

## PERFIL DE L'USUARI D'AGROTURISME A MALLORCA

**Antoni Morro Prats**  
Universitat de les Illes Balears

### LA INVESTIGACIÓ DES DEL PUNT DE VISTA DEL TURISTA

Si bé a les nostres illes s'han dedicat nombrosos estudis sociològics i de mercat al fenomen del turisme de masses (amb una clientela que cerca fonamentalment les 4 "S": *Sex, Sun, Sand & Sea*), resta encara gairebé inexplorat el camp sociològic-geogràfic del recent fenomen de l'agroturisme com una nova dinàmica econòmic-ambiental de l'oci, enfront del turisme mediterrani de sol i platja, que sorgeix com a nou corrent que, sota l'etiqueta d'alternatiu i ecològic, es juxtaposa a una economia agrària cada cop més des-capitalitzada i menys rendible.

En aquesta tendència emergent, la història, la cultura, la gastronomia, els espais naturals d'un lloc determinat, esdevenen un valor a l'alça per als temps d'oci.

S'ha dit que aquest nou turisme no ha de caure en els mateixos errors del passat, per tant, si l'objectiu és (des del punt de vista de l'usuari) gaudir del medi ambient, aquest hauria de ser l'eix central de la corresponent política turística.

A les Illes Balears, i fins ara només a Mallorca (amb algunes excepcions a l'illa de Menorca), la implantació dels serveis d'agroturisme i de turisme rural s'ha fomentat des de l'Administració autonòmica com un mitjà per diversificar les fonts de la renda agrària, i per al manteniment d'una arquitectura tradicional que corre perill de fer-se malbé. Des del Govern Balear es vol preservar el medi rústic impedit noves construccions en sòl no urbanitzable i l'increment de les superfícies construïdes d'antigues possessions. Aquesta és una qüestió molt important des del punt de vista de la integració d'aquesta alternativa econòmica en el marc natural del territori, en vista —es diu— a l'harmonització d'interessos.

Tanmateix, no és l'objectiu d'aquesta comunicació analitzar l'adequació entre l'esperit inicial d'aquests tipus de serveis (expressat en el Decret 30/91 de la CAIB, modificat després parcialment) i la realitat de la seva implantació des d'un punt de vista estrictament normatiu i econòmic-tècnic, sinó més aviat des de la vessant de l'"usuari", com a forma de calibrar la utilització real i actual de les finques d'agroturisme a Mallorca per tal de preveure la seva tendència en tant que fenomen socio-ambiental. I això, bàsicament veient en quina mesura, des del punt de vista qualitatiu, s'amotlla i integra el turista en l'entorn rural, ja que el que preval, sobre el paper, és el medi cultural i paisatgístic (entesos aquests no exclusivament des de l'òptica estètica, sinó també, i principalment, com a gènere de vida) íntegrament preservats.

---

Com assenyala Malcom Crick (CRICK, 1992, pàg. 372), referint-se al turisme i als seus significats, motivacions i rols, existeix aquí una important àrea d'investigació per a les ciències socials. Si Crick planteja la qüestió en el marc del turisme internacional de masses, per la mateixa raó s'hauria de plantejar també respecte de les activitats d'oci alternatives, donada la seva creixent importància, si més no, des del costat de l'ordenació del sector, és a dir, de l'oferta, en el cas concret de Mallorca.

Què pensen els turistes sobre les seves experiències d'oci?, què aprenen de les altres cultures?, per què se'n van de vacances a l'estranger? En quin sentit es veuen afectades les idees i les seves actituds per aquestes experiències? Crick (CRICK, 1992) ens recorda que la major part de la literatura sociològica existent sobre el turisme no es planteja aquestes qüestions perquè, en la majoria de les disciplines que conflueixen en aquest camp d'estudi, els mateixos turistes no són tinguts en compte. La sociologia, continua dient Crick, ha realitzat alguns treballs sobre significats, però l'antropologia s'ha concentrat en les repercussions culturals o en el país de destí, i disciplines com la geografia i l'economia molt poc sovint es centren en els éssers humans. Així, una gran proporció d'investigació sobre el turisme ha estat oblidada, encara que la psicologia social hi para cada vegada més atenció (Ibid., pàg. 372).

En aquesta comunicació volem, doncs, tractar un tema (l'agroturisme) que la geografia pot enfocar des del punt de vista fenomenològic i existencial, recuperant les qüestions més subjectives d'actituds i comportament, aprenentatge i significat. Ens hem preguntat, així, en quina mesura s'aparta el perfil de l'usuari d'agroturisme del turista de sol i platja; què és allò que realment cerca; si conèixer i implicar-se relativament de prop en un altre medi, o bé reproduir el model de "bimbolla ambiental" que caracteritza el turisme organitzat. En aquest sentit, la qualitat "alternativa" del turisme rural i l'agroturisme implica, també, una forma allunyada dels "elements de protecció" (autobús amb aire condicionat, amb un expatriat com a guia, un grup de viatgers del país propi i una estada en un hotel de varies estrelles (NETTEKOVEN, 1979, i SCHMIDT, 1979, citats per CRICK, 1992, pàg. 374)) que el turisme organitzat trasllada des del seu lloc d'origen.

Així, doncs, hi ha un concepte principal que condueix el nostre treball, i aquest no és altre que el d'obertura, el d'integració i implicació —amb tot el que això comporta— en el medi cultural i ambiental de l'usuari de l'agroturisme/turisme rural, la qual cosa ens permet analitzar, al mateix temps, la forma "objectiva" que pren aquest tipus d'oci alternatiu.

## PLANTEJAMENT TÈCNIC DE LA INVESTIGACIÓ

Per a la realització d'aquest estudi exploratori, no exhaustiu des del punt de vista territorial, s'ha utilitzat un model de qüestionari plantejat i dissenyat bàsicament a partir de preguntes obertes, com correspon al nostre objectiu d'investigació sobre les **experiències** i les **actituds**. Això minimitza la importància de les dimensions de la mostra, fins al punt de ser aquest aspecte pràcticament irrellevant. Tot i això, s'ha procurat garantir un mínim de representativitat en relació tant al nombre total d'explotacions com al de turistes. S'han redactat versions del qüestionari en castellà, català, anglès, francès

i alemany; aquest comprèn dos blocs de preguntes: un primer bloc sobre “variables de situació” (perfil socio-individual), i un segon bloc de preguntes referents a les experiències i activitats realitzades a les finques d’agroturisme.

L’estudi de la “implicació” o integració del turista en el medi ambiental i cultural on es troba l’explotació, s’ha fet amb els següents descriptors:

- Tipus d’indumentària utilitzada durant les vacances, i lectures i música que puguin portar des del seu lloc d’origen.

- Motius principals pels quals triaren aquest tipus d’oferta.

- Allò que més valoren d’una explotació agrària en general i d’aquella on passen les seves vacances.

- Coneixement d’altres ofertes semblants a Mallorca.

- Serveis que utilitzen a la finca i aquells que troben a faltar.

- Qualitats del medi ambient que els envolta, que més valoren.

- Sobre si el medi rural els ofereix estímuls suficients com per ocupar tot el seu temps de vacances.

- Sobre si coneixen el nom dels seus amfitrions, i la composició i la llengua que parla la família que els reb.

- Si saben a quin tipus d’activitat agrària es dedica la finca on passen les vacances.

- Coneixement d’on es troba situada la finca (àrea de l’illa i municipi).

- Sobre si mantenen algun tipus de contacte amb la població illenca de la zona, o bé amb gent de la seva mateixa nacionalitat.

- Quines activitats realitzen en la finca, on duen a terme la resta d’activitats de les seves vacances i quines són aquestes.

- Sobre si l’entorn on passen les seves vacances coincideix amb la imatge que tenien o tenen de Mallorca.

- Què és allò que més els agrada de Mallorca i allò que menys.

- Quin tipus de gastronomia ofereix la finca (si l’ofereix).

- Quina opinió els mereix l’arquitectura de la zona i si creuen que és pròpia de Mallorca.

- Activitats culturals o festives que els interessin particularment durant les seves vacances.

- Premsa llegida durant la seva estada.

- Sobre si han après paraules noves en el lloc on passen les vacances.

- Sobre si repetirien l’estada a Mallorca després de la seva experiència d’aquest tipus de turisme alternatiu.

A més d’això, la qualitat “alternativa” d’aquest tipus de turisme s’ha complementat amb aspectes d’organització del viatge, com ara:

- La canalització de la informació sobre aquest tipus d’oferta turística (a través de...)

- Tipus de transport utilitzat tant per venir a Mallorca i per desplaçar-se per l’illa.

- Temps de permanència a la finca d’agroturisme i tipus d’acompanyament.

- Referències prèvies de Mallorca o coneixement de l’illa per una estada anterior.

## ELS OBJECTIUS DEL TURISME ALTERNATIU: EL CAS DEL TURISME RURAL I L'AGROTURISME. IMPLICACIONS PER A LA DEMANDA ESPERADA

La Comunitat Europea, si bé és flexible i respectuosa quant a la forma en què cada país aborda el tema, ha marcat una sèrie d'objectius generals a complir en relació al turisme alternatiu i que, en certa mesura, constitueixen la filosofia en la qual s'inspira.

Ara bé, pel que fa a la nostra investigació, ens interessava considerar particularment, encara que no en exclusiva, aquells objectius que més directament es refereixen als usuaris, per tal de veure si aquests presenten un perfil sòcio-individual i de comportament, en consonància amb allò que el turisme alternatiu implica. Cal dir que no es posa en qüestió aquí i ara el model de "nova ruralia" que les línies mestres provinents de la Comunitat Europea han permès plantejar, si més no des del punt de vista dels principis, és a dir, d'allò que seria desitjable sòcio-econòmicament i cultural, donat que els seus principis ho són a nivell general. Una altra qüestió seria l'obertura d'un debat sobre la conveniència o no d'aquest tipus d'enfocament econòmic-ambiental a les Illes Balears. Però la contextualització que es precisa per a dur-lo a terme pot comptar, a més de amb el model "objectiu" (assumit políticament), que prové de la mateixa societat o d'una part d'ella, amb la consideració de la situació real i actual d'una altra part, que condiciona la situació i l'evolució d'aquest model.

Tanmateix, no es planteja que la demanda sigui prou decisiva per modificar el dit model, donat que es veu limitada des del principi pel tipus d'oferta que el turisme rural i l'agroturisme impliquen, sinó més aviat que els supòsits mateixos d'aquestes activitats poden prendre una forma, una concreció allunyada des del començament d'allò que es pretén. Ens podem preguntar a quina distància es trobarà aquesta realitat si el mateix model i els seus principis es consideren inadequats, econòmicament indesitjables (estratègicament), quan s'obri el debat sobre la seva implantació a la ruralia mallorquina.

Així, doncs, dels objectius generals que ha de contemplar el turisme alternatiu, i pel que fa a la vessant de la demanda, ens interessa contrastar:

— Si s'afavoreix la integració de la població urbana en el medi rural, mitjançant l'augment de contactes entre el món rural i l'urbà, per tal d'obtenir un millor coneixement i enriquiment humà per a ambdues parts.

— Si serveix de base a la reconstrucció del patrimoni immobiliari disponible i aporta una presa de consciència i un respecte pels valors biològics, físics i culturals del medi rural.

A més, encara que no pretenem quantificar-la, podem observar si es tracta o no d'una activitat complementària que diversifiqui la renda agrària, pel simple fet de l'existència o no d'activitats agrícoles, ramaderes o forestals a la finca on es realitza l'agroturisme. Des d'un punt de vista de la integració en el medi, també es veu si el turista participa o no en les activitats rurals pròpies de la finca, o bé si consumeix els productes propis de l'explotació, possibilitat aquesta última que es donà per primera vegada a Catalunya (COMA, 1992), per parlar només del cas espanyol.

Entre els **objectius generals** formulats per la Comunitat Europea en relació al turisme alternatiu, i pel que fa a la **vessant del turista**, sembla que:

— Augmentar el nombre de persones que surten de vacances, considerant que els preus són menors en aquest tipus de turisme, i contribuir així a l'oci i al lleure d'aquells

sectors de la societat econòmicament més febles, no pot ser aplicable en el cas de l'agroturisme, i menys a Mallorca, donat que el que es vol (per no continuar en un model turístic intensiu i esgotat en la seva forma actual) és no augmentar l'oferta en quantitat, sinó en qualitat; malgrat que els preus de l'agroturisme a Mallorca no són elevats, oscil·len, aproximadament, entre les 3.700 i les 9.900 pessetes per persona i dia, depenent de la temporada en què es contracta el servei (es consideren temporada alta els mesos d'abril, amb la Pasqua, i maig, i octubre i desembre, encara que hi ha finques que obren tot l'any i altres que només ho fan uns mesos determinats).

Tot i el que acabam de dir, no és aquesta tota la qüestió, ni, segurament, la principal: es tracta de veure, més enllà de les reglamentacions de l'Administració, si el perfil del turista "alternatiu" està en harmonia amb allò que s'entén per una "nova cultura del turisme" (DURAN *et al.*, 1992), és a dir, fins a quin punt s'allunya del model d'*homo turisticus*, que viatja amb la massa dels seus semblants i d'una forma altament organitzada. Seria qüestió de saber si, en lloc de "turista", és tracta en realitat d'un veritable "viatger", tal com es donava amb anterioritat al turisme de masses i que era reivindicat per Marías (MARÍAS, 1968) com l'"estranger": aquell que es confon, participa, s'integra en el poble que visita i no demana res més que allò que la realitat dona de si: és l'home "tangent", que toca i entra en contacte amb allò que es troba, no despreciant fins l'aventura, sinó més aviat cercant-la.

Així, doncs, directament o indirecta, mitjançant el qüestionari de camp, podem trobar elements que ens ajudin a respondre, entre altres qüestions, si el turisme alternatiu, i en particular l'agroturisme, des d'un punt de vista positiu:

- Afavoreix la permanència dels empresaris agrícoles a les zones rurals.
- Revaloritza els productes típics.
- Garanteix les tradicions.
- Assegura la conservació del medi natural.
- Propicia les relacions camp-ciutat.

En combinació amb altres mètodes de recerca es podria avaluar si l'agroturisme és una forma de promoció i recuperació econòmica, i si possibilita la rehabilitació del patrimoni socio-cultural i arquitectònic.

I, des del punt de vista de les dificultats, si existeix el perill d'una sobrefreqüentació que degradi el medi natural, així com d'un canvi d'hàbits i activitats de la població autòctona amb conseqüències en molts diversos sentits (tal com fan palesos, en una altra escala, els estudis d'impactes del turisme).

## RESULTATS I DISCUSSIÓ DE LA INVESTIGACIÓ DE CAMP

L'anàlisi de les "variables de situació", referents a les característiques socio-individuals de l'usuari d'agroturisme a Mallorca, ens dona un perfil força ajustat a les característiques que, des del sector agroturístic, s'entén per "client potencial". Aquest client potencial pertany a la classe mitjana, amb un nivell cultural "acceptable", no és excessivament jove, però tampoc està dins allò que es considera la tercera edat. Es poden trobar famílies, matrimonis amb fills de poca edat, o grups de parelles que desitjen fugir de l'ambient quotidià de la ciutat.

Quant al poder adquisitiu, és aquest un aspecte que es té en compte a l'hora de realitzar l'oferta, baldament no sembli destinada a un turisme d'alta qualitat, quan els preus es mouen dins els marges abans comentats; existeix, tanmateix, un ample ventall de possibilitats quant a la contractació del servei: per dies, per setmanes, fins i tot per mesos, a més de poder llogar la casa sencera a partir d'un període d'un sol dia.

En la nostra **anàlisi empírica**, la immensa majoria de turistes que trobarem (entorn del noranta per cent) són de nacionalitat alemanya; aquest fet s'explica perquè bona part d'aquesta oferta agroturística es comercialitza a través del majorista de viatges alemany TUI. Sols trobarem alguna excepció en el cas de turistes suecs que acompanyaven els alemanys en un viatge organitzat amb amics. Gairebé un terç d'aquests turistes parla, a més de l'alemany, una segona llengua que és l'anglès, utilitzat com a llengua de comunicació amb els propietaris de les finques.

Aquests turistes presenten unes edats que oscil·len entre els 45 i els 66 anys, la majoria d'ells casats, que formen sovint grups d'amics en parella en el seu viatge, de tal manera que es poden trobar grups de quatre o cinc persones compartint les seves vacances en una finca.

Es tracta en general de professionals qualificats, amb una categoria intermèdia o elevada en el seu lloc de feina, i amb una educació mitjana o superior. Igualment es comprova que la majoria de dones són mestresses de casa, que viatgen amb companyia de la seva parella.

Respecte a la forma d'organització del viatge i les vacances, hem d'assenyalar els següents aspectes, a més del tipus d'acompanyament abans referit:

— Les estades a les finques d'agroturisme oscil·len en general entre una i tres setmanes, però la majoria d'ells hi passen catorze dies.

— Aproximadament dos terços dels enquestats coneixia ja Mallorca o tenia referències prèvies de l'illa. Gairebé una sisena part d'ells la coneixia sols un poc per referències indirectes, mentre que una altra sisena part no en tenia cap referència, especialment entre les mestresses de casa.

— Pràcticament tots els turistes estudiats conegueren aquest tipus d'oferta agroturística a través d'amics i de fullets promocionals, encara que la canalització del viatge corria a càrrec del majorista de viatges alemany TUI, és a dir, que no hi ha una contractació directa del servei.

De la mateixa manera que en el turisme clàssic, el turista centroeuropeu que practica l'agroturisme arriba a Mallorca en avió, però el desplaçament per l'interior de l'illa no es fa de la manera més corrent del turisme de masses (sobretot en autocar i, menys, en cotxe de lloguer), sinó més aviat en cotxe de lloguer durant tot el temps de la seva estada. Això ja ens indica un aspecte a tenir en compte a l'hora de valorar la qualitat "alternativa" d'aquest tipus de turisme: veiem que el seu camp d'acció és força ample, producte de la llibertat que proporciona el mitjà de desplaçament utilitzat, però a la vegada és un turista que s'afegeix als de sol i platja quan es tracta de la potencial utilització dels recursos turístics del conjunt de l'illa.

Els descriptors que configuren el bloc de preguntes referents a les experiències i activitats realitzades a les finques d'agroturisme assenyalats a la secció tercera permeten, com hem assenyalat, l'estudi de la "implicació" o integració del turista en el medi físic i cultural on passa les seves vacances.



L'apreciació d'aquest turisme alternatiu per part dels seus usuaris inclou tant aspectes de simple informació com de valoració pròpiament dita. Ambdós aspectes ens ajuden a perfilar el component actitudinal amb el qual aquells accedeixen al seu lloc de vacances.

Així, respecte a la **informació** que tenen de l'illa en general i de l'agroturisme en particular, s'ha observat que cap dels turistes enquestats va triar aquest tipus d'oferta per atzar (és a dir, com si el seu destí de vacances els resultàs indiferent i/o condicionat únicament pel preu del paquet turístic). Quasi la meitat d'ells expressaven com a motiu principal l'interès o curiositat per la terra i la gent, tractant-se en aquest cas de turistes que coneixien l'illa o en tenien algunes referències. Altres, expressaven un interès inespecífic. Per altra banda, aquells que no tenien referències de Mallorca venien, nogensmenys, per conèixer-la, mentre que gairebé una cinquena part expressava raons concretes, tals com —i repetidament— l'esperança de trobar diferències respecte del "turisme renouer i massificat". Ens trobam, doncs, davant un tipus de turista que, amb l'excepció dels mencionats en darrera instància, no es diferencia substancialment del turisme més convencional, en la mesura que el "conèixer la terra i la gent" expressa una motivació força estereotipada. Tanmateix, no es menciona la climatologia com a element central del seu interès.

Certa inconcreció en la decisió de triar una finca d'agroturisme per a les seves vacances és detectable en el fet que cap del enquestats coneix altres ofertes semblants a Mallorca (encara que tots ells situen perfectament el lloc on es troba la finca), amb la qual cosa es veu limitada la seva capacitat d'elecció. Amb tot això podem veure, doncs, que aquest tipus de turista més aviat reb l'oferta, en lloc de preocupar-se per cercar-la activament.

Les qüestions més particularment relacionades amb les experiències i les valoracions que aquests turistes fan del medi rural que els envolta, formulades per tal de mesurar, qualitativament parlant, el concepte d'integració, han revelat resultats un tant **contradictoris**.

L'aspecte d'integració en el medi que pot suposar el fet que coneixen el nom del seu amfitrió i tracten amb ell, es veu força matitzat quan expressen que no mantenen cap tipus de contacte amb la població illenca de la zona. Tanmateix, tampoc no en mantenen amb gent de la seva mateixa nacionalitat, amb la qual cosa es pot observar que es tracta d'un tipus de turista molt individualista que rebutja (contradient una part de les motivacions abans esmentades) el contacte, la relació social en el medi rural; encara que això és explicable per dificultats idiomàtiques. Saben quina llengua parlen els amfitrions encara que ells no la parlen, i tampoc no coneixen la composició de la família que els reb; tot això plegat abunda en l'observació precedent en el sentit d'una molt feble integració en el medi social de la ruralia més propera.

L'agroturista tipus utilitza o li agrada utilitzar roba còmoda de carrer, no de vestir o de festa, en consonància amb el context rural en què es troba (teixits de punt i roba de cotó, en general), indumentària que porta tant per estar a la finca com per anar d'excursió. Aquesta és la principal **activitat** de les seves vacances realitzada **fora de la finca**, però no saben especificar quins llocs concrets han visitat, ni tan sols expressen interès per comunicar algun dels seus trets característics. Només una cinquena part dels turistes enquestats eren més precisos, i assenyalaven les excursions per la costa i, a la contrada on es troba el casal, la visita a l'església i al mercat.

Si ens fixam en les **activitats** que diuen que practiquen **en la mateixa finca**, la majoria d'elles poc tenen a veure amb el medi que els envolta, sinó que són més pròpies del turisme "convencional": nedar a la piscina (en aquelles finques que disposen d'ella), llegir (novel·les, no premsa, de la qual desconnecten) i practicar jocs de taula. Sols una petita proporció, entorn del quinze per cent dels agroturistes, diu que ocupa el seu temps caminant, cercant, "inspeccionant" els elements propis del lloc on es troba la finca (que poden incloure la vegetació, la fauna o les antigues construccions rurals, i la disposició i la morfologia de les terres de la zona). Aquests últims responen a un perfil individual de professionals més qualificats i amb un nivell educatiu superior a la resta, encara que són una minoria.

Per això no ens deixa de sobtar la relativa contradicció que mostren quan pràcticament tots diuen que el medi rural els ofereix estímuls suficients com per ocupar tot el seu temps de vacances. En realitat es tracta d'estímuls no específics del medi, o millor, ubics. Tanmateix, una tercera part dels enquestats també fa comentaris afegits a la dita afirmació, en el sentit que **també** es mouen per tot arreu de l'illa amb el cotxe de lloguer quan van d'excursió. En ambdós casos, es tracta d'estímuls aliens al context rural on diuen que cerquen un turisme "alternatiu".

La **imatge** que els agroturistes tenen o tenien de Mallorca coincideix, segons ells mateixos manifesten, i sense matitzacions (*sic*), amb l'entorn on passen les seves vacances (objectivament silenciós i no congestionat), cosa que tampoc no explica que allò que menys els agrada de Mallorca és, unànimement, el turisme de masses: els grans centres turístics i les platges plenes de gent, si no és que aquesta característica negativa és extraordinàriament feble o objectivament poc significativa, no dominant dins la seva experiència. En qualsevol cas, es tracta d'una **imatge dual** que precisaria una ulterior investigació.

Per contra, allò que més els agrada de l'illa és, gairebé per a tots els enquestats, el **paisatge**, i especialment una de les característiques del paisatge mallorquí: la seva varietat, el paisatge canviant, **qualitat**, aquesta, la més valorada del **medi ambient** on passen les seves vacances, fins al punt de qualificar-lo d'extraordinari, de poc comú, tot incidint en la particularitat de la vegetació i la seva magnitud, juntament amb la seva conservació (!). Amb això sembla que la seva experiència vacacional coincideix amb el millor que Mallorca els pot oferir, i que valoren, així mateix, la tranquil·litat i l'aïllament que aquests escenaris procuren, malgrat que no passi de ser, en conjunt, una experiència quasi exclusivament estètica.

Si hem parlat abans de l'escenari percebut, del context, del medi ambient físic que envolta la finca agroturística, allò que més valoren d'una **explotació rural en general** es confon amb les qualitats del seu context, però posant més èmfasi ara en la tranquil·litat i la llunyania del turisme de masses. Per altra banda, les **experiències concretes** a les finques on passen les vacances són força coincidents, i revelen, sobretot, el gust per les cases (que consideren d'arquitectura típicament mallorquina) i la seva netedat i tranquil·litat, alhora que el bany a la piscina, però, sobretot, destaquen el **tracte personal** amb l'amfitrió (que pot arribar fins a l'amistat), aspecte aquest últim absent, com se sap, del turisme massificat. Tanmateix, és pràcticament l'únic contacte que els turistes mantenen, tal com ja hem assenyalat.

Els **serveis** que diuen que utilitzen aquests turistes en les mateixes finques es redueixen, pràcticament, al menjar (encara que també algun d'ells menciona la neteja), però



només ho fan ocasionalment. De fet, les cases d'agroturisme no ofereixen serveis regulars de cuina ni de barra, únicament, en general, el desdijuni. Si no s'ofereix aquest servei, tret que el sol·licitin expressament (mallorquina i internacional), la clientela disposa normalment d'una petita cuina prop de les cambres on aguisar els aliments, però no ens consta que es procurin ells mateixos la matèria prima de la mateixa explotació.

Aquesta última qüestió ens remet al **tipus d'activitat agrària** que, en teoria, funciona a la finca agroturística. A la pràctica, allò que els turistes anomenen, en la mesura que ho coneixen (i realitzam aquesta afirmació únicament des del seu punt de vista, per tal de veure aquest element integrador), és l'existència de jardins o, en tot cas, de petits horts que difícilment signifiquen el complement econòmic que se suposa que hi ha d'haver en el conjunt de l'"explotació". Per això, no és la teòrica activitat agrària d'aquestes finques un element de participació del turista en el medi rural, pel senzill fet que, a la pràctica, són gairebé restes testimonials.

Havent exposat abans quins serveis diuen que utilitzen, hom comprova que es tracta de turistes gens exigents en aquest sentit, tal volta perquè ja suposen que en el camp no trobaran les comoditats ciutadanes. Un argument que recolza aquesta idea és que gairebé no consideren que falti cap servei. Aquesta "acomodació" és tan evidentment esperable que només podria sorprendre si no es donàs.

Finalment, trobam un tipus de turista escassament interessat en esdeveniments cultural o activitats festives, llevat d'una petita proporció que diu que va als concerts de música clàssica que s'organitzen a Mallorca (Pollença, Valldemossa, Deià), i mostra una certa curiositat per la ceràmica autòctona, que a vegades compra. Poques són les paraules noves que aprenen durant la seva estada, i aquestes són castellanès i lligades a la relació "funcional" que els turistes mantenen amb l'amfitrió, és a dir, concernents al menjar i la beguda\*.

Com a cloenda de la nostra anàlisi formularem una última pregunta referent a la possible repetició de l'estada dels agroturistes a Mallorca. Pràcticament tots ells es manifestaren afirmativament en relació amb el seu grau de satisfacció, llevat dels qui, sense negar una experiència positiva, expressaven la idea que el món és gran i que hi havia encara molts de llocs per conèixer: són aquells turistes amb una formació cultural i professional superior a la resta, sempre en minoria.

## CONCLUSIONS

El perfil de l'usuari d'agroturisme a Mallorca que s'ha exposat a la secció precedent revela, sens dubte, un tipus de turista interessat, per pròpia manifestació, en una oferta allunyada del turisme "clàssic" de sol i platja, caracteritzat aquest, ambientalment, per uns espais congestionats que degraden el paisatge i el medi natural. Tot i això, hem vist que, al costat d'aquell interès manifest, expressen un comportament que, en certs aspectes no irrellevants, poc es diferencia del turisme convencional.

---

\* Tanmateix, resulta curiós comprovar que en els qüestionaris les escriuen en la seva pròpia llengua. És el cas de les paraules *essen*, *trinken*, *obst*, que signifiquen, respectivament, *menjar*, *beure*, *fruita*.

Es tracta d'un tipus de turista relativament informat d'on va i d'allò que hi trobarà, que organitza el seu viatge pels canals de comercialització majorista (encara que no és un turisme massificat) i que pot accedir als mateixos serveis complementaris i recursos que ofereix el turisme costaner, a causa de la seva elevada mobilitat. Les seves motivacions, tot i que cerqui un escenari "distint" per passar les vacances, són en general força estereotipades, i no expressen, en principi, un interès per "implicar-se" en el medi rural que l'acull. En aquest sentit, hom comprova que les seves experiències i valoracions del medi rural presenten no poques contradiccions amb allò que considerem com l'aspecte essencial d'aquest tipus de turisme alternatiu: la integració en el medi, tant des del punt de vista ambiental com del socio-cultural, en la mesura que aquell dóna de si només allò que és i que així es pretén conservar, si bé dinamitzant-lo.

No ens ha semblat arriscat fer una primera afirmació sobre l'escassa contribució de les experiències d'aquest turista tipus quant a l'objectiu (definitori, entre altres, del turisme alternatiu) d'aprofundiment en les relacions camp-ciutat mitjançant el contacte personal, donat que és un turisme estranger que s'integra escassament en el medi social de la ruralia geogràficament més immediata. Això s'explica, sobretot, per la dificultat idiomàtica tant de nadius com de forans en general. En qualsevol cas, el turista no se sol esforçar en aquest sentit per superar-la.

Per altra banda, com es podia esperar, ens trobam davant un turista que valora i respecta el medi natural, malgrat que la seva relació amb aquest durant les seves vacances és més estètica que funcional. Això podria explicar que els estímuls que diuen que reben de l'ambient que els envolta no es tradueixin en activitats pròpies del medi rural, encara que certament no les poden trobar en l'economia de les mateixes "explotacions". En realitat, el medi és més un escenari que un marc, el continent més que el contingut. Un contingut, a la pràctica, teixit de comportaments turístics convencionals, malgrat la sensibilització i els rebuïgs que l'agroturista manifesta sentir per aquests. I és per totes les raons avantdites que s'hauria de replantejar de bell nou la forma d'harmonitzar la sèrie d'objectius que declara el turisme alternatiu amb la utilització real i actual de les finques agroturístiques de Mallorca, àdhuc aquesta reformulació pertanyi, més aviat, a l'ordenament jurídic i a l'específica realitat econòmica insular.

## BIBLIOGRAFIA

- COMA, Miquel (1992): «L'oportunitat del turisme alternatiu». *Medi Ambient, Tecnologia i Cultura*, estiu. Generalitat de Catalunya. Departament de Medi Ambient, pàg. 24-27.
- CRICK, Malcolm (1992): «Representaciones del Turismo Internacional en las Ciencias Sociales: Sol, Sexo, Paisajes, Ahorros y Servilismos». A JURADO, F. (Comp.): *Los Mitos del Turismo*. Endymion. Madrid, pàg. 339-403.
- DURAN, Xavier *et al.* (1992): «La nova cultura del turisme». *Medi Ambient, Tecnologia i Cultura*, estiu. Generalitat de Catalunya. Departament de Medi Ambient, pàg. 4-7.
- MARÍAS, Julián (1968): «El extranjero y el turista». A MARÍAS, J.: *El oficio del pensamiento*. Austral. Madrid, pàg. 129-134.