni la delerada normalitat, el desenvolupament de la marca "Pla de Mallorca" serà fonamental per tal d'afavorir la comunicació entre els sectors i d'aquesta manera se'n puguin posar en valor els recursos. Això portarà a maximitzar encara més l'atractiu dels pobles i dels seus sectors productius.

Cal, per tant, que el Pla sigui allò que ha de ser: un espai on la cultura local i l'activitat productiva siguin, a més que ben arrelades, vitenques. ●



Juny 2020

Un tast de cultura contemporània al Pla de Mallorca

Una de les característiques que defineix, per excel·lència, el Pla de Mallorca és la centralitat, el fet d'estar enmig; de rebot, sol ser també el màxim representant de la cultura popular, sovint tacada de cert "folklorisme". A més, el sector cultural no ha estat mai una de les economies predominants dels nostres municipis, tot i que això no ha estat un impediment perquè els pobles que conformam aquesta comarca, no puguem tenir el que en deim popularment, "artistes".

Al Pla, doncs, podem presumir de tenir referents de la considerada alta cultura naturals o que resideixen als nostres pobles i que, en algun moment de la seva vida, han treballat i/o treballen per reforçar-la i per posar el Pla de Mallorca al mapa. A més a més, en els darrers anys, han començat a despertar-se sinèrgies

molt interessants al voltant de la cultura més recent, contemporània, que donen sentit i completen la centralitat mateixa que ens referíem al principi.

Però quina ha de ser la resposta que s'espera o el rol que les administracions haurien d'adoptar? Amb quines problemàtiques es troba el sector cultural als nostres pobles i a la comarca? Però, el què és més important i ens serà més profitós, quines oportunitats tenim? Hem de treballar tots plegats perquè la cultura esdevingui un referent al Pla i perquè el mateix Pla esdevingui un motor i un referent en el món cultural, almenys, de Mallorca.

En el present número s'analitzen algunes d'aquestes noves indústries culturals i/o lligades a la festa i visions que cal escoltar. Ens hi posam?



performance, circ i música experimental, a més d'una trobada entre professionals de la cultura. El Festival ha comptat amb la col·laboració de l'IEB a totes les edicions. El Centre de Creació, ubicat a Ca Ses Monges, acull residències d'artistes vinculats a la dansa, al teatre i a les arts visuals. Fomenta l'intercanvi entre artistes locals i internacionals, promou la investigació escènica i desenvolupa programes de laboratori, tallers, cursos monogràfics, seminaris i conferències. Compta amb el suport logístic i econòmic del Teatre Principal del Consell de Mallorca. Un exemple de connexió amb el poble de Maria va ser la producció del Teatre Principal "LAS MUCHÍSIMAS" que es va gestar a partir d'algunes dones residents del municipi i anava dedicada a les dones d'entre 61 a 75 anys. El projecte és un referent de l'activitat cultural al Pla de Mallorca: EIMA continua i esperem que segueixi per molts anys.

El poble de Sineu comptava des del temps de la II República amb una sala de cine que es construï l'any 1935 i funcionà fins a l'any 1982. Després va ser la seu d'una de les discoteques més emblemàtiques del Pla de Mallorca, la discoteca "Nyet". L'any 1993 l'espai va patir un incendi i no va ser fins a l'any 2008 que una parella de professionals del teatre i del circ, creadors de la productora teatral "Res de Res i En Blanc" el varen adquirir. El local es va aconseguir rehabilitar gràcies a l'impuls de l'associació "Alcem el CINE" i va poder ser inaugurat el 2016. Marta Barceló i Biel Jordà són els

propietaris i directors del nou espai que compta amb una gran sala de més de 10 metres d'alçada, una capacitat que li permet la creació i impuls d'espectacles de circ o d'altres de gran format.

El **C.I.N.E. (Centre d'INvestigació Escènica)** és un espai on els artistes poden desenvolupar les seves idees gràcies als recursos que disposa per empenyer projectes artístics envers la professionalització. L'espai pretén ser un pont per establir sinèrgies entre els creadors locals i forans, els agents culturals i els habitants del poble. Gràcies al suport de l'Institut Ramon Llull i L'Institut d'Estudis Balearics entre d'altres, s'han pogut crear xarxes amb altres centres de creació d'arreu del món i propiciar la sortida cap a l'exterior. El C.I.N.E. és la seu principal de **Festival de Teatre Visual de Sineu CICLOP**, coorganitzat per l'Ajuntament de Sineu i el Circ Bover. Cada d'any durant tres dies del mes de setembre, el festival acull mostres de circ, dansa, teatre sense text en una escena participativa i social. El C.I.N.E. tant per la seva estètica tan actual com per objectius i programació, es pot considerar com una de les experiències més valuoses del Pla en aquest camp de la cultura contemporània.

A Sineu hi trobam també l'**Espai Sant Marc**, un gran celler convertit en taller que s'acompanya de dues petites sales d'exposició i habitatge apte per residències artístiques. El taller compta amb un esplèndid tòrcul de gravat i un taller de serigrafia que permeten l'edició d'obra gràfica. El centre respon a la decisió i energia de l'artista Marcos Vidal que l'any 1999 va decidir obrir l'espai per



donar cabuda a propostes alternatives en el llenguatge artístic que aleshores tenien dificultats per mostrar-se. Des de 2016 l'objectiu se centra en programes de residències d'artistes. L'espai ha esdevingut un centre d'experimentació en el qual comissaris i artistes creen i donen a conèixer el seu treball. A més, s'han pogut establir xarxes de col·laboració entre artistes locals i d'altres d'arreu del món mitjançant la col·laboració continuada amb alguns espais internacionals. També es desenvolupen projectes i sinèrgies amb iniciatives com el Festival de Teatre Visual de Sineu CICLOP, el festival d'art contemporani INCART o el de video-dansa de Palma. Els espais del centre varen ser compartits temporalment amb la dissenyadora de moda Irene Peukes, creadora de la marca de calçat "Pla" en el 2016. L'espai Sant Marc funciona de manera independent amb col·laboracions institucionals esporàdiques. Durant la crisi sanitària, Marcos Vidal ha convertit el taulell en un petit espai per exposar setmanalment obra dels diferents artistes tant illencs com d'altres internacionals que s'han relacionat amb el centre.



