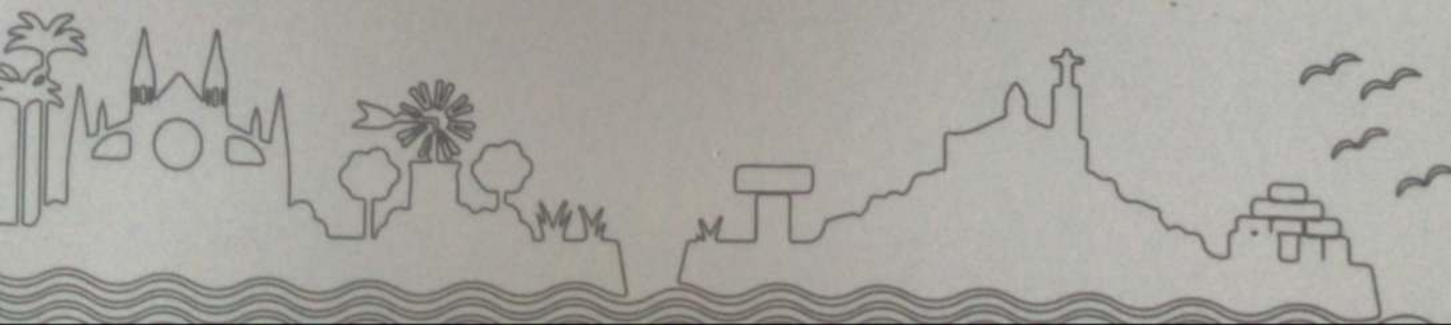


Sebastià Serra Busquets i Gabriel Mayol Arbona
(Direcció i Coordinació)

TOM 1

TURISME CULTURAL: ANÀLISI, DIAGNÒSTIC I PERSPECTIVES DE FUTUR

Edició a cura de **M. Brígida Gomila Juaneda**



Turisme Cultural i Patrimoni Immateral: tres exemples de folklorisme

FRANCESC VICENS VIDAL

*Doctor en Musicologia
Universitat Autònoma de Barcelona*

Resum

Des de la dècada dels anys seixanta la cançó popular, les tonades del camp i el cant de la sibil·la han sofert canvis notables, de forma i de concepte, motivats per la mirada externa del turista. En la següent comunicació exposem tres casos de folklorisme generats per un hipotètic concepte de turisme cultural.

Paraules clau: turisme, patrimoni immaterial, cançó popular, tonada de feina, cant de la sibil·la

Abstract

Since the sixties folk songs, work songs and the song of the sibyl have undergone significant changes, form and concept, motivated by the external view of the tourist. In the following article we explain three cases of folklore generated by a hypothetical concept of cultural tourism.

Keywords: tourism, heritage intangible, folk song, work song, song of the sybil

Introducció

L'afany per declarar expressions tradicionals del patrimoni immaterial ha donat lloc a nombroses mostres de folklorisme. És a dir, mostres que en la majoria de casos són desplaçades de la seva ubicació original per ocupar nous àmbits d'ús i funció lligades a conceptes turístics d'oci, promoció o cultura.

A Mallorca són nombrosos els exemples que sota el paraigües del "turisme cultural" han legitimat processos de folklorització basats en la idea d'exhibir part del patrimoni immaterial: des del Cant de la Sibil·la (Patrimoni Immateral de la UNESCO 2010 i BIC 2008) fins expressions tradicionals com les tonades del camp, el ball de bot, la cançó popular o les danses rituals, actualment en vies d'estudi per ser decretades BIC pel Consell Assessor de Cultura Popular del Consell de Mallorca.

En aquesta comunicació analitzarem els canvis que experimenta una tradició quan passa de ser celebrada dins el seu marc original per ser exhibida per a un públic forà i aliè a l'activitat. És dins aquesta dinàmica de canvi on emergeix un debat intern que enfronta actituds i valors proteccionistes

amb actituds que promouen modificacions substancials de l'activitat original. Veurem com, en ocasions, emblemes culