

Centre d'Interpretació d'Història d'Eivissa (CIHE)

per Borja Moya Castillo

El següent article resumeix el treball final de màster de Gestió Cultural que vaig presentar al juliol d'aquest mateix any relatiu a la creació d'un Centre d'Interpretació d'Història d'Eivissa (d'ara en endavant, CIHE). S'ha de tenir present que es resumiran vint de gairebé noranta pàgines de l'original. Per aquest motiu, m'he obligat a fer una síntesi de les idees més rellevants i interessants que justificarien la seva importància per tal que el lector pugui tenir una idea general del projecte, les seves motivacions i les conseqüències positives que comportaria la seva implantació. Per a més informació del projecte, amb un major detall d'explicacions, exemples, quadres d'anàlisi, fotografies i mapes, s'hauria de consultar el dit treball.

Tot i així, he aprofitat l'avenç per inserir un nou punt, el d'*Ibiza City Pass*, que per mor de la limitació d'extensió no va ser inclòs a la redacció original i que estimo que és una bona oportunitat de fer-ne una petita menció com una eina més que vertebraria el teixit cultural i associatiu de la zona portuària del municipi d'Eivissa amb la creació d'un nou equipament cultural d'aquestes característiques.

Introducció

L'any 1793, a París, queia decapitat l'últim rei de França, Lluís XVI, a l'actual plaça de la Concòrdia, i es donava per finalitzat l'Antic Règim i començava un nou temps revolucionari a nivell polític i social. En aquell tumultuós context, es reunia la *Comission* temporària des Arts per discutir, entre d'altres coses, el

Resum

Proposta de creació del Centre d'Interpretació d'Història d'Eivissa (CIHE) amb finalitat educativa a escoles i instituts, i sensible als paràmetres de desestacionalització, atracció del turisme cultural i punta de l'iceberg que inauguri i vertebrï un nou teixit cultural amb la resta d'equipaments culturals de la zona. El CIHE és el resultat de la unió de nous corrents predominants en l'àrea de la gestió cultural del segle XXI arreu del món, conjuntament amb una proposta única i original, adaptat a les necessitats culturals de la nostra societat, i totalment accessible a qualsevol tipus de discapacitat disfuncional.

Mots clau: gestió cultural, centre d'interpretació, experiència immersiva, sa Penya, targeta turística, turisme cultural, Eivissa.

Abstract

Proposal for the creation of the 'Centre d'Interpretació d'Història d'Eivissa' (CIHE) with an educational purpose for schools and highschools, and sensitive to the parameters of deseasonalization, attraction of cultural tourism and tip of the iceberg that inaugurates and supports a new cultural network with the rest of cultural facilities in the area. The CIHE is the result of the union of new predominant currents in the area of cultural management of the 21st century in the world, together with a unique and original proposal, adapted to the cultural needs of our society, and fully accessible to any type of dysfunctional disability.

Keywords: cultural management, interpretation center, user experience, sa Penya, tourist card, cultural tourism, Eivissa.

destí de la futura col·lecció privada de l'últim rei. Va néixer la consciència i la necessitat de salvaguardar-la davant la inestabilitat social. Tot això donaria com a resultat la inauguració del *Muséum central des arts de la République*, avui dia conegut com el Museu del Louvre.

El que ens interessa és com aquella Comissió va adoptar una instrucció, adoptada per la recent creada Convenció Nacional, anomenada "Sur la manière d'inventorier et de conserver, dans toute l'étendue de la République, tous les objets qui peuvent servir aux arts, aux sciences et à l'enseignement" (Felix Vicq-d'Azyr, 1793: 3). La importància d'aquest document és múltiple, però en destaquem l'inici, a l'apartat "But de l'instruction", el sentit

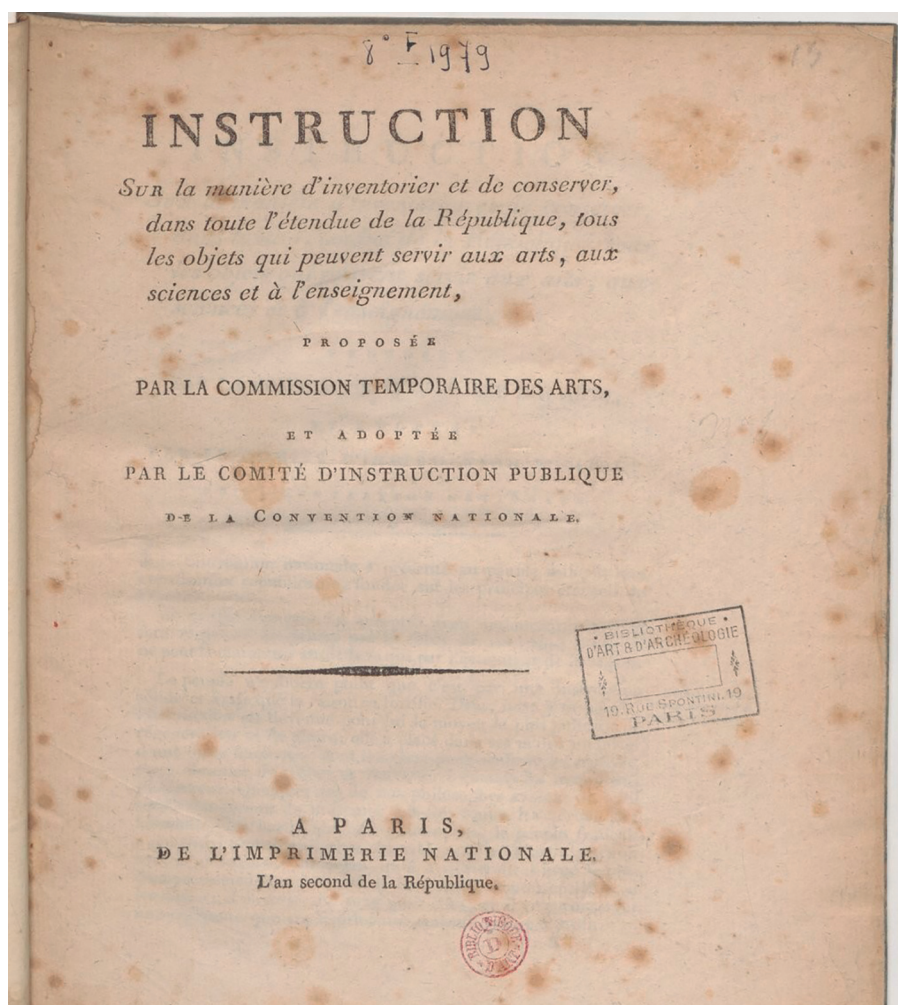
de la seva elaboració: "Tous ces objets précieux qu'on tenoit loin du peuple, ou qu'on ne lui montrait que pour le frapper d'étonnement et de respect; toutes ces richesses lui appartiennent" (Felix Vicq-d'Azyr 1793: 3). Era el naixement del que segles després recolliria l'article 27 de la Declaració Universal de Drets Humans, proclamada per l'Assemblea General de les Nacions Unides, a París el 10 de desembre de 1948: "Tota persona té dret a prendre part lliurement en la vida cultural de la comunitat, a gaudir de les arts i a participar en el progrés científic i en els beneficis que en resultin" (ONU, Assemblea General 1948). En el mateix document s'exalta que el futur museu servirà per formar legisladors filosòfics, magistrats il-

lustrats i, fins i tot, agricultors virtuosos. No tan sols això, sinó que contempla totes les edats: “Qui ne voit pas que cette belle entreprise intéresse à-la-fois et tous les peuples, et tous les âges? Pères, mères, époux, vous tous” (Felix Vicq-d’Azyr 1793: 3).

Enllaçant amb el present article, una de les coses que més crida l’atenció d’aquest text, recordem que és de finals del segle XVIII, és la forma com percebien la difusió del patrimoni, i al mateix temps de la cultura, amb una finalitat d’entreteniment. De passar una estona agradable i divertida. Això se subratlla en el mateix paràgraf, amb la proclama: “Approchez et jouissez”.

L’any 2017, a Carentoir, França, l’empresa desenvolupadora i distribuïdora de videojocs Ubisoft, creadora de l’exitosa franquícia *Assassin’s Creed*, havia publicat la seva última entrega, *Origins*, ambientada a l’Antic Egipte, després d’haver-se ubicat en llocs i moments emblemàtics de la història humana. Tal és la seva importància que aquesta franquícia ha servit milers de docents per explicar l’assignatura d’història en les seves aules (Uriel Barco 2021).

En aquest context, l’any 2018 l’empresa decidí anar més enllà amb la creació *in game* d’una opció anomenada “The Discovery Tour”. Un mode, expliquen, per: “Explorar el Antiguo Egipto a través de 75 visitas guiadas que se dividen en cinco bloques temáticos: Egipto en general, las Pirámides, Alejandría, la vida cotidiana en el Antiguo Egipto y el Imperio Romano” (Uriel Barco 2021). Així, l’objectiu d’aquest mode de joc és oferir: “Una experiencia única que engloba el entretenimiento y la enseñanza. La interactividad, un elemento esencial del mundo de los videojuegos, está presente en este nuevo modo de *Assassin’s Creed: Origins*.” (Uriel Barco 2021). Per tant, les noves tecnologies, en aquest cas els videojocs, ja no són només un mer entreteniment sinó que formen part del panorama cultural. La seva gran virtut radica en el fet que, a més, és accessible a qualsevol edat. En aquest

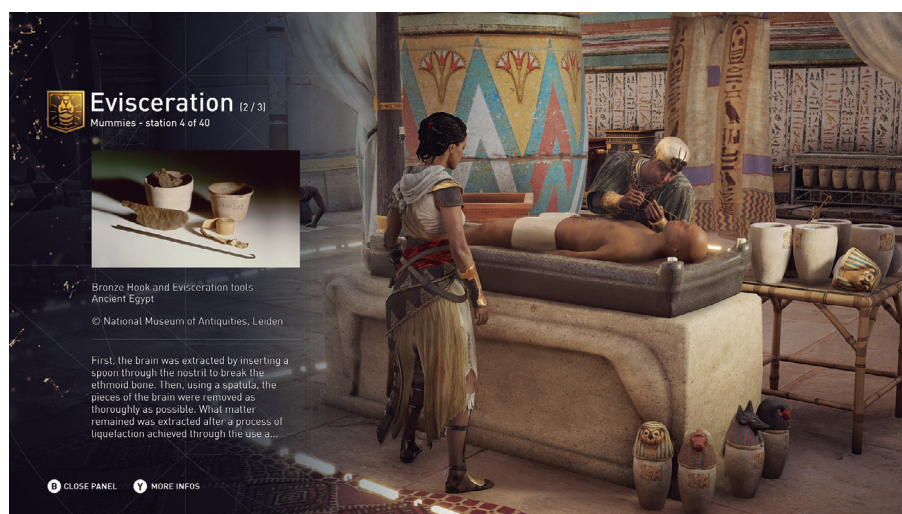


Instrucció de la Comission temporaire sobre el destí de la col·lecció del rei Lluís XVI.
Font: BnF Gallica

sentit, havien creat un nou tipus de llenguatge amb el qual relacionar-se amb el públic actual, adaptant-se a les seves necessitats comunicatives.

Pel que fa a Eivissa, en el present any 2023, no hi ha cap museu o centre d’interpretació, en tota l’illa, que ensenyi i difongui la totalitat de la història d’Eivissa. Trobem píndoles temàtiques en algunes àrees com la necròpolis fenícia, la més destacada en el seu àmbit per la seva importància mundial. Encara així, tant per a les escoles com també per al turisme nacional com internacional que ens visita, fent especial atenció al turisme cultural, es fa necessari un centre d’interpretació sobre aquesta illa del Mediterrani per tal de reflexionar sobre d’on venim i on estem, per saber quin és el nostre futur: explicar a la resta del món per què som d’una manera i no d’una altra.

Així, d’aquesta manera, sorgeixen dues idees connectades amb tres-cents anys de diferència: la finalitat educativa i oberta que pretenia el Museu del Louvre, per una banda, i per l’altra adaptar-se als canvis comunicatius que demanda la nostra societat del segle XXI, amb l’experiència immersiva com a forma d’involucrar les persones, fent-les participants, protagonistes actives d’aquesta nova narrativa. Aquesta serà la metodologia a seguir a fi que tingui sentit aquest Centre d’Interpretació. M’ha paregut rellevant aquesta connexió per mostrar que és igual l’època que ens trobem perquè, al cap i a la fi, la finalitat de qualsevol museu i/o centre d’interpretació hauria de ser la mateixa: gaudir amb el coneixement, i també, com explica Magí Seritjol, Director de Tarraco Viva: “De provocar interès” (Toni Cabanillas 2021).



Explicació de la fase d'evisceració dins el mode 'The Discovery Tour'. Font: RegionPlaystation.

Objectius principals i secundaris del CIHE

El primer i principal objectiu del CIHE és donar a conèixer, posar a l'abast i difondre la història d'Eivissa (des de la Prehistòria fins al segle XXI) a tots els públics i edats, tant residents com turistes nacionals i internacionals. Com hem dit, el gran motiu de la seva existència és que no hi ha cap instal·lació d'aquestes característiques en tota l'illa i en no estar representada tota la nostra història ens falten coneixements, eines i claus per entendre per què som com som, d'on venim, quina és la nostra idiosincràsia i cap a on estem anant. De fet no tenim representada la prehistòria, gran part de l'edat mitjana, tampoc la història moderna, com tampoc els principals successos de la nostra història contemporània que tant ens han marcat fins al dia d'avui. I és que el Patrimoni Cultural (tant material, natural com immaterial) és part de la riquesa d'una societat, tal com l'aigua o la vegetació (Gómez 2010).

En segon lloc, i emmarcat dins aquest objectiu principal, en la creació del CIHE hi ha també una poderosa voluntat didàctica centrada en escoles i instituts. Inspirat en la filosofia danesa del projecte "The Learning Museum", està dirigit a docents i en ell participen 30 museus del país de distintes disciplines, com també 13 escoles de formació de professorat. Aquesta

iniciativa va ser creada amb l'objectiu d'"estimular els futurs mestres d'escoles primàries a fer ús dels museus com a espais d'aprenentatge i, alhora, professionalitzar i enfortir els museus en l'àmbit de l'ensenyament d'alumnes de primària" (Eve-museografia 2018). En aquest sentit, el CIHE vol proporcionar i ser, al mateix temps, una eina didàctica disponible per a les escoles i instituts; una oportunitat de conèixer de primera mà tota la història d'Eivissa a la vegada que serveixi com a instrument i lloc de treball. És de vital importància assolir aquests reptes perquè, primer, posar en valor el coneixement del territori als propis residents reporta en el futur una millor conservació i estima del mateix, i segon, el seu valor concret pel que fa a cada localitat específica és objecte d'un reconeixement cada vegada més generalitzat, com a reacció davant el fenomen de la globalització (Cimera Mundial sobre el Desenvolupament Sostenible 2002).

Els objectius secundaris, i no per això menys importants, són:

a) Desestacionalització del turisme i captació d'un turisme cultural i sostenible.

Un dels problemes constants que pateixen els residents d'Eivissa és l'avinguda massiva del turisme en èpoques concretes de l'any, juliol i agost principalment (IBESTAT 2022), que ocasiona paralitzacions

en carreteres, massificació de platges, a més de problemes de convivència, tal com recull l'informe de l'"Observatorio de sostenibilidad de Ibiza. Opinión de los residentes sobre el turismo" (Ibiza Preservation 2019). El Consell Insular d'Eivissa, en aquesta voluntat de desestacionalitzar el turisme, està fomentant alternatives culturals en altres èpoques de l'any com són la música, la naturalesa, la gastronomia i el patrimoni (Javier Ros 2021) i, per altra banda, apostant per experiències locals. Aquest tipus de turisme és interessant per ser sostenible amb el medi ambient, ja que la seva filosofia radica en l'explotació dels recursos sense degradar-los (Reguero 1994: 27), conciliadora amb la població autòctona i per aquest motiu s'ha marcat com un eix estratègic a assolir (Europa Press 2019). Diferents plataformes com "Ibiza Creativa" neixen amb aquest propòsit i ofereixen tallers de tot tipus durant tot l'any i dirigits a un turisme creatiu. Alguns d'ells són de creació de gastronomia diversa, senallons, espadnyes o fins i tot formar-se com a DJ (Ibiza Creativa 2022).

b) La marca 'Ibiza': tòpic i distorsió.

És ben sabut que l'illa, amb l'arribada del turisme a partir dels anys 60 del segle XX i fins al dia d'avui, ha projectat una imatge centrada en l'oci nocturn: discoteques, *beach clubs*, *party boats*, i drogues (Llanos Martínez 2016). Tal és el punt, que Eivissa s'ha definit com un "monoculture touristique" (Seguí 2004).

Per altra banda, l'augment massiu d'un turisme il·limitat ha acabat per afectar els residents de l'illa, provocant el naixement de veus discordants per aquest tipus de turisme descontrolat (Roig 2017). Una d'aquestes veus és l'Associació 'Prou!' que constantment posa a la cimera de debat l'aposta per limitar aquestes pràctiques, a més de fomentar una Eivissa "autèntica", abandonant les marques establertes: "Ibiza es nuestra isla, nuestra roqueta. No es una marca, no es 'la

marca Ibiza” (Ribas 2018). També al món de la premsa alguns periodistes es fan ressò d’aquesta problemàtica, com l’article del periodista Mariano Planells (2018), aportant una única i possible solució: “Hay que luchar contra la realidad, para ir cambiando, paso a paso, la madeja que nos ha liado a todos en un tópico sin sentido”. Per tot això, no és d’estranyar que institucions de l’àmbit de la cultura, com és el cas de l’Institut d’Estudis Eivissencs, en contra d’aquesta imatge i amb la voluntat de recuperar l’essència i la cultura eivissenca, celebrin anualment el Premi Sant Jordi amb un clar objectiu de reivindicació local. Dins aquesta gala guardonen la feina realitzada per totes aquelles persones i/o entitats que treballen a favor de la llengua i cultura eivissenca (Ferrer 2014).

Barri de sa Penya: el nus gordià d’Eivissa.

Sa Penya és el barri situat a l’extrem de llevant de la ciutat tradicional. S’estén entre la muralla i la mar, al peu del baluard de Santa Llúcia i de la murada Llarga. Limita a migjorn amb Dalt Vila i a ponent amb la Marina, amb el port a tramuntana, i la mar l’envolta a migjorn i a llevant (Vallès Costa 2005). Aquest barri ha estat conegut per haver estat residència de pescadors a causa de la seva proximitat al port d’Eivissa fins a l’impacte del turisme, a partir dels anys seixanta del segle XX.

L’augment de la capacitat adquisitiva de la població local ocasiona que molts es traslladessin a nous apartaments de l’eixample. Aquest fet propicià el procés d’envelliment de la població resident i la deterioració del barri. Al mateix temps els habitatges que varen quedar lliures eren ocupats per contingents d’immigrants de més baixos recursos (Vallès Costa 2007), on la gran majoria de la població són d’ètnia gitana que viuen del tràfic de drogues (Colmenero 2016).

Segons l’Enciclopèdia d’Eivissa i Formentera, el 2006, buidat de la població originària, sa Penya passà a ser “Un sector degradat, amb



Exemple ‘The learning Museum’ en altres països com el Regne Unit. Font: University of St Andrews, Escòcia.

greus problemes de marginalització, i les actuacions previstes al PEPRI (Pla Especial de Protecció i Reforma Interior), redactat per l’equip dirigit per l’arquitecte Raimon Torres per aturar-ne la degradació i revitalitzar el barri, no han estat dutes a terme amb prou eficàcia” (Vallès Costa 2007). De fet, a dia d’avui aquest problema persisteix sense haver-hi cap canvi significatiu.

Durant els darrers deu anys, l’Ajuntament d’Eivissa ha iniciat un seguit de mesures que no han arribat a bon port (Sánchez 2013), entre moltes d’altres desallotjar la població immigrant il·legal (Torres Escandell 2019). Encara i així, el barri continua amb els mateixos problemes. Associacions com “Salvem sa Penya” sentencien sobre la situació actual: “Está dejado de la mano de Dios [...] el abandono es total” (Ribas 2015). I és que no és únicament un problema d’habitatge, sinó que és un focus de drogoaddicció important. En un article Sònia Ribas (2015) explica que “Los camellos de poca monta y toxicómanos sin esperanza campan a sus anchas por la zona”. Sa Penya s’ha convertit en un barri insegur per als propis residents, cosa que, conjuntament amb la proliferació de les drogues i l’es-

tat dels habitatges, fa que la intervenció de les institucions sigui més que urgent.

En aquest punt, la construcció del CIHE en aquest barri pretén deslligar aquest nus gordià aparentment etern amb la finalitat de dotar d’una segona vida tota la zona per mitjà de la intervenció de la cultura, com va succeir a Le Marais, a París, o al Raval, a Barcelona (Benavides 2014). No oblidem que la cultura és un motor per revitalitzar els barris, com demostra l’exemple de la ciutat de Wroclaw (Polònia) que, amb la caiguda del comunisme i deixat de banda per les institucions, es caracteritzà durant molt de temps per la degradació del seu espai públic i de la seva infraestructura urbana. L’Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE) va manifestar els problemes de pobresa, d’exclusió social, d’atur i de criminalitat en aquests barris. Per aquest motiu, s’aplicà als districtes de Wroclaw el programa europeu anomenat URBACT. Aquest és un programa europeu d’aprenentatge i intercanvi que promou el desenvolupament urbà sostenible, capacitant les ciutats per desenvolupar, amb col·laboració, solucions davant els majors



Efectes de la cultura a Wroclaw, Polònia: Mural de dones que han fet història. Font: Andrea Ariet Gallego.

desafiaments urbans, i reafirmant el paper clau que juga davant els canvis socials de complexitat creixent (Ministeri per a la Transició Ecològica i el Repte Demogràfic 2022). A Wroclaw serví per renovar, entre d'altres coses “8 patios, 61 viviendas, dos plazas, dos escuelas, una estación de policía, un parque y cuatro espacios verdes” (Ariet Gallego 2019), ocasionant no només un canvi econòmic evident, sinó també social i cultural. La intervenció del CIHE, a més, afavoriria l'anomenat efecte “branding territorial”, i afectaria, en conseqüència, importants aspectes que tenen a veure amb el sentit de la població local i la pertinença a la comunitat, i que incideixen en la cohesió social del territori (Coll Serrano et al. 2015: 267). De fet els plantejaments de Sen (2004) sostenen que l'impacte de la cultura influeix en l'enfortiment dels drets humans, dels valors socials i com a motor de creixement econòmic, aspectes necessaris i vitals per a un barri que viu a espatlles de l'illa, com és el barri de sa Penya.

I és que l'exemple polonès de Wroclaw és una excel·lent mirall per la seva similitud amb el nostre barri i obre portes d'esperança per traslladar i desenvolupar aquest programa d'àmbit urbà i cultural. Això sí, s'hauria de tenir molt de compte a una possible gentrificació de la zona, és a dir, aquell procés de renovació d'una zona urbana, gene-

ralment popular o deteriorada, que implica el desplaçament de la seva població original per part d'una altra de major poder adquisitiu (RAE 2022). No s'ha d'oblidar mai que no és tan sols donar una segona oportunitat a un barri, sinó també a les persones que hi viuen.

La ubicació plantejada del CIHE se situa al final del carrer de sa Pedrera, just davall del baluard de Santa Llúcia, aprofitant el petit espai buit i ampliant-lo, utilitzant una part dels edificis derruïts. El carrer escollit no es casual ja que l'Enciclopèdia d'Eivissa i Formentera en destaca l'estat misèrrim, i el situa entre “Els carrers més afectats, amb una meitat de les cases ruïnoses” (Vallès Costa 2007), la qual cosa justifica i posa en evidència la necessitat d'una intervenció en tots els àmbits.

Les cinc administracions municipals, l'administració insular del Consell Insular d'Eivissa, conjuntament amb la del Govern Balear, serien necessàries en el procés, ja que engloba una finalitat cultural amb un benefici del conjunt de l'illa. No només afecta un terme municipal sinó que té conseqüències positives en tots els nivells: educatiu, sostenibilitat, incrementació del turisme cultural, imatge exterior, etc. Per tant, una reestructuració urbanística amb l'estàndard d'un gran i ambiciós projecte cultural, com modestament pretendria el CIHE, podria

ser la punta d'iceberg de la prosperitat i de la vida d'aquest barri.

Principis rectors del CIHE: aroma del temps, experiència d'usuari i humà universal

Una de les parts més importants a l'hora d'engegar un projecte és tenir clara la seva finalitat, quina és la seva essència i les idees que vol transmetre. Del mateix mode que el pintor ha de tenir més o menys clar l'esborrany del seu dibuix per poder executar-lo, en el CIHE, en la seva estructura i execució, he seguit tres principis bàsics. És de vital importància remarcar aquest fet, ja que significa el *leitmotiv* del CIHE i, sense tenir presents aquestes idees, el projecte mancava de sentit i raó de ser. Tots tres, a més, s'acoblen en un fil conductor invisible. Els he dividit en: aroma del temps, experiència d'usuari i humà universal.

L'*aroma del temps* és un postulat que desenvolupa el filòsof Byung-Chul-Han i que també dona títol al seu llibre, on disserta i critica els valors i el tarannà de la societat d'avui dia, i que ja en parlava en altres publicacions, la més coneguda titulada “La Societat del cansament” (Han 2012). El Centre vol ser un espai aliè al ritme frenètic del segle XXI que tant qüestiona. L'objectiu final és que tingui sentit, profunditat. Com diu Byung-Chul-Han al respecte: “El temps comença a tenir aroma quan adquireix una durada, quan cobra una tensió narrativa o una tensió profunda, quan guanya en profunditat i amplitud, en espai” (Han 2015). L'objectiu del projecte és dotar de sentit el propi recinte, que tingui una aroma pròpia i identificable, i que aquesta estiri i tensi l'essència intrínseca de l'individu per mitjà de mecanismes i tensions narratives. L'espai del Centre és un personatge més, no tan sols un embolcall: l'espai és determinant, no estètic. Així, aquest camí, entès com el plantejament de l'itinerari del Centre que detallaré més endavant, té el mateix principi que per Byung-Chul-Han el ritme de vida, i que ell prefereix anomenar de peregrinació: “El camí que

separa el lloc de partida de la meta també és un interval. Posseeix una semàntica rica, como el propi lloc. La peregrinació, per exemple, no és un espai intermedi buit que caldria recórrer el més aviat possible [...] Estar en camí adquireix ací una gran importància. El fet de caminar apunta a la penitència, la sanació o l'agraïment. És una pregària" (Han 2015). En aquest sentit, el recorregut disposat al CIHE adquireix importància ja que s'elimina la clàssica concepció d'interval, d'anar del lloc A fins al B, sinó que li dotarem d'aquest significat de peregrinació, entès com a experiència pròpia i personal, i que adquirirà sentit per ell mateix gràcies als mecanismes d'interacció i estimulació que oferirà el Centre.

En definitiva, l'itinerari, com la concepció dels diversos elements que conformen el CIHE, respon a aquesta visió: sentit, profunditat, semàntica i, sobretot, suspensió del ritme de vida actual, però sense oblidar la dotació de significat a través de la narrativa, part fonamental de l'experiència gràcies a la qual el públic es pot apropiat del missatge emès per l'exposició (Aranzazu López et al. 2018).

La importància de l'anomenada **experiència d'usuari** (*User Experience*, UX, en anglès) és un dels reptes de la nostra societat del segle XXI, actualment més exigent ja que les noves tecnologies ofereixen varietat i ofertes més atractives. Judit Carrera, Directora General del Centre Cultural Contemporani de Barcelona (CCCB) defineix aquesta necessitat: "Abans el museu mostrava unes obres i el públic en gaudia, hi havia un rol de prescriptor i un rol de receptor. Això ha canviat radicalment: ara el públic pot intervenir directament, exigeix una relació molt més horitzontal amb els prescriptors" (Arenas 2019). La presentació i projecció de restes materials (monuments, col·leccions museogràfiques, ceràmiques, quadres, etc.) s'ha centrat més a impartir que a compartir. Al meu parer, ha patit una profunda *magatzemització*. Tot i així, cada vegada més el museu és conscient de l'evolució de la societat



Àrea on s'ubicaria el CIHE, al carrer de sa Pedrera. Font: Google Maps.

i, per això, ha deixat de ser un temple estàtic per començar a enviar missatges als seus públics i atreure la seva atenció. El museu actual s'interessa per crear i finançar una relació amb els seus públics (Cordón 2018: 489).

És vital l'experiència d'usuari ja que implica contacte directe entre l'individu i el coneixement. Aquest enllaç és més fort, ja que garanteix la seva perdurabilitat en el temps, i deixa una empremta perenne al caràcter de l'individu: "Hoy ya no comienza y termina en un mismo espacio físico, sino que la reflexión que genera continúa fuera de las paredes del museo" (Arenas 2019). El CIHE serà qui proporcionarà aquests elements de reflexió per mitjà del protagonisme que adquirirà l'usuari, ocasionat per l'entorn i amb les mecàniques adequades per tal que brilli la informació als diferents públics i, així, s'aconsegueixi la comunicació proposada (Ramírez et al. 2016).

En aquest punt, la conseqüència que ve lligada a l'experiència d'usuari és la de l'impacte emocional o emocions positives. Hi ha moltes formes de desencadenar emocions en un museu; un objecte recuperat de l'ensorrament del World Trade Center de Nova York és capaç de

desencadenar emocions molt profundes però també ho pot fer escoltar una simfonia evocadora d'altres temps feliços i infeliços, com l'olor a perfum d'algú pròxim (López i Martínez 2014: 60). Saber donar resposta a aquestes expectatives emocionals tindrà com a resultat obtenir una experiència d'usuari òptima. Un exemple seria la ceràmica d'època grega. Ningú dubta que és molt valuosa i interessant a nivell històric i artístic. Però la realitat d'avui dia provoca que ella sola per si mateixa no generi massa interès, sobretot si parlem de les noves generacions. Per tant, la museografia ha de provocar un context d'emocions agradables, tals com la sorpresa davant el desconeixement, l'humor, el joc i dins un ambient dissenyat per a ser atractiu i agradable (Rodríguez 2005: 5). L'equipació que combina a la perfecció aquesta mecànica és el *Historium Brugge*, a la ciutat de Brugge (Bruges, Bèlgica). Aquesta ofereix una visita guiada per diverses sales ambientades durant el segle d'or de la ciutat al segle XIV, seguint la història d'un aprenent del mestre Jan Van Eyck i que barreja efectes sonors, pantalles en diferents llocs com una finestra que s'obre i projecta l'interior d'una sala, i fins i tot a través del sentit de l'o-



Nens experimentant amb una porta interactiva dins l'experiència immersiva. Font: Historium Brugge.

lor, com és el cas d'una sala que reproduceix un mercat medieval i l'olor a diferents espècies inunda tot l'espai. A més de la visita guiada, el museu proporciona altres experiències interactives com l'ús de la Realitat Virtual o simplement fer-se una fotografia dins una recreació del quadre "Verge del canonge Van der Paele" per tenir un record del viatge. Per tant, El CIHE busca anar a l'avantguarda de les innovacions tecnològiques i culturals, centrant-se especialment en el diàleg entre els objectes i l'usuari que moltes vegades és sord perquè no s'escolten les demandes de l'usuari o aquest no entén el que es vol transmetre (Gutiérrez 2012: 40). I és que encara avui dia una bona part d'instal·lacions culturals no utilitzen la interacció directa entre el públic i el coneixement a través de les emocions positives per arrelar el missatge, aspecte prou important si ens atenem al fet que l'experiència ens transforma, i fins i tot provoca canvis d'estructura cerebral (Román i Poenitz 2017).

El concepte **humà universal** (també anomenat universal antropològic o universal cultural) fa referència a aquells elements, patrons, trets o institucions que són comuns a totes les cultures humanes. En el seu llibre *Human Universals*

(Brown 1976: 48), l'autor defineix els universals humans com aquelles característiques de la cultura, la societat, el llenguatge, el comportament i la psique per a les quals no existeix una excepció coneguda, i proporciona una llista d'elements que ell cataloga com universals.

Aquestes característiques han estat prèviament i posteriorment estudiades per altres pensadors i antropòlegs de la talla d'Emile Durkheim: "Dans toute société, il y a ou il y a eu des mythes, des dogmes, si la société politique est en même temps une Église, ou des traditions historiques, morales, qui constituent des représentations communes à tous ses membres, et qui ne sont l'œuvre spéciale d'aucun organe déterminé" (Durkheim, 1950: 54); Claude Lévi-Strauss, amb la prohibició de l'incest, element comú a totes les cultures: "El problema de la prohibición del incesto se presenta a nuestra reflexión [...] en primer lugar por su universalidad" (Lévi-Strauss 1998: 22), o Steve Pinker, compilador de la llista amb les característiques que cita de Donald Brown amb alguns afegits (Pinker 2002: 435). Aquestes s'agrupen en diverses categories generals, com són el llenguatge, la societat, les creences, la tecnologia, entre moltes d'altres.

Així, el fet simple de ser humà, per tant, imbueix certs patrons o característiques que reconeixem totes les persones, ja sigui un brasiler, un noruec com un xinès. Un dels molts exemples que desenvolupo en el meu treball, és el mite de les inundacions o diluvis. Es calcula que d'aquesta temàtica es troben més de 500 llegendes en més de 205 tribus i pobles, entre d'ells, els Cashinaua a l'oest de Brasil, els Makusi a la Guaiana Britànica, els Caribs a l'Amèrica Central, els Samoa a Oceania, els Atas a Mindanao, i així fins tenir una llarga llista (Freund 1965: 13-17).

Tot això enllaça amb el tema del CIHE. Magali Lladó (2008) comenta aquelles coses que els museus, centres d'interpretació i els *visitor's centers* han de tenir presents per sobreviure als canvis de consum cultural del segle XXI. És vital, per tant, una renovació del discurs als museus (Lladó 2008: 36). A més, la singularitat de les propostes diferencia l'equipament i el fa únic al món. En certa manera, fuig de la *Mcdonalització* cultural (Ritzer 1996: 9) que es produeix, per exemple, amb la proliferació de desenes de Guggenheims arreu del món, conseqüència dels efectes de la globalització que afavoreix les hibridacions culturals i que avancen a una sola visió, econòmica i política on l'Estat sembla ser quasi innecessari (García Canclini 1999: 180). És per això que presentar un tema és tan important: "Cualquier producto ha de disponer de un cierto argumento. Detrás de cada producto debe de haber un tema" (Lladó 2008: 39).

En la proposta del CIHE el tema són les diferents etapes de l'ésser humà (naixement, infantesa, adolescència, adultesa i vellesa) enllaçades amb les diferents èpoques històriques d'Eivissa (Prehistòria, Història Antiga, Edat Mitjana, Edat Moderna i Època contemporània i Món Actual). La finalitat és repassar la història d'Eivissa diferenciant cada època històrica amb una etapa vital dels éssers humans (a part, el CIHE afegirà una última sala, anomenada "Eivissa en el segle XXI" amb una idiosincràsia

particular i que més endavant des-
envoluparé). D'aquesta forma asso-
lim el propòsit de "Haber un tema,
un mensaje a comunicar con efecti-
vidad y que se desarrolle como un
hilo argumental que unifique la di-
versidad [...] El tema, como se ha
dicho, debe ser único, de tal modo
que lo que el museo explique o co-
munique solo se pueda ver en ese
museo o en su web" (Lladó 2008: 9).

La idea del tema no només, com
he dit, és l'originalitat de l'espai, el
fet de ser únic en el món i que per
això adquireixi valor només amb la
seva pròpia concepció, sinó que
aquest concepte té com a finalitat
que el visitant pugui reconèixer al
CIHE certs valors de la seva cul-
tura, amb les diferents interaccions,
pel simple fet de tenir condició hu-
mana. Així, es pretén aconseguir
una experiència d'usuari completa
per mitjà de les emocions abans des-
crites ja que en totes les cultures es
reconeixen certs patrons. La visita
a aquest centre d'interpretació és
un viatge per la història d'Eivissa,
però a la vegada és un pelegrinatge
per un mateix, per la seva condició
humana. La simbiosi entre la infor-
mació exposada, conjuntament amb
l'experiència personal i pròpia de
l'individu per mitjà de mecanismes
que proporciona el CIHE, li ocasiona-
rà una reflexió interna; li evocarà
records, memòries i situacions vis-
cudes en la seva cultura. Se sentirà
d'alguna forma identificat amb allò
que presencià gràcies a les emo-
cions positives i, per uns instants de
disbauxa rítmica del seu dia a dia,
es vol recuperar l'aroma d'un temps
perdut.

Per últim, no hem d'oblidar que,
seguint aquest precepte d'universa-
litat, inclou també tots els nivells
d'edat (nens, adolescents i majors),
les diferents discapacitats i diversita-
tats funcionals (Criteris DALCO) i,
per aquest motiu, el ventall ofert ha
de ser tant variat com complet.

Plànol, estructura i tres sales del CIHE

L'estructura de l'edifici conté
tres plantes en total, una dimensió
d'àrea d'uns 800 m² i diverses sales
(planta baixa, primera planta i se-



El dol per la pèrdua és un tema recurrent en totes les mitologies del món. A dalt, Gilgameix lamenta la mort del seu millor amic, Enkidu, del mateix mode que Aquil·les patí amb la mort de Pàtrocle a la Ilíada. Font: Cyberspace and time.

gona planta) amb funcions pròpies,
entre elles botiga i cafeteria. En el
treball original desenvolupo què
aporten cadascuna i el perquè de la
seva importància.

Així, tot seguit, exposaré un breu
resum a mode d'exemple de tres
sales d'un total de sis que presento
en el treball original. En cadascun
es combinen totes aquestes mecàn-
iques, experiències, conceptes i va-
lors que hem vist al llarg de l'article
perseguint un resultat diferent, de
qualitat i exigent, que l'illa neces-
sita, sensible també als nous reptes
que demanda el segle XXI quant a
difusió, interacció i experiència de
continguts culturals. Aquestes tres
sales que he escollit per al present
article són: la Prehistòria, l'Edat
Mitjana, i la sala addicional anome-
nada "Eivissa en el segle XXI".

Sala 'Prehistòria'

Tema: El naixement d'Eivissa
enllaçat amb el naixement de l'ésser
humà.

Descripció: La prehistòria a Ei-
vissa data de l'any 2.200 aC fins al
650 aC, en període calcolític i edat
de bronze. Els primers pobladors ar-
riben a l'illa i s'estableixen amb es-
tructures primàries com cabanyes i
pedres. La primera resta coneguda
és d'una inhumació dins l'avenc des
Pouàs (Santa Agnès de Corona).

Disseny de la sala: La sala està
configurada com una placenta, ja
que simbolitza el naixement d'Ei-
vissa. L'itinerari està configurat de
manera que el visitant sigui l'ésser

humà que, dins el ventre de la seva
mare, busca la sortida a l'exterior,
emulant un part. També es podria
interpretar com l'espermatozoide
que busca l'òvul per a la seva fecun-
dació.

El disseny està inspirat en
aquesta idea i reforçat amb certs
casos d'impressió en color de la pla-
centa per tenir un record de l'emba-
ràs (Redacció *Diario de Ibiza*, 2021).
Al mateix temps, s'ha dividit en 4
estances (vegeu les imatges):

A. El número 1 correspon al Big
Bang, la formació dels planetes amb
l'estat actual de l'univers.

B. El número 2 correspon a l'e-
tapa del paleolític. Visió genera-
lista.

C. El número 3 correspon a l'e-
tapa del neolític. Visió generalista.

D. El número 4 es concreta espe-
cíficament a Eivissa fins a l'arri-
bada del poble fenici.

Cal dir que per completar el con-
text, era inevitable afegir una expli-
cació general de la formació de
l'univers, dels primers homínids i la
revolució neolítica.

Mecanismes: En tota entrada hi
haurà sempre un expositor amb
una introducció del període de la
sala per tenir una visió global de la
mateixa. Un vídeo divulgatiu i in-
trodutori, com el del Museu Ar-
queològic Nacional d'Espanya, seria
idoni per la seva utilitat visual. Els
llums seran tènues i sempre s'ha de
tenir present que es recomanable
que la millor il·luminació artificial
és la que més s'apropa a la llum del

GEORGE RITZER

The McDonaldization of Society 5

Portada del llibre 'McDonaldization of Society', on es critica la uniformitat que pateixen els museus com són els Guggenheim. Font: SAGE Publications, Inc.

dia (Carrizosa i Dever 2020: 29). El color de les parets serà negre. Combinant-les prevaldrà, a més d'aquest color, el vermell, ja que, el primer, simbolitza la foscor dins la placenta i el segon és el color de la sang, que projecta energia i excitació (Heller 2004: 53 i 129). Per altra banda, l'ús dels sons serà vital. S'escoltarà molt suaument, quasi imperceptible, el batec del cor que augmentarà de freqüència a cada sala fins arribar a la sortida que, a

causa de l'imminent naixement, serà molt més frenètic. Aquesta combinació de sons del ventre de la mare, a camí entre la formació de la vida i la sensació de distorsió del seu origen il·localitzable, ho exemplifica molt bé aquest vídeo que combina alhora els dos aspectes i que serveix com a model.

A l'estança del Big Bang s'explicarà aquest període i la formació dels planetes. Es mostrarà el rel·lotge que s'utilitza per il·lustrar el

temps del període humà en conjunt amb la creació de l'univers i un planetari motoritzat al mig de la sala en acció per veure el moviment dels planetes a petita escala, a part d'una breu informació de cadascú. Al sostre se simularan les constel·lacions de l'univers amb petites *leds*, per donar aquesta profunditat de solitud davant aquest període.

A l'estança del Paleolític es recrearà una cova, amb figures d'hominíds al voltant del foc, un d'ells fabricant estris que es podran veure i palpar al seu costat, relatant una narrativa i tenint en compte la representació igualitària i amb la participació, per parts iguals, del sexe masculí i femení. En definitiva, un fotograma de com era la vida d'aquella època. El sostre serà una imitació de la cova d'Altamira, com utilitza el Parc de la Prehistòria de Teverga, amb pintures i representacions d'imatges rupestres prou conegudes de caçadors i animals. També hi haurà informació diversa amb alguna representació animal i tipus de vida.

L'estança del Neolític imitarà una terra conreada i una cabanya. S'interactuarà amb el fet de veure com vivien, amb més figures, mostrant el tipus de vida que hi havia. Inspirat en la presentació que fa el Museu de Prehistòria i Arqueologia de Cantàbria (MUPAC) a la sala "Guerras Cántabras" per la seva recreació realista i immersiva.

A l'estança d'Eivissa es donarà la informació específicament d'Eivissa. Hi haurà mapes interactius dels primers poblats, s'especificarà el període del calcolític i de l'edat del bronze i s'explicarà com a les altres illes Balears les comunitats indígenes evolucionaren cap a la societat talaiòtica.

Finalment, la sortida acaba amb un passadís recte que, com hem dit abans, simbolitza el naixement de l'ésser humà (i no oblidem, d'Eivissa a la història) cap a la seva projecció a la vida.

Sala 'Edat Mitjana'

Tema: edat mitjana enllaçada amb l'adolescència.

Descripció:

— L'arribada dels musulmans el segle X fins al segle XIII, que introduïren cultius de regadiu i la seva presència és present ja que ens han llegat molta toponímia àrab.

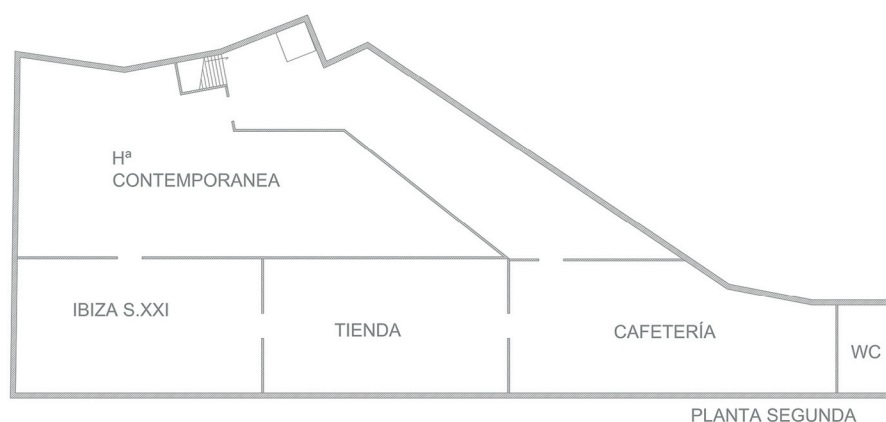
— La conquesta catalana de 1235 com el fet més important de la identitat d'Eivissa.

— La creació de la Universitat, institució de govern autònom.

— L'activitat econòmica de l'extracció de la sal, que perdurà durant segles fins que la dinastia borbònica confiscarà tant l'una com l'altra per "Dret de Conquesta".

— La influència de la diòcesi de Tarragona, que tindrà pes en el govern i l'administració de l'illa fins al 1782, quan Eivissa se'n desvincularà completament amb la creació del primer bisbat.

Disseny de la sala: Si haguéssim de determinar un dels moments cabdals de la història d'Eivissa, sens dubte mencionariem la conquesta catalana de 1235 contra els àrabs almohades. És a partir d'aquest fet que la nostra cultura, tradició, llengua i costum es definirà per sempre. Tanmateix, el procés d'adquirir la nostra identitat regional va haver de sofrir una època turbulenta amb les invasions vàndales, bizantines i àrabs fins a la definitiva invasió catalana. És per aquest motiu que el tema de l'adolescència enllaça bé amb la realitat d'aquesta època, entenent-se com una lluita i recerca de la identitat pròpia. L'adolescent deixa de ser un nen o nena però a la vegada aquests canvis no es concreten, no estan estipulats o no estan clars. Se'l deixa en terra de ningú, no és un nen o nena i ha de comportar-se com un adult encara que no se'l consideri com a tal (Lillo 2002: 59). L'adolescència és l'època humana on el cos es desenvolupa, s'abandona la infància i cada individu lluita per buscar-se i configurar-se ell mateix. És una etapa basada en l'assaig-error: les primeres relacions sentimentals i sexuals, les responsabilitats laborals i familiars, les jerarquies socials dins grups, primeres inquietuds, etc. Encara que el concepte d'adolescència pot variar entre cul-



Sala segona del CIHE. Font: Daniel Carayol Puerta.

tures, sí que és un tret universal que està implícit dins el fet que es tracta d'una etapa vital i que una persona deixa de ser adolescent quan socialment es considera adulta i pot funcionar com a adulta (Mendoza 2008: 51-52). Podríem dir que segueix tenint l'esperit explorador de la infantesa, però ara intervé el sentit de trobar un significat entre la confusió de l'adolescent amb un repertori de camins a escollir.

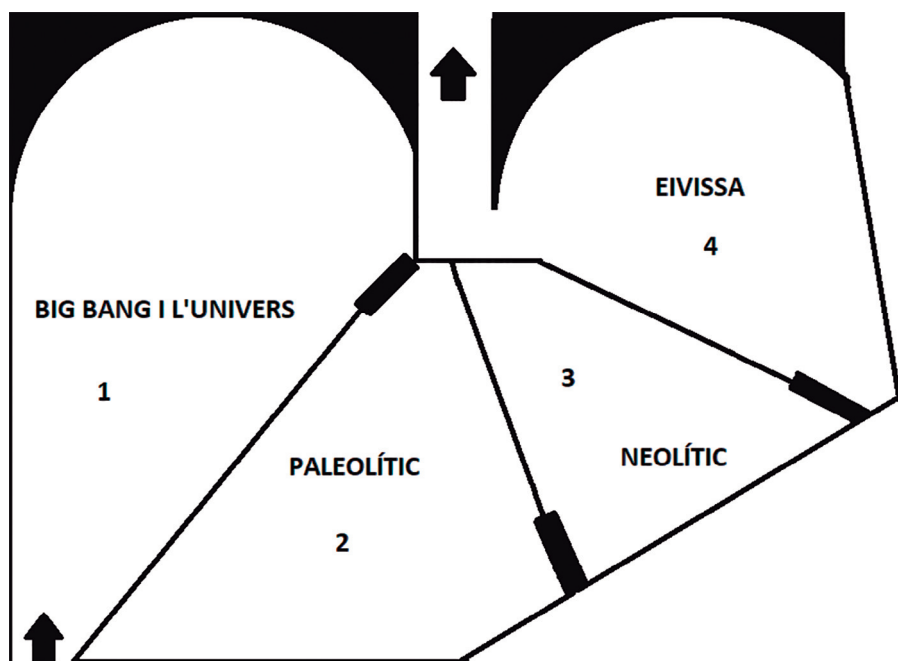
Això està plasmat en el disseny de la sala que, com mostra la imatge, és un laberint. Té paral·lisme amb el laberint del Minotaure que ja autors del segle XX, com Borges i Cortázar, el presentaran com el paradigma de la cruel soledat del tancament interior, i reapareixerà com l'encarnació d'una dolorosa "alteritat", fent-lo passar de botxí a víctima (Díez 2005: 143). En el present treball representa aquesta soledat i confusió de l'adolescent en trobar la seva identitat. De tot això explicat, el visitant haurà de recórrer el laberint, i de la mateixa manera Eivissa ho va fer a nivell històric amb quatre civilitzacions diferents en un període de set segles fins a adquirir una identitat pròpia i definitiva.

Bàsicament l'itinerari es dividirà en dues zones. Cal destacar que el punt inicial del trajecte explicarà molt breument l'etapa vàndala i bizantina. Aquest període s'anomena 'Segles Foscos' perquè pràcticament no n'ha quedat testimoni (Ferrer et al. 2019: 131).

La primera zona se centrarà primer en l'època musulmana que si

veiem el plànol des de dalt, una part del disseny dibuixa la mitja lluna musulmana i l'altra part del laberint, la segona zona, explicarà l'època cristiana amb les mateixes característiques però ara amb forma d'una corona reial. Si ens hi fixem detingudament, aquests "dos móns" s'uneixen en la part central, que representarà la batalla de 1235, fita cabdal de la nostra història. A nivell històric, seguirem una línia temporal evident però hi ha una voluntat de simetria d'aquestes dues cultures en peu d'igualtat ja que la presència àrab a Eivissa durant quatre segles ens deixà, entre d'altres coses, toponímia d'origen àrab, la triple murada àrab i l'àrea de ses Feixes, tradicionalment guanyada per al cultiu intensiu d'horta (EEiF 2022). Es podria dir que, al cap i a la fi, són dues cares d'una mateixa moneda.

Mecanismes: Com havíem dit, el propi itinerari del laberint representa la consecució d'una identitat pròpia. Però això no significa que la confusió de trobar-la sigui un mer tràmit. El visitant haurà de travessar-la però, i en qualsevol racó d'aquest, pel camí trobarem tota la informació de la sala. El primer tram és la visió àrab, dissenyat de tal forma que el visitant tingui l'experiència de trobar-se realment en el món islàmic. Això s'aconsegueix, per exemple, dotant les parets d'arquitectura i temàtica àrab, amb elements propis d'aquesta cultura. Un bon exemple és la recreació que proporciona la Casa Yusuf Al Burch, del Museu Àrab a Càceres. Recor-



Sala 'Prehistòria'. Font: Elaboració pròpia.

dem el precepte de l'aroma del temps: no hi ha pressa, l'abstracció de trobar-se en un món tan llunyà provocarà aquesta experiència d'usuari. Per això és comprensible que hi hagi sales espaiades, com la del número 1. D'aquesta manera, l'exploració de cada racó motivarà el visitant per seguir-ne descobrint més. Hi haurà mapes interactius de la població a Eivissa; al jardí, mostres de productes que varen introduir com una mena de jardí botànic, una sala del te per asseure's en coixins mentre es projecta un vídeo explicatiu, travessar una recreació d'un mercat àrab amb figures per explicar la seva societat mercantil, etc.

És molt important l'ús dels sons, com que a cada hora s'escolti la crida de l'oració i al mercat el xivarri dels comerciants. En tot el recorregut s'escoltarà música tradicional àrab i per enfortir l'experiència, al mercat s'oloraran productes de diferents espècies. Quant al color de les parets haurien de prevaldre els colors ocres i taronges del desert, però també hi hauria una presència del morat que simbolitza el misteri, la nostàlgia i l'espiritualitat (Heller 2004: 193).

Finalment, en una altra sala hi haurà una maqueta de nova generació explicativa de la triple murada àrab, prèvia a l'actual murada renaixentista.

El centre del recorregut recollirà la batalla que donarà com a resultat la conquesta catalana, el 1235. S'escoltaran sons diversos de guerra, com espases, fletxes, crits de les dos faccions. En aquest espai, com a pont entre el món musulmà i el cristià, es recrearà la porta d'entrada al castell: a un costat, una reproducció artística de les murades amb arquers àrabs tirant fletxes per mitjà de projecció d'ombres d'aquestes figures i, per l'altra les figures cabdals de la conquesta catalana: Guillem de Montgrí, Nunó Sanç i Pere de Portugal. La importància d'aquest fet es que estaran a l'abast espases, cuirasses i algun element més per tal que els presents puguin vestir-se amb ells i tinguin l'experiència momentània d'estar involucrats en aquella època i en aquell moment històric, tenint en compte sempre les mesures de seguretat sobre l'ús dels objectes mostrats i que la representació del conflicte s'efectuarà a efectes d'immersió. Per tant, el visitant conclouria la primera zona per tot seguit continuar amb el mateix tarannà, ara amb el món medieval català.

En aquesta part prevaldrà el color blau fosc, simbolisme de la fredor i d'una persona distant (com l'adolescent). Dissenyada amb elements medievals, com pintures al

fresc i elements romànics i gòtics. Per explicar la importància de la creació de la Universitat, es representaria a escala humana i amb figures realistes una sessió dels prohoms, que eren els encarregats d'escollir els jurats i aquests governaven els principals problemes de l'illa (Ferrer et al. 2019: 201). El visitant es podrà asseure en una cadira i, així, si ho desitja, obtenir un record en forma de fotografia. S'ha de recalcar que l'originalitat de la creació d'aquests espais, com també de les altres sales, té una finalitat única: que només es podrà trobar en aquell museu i, per això, existiran exposicions d'aquest tipus, ja que els visitants enriqueixen la seva contribució de l'experiència aportant fotografies i vídeos (Celaya 2009: 24-26), i es converteixen en la millor publicitat per al museu.

Cal també remarcar la importància econòmica de l'extracció de la sal. Per exemple, en el número 2 es reproduiria una part dels estanys de les salines a escala petita, amb tots els processos per explicar sonorament i visualment el funcionament de l'extracció, la comptabilització i la venda de la sal. Altres sales es muntarien d'acord a la planificació que es decideixi, i explicarien la societat d'aquella època, com, per exemple, l'episodi de la inclusió al Regne de Mallorca per passar després a la Corona d'Aragó amb vídeos o panells tàctils. Com qu l'Església era cabdal, una part del tram es podria simular amb una projecció de llums dels vitralls com els que trobem a la capella gòtica de Sainte-Chapelle a París. Diverses figures del món cristià ajudarien a entrar en aquest món i, de fons, una subtil música de cant gregorià acompanyant gran part de l'itinerari. En contraprestació a la crida de l'oració musulmana, cada hora sonaran les campanes d'una catedral cristiana.

Amb tots aquests mecanismes es pretén mostrar les dues cultures de l'època des del respecte i l'objectivitat. Aquesta dualitat representa aquestes dues religions que varen tenir gran protagonisme durant l'edat mitjana i permet entendre la

seva visió per mitjà d'estímulsonors, visuals i participatius. Però no podem oblidar que en el cas d'Eivissa, com n molts altres llocs, la guerra va ser constant, i per això representa el nexa d'aquesta sala i dels dos móns, detallant un fet real i cabdal a la història d'Eivissa.

Sala 'Eivissa en el segle XXI'

Tema: Eivissa en el segle XXI.

Descripció: Última sala de l'itinerari. L'habitació i tots els elements que es troben dins estaran enterament de blanc. La interpretació canviarà depenent de la visió del visitant.

Disseny de la sala: Aquesta sala és la més fàcil de concebre i, a efectes pràctics, de muntar, ja que hi predomina la senzillesa. Representa una habitació estàndard, amb un sofà i un televisor engegat enfront. Al costat esquerre del sofà, una taula amb cadires, amb un diari reposant a sobre, i a la dreta una tauleta amb un telèfon antic de cable. A l'altre extrem, al costat de la primera porta, trobem quadres i, a la cantonada, un prestatge ple de llibres. La finalitat és que, tant residents com turistes, coneguin les problemàtiques actuals i se sentin responsables, a parts iguals, del seu paper a Eivissa. A part d'això, la peculiaritat de la sala és que hi predomina un sol cromatisme: el blanc.

Mecanismes: El color blanc simbolitza i representa la pau, la innocència i la neteja, però també el dol blanc, que no considera la mort com un acomiadament definitiu del món (Heller 2004: 163-164) i aquí representa que els problemes d'Eivissa no seran sempre eterns, sinó que hi ha marge per revertir el procés. A més, es pensa que és l'inici de totes les coses, per això els vestits de la núvia d'una boda simbolitzen l'inici d'una nova etapa en la seva vida. Per aquest motiu, i per primer cop en l'itinerari, es deixa que el visitant reflexioni per ell mateix davant el buit, representat amb l'absència del color i de l'art figuratiu vers la inesgotable font d'estímul que ha viscut a les sales anteriors. El mecanisme, entès com el mitjà a través del qual entenem les coses, el dispo-



Sostre del Parc de la prehistòria de Teverga. Font: Guia de Asturias.

sarà ell o ella, en contra del que s'ha estat fent prèviament. Per altra banda, la col·locació de portes per entrar i sortir té una funció de sorpresa, però també d'aïllament de qualsevol remor. Perquè a dins no s'escoltarà res. Hi regnarà un complet silenci.

La impressió d'entrar per la porta hauria de ser molt similar a la pel·lícula *2001: una odissea de l'espai* quan, a la recta final, un home arriba a una sala quasi totalment blanca.

Com que la temàtica és "Eivissa en el segle XXI" només trobarem aquestes referències per mitjà dels elements presents i interactius com, per exemple:

— El diari que reposa damunt la taula només tindrà titulars; la resta serà en blanc. Alguns titulars seran relacionats amb temes quotidians seguint l'estil del periodisme actual: la problemàtica dels joves per emancipar-se, massificació del turisme en certes èpoques de l'any, reducció dels recursos hídrics, etc. El visitant haurà d'emplenar aquests buits mitjançant la reflexió pròpia.

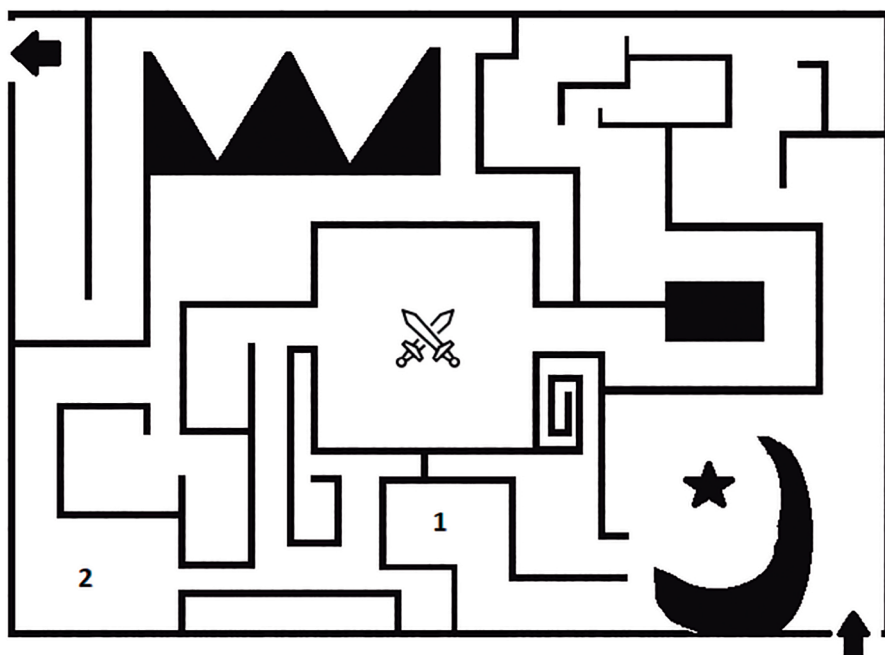
— A través del telèfon, si es despenja, escoltarem un so aleatori. Alguns d'aquests seran turistes embriagats, fent molta remor als carrers o barallant-se entre ells; el so de l'aeroport que provoca l'arribada de milers de turistes un dia qualsevol d'estiu i, per últim, mú-

sica de discoteca en un *beach club* amb gent cantant eufòrica.

— La televisió tindrà un comandament per canviar de canal. Encara així, qualsevol canal retransmetrà imatges en blanc.

— Els quadres penjats només tindran una llegenda, referent als problemes actuals d'Eivissa. Com passa a la resta, el visitant "dibuixarà" mentalment la pintura amb allò que li suggereix el títol. S'entén que aquesta habitació requereix una gran dosi d'imaginació per part de l'usuari. Un exemple de títol seria: "Sa Penya acull el XXVI Congrés Estatal d'Astronomia" o "Intel·lectuals eivissencs recullen el Premi Nobel". En aquests dos exemples el procés seria similar al mètode socràtic: sa Penya celebrant un esdeveniment d'aquestes característiques? Quins serien els passos a seguir al barri de sa Penya per poder acollir un gran esdeveniment? Què necessitariem fer? Intel·lectuals eivissencs amb un Premi Nobel? Què haurien de fer les institucions? Farien falta més ajudes? Quin camí seria l'idoni per plantejar aquesta possibilitat? Per tant, les preguntes que ens fariem i l'intent de buscar les respostes mitjançant la imaginació serien les claus d'aquesta sala.

— Un prestatge ple de llibres seria similar als altres elements. Només canvia que hi hauria la portada del títol del llibre, però la resta



Sala 'Edat Mitjana'. Font: Elaboració pròpia.

estaria en blanc. Serien títols i problemàtiques més genèriques; grans conceptes que generarien grans debats. El visitant pot agafar i consultar qualsevol llibre amb temàtica diversa com “Cultura”, “Medi Ambient”, “Societat” i “Posidònia”, és a dir, grans problemes i objecte de debat actual amb respostes diverses i complicades de desenvolupar i que, en alguns d'aquests casos, incomoden l'opinió política per la seva magnitud. També seria una perfecta ocasió per al visitant en l'últim tram, abans de finalitzar el recorregut, de poder escriure davall dels títols dels llibres en blanc, qualsevol reflexió personal o alguna cosa que vulgui expressar o aportar el visitant del Centre, i deixar que pugui manifestar-se qualsevol opinió al respecte una vegada conclòs l'itinerari.

Finalment, el visitant creuarà l'última porta cap a la botiga, i donarà per acabat el recorregut principal del Centre d'Interpretació d'Història d'Eivissa. Encara així, no de l'experiència al Centre, que continuaria a la cafeteria, projectada amb unes magnífiques vistes al port d'Eivissa.

Ibiza City Pass

L'auge progressiu del turisme cultural i la necessitat de les institucions museístiques d'adaptar-se i

facilitar-ne un circuit cultural als usuaris, provoca que les ciutats hagin d'abordar diferents formes d'incentivar el turisme a visitar les seves instal·lacions. L'èxit de les targetes turístiques o 'Museum Pass' arreu del món és una conseqüència d'aquesta demanda. París, per exemple, té la *Paris Museum Pass*, que obre la porta a més de 50 museus i monuments de la ciutat i regió; Londres ofereix la *London Pass* per gaudir de l'entrada a més de 90 de les principals experiències de la ciutat, com les icòniques torre de Londres i l'abadia de Westminster, entre d'altres. Però no cal anar-se'n molt lluny, ja que Barcelona promou l'anomenat *Articket*, que funciona com un passaport que dona accés a exposicions permanents i temporals dels sis millors museus d'art de Barcelona com ara la Fundació Joan Miró i el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA). La gran virtut és que no només està pensat per al turista, sinó que també ofereix aquest servei als residents, fet que no només cobreix la seva necessitat cultural, sinó que també els fidelitza a les activitats que organitza la pròpia institució. No és el mateix explorar com augmentar la freqüentació als museus, que la conquesta de nous i diversos públics o la seva fidelitza-

ció. No són objectius complementaris sinó diferents, que exigeixen polítiques, estratègies, programes i finançament específics (Pérez Castellanos 2017: 45), com sí podria donar-se amb la creació d'una *Ibiza City Pass*.

Dels diferents avantatges d'una targeta turística d'aquestes característiques dins el municipi d'Eivissa, un seria la creació d'un circuit econòmic segur, projecció d'una imatge avantguardista de la ciutat, transaccions offline, agilitat en accessos, control estadístic de la utilització dels serveis, promoció de diferents espais turístics de la ciutat com també l'increment de l'estada mitjana del turista (FNMT 2022). Per al resident serviria també per oferir descomptes en espectacles, com teatres, concerts, balls, monòlegs... i així incentivar la participació del públic i, en conseqüència, augmentar l'oferta i difusió d'aquests esdeveniments. Per altra banda, l'ús d'aquesta targeta ajuda a conèixer i tenir control per mitjà d'estadístiques sobre les seves preferències per adaptar *newsletters* personalitzats i d'acord amb els seus gustos.

El CIHE representaria l'empenta per connectar un teixit associatiu cultural i econòmic, buscant la participació i col·laboració de les empreses i veïns de la ciutat. No tan sols això, sinó que el simple fet de poder delimitar una àrea per la qual s'estableixin aquestes connexions en comú per mitjà de la *Ibiza City Pass*, deixaria una petjada positiva a la zona i als barris involucrats. De fet, molts estudis d'avaluació de l'impacte econòmic demostren que els museus contribueixen a crear treballs, generen PIB i aporten importants ingressos fiscals per a les seves comunitats (ICOM 2019: 9).

S'imaginen tenir una única targeta que donés l'accés i l'oportunitat de visitar el Centre d'Interpretació d'Història d'Eivissa, el Museu d'Art Contemporani d'Eivissa, el Centre d'Interpretació Madina Yabisa, el Museu-necròpolis del Puig des Molins i el futur Museu de la Mar que s'ubicarà pròximament a la plaça de sa Riba, entre molts d'altres del municipi d'Eivissa? A més, moltes ciu-

tats aprofiten les comoditats de les targetes turístiques per incloure altres serveis com el transport públic. De fet, si analitzem de prop el cas de la *Trentino Guest Card* (TGC), que incorpora a més el transport públic, ha aconseguit que tots els proveïdors de serveis acordin confirmar, any rere any, la seva associació a la TGC, ja que han experimentat un repunt en l'ús dels seus serveis (ICOM 2019: 21). En aquest sentit, podria suposar un moderat alleugeriment dels problemes actuals de manca de transport i d'embossament a les carreteres si s'ofereix aquesta alternativa a aquell turisme cultural que no vol fer una despesa massa elevada i s'anima a viatjar en transport públic en substitució de llogar un vehicle.

En definitiva, les institucions haurien d'apostar per iniciatives com aquestes. Per una banda, faciliten als visitants la informació i l'accés a equipaments culturals en una sola targeta, amb avantatges en transport i espectacles, i per altra banda, crear un itinerari cultural, recognoscible i estimulant a la ciutat d'Eivissa, que esdevindria un incentiu més a difondre a les agències turístiques, com també en la promoció de les institucions de cara a l'exterior en fires com la de FITUR.

Conclusions

Al començament de l'article hem enumerat la importància de la presència de la cultura i els beneficis que provoca al conjunt de la societat en barris degradats i sense una solució creativa, tenint casos d'èxit com a la ciutat de Wroclaw, entre d'altres d'arreu d'Europa, gràcies als diferents programes culturals. Això demostra que seria possible aplicar-se en el cas concret del barri de sa Penya d'Eivissa. Les condicions socials, econòmiques i culturals del barri exigeixen la intervenció urgent de les institucions. Gràcies als diversos fons europeus de revitalització i transformació de zones degradades per mitjà d'intervencions culturals amb els resultats òptims obtinguts, Eivissa ja té la solució creativa que necessitava per donar una segona vida al barri.



Part d'una sala del museu de la 'Casa museu àrab Yusuf al Burch'. Font: Turismo de Cáceres.

Pel que fa a la desestacionalització del turisme en altres èpoques de l'any, seria un repte important a tenir en compte per la no saturació de la població en temporades altes. El CIHE hauria de treballar a fi de millorar l'oferta a les temporades baixes, promovent paquets culturals a l'hivern, aprofitar les sales per promoure presentacions i exposicions culturals com també animar i col·laborar amb les altres illes de l'arxipèlag balear per visitar i aprofitar el museu amb visites regulars d'escoles i instituts.

Tanmateix, la finalitat principal és que el visitant que vingui a la nostra illa en qualsevol època de l'any pugui conèixer la veritable història d'Eivissa per comprendre millor la nostra realitat i no la que publiquen sovint els telenotícies del migdia en forma de successos.

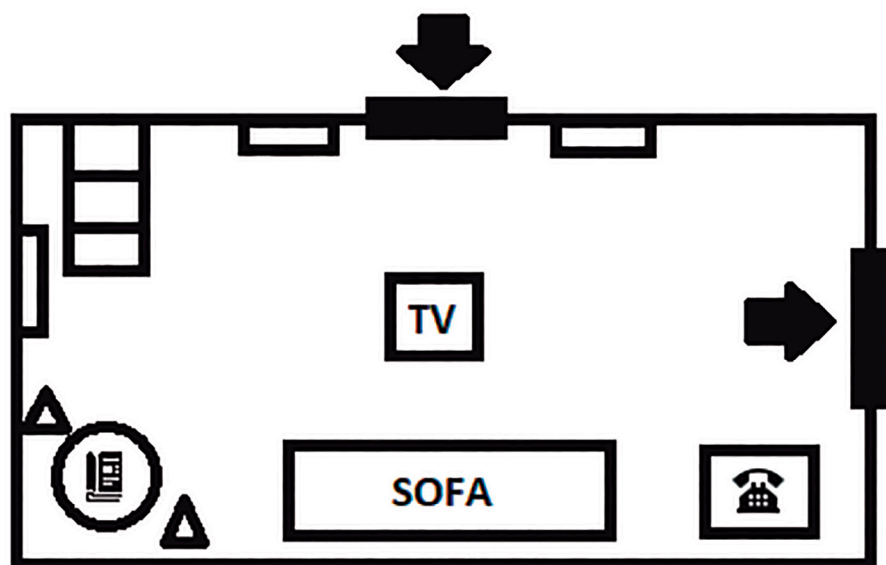
Per assolir els reptes del nostre segle, l'exigència d'un món multicultural més conscient, com també sensible quant a l'accessibilitat i àvid de participació, s'ha posat èmfasi en un disseny innovador però a la vegada accessible i intuïtiu. Per no defallir en l'intent, s'ha de fer una profunda investigació amb informació i exemples relatius tant de l'accessibilitat com dels gustos del públic d'avui dia. En aquest sentit s'ha de posar encara més ímpetu a poder dissenyar una experiència completa per a qualsevol persona o col·lectiu amb algun tipus de discapacitat per, així, eliminar totes les

barreres existents per a l'accés cultural.

En l'apartat econòmic, aquest tipus de projecte exigeix la col·laboració i voluntat de les administracions públiques i fer ús de les ajudes que la Unió Europea proporciona. En pretendre ser un Centre innovador cal aconseguir inversió econòmica per a la seva edificació com per a les seves instal·lacions. Per aquest motiu encara s'han de buscar més alternatives i subvencions culturals a nivell autonòmic i estatal per aconseguir els recursos humans i econòmics necessaris per dur endavant aquest centre d'interpretació.

I és que aquest projecte no només està obert a qualsevol modificació, sinó que està dissenyat i concebut per tenir en compte qualsevol variació, ja sigui per motius de mida de l'edifici com dels recursos econòmics disponibles. En ser un projecte on l'esforç s'ha centrat en tenir clar el tema i la narrativa (El què? el per què? i el per a qui?), això fa que la seva gran virtut sigui la seva mal·leabilitat davant tot inconvenient imprevist.

En aquest article s'han quedat moltes coses a dir. Pel que fa a les sales restants, només puc preguntar al lector: què té a veure l'època fenícia amb un gronxador i una xarranca? En què s'assembla un cubicle d'un despatx actual d'oficina amb un tauler d'anuncis que pregonen els Decrets de Nova Planta? I per últim, què significa que a la sala



Sala 'Eivissa en el segle XXI'. Font: Elaboració pròpia.

d'Història Contemporània i Món Actual intervingui el moviment del Surrealisme i hi hagi un circuit de vies de tren amb una última parada on l'usuari, per travessar-la, ha d'introduir un tiquet de tren, que se li donarà al principi de l'itinerari? Tot això i més, es troba desenvolupat en el meu treball final de màster de gestió cultural.

Finalment, més enllà de pressupostos, ubicacions i el conjunt de mecanismes idonis per tal d'aconseguir aquesta experiència, primer de tot, i abans de qualsevol execució, el conjunt de la societat d'Eivissa hauria de tenir molt clar i valorar si aquest projecte de Centre d'Interpretació d'Història d'Eivissa esdevindria tan sols un equipament cultural més o, definitivament, seria un equipament vital de què hauria de disposar l'illa per assolir els reptes culturals, educatius, sostenibles i urbans, pendants que tenim encara, en aquest llarg segle XXI.

Bibliografia

ARANZAZU LÓPEZ, Carlos Uriel; BAHAMÓN CARDONA, Carlos Augusto; BELTRÁN CARDONA, Diego Felipe (2018). *Narrativas museográficas interactivas*. Trilogía Ciencia Tecnológica Sociedad. Vol. 10, núm. 19. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. p. 75-86.

ARENAS, Guillermo (2019). *Arte impulsado por la tecnología para en-*

tender el nuevo mundo. El País. [Internet]. Disponible en: https://el-pais.com/retina/2019/08/23/innovacion/1566564293_888000.html

ARIET GALLEGU, Andrea (2019). *La cultura actúa de motor para revitalizar los barrios más pobres de Polonia*. La Vanguardia [Internet]. [consulta: 19 de juny de 2022] Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/participacion/lectores-corresponsales/20190303/46697156131/wroclaw-renovacion-urbana-cultura-polonia.html>

BARCO, Uriel (2021). *La manera en que usan Assassin's Creed para enseñar Historia*. Unocero [Internet]. [consulta: 19 de juny de 2022]. Disponible en: <https://www.unocero.com/videojuegos/gaming/assassins-creed-clases-historia/>

BENAVIDES, Luis (2014). *El Raval rezuma cultura*. El Periódico [Internet]. [consulta: 17 de juny de 2022]. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/ciutat-vella/20141209/el-raval-rezuma-cultura-3757234>

BROWN, Donald E. (1976). *Human Universalis*. Estats Units: Mc Graw Hill. p. 226.

CABANILLAS, Toni (2021). *Magí Seritjol (Tarraco Viva): "La història s'assembla molt més a una finestra que a un mirall"*. [Internet]. [consulta: 15 de juny de 2022]. Disponible en: [\[vista-magi-seritjol-tarraco-viva-2021\]\(https://catalunyadiari.com/tarragonadigital/tarragona/entre-vista-magi-seritjol-tarraco-viva-2021\)](https://catalunyadiari.com/tarragonadigital/tarragona/entre-</p>
</div>
<div data-bbox=)

CELAYA, Javier (2009). *La visibilidad de los museos en la web 2.0. Museos, nuevas tecnologías y Sociedad*. Madrid: Federación Española de Amigos de los Museos. p. 24-26.

COLL-SERRANO, Vicente; RAUSELL-KÓSTER, Pau; ABELEDO-SANCHIS, Raúl (2015). *Estimación del impacto económico de los museos a través de las nuevas tecnologías de la información: el caso del museo Ene*. Térmica Transinformação, vol. 27, núm. 3, septiembre-diciembre, 2015, p. 265-275.

COLMENERO, Ricardo F. (2016). *Las 'favelas' de Ibiza*. El Mundo [Internet]. [consulta: 16 de juny de 2022]. Disponible en: <https://www.el-mundo.es/baleares/2016/07/19/578d3879268e3e64138b4597.html>

CORDÓN BENITO, David (2018). *Evolución conceptual del museo como espacio comunicativo*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 24. Ediciones Complutense [Internet]. p. 485-500. [consulta: 17 de juny de 2022]. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/59962/4564456547010>

CORTÉS, O. (2011). *Comportamiento proambiental y pensamiento económico en la construcción del desarrollo sostenible*. Cultura Educación y Sociedad, 2 (1), 43-56.

DÍEZ PLATAS, Fátima (2005). *El minotauro: ¿Una imagen "al pie de la letra"?* Santiago de Compostela: Quintana. Revista de Estudios de Departamento de Historia da Arte, núm. 4. p. 141-152.

DURKHEIM, Émile (2002). *Leçons de sociologie. Physique des mœurs et du droit*. 1ª ed. Faculté de Droit de l'Université d'Istanbul. p. 157.

EUROPA PRESS (2019). *La Aetib centra en la desestacionalización y la sostenibilidad los "ejes estratégicos" del turismo en 2019*. Periódico de Ibiza y Formentera [Internet]. [consulta: 14 de juny de 2022]. Disponible en: <https://www.periodicodeibiza.es/pitiusas/ibiza/2019/02/18/1059049/aetib-centra-desestacionalizacion-sostenibilidad-ejes-estrategicos-del-turismo-2019.html>

EVEMUSEOGRAFÍA (2018). *Conexión entre Museos y Escuelas*. Evemuseo-

grafía. [Internet]. [consulta: 17 de juny de 2022]. Disponible en: <https://evemuseografia.com/2019/03/20/conexion-entre-museos-y-escuelas/>

FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE (2022). *Tarjetas turísticas*. Ministerio de Hacienda y Función Pública. [Internet]. [consulta: 23 d'agost de 2022]. Disponible en: <https://www.fnmt.es/productos-y-servicios/tarjetas-electronicas/tarjeta-prepago-y-fidelizacion/tarjetas-turisticas>

FERRER, Alberto (2014). *Una noche para reivindicar la cultura ibicenca*. Diario de Ibiza [Internet]. [consulta: 2 de juny de 2022]. Disponible en: <https://www.diariodeibiza.es/ibiza/2014/04/26/noche-reivindicar-cultura-ibicenca-30578083.html>

FERRER, Joan Lluís; FERRER, Antoni; CIRER, Felip (2019). *Història d'Eivissa i Formentera*. 2a. ed. Eivissa: Balàfia Postals. p. 412.

FREUND, Philip (1965). *Myths of creation*. 2ª ed. New York: Washington Square Press, INC. p. 306.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999). *La globalización imaginada*. Ciudad de México; Editorial Paidós. p. 238.

GÓMEZ, P. (2010). *El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales*. *Gazeta de Antropología*, 26 (1). p. 1-14.

GUTIÉRREZ USILLOS, Andrés (2012). *Manual práctico de museos*. 1ª ed. Gijón: Ediciones Trea, S.L. p. 160.

HAN, Byung-Chul (2015). *El aroma del tiempo*. 1ª ed. Barcelona: Herder. p. 163.

HELLER, Eva (2004). *Psicología del color. Como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. 1ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, S.L. p. 329.

IBESTAT (2022). *Evolución diaria de la carga demográfica*. Disponible en: <https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/illa-xifres/EIVISSA>

IBIZA CREATIVA (2022). *Ibiza Creativa* [Internet]. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa. Disponible en: <http://ibizacreativa.com/?lang=ca>

IBIZA PRESERVATION (2019). *Opinión de los residentes sobre el turismo* [Internet]. [consulta: 13 de juny de 2022]. Disponible en: <https://ibiza-preservation.org/esp/observatorio>



El passaport cultural 'Articket' funciona tant per a turistes com per a residents.
Font: Articketbcn.org.

de-sostenibilidad-de-ibiza/turismo-demanda-turistica-y-oferta-turistica/opinion-de-los-residentes-sobre-el-turismo/

LÉVI-STRAUSS, Claude (1998). *Las estructuras elementales del parentesco*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica. p. 286.

LILLO ESPINOSA, José Luis (2004). «Crecimiento y comportamiento en la adolescencia». [Internet] Madrid: *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*. P. 58-71. [consulta: 20 de juny de 2022]. Disponible en: <https://scielo.isciii.es/pdf/neuropsiq/n90/v24n2a05.pdf>

LLADÓ, Magali; SANTACANA, Joan; LLONCH, Molina (2008). *Museo local: la cenicienta de la cultura*. Gijón: Trea. p. 232.

LLANOS MARTÍNEZ, Héctor (2016). *'Me metí una pirula en Ibiza', el hit que incomoda al Ayuntamiento de la isla*. *El País* [Internet]. [consulta: 16 de juny de 2022]. Disponible en: [6_770360.html](https://elpais.com/2016/07/06/770360.html)

LÓPEZ BENITO, Victoria; MARTÍNEZ GIL, Tània (2014). *El uso educativo*

de las emociones en los Museos de la Memoria. Barcelona: HER&MUS, 15. Vol. VI, núm. 11. p.57-65.

MENDOZA BERJANO, Ramón (2008). *La adolescencia como fenómeno cultural*. Huelva: Universitat de Huelva. p. 62

MINISTERI PER A LA TRANSICIÓ ECOLÒGICA I EL REpte DEMOGRÀFIC (2022). URBACT. [consulta: 17 de juny de 2022]. Disponible en: <https://www.miteco.gob.es/es/ce-neam/recursos/pag-web/gestion-ambiental/urbact.aspx>.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS; CONSEJO INTERNACIONAL DE MUSEOS (2019). *Cultura y desarrollo local: maximizar el impacto. Una guía para gobiernos locales, comunidades y museos* [Internet]. [consulta: 23 d'agost de 2022] p. 93. Disponible en: <https://www.oecd.org/cfe/leed/OECD-ICOM-GUIDE-MUSEUMS-ES.pdf>

PÉREZ CASTELLANOS, Leticia (2017). *Estudios sobre públicos y museos*. Vol. II. Apuntes para pasar de la

La finalitat principal del Centre d'Interpretació és que el visitant que vingui a la nostra illa en qualsevol època de l'any pugui conèixer la veritable història d'Eivissa per comprendre millor la nostra realitat, i no la que publiquen sovent els telenotícies del migdia en forma de successos.

teoría a la práctica. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia. p.265.

PINKER, Steven (2002). *The Black Slate. The Modern Denial of Human Nature*. 1ª ed. New York: Penguin Books. p. 560.

PLANELL, Mariano (2018). *Cómo luchar contra los tópicos*. Opinión. Periódico de Ibiza y Formentera [Internet]. [consulta: 20 de maig de 2022]. Disponible en: <https://www.periodicodeibiza.es/opinion/opinion/2018/05/08/999009/como-luchar-contra-topicos.html>

RAMÍREZ MARURI, Silvia Montserrat (2016). *Cedularios y textos. Estudios sobre públicos y museos*. Vol I. 1ª ed. Ciudad de México: Publicaciones ENCryM. p. 112.

REDACCIÓ DIARIO DE IBIZA (2021). *Arte que nace de la placenta en Ibiza*. Eivissa: Diario de Ibiza.

REGUERO OXINALDE, M (1994). *Eco-turismo, Nuevas formas de turismo en el espacio rural*. Barcelona: Bosch Turismo. p.27.

RIBAS, Sonia (2015). El infierno se llama Sa Penya. El Mundo [Internet]. [consulta: 16 de juny de 2022]. Disponible en: <https://www.el-mundo.es/baleares/2015/07/18/55aa916be2704ec9018b4586.html>

RITZER, George (1996). *La McDonalización de la Sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. 1ª ed. Barcelona: Editorial Ariel, S.A. p. 124.

RODRÍGUEZ SÁNCHEZ, Keilyn (2005). *Aporte de la Nueva Museología española al museo de los niños de Costa Rica*. Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación", vol. 5, núm. 2. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal: Universidad de Costa Rica. p.33.

ROIG, Claudia (2017). *S'ha de posar límit al turisme a Eivissa?* IB3 [Internet]. [consulta: 18 de maig de 2022]. Disponible en: <https://ib3.org/empresaris-partits-i-associacions-proposen-solucions-contra-la-massificacio>

ROMÁN, Fabián; POENITZ, Victoria (2017). *La Neurociencia Aplicada a la Educación: sus aportes, desafíos y oportunidades en América Latina*. Barcelona: Institut de Formació Contínua – IL3. Universitat de Barcelona.

ROS, Javier (2021). *Ibiza apuesta por la desestacionalización en la cumbre sobre turismo MICE*. Meet-in. [Internet]. [consulta: 21 de juny de 2022]. Disponible en: <https://www.meet-in.es/ibiza-apuesta-por-la-desestacionalizacion-en-la-cumbre-sobre-turismo-mice/>

<https://www.meet-in.es/ibiza-apuesta-por-la-desestacionalizacion-en-la-cumbre-sobre-turismo-mice/>

SÁNCHEZ, Raquel (2013). *Sa Penya, la historia de un fracaso (I)*. Diario de Ibiza. [Internet]. [consulta: 15 de juny de 2022]. Disponible en: <https://www.diariodeibiza.es/ibiza/2013/02/01/sa-penya-historia-fracaso-i-30675501.html>

SANSANO COSTA, Catalina (2022). *Museu d'Etnografia d'Eivissa*. En: Enciclopèdia d'Eivissa i Formentera. Vol. VIII [Internet]. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa. Disponible en: <http://www.eeif.es/veus/Museu-dEtnografia-dEivissa/>

SEGUÍ LLINÀS, Miguel (2004). *Les Baléares, un laboratoire du tourisme en Méditerranée*. Sophia Antipolis: Plan Bleu. Centre d'Activités Régionales. p. 40.

SEN, Amarty (2004). *Cómo importa la cultura en el desarrollo*. Any 6, Nº 71. Mèxic: Letras Libres; 2004. p. 23-31.

TORRES ESCANDELL, Juan A. (2019). *Sa Penya sigue igual tres años después del desalojo pacífico de la manzana UA-27*. Periódico de Ibiza y Formentera [Internet]. [consulta: 16 de juny de 2022]. Disponible en: <https://www.periodicodeibiza.es/piti-usas/ibiza/2019/05/06/1077967/penya-sigue-igual-tres-anos-despues-del-desalojo-pacifico-manzana-27.html>

VALLÈS COSTA, Rosa (2005). *Eivissa*. En: Enciclopèdia d'Eivissa i Formentera [Internet]. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa. Disponible en: <http://www.eeif.es/veus/Eivissa/>

VALLÈS COSTA, Rosa (2007). *Penya, Sa*. En: Enciclopèdia d'Eivissa i Formentera [Internet]. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa. Disponible en: <http://www.eeif.es/veus/Penya-sa/>
VICQ-D'AZYR, Felix (1793). *Sur la manière d'inventorier et de conserver, dans toute l'étendue de la République, tous les objets qui peuvent servir aux arts, aux sciences et à l'enseignement* [Internet]. París: Convention Nationale. L'imprimerie nationale; 80 p. Disponible en: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6575239f/f7.item.texteImage>

BORJA MOYA CASTILLO
HISTORIADOR I GESTOR CULTURAL ■