Instal·lació/grafitti de l'artista Pato Conde a Cas Retratista, a Montuïri. Foto: Gaizka Taro.

Cap a finals del 2018 va néixer a Montuïri un espai sorprenent –**Cas Retratista**– impulsat pel jove fotògraf montuïrer Gaizka Taro. El local està situat als baixos d'una casa del centre del poble i acull exposicions, tallers, concerts, recitals de poesia, cicles de cinema i projecció de documentals. El projecte s'inicià com espai expositiu i estudi de fotografia analògica –d'aquí el nom de l'espai– per anar convertint-se en un centre multidisciplinari amb una excel·lent resposta de públic a més d'una ràpida difusió. Pel que fa als concerts, els músics toquen de franc a canvi de l'enregistrament per part de Taro de la sessió musical amb públic. Una acció que permet copsar l'instant viu de la música i deixar la constància d'un document visual que després es pot visionar a la web o al canal de Youtube. El projecte de Cas Retratista és

completament independent, autosubvencionat per les petites aportacions dels usuaris amb el sistema de "taquilla inversa" aplicat a cada activitat organitzada. Cas Retratista ens demostra que es pot pensar la cultura d'una altra manera i que a petita escala però amb qualitat, es poden nodrir les necessitats culturals d'un poble. Recentment s'ha creat l'"Associació de Fotografia Analògica de Mallorca" amb la seu a Cas Retratista i amb la idea que l'espai sigui gestionat pels membres de l'associació.



Max i Thomas Graves a la inauguració del fotògraf algaidí Joan J. Jaume a Cas Retratista. Foto: Emili Sánchez-Rubio.

Porreres és l'únic poble del Pla que compta amb un museu d'art contemporani –**"Museu i Fons Artístic de Porreres"**– inaugurat oficialment l'any 1986 i traslladat l'any 2002 a la seva seu actual, un antic hospital rehabilitat. La col·lecció del museu està integrada exclusivament per donacions d'artistes, galeristes i particulars. Això fa que el conjunt pugui resultar una mica irregular per estar sotmès exclusivament a la voluntat dels donants. Per altra banda, l'Ajuntament de Porreres organitza des de 2016, **TASTART "Nit de l'Art de Porreres. Art i Vi"**, un esdeveniment que cerca diferenciar-se de la resta de les nits de l'art que ja funcionen a l'illa connectant l'art contemporani amb el món que envolta al vi. A la darrera edició de 2019 hi participaren set cellers locals i un bon conjunt d'espais públics i privats disseminats per tot el poble. La mostra recollia tota classe de disciplines artístiques des d'art urbà, instal·lacions, vídeo-performance, fotografia, còmic, etc., a més d'activitats diverses lligades a les disciplines exposades. És una molt bona iniciativa que podria millorar-se amb una selecció més acurada dels artistes participants i convertir-se en un referent

d'art contemporani a nivell insular. Porreres compta també amb una programació teatral estable de qualitat durant pràcticament tot l'any a l'**Auditori** del poble, així com una bona programació de concerts durant els mesos d'estiu –especialment durant les festes de sant Roc– en el **Parc de s'Hereveta**.

Petra és un poble amb una forta tradició d'associacionisme sociocultural en defensa de la cultura popular tot i que aparentment amb poca presència de manifestacions contemporànies. No obstant això, sorprèn trobar-nos amb alguns exemples relacionats sobretot amb la música clàssica contemporània, que destaquen pel seu alt nivell de qualitat. A Petra s'hi troba una jove promesa de músic i compositor, l'organista Nadal Roig, ànima de diferents concerts de música clàssica contemporània que s'han anat celebrant a l'església de Sant Pere de Petra. Grans compositors com Stochhausen o ArvoPärt, han format part del repertori d'alguns dels concerts d'orgue contemporani organitzats per la Comissió de l'orgue dels Germans Caymari de Petra. També la mostra "**Música & Art**" va fer coincidir l'exposició "Sons Visuals" de Pere Pascual amb un concert a l'orgue de Nadal Roig. Esperam que aquests concerts a l'església de Petra tenguin continuïtat i una bona difusió perquè en poguem gaudir també la gent d'altres contrades.

Una altra iniciativa musical molt interessant de col·laboració entre pobles va ser l'encàrrec de la Banda de Música d'Algaida al compositor manacorí Xavier Gelabert en col·laboració amb Nadal Roig que donà lloc al concert "La Veu de les gàrgoles", obra que viatjà fora de Mallorca.

I si parlem de música al Pla de Mallorca, és obligat esmentar al músic i compositor algaidí Joan Valent, que després de dècades de viure al continent americà i a altres indrets, fa uns dos anys ha tornat per instal·lar-se de bell nou al seu poble d'Algaida. Des de 2011 no havia actuat a l'illa i saldà el deute amb un gran concert a l'Església de Sant Pere i Sant Pau d'Algaida, en el qual dirigí el seu grup de cambra *Ars Ensemble* interpretant composicions seves, algunes d'elles inèdites, en ocasió de les festes de Sant Honorat.



L'any 2002 es va crear a Petra la Fundació Jaume Ribot i Amengual amb la seva seu ubicada a l'espai **Ca Na Mia**, un espai nascut per promocionar la cultura en el poble de Petra. L'objectiu és l'organització d'activitats i l'edició de publicacions locals, majoritàriament lligades a la cultura popular. El col·lectiu "**PAM!**" (**Petra Acció Musical**) format per cinc joves activistes, entre els quals hi trobam els polifacètics creadors Nina Mars i Emili Sánchez-Rubio ha organitzat enguany en aquest l'espai un interessant "Cicle d'Acústics a ca Na Mia. Hivern 2020", concerts combinats amb una exposició fotogràfica que acompanya cada cicle estacional. Tan bon punt es normalitzi la situació, tenen la intenció d'acabar el cicle amb l'actuació de Marga Rotger i "Partícula", projecte de recerca musical i poètica que es presentà el passat mes de febrer a Cas Retratista a Montuïri entre altres indrets. Iniciatives com la tasca del col·lectiu "PAM!" són les que nodreixen el panorama cultural dels nostres pobles i mereixen aplaudiment i suport.

I fins aquí una selecció d'iniciatives que es couen al Pla de Mallorca relacionades amb la creació contemporània. Com hem pogut comprovar, l'existència d'activistes, usuaris i creadors és real i amb bona salut. Aquest escrit podria servir per encetar el relat d'altres experiències que ben segur existeixen a altres municipis del Pla. També podria servir per començar a treballar cap a l'organització d'una futura trobada cultural interdisciplinària que posàs en contacte idees, experiències i talent al Pla de Mallorca amb l'objectiu de rendibilitzar esforços personals i crear sinèrgies entre els diferents espais i experiències. ●

L'entrevista

"Mallorca es mereix una oferta cultural, musical i de cinema molt més important"

JOAN VALENT
Compositor i músic

Joan Valent va néixer a Algaida fa 56 anys. Compositor, director d'orquestra i intèrpret, gaudeix d'un important reconeixement internacional, especialment pel seu treball creant música per al cine. Ha estat nominat als premis Goya per la BSO de la pel·lícula *Las Brujas de Zugarramundii* als Globus d'Or per la música de *Birdman*. El 2011 va ser reconegut com a artista de l'any a les Illes Balears. Ha viatjat i viscut a molts llocs del món: Estats Units, Mèxic, Madrid, etc. Fa tres anys va decidir tornar al seu poble natal. Des de casa seva a fora vila, a on segueix treballant intensament, parla amb El Pla sobre com veu la vida a la comarca i els reptes que enfronta la cultura a dia d'avui.



Has estat molts anys a fora i recentment t'has instal·lat a la teva Algaida natal. Perquè aquest retorn?

Vivíem a Mèxic, d'on és la meva dona, i la situació allà era difícil. Vàrem pensar mudar-nos a Madrid, a Londres... Teníem una casa a Algaida, a on veníem a passar els estius. A mi em feia una mica de por instal·lar-nos

aquí, era una idea que tenia per a un futur, no ara. Finalment vàrem decidir fer base a Algaida i ara ja no em mouen ni a pedrades! Mallorca està molt ben connectada. Em manca la vida social més directa dins el món artístic i el cinema, com tenia a Los Ángeles o Londres. Però em compensa.

T'inspira el teu poble, el Pla de Mallorca?
Realment no crec molt en la inspiració, crec en la feina. De vegades he estat inspirat a un hotel a un polígon de la Xina. Ara, és cert que aquí tenc un escenari molt propici per fer feina, per investigar, per provar fins que trob el que estic cercant. Vaig construir un estudi de 50 metres quadrats, separat de la casa, i estic tot el dia tocant el piano, pensant, fent música.

Ha canviat molt el Pla que deixares amb el d'avui?

Moltíssim. Quan era petit, el Pla era profundament agrícola, no hi havia comoditats, anàvem a collir garroves en carro. Em sap greu que el món rural s'ha abandonat i això ha canviat el paisatge. M'impacta. Quan jo



estudiava a Barcelona era un espectacle arribar veient el Pla de Sant Jordi amb els molins fent feina, una bellesa! Em feia sentir que tornava a casa. Ara això ja no hi és, és una llàstima.

Com veus l'escena artística a Mallorca? I al Pla?

Molt per davall de les seves possibilitats. Crec que Mallorca es mereix i hauria de tenir una oferta cultural, musical i de cinema molt més important. La cultura de Mallorca no destaca en el nostre producte turístic. Al Pla es poden fer moltes coses. Estic preparant per d'aquí a dos anys un festival de música, a ca nostra. S'han de seguir fent esforços perquè hi hagi més festivals de teatre, de música, de qualitat, no de poble.



"La cultura de Mallorca no destaca en el nostre producte turístic."

Sembla que durant el confinament s'ha ressituat la importància de la cultura. Creus que aquesta idea de la cultura com a servei social perdurarà?

La medicina contra el confinament ha estat la cultura. Sense cultura la gent s'hauria tornat "loca". Però jo no confïi massa del fet que la gent se'n recordi, s'oblidaran ràpidament. Entitats com Pla de Mallorca XXI i la gent de la cultura haurem de fer esforços perquè es valori el nostre treball.

Què creus que necessiten els artistes per poder desenvolupar la seva tasca?

Fa falta feina, perquè puguin viure d'ella. Els artistes necessiten poder dedicar-s'hi. Amb la crisi de la Covid-19, la gent que toca a verbenes i hotels, que són músics professionals, autònoms, no tenen ni ERTE ni ERTA. Es menjaran s'estiu. Els hem d'ajudar a fer que puguin viure del seu treball, la cultura és fonamental. ●

Les neofestes, un fenomen comarcal?



Marcel Pich

Antropòleg i autor del llibre

"Les neofestes a Mallorca. Gimcanes, senyeres, déus pagans i mobylettes"

Les neofestes són un fenomen en auge els darrers anys. Parlam d'un seguit de celebracions que coincideixen en el temps i això, sumat al fet de compartir algunes característiques, fa que les haguem etiquetat d'aquesta manera. No debades, en forma i funció, són festes populars de les de tota la vida. I, com a fenomen recent, incorpora trets estètics nous que ens acosten a la idea de transgressió. El nucli dur d'aquestes festes el trobam a pobles de més a l'interior (a Mallorca, la gran majoria de pobles són «a l'interior»!) i especialment als de la comarca del Pla de Mallorca.

Una de les preguntes més recurrents i interessants és el perquè d'aquesta relació. Per no faltar a la veritat, hem de dir que hi ha experiències a localitats com Esporles, Lluçmajor o Palma i que és un fenomen que s'anirà estenent a mesura que sorgeixin grups de gent que vulguin tenir una festa allà on hi manca. No debades, la percepció que el Pla és una mena de nucli irradiador podria venir donada per una altra percepció: que és una comarca amb una identitat i una autoidentificació molt fortes.

Lluny d'intentar fer generalitzacions essencialistes que ens diuen com és la gent en funció del lloc on viu, sí que podem fer algunes pinzellades que ens ajudin a comprendre perquè les neofestes s'han fet fortes al Pla de Mallorca. En primer lloc, po-



Sa Revolta, Vilafranca. Foto: Marcel Pich.



Embala't, a Sencelles. Foto: Marcel Pich.

driem dir que per necessitat. Pobles com Sencelles, Sineu o Petra es troben, en un moment determinat, mancades d'unes festes d'estiu que responguin a les necessitats de noves generacions de joves. És possible que aquests grups vegin amb admiració celebracions tan viscudes i participades com els cossiers de Montuïri. Aquesta

festa encarna, d'alguna manera, una Mallorca original i tel·lúrica; emperò, a més, els cossiers són un esdeveniment massiu i adaptat als temps actuals.

Amb aquest exemple vull posar de manifest una connexió imponderable de la comarca del Pla amb la cultura popular, la tradició i la identitat.



Mucada, a Sineu. Foto: Marcel Pich.



Les Clovelles, a Petra. Foto: Marcel Pich.

Possiblement aquesta connexió es veu alterada per l'inici de la deslocalització econòmica dels darrers vint anys i per la globalització cultural i és aquí quan entra en joc el discurs de la tradició, que s'activa quan allò que ens recorda al passat es veu amenaçat. Això seria, idò, un altre dels motius de per què les neofestes són un fenomen arrelat al Pla.

Un tercer motiu podríem relacionar-lo amb el Pla com a entramat més o menys visible de connexions materials i culturals. El decorat, l'estètica i el passat

del Pla ajuden a conformar una imatge, tant per a l'extern com per al local. Els paisatges rurals, l'arquitectura i la disposició urbana contribueixen a generar un marc mental relacionat amb l'aïllament i l'autenticitat de la comarca i això és clau per parlar d'identitat. També, evidentment, la conformació d'un univers simbòlic ple d'intencionalitats que van des del desig d'anar a dinar a Es Cruce fins a penjar-se un bri d'alfabreguera a l'orella per Sant Bartomeu passant per les sonades festes de Quintos o la relació amb la terra i el seu

aprofitament. Manifestacions vàlides tant per als locals com per als visitants en termes d'associació amb el Pla com a realitat. I, per descomptat, el motoret de Llubí, les Clovelles de Petra, l'Embala't de Sencelles o la Mucada de Sineu com a part d'aquest entramat.

En un altre ordre de les coses, fóra interessant observar si hi ha uns codis culturals comarcals que farien que algú de Llubí pugui entendre tot el muntatge i desxifrar millor l'entramat de significants de la Mucada que no algú d'Estellencs. Si realment encara existeixen estructures sòlides que ajuden a crear escenaris particulars i de 'comprensió comarcal'. El que està clar és que la relació entre els pobles del Pla es plasma a les neofestes, ja sigui pel desplaçament dels autòctons a una i altra festa o per la imitació per referencialitat mútua.

Les neofestes són un afegit més a tot un imaginari simbòlic i material que genera identitat comarcal. Recullen alguna cosa similar a l'essència, que tot i ésser un constructe cultural que associam a la immutabilitat de qualche cosa, lloc o persona i que té a veure amb la nostàlgia d'un passat, és quelcom que forma part dels nostres discursos. A banda d'això, les neofestes al Pla demostren que aquesta és una comarca molt dinàmica, creativa i amb molt de potencial. Generen comunitat i, per què no, acaben esdevenint una marca identitària més d'aquest Pla del segle XXI. ●

El patrimoni cultural immaterial i la Covid-19



Andreu Ramis

Historiador, antropòleg i gestor cultural
Membre de Pla de Mallorca XXI

En un estat d'espera neguitosa per veure quan es reobren els vols internacionals i es pot reprendre l'activitat turística, des del Pla de Mallorca estant, aportam una reflexió sobre quin és l'impacte de la COVID-19 sobre el Patrimoni Cultural Immaterial (PCI) i apuntem com ha afectat i afectarà el nostre patrimoni més proper.

El què hem viscut del mes de març ençà és un procés del qual en som a l'inici. Un procés que, a la llarga, pot tenir uns efectes greus amb canvis i períodes crítics d'abast difícilment avaluable. Això en l'àmbit econòmic, social i, de retruc, sobre la cultura i el patrimoni en general i, òbviament, també sobre el PCI. Mai no parlem només d'efectes sobre un aspecte aïllat de la globalitat i, en el cas del PCI, encara menys, pel que suposa de connexió amb els modes de vida dels individus, els col·lectius o les comunitats que el sostenen i li han de mantenir les condicions de salvaguarda.

La COVID-19 pot ésser considerada com un accelerador de tendències com ho foren la fil·loxera de la vinya a finals del segle XIX, que canvià el paisatge agrari i la manera de viure d'un sector important de la pagesia o, més recentment, la pesta porcina africana o la Xylella fastidiosa, que liquidaren o ajudaren a liquidar el sistema agroecològic que ens caracteritzava. Ara, la COVID-19 apareix



Macià Puiggròs Noguera. Massay Fotografia.

també en un moment i unes circumstàncies de canvis globals que afecten la línia de flotació de l'entorn el qual es desenvolupen les exterioritzacions del PCI.

Al Pla perviuen encara un nombre important de manifestacions de PCI classificables a cada un dels àmbits que defineix la Llei 18/2019, de salvaguarda del patrimoni cultural immaterial de les Illes Balears. Aquests béns responen a pervivències originades en entorns econòmics i socials pretèrits que han esdevingut tradició i han estat assumides com a referents cohesionadors i identitaris. En un procés de transmissió intergeneracional, s'han adaptat, han evolucionat i, consegüentment, perviuen.

Mai però, al llarg de les darreres dècades, s'havia previst una aturada com la que ha causat la COVID-19 i les seves seqüeles.

Tot centrant-nos en l'àmbit de les festes, rituals i cerimònies; les manifestacions sonores, les danses tradicionals i l'alimentació, constatarem que la pandèmia i les mesures derivades han fulminat totes les celebracions festives del calendari tant cristià com musulmà. Aquesta nova situació pertorbadora ho ha estat encara més pel fet que ha esborrat les fites que ens ajuden a sentir-nos comunitat. Durant la pandèmia hem deixat de fruir les celebracions de quaresma, la festa del pa i el peix, el diumenge del Ram, les processons de Setmana Santa, els davallaments, la diada de Pasqua, les captes de panades, els pancaritats, etc. Tampoc no s'ha celebrat el final del ramadà i no sabem si es podrà celebrar la festa de l'anyell.

També s'han suspès les fires i festes de primavera: la festa del

llibre, sant Marc, la fira de Costitx, la benedicció dels fruits, les fires de Sineu, Llorito, Sencelles... Tot plegat, una ensulsiada en el calendari festiu que es nodreix de participacions actives, concentracions massives, desplaçaments i àpats col·lectius, que conformen una part significativa de les manifestacions del PCI de la comarca i de la resta de l'illa. Les derivades de la supressió d'aquestes celebracions són calculables en centenars de milers d'euros i també en l'estat anímic col·lectiu.

Una altra conseqüència de la pesta, ha estat que hem deixat de trobar-nos amb els veïns, coneguts i parents de sempre, amb els quals compartíem moments puntuals del calendari suara esmentat per –en una nova integració?– "descobrir"els veïns fins ara desconeguts (urbanites nou vinguts, immigrants, ciutadans fugitius en temps de pandèmia), amb els quals durant l'estat d'alarma hem compartit la patètica, però gratificant, aleda als balcons. I, sobretot, hem "descobert" noves formes de comunicació en línia que d'esporàdiques passaran a habituals.

També hem alterat algunes pautes alimentàries i hem redescobert habilitats d'autoconsum i subsistència.

Així es desprèn dels indicadors de demanda a hipermercats, botigues i viveristes. Increment exponencial de consum de farina i llegums, extensió de microhorts d'estiu, etc. La mobilitat restringida entre municipis ha permès també recuperar pautes de consum minoritàries de nova tendència (sobirania alimentària, Kmo, petit comerç, etc.). En sentit contrari, la restricció de mobilitat ha dificultat les toses, una

activitat ramadera de pregones arrels tradicionals que, paradoxalment, requereix portadors procedents de l'Uruguai o països de l'Est d'Europa.

Hem percebut una certa alegria a la cuina i la pastisseria de les festes de Pasqua. Tothom qui ha pogut ha cuinat panades i rubiols encara que hagi estat en el microones. També s'han mantingut les caragolades per sant Marc, celebrades a l'àmbit familiar i no, de manera multitudinària, al restaurant El Cruce. La Fundació Mallorca Literària ha reconduït el projecte de cuina del Tradicionari a cuina de Confinament o l'impuls del Calendari Folkloric digital que ens aporta un cert lligam amb una manera de pautar el temps que se n'ha anat en orris. Altres han dictat conferències o promogut col·loquis a través de les xarxes. La força major ha congelat iniciatives de l'administració, com la constitució del Consell Assessor del Patrimoni Cultural Immaterial de les Illes Balears o l'inventari de PCI de Mallorca, que podrien incidir sobre algun element localitzat al Pla de Mallorca.

Tanmateix, en el nostre entorn mediterrani, les manifestacions i principals concentracions de cultura expressiva se celebren durant l'estiu. Aquest serà el punt crític en què es farà més evident l'efecte de la nova normalitat. Ja hem vist anunciada la suspensió de les festes de Sant Joan de Ciutadella de Menorca. Les incògnites són grans: com seran les festes de sant Jaume a Algaida i amb quines limitacions hi ballaran els cossiers? I sant Feliu de Llubi i santa Pixedis de Petra? Com serà la revetlla de sant Domingo a Llorito? Per la



Macià Puiggròs Noguera. Massay Fotografia.

Mare de Déu, hi haurà carreres en el cós de Sineu? Com ballaran els cossiers de Montuiri?

I les festes innovades del Much, s'Embalat, es Mobilette, ses Cloveies? Si se celebren, s'hauran d'adaptar a uns nous formats que no sabem si es podran tolerar: retrocés en l'ocupació dels espais públics, contenció, aforaments restringits, distanciament social, ús de mascaretes i, conseqüentment, menys disbauxa, menys desinhibició, menys espontaneïtat, menys sexe, menys...

En definitiva, sospito que, més que no amb una "nova normalitat", ens toparem de nou amb la realitat de sempre –reinterpretada, limitada i condicionada, però amb els seus (d)efectes i excessos– i pel que fa al patrimoni cultural immaterial i, si més no, a l'àmbit de la cultura expressiva, la COVID-19 haurà estat un accelerador de tendència cap a la restricció de la llibertat. ●



Juliol 2020

Producte local: com es produeix i es consumeix al Pla?

Ara més que mai, amb la crisi generada per la Covid- 19, se'ns fa evident la necessitat de posar en valor el producte local i totes aquelles qualitats positives que es generen amb el foment del seu consum.

La proximitat facilita el consum de productes més frescs i en un punt de maduració més òptim, així com un consum energètic mínim per al seu transport, embalatge i conservació.

Aquests aspectes són millorables si hi

afegim que els productes siguin de varietats locals, races autòctones o provinents del sistema de producció ecològica que, entre altres valors, en ser molt adaptats al territori, requereixen menys consum hídric i ajuden a la prevenció d'incendis.

Consumir producte local contribueix clarament a la sostenibilitat ecològica i a la diversificació econòmica necessàries per a la reorientació del nostre model productiu i garanteix un preu just al productor.



Dossier

PRODUCTE LOCAL

El que la terra ens dóna: producció i consum local a la comarca



És evident que Mallorca ha canviat més en els últims cent anys que no havia fet d'ençà que els primers pobladors s'hi establiren.

El Pla de Mallorca sempre havia estat un indret eminentment agrícola, on més del 90% dels seus habitants eren pagesos i la resta feien de menestrals, en una economia de subsistència.

Quan als anys seixanta arribà el boom turístic, bona part de la població del Pla partí cap a les zones urbanes i costaneres generant un èxode rural. Paral·lelament, començava la 'revolució verda' per la qual s'introduïren en massa els cultius forans (substituint fins i tot per complet els autòctons), es mecanitzaren la majoria de tasques agrícoles i començaren a emprar-se de forma descontrolada els fitosanitaris per competir amb els productes que venien de la península. La devaluació del producte agrícola va ser inevitable i l'abandonament del camp, quasi total. El panorama agrícola, que havia sigut bàsic al Pla, quedà tocat de mort.

Així i tot, l'agricultura manté una certa activitat econòmica

Les terres agrícoles estan destinades al cultiu de secà, essencialment de cereals (blat, ordi i civada), ametllers, garrovers, figueres, olivars, vinya i farratges. La ramaderia també és present, amb ramat oví, boví i porcí. La dedicació a l'agricultura és remarcable i percentualment superior a la mitjana de l'illa. Mentre que l'economia total del

Pla només aporta un 1,88% al total de la riquesa que es crea a Mallorca, el subsector agrícola aporta un 13,21%, molt per damunt dels altres sectors (industrial, serveis i construcció).

Quant als treballadors, el Pla concentra només el 3,34% de tots els treballadors de Mallorca, en canvi en el subsector agrícola hi trobem el 13,03% dels treballadors agrícoles de tota Mallorca. Les dades d'ocupació indiquen que l'agricultura es manté en els darrers 5 anys al voltant dels 650 treballadors, que per fer-nos una idea de la magnitud, és l'equivalent a la plantilla de l'EMT de Palma.

Els productes agraris transformats tenen algun èxit

En l'activitat agrària són especialment rellevants els productes transformats com l'oli o el vi, ja que contribueixen a generar llocs de feina amb diferents graus d'especialització, així com a mantenir el paisatge i dotar la comarca d'una identitat econòmica i marca pròpia. Tenen èxit entre els residents estrangers i en les exportacions a països europeus del nord. Segueixen estant en franca minoria entre tots els productes que es venen de fora.

Al Pla de Mallorca hi ha 22 marques amb la Denominació d'Origen Oli de Mallorca: Treuer (Algaida), Es Pujolet (Ariany), Miquel's (Ariany), Son Jordi (Llubí), Roqueta (Maria), Trull (Maria), 7 Empelts (Petra), Es Clot (Petra), Oli des Mirant (Petra), Oli Duntemps (Petra), Llecó Duntemps

(Petra), L'Agre Duntemps (Petra), Oro Líquido (Porreres), Novembre (Petra), Reis de Mallorca (Petra), Son Naava (Porreres/Montuïri), Son Nebot (Porreres), S'oli des molí (Randa), Oli de Son Dexotte (Sant Joan), Oli des Pla (Sencelles), Jornets (Sencelles) i Oli de Son Real (Sineu).

Pel que fa al vi, hi trobam diverses bodegues amb la Denominació d'Origen Protegida Pla i Llevant: Can Coletó (Petra), Can Majoral (Algaida) i Miquel Oliver (Petra) i una amb denominació Vi de la Terra de Mallorca, Oliver Moragues (OM) d'Algaida; també d'altres, com Mesquida Mora de Porreres.

L'agricultura s'aguanta com pot en una Mallorca dominada pel monocultiu turístic

Com tots sabem, la intensitat turística de Mallorca no atura i l'economia dels serveis turístics directes o indirectes ja domina quasi completament tot el producte interior brut. Segons la Fundació Impulsa, el Sector Serveis genera el 85,5% de la riquesa de Mallorca, mentre que l'agricultura és el 0,4%.

Com ja hem dit, la comarca del Pla ha estat tradicionalment una zona eminentment agrícola i ramadera que a partir de la dècada dels 60 va viure una crisi d'abandonament per la tracció del sector turístic. Tot i això, en l'actualitat les terres conrades suposen encara un 84,3% del total de la superfície de la comarca. És una comarca amb una part important de la població dedicada a l'agricultura basada en petites explotacions familiars, que no poden competir amb les explotacions agrícoles d'altres indrets però que, en canvi, donen productes de gran qualitat.

L'agricultura ecològica va progressant

En els darrers anys, han sorgit variants en la gestió de les explotacions, i de cada vegada es veuen més explotacions dedicades a l'explotació agrícola ecològica. Els conreus principals són els de secà i especialment els cereals, els ametlers i els garrovers, que es veuen afavorits per les fèrtils terres argiloses. Destaca també el conreu d'hortalisses de secà com el tomàquet, amb la variant de tomàtiga de ramallet, autòctona de l'illa de Mallorca i que s'exporta arreu del món, el meló, l'albercoc, la síndria, els alls i el pebre. Quant a la ramaderia, comprèn bàsicament el bestiar porcí i oví.



Reptes i oportunitats

El model turístic de Mallorca ha premiat la quantitat sobre la qualitat, i s'ha desenvolupat d'esquenes al Pla. La societat del Pla ara s'acosta més al model urba que no a l'agrícola. Això l'ha obert als serveis bàsics com l'educació, la sanitat, les comunicacions, etc. però ha perdut una part essencial i difícilment recuperable de la memòria col·lectiva agrícola i rural.

És evident que el sector turístic té un cert potencial de creixement (que es veurà relentit per l'actual crisi sanitària, però que tornarà a recuperar-se), sempre de manera sostenible i amb sinèrgia amb el sector agrari, per elaborar productes de gran valor afegit, creant una personalitat pròpia allunyada dels estils de serveis de sol i platja o de turisme urbà.

Encara que ja hi ha algunes iniciatives ecològiques en el sector agrícola i turístic, la transició ecològica ha de ser una gran oportunitat per al Pla de Mallorca.

Des d'associacions com Pla de Mallorca XXI es reflexiona i impulsa al voltant de propostes que podrien contribuir significativament a que el producte local agroalimentari tornés a ser viable a la comarca, com a opció de vida rendible per una base de la població que no oblida les seves arrels pageses, i en la línia de caminar cap a una diversificació de l'economia a les Illes i cap a l'autosuficiència de recursos alimentaris. Algunes de les propostes de l'associació passen per potenciar l'agricultura amb productes com el vi i l'oli i altres de producte transformat; donar suport als comerços tradicionals dels pobles, especialment aquells que fan productes vinculats a l'agricultura o potenciar la indústria agroalimentària de productes locals.

L'entrevista

"La ciutadania és més conscient de la importància del producte local: ara toca fidelitzar-los"

JAUME ALZAMORA RIERA

Conseller de Promoció Econòmica i Desenvolupament Local

Jaume Alzamora Riera (Artà, 1971), llicenciat en Geografia i Història, és conseller de Promoció Econòmica i Desenvolupament Local, el Departament del Consell insular que té les competències en l'impuls de l'economia local i el producte de Mallorca. Entre 2011 i 2014 va ser batle d'Artà, on ha estat regidor fins al 2019. La passada legislatura va ser director insular de Participació Ciutadana i Joventut i de Promoció Sociocultural entre 2015 i 2017, quan va ser nomenat director gerent de l'Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears (AETIB), des d'on va treballar per la creació dels Segments Estratègics Turístics (SET) com el de la gastronomia o el de turisme actiu.



Com valora l'estat de la producció local agroalimentària a Mallorca i, específicament, al Pla?

Primer de tot, s'ha de valorar positivament que, en una illa que viu del turisme, hi hagi iniciatives i emprenedors que enriqueixin el sector primari. Són positives també les últimes dades públiques de producció ecològica. Tanmateix, no podem ignorar el fet que cal diversificar l'economia de Mallorca.

Pel que fa a les dades, el que ens vam trobar a principis del mandat és que no tenim catalogat el producte de Mallorca en tots els seus vessants. Per això, dins del projecte de producte de proximitat i artesanía, que hem engegat amb fons de l'Impost de Turisme Sostenible, farem una recerca en aquest sentit.

Coneix alguna (o algunes) bona pràctica en producció local agroalimentària al Pla de Mallorca?

El primer que m'ha vingut a la ment són els vins Can Majoral, perquè en solem comprar i els identifico com a producte del Pla, de producció ecològica i fruit d'una empresa familiar. Després, si pens en un producte de Mallorca del Pla, pens també en l'albercoc de Porreres, en els seus derivats i en una altra empresa familiar, Can Parri.

Quines característiques ha de tenir, des del punt de vista de la rendibilitat i sostenibilitat (ambiental, ecològica, social), una bona pràctica de producció local?

La producció local en si mateixa ja fomenta la sostenibilitat, ja que redueix els impactes del transport, manté les varietats locals, contribueix al manteniment del camp... Bones

pràctiques també són les referents a inserció laboral, a la formació permanent o a fer créixer la cadena productiva local. També és important, crec, que mantengui una relació estreta amb el consumidor, en el sentit que faci atractius i adapti aquells productes dels quals té excedents i sigui capaç de respondre als gustos dels consumidors i consumidoras amb innovació.

Quines creu que són les principals dificultats o reptes que afronten els productors locals per subsistir?

Està clar que enfrontar-se als grans, és a dir, haver de competir amb empreses productores estatals o internacionals amb avantatges econòmics i estructurals, o trobar-se condicions complicades per entrar dins el circuit de venda o veure's obligat a competir amb la resta pel preu. És necessari que les empreses productores assoleixin una competitivitat que estigui més enllà dels competidors externs.

Com creu que el producte local pot ajudar a dinamitzar l'economia d'una regió? Hi veu connexions amb altres àrees, com el turisme, la innovació o el tercer sector-serveis socials i comunitaris?

Elaborar aliments, artesania, moda o ceràmica a Mallorca té repercussions a la resta de sectors, ja sigui transport, comerç, embalatge... Quan xerram de diversificar l'economia amb la producció local, és posar en marxa iniciatives que treballin productes tradicionals, nous o innovadors, però també que la cadena productiva s'enriqueixi. El turisme pot ajudar a la diversificació econòmica, perquè la dinamització del producte de Mallorca s'ha de fer a partir del consum intern però també des del punt de vista turístic. Però també és necessari que el mateix sector productiu agroalimentari sigui capaç de diversificar la sortida dels seus productes a través de la transformació, el retorn o la revitalització de la gastronomia.

Quines actuacions duen a terme des del Consell per promocionar el producte local i donar suport als productors?

Des de Promoció Econòmica destinam més doblers que mai a la convocatòria d'ajuts per a l'economia local i el producte de Mallorca: 1,2 milions d'euros. A més, hem posat a disposició dels artesans i les artesanes 400.000 euros per fer millores i promocionar el seu producte que, si bé majoritàriament no és agroalimentari, sí que se'n beneficien el sector del vi o els forns.

Aquests són els ajuts que hem posat en marxa dins el 2020, però alhora mantenim contactes amb els supermercats presents a l'illa i amb les associacions de productors per tal d'establir col·laboracions a favor del nostre producte.

A banda d'això, com bé indica el nom del Departament, promocionam amb campanyes a xarxes i a mitjans el producte de Mallorca per animar al seu consum. També val la pena esmentar que des de Mallorca Rural treim convocatòries per al desenvolupament rural, i s'hi poden adherir tant ajuntaments com entitats.

Com creu que pot afectar a la producció i consum de producte local l'escenari de la pandèmia?

Malauradament, les vendes han minvat, principalment per la paralització dels sectors de l'hoteleria i la restauració, i els excedents han crescut. Ara bé, a la vegada, la ciutadania ha esdevingut més conscient de la importància dels productors locals. El sector primari no ha aturat de fer feina en tot l'estat d'alarma, i han sorgit iniciatives de venda online o de repartiment a domicili que hauran modernitzat i fet més eficient el funcionament. El que ens toca ara és fidelitzar els consumidors i les consumidoras i guanyar-ne més. ●

Experiències



Bàrbara Mesquida

Vi, Porreres

El seu destí semblava estar escrit: forma part de la quarta generació d'una família vinatera. És la primera dona al capdavant. "Vaig néixer entre vinyes, bótes i olor de fermentació de raïm", explica, "quan em demanaven què volia ser de gran deia que filòloga però que també volia tenir un celler petit". Quan va ser l'hora de posar el fil a l'agulla, va estudiar filologia i enologia i va gestionar el celler familiar fins al 2012, quan vaig emprendre el seu projecte personal: les bodegues Mesquida Mora.

Tot i ser la seva passió troba grans dificultats per haver escollit dedicar-se a fer vi: "no es pot entendre com un model de negoci que busca la rendibilitat". Diu que el món de les bodegues està molt atomitzat, hi ha molts productors i marques, i el petit tamany no els ajuda a ser competitius. "El vi mallorquí segueix essent un gran desconegut per al consumidor local, no tant per l'estranger: la gent

no li treu l'etiqueta de vi car i dolent que tenia fa 30 anys", afegeix, "però avui en dia trobes vins de tota qualitat i preu, amb una tradició vitícola consolidada".

A més d'a la comercialització, es dediquen a fer activitats enoturístiques, obrint les portes del seu celler a la gent que vol descobrir com és el procés de fer vi. "No podem pagar anuncis a la tele, però ens podem donar a conèixer amb un tracte personalitzat, explicant què hi ha darrere una botella de Mesquida Mora", diu.

Quan se li demana perquè és tan important fomentar la producció local, ho té clar: "No hi ha altra alternativa, a una illa amb recursos limitats i si volem mantenir el paisatge, hem de fer que la producció local sigui rendible. La gent ens visita pel paisatge, i nosaltres som els jardiniers de Mallorca."

Guillem Mas

Oli, Vilafranca



Va començar a cultivar oliveres i a fer oli quan es va jubilar. Perquè oliveres? "La meua dona m'havia deixat una petita finca entre Vilafranca i Petra i em va semblar una bona manera de començar per a un pagèsnovato". Avui produeix l'oli ecològic Novembre, que és el mes quan es cullen les olives. "Produïm ecològic perquè hem de fer un oli amb característiques singulars, sinò comercialment no podem competir amb una gran cooperativa d'Extremadura", explica. Sobre les principals dificultats amb les quals es troba, diu que el més difícil, sens dubte, és la comercialització, i assenyalava que a Espanya, i en particular a Balears, no hi ha una legislació específica per a petits cultivadors artesans, com a França. "Quan fas oli, envases i comercialitzes tens els mateixos requeriments que una gran empresa que fa tones, molts pagesos se n'afluïxen", es queixa.

En Guillem creu que la promoció de l'agricultura no hauria de caure només damunt del pagès, i que la solució no passa tant per línies d'ajuda i subvencions sinó de promoure una legislació favorable a la seva activitat i conscienciar els consumidors de la importància de comprar producte local. "Els mallorquins i mallorquines han d'entendre que consumir una pruna de Xile no és sostenible", afirma.

Ha notat un descens en les vendes a causa de la crisi de la Covid-19. El seu oli es venia a l'aeroport i exporten a Europa. Es queixa que el sector hotelier no inverteix en producte de qualitat, local i ecològic, perquè els hi surt més car. "Si cada hotelier cuidés una finca a Mallorca, això seria un jardí", imagina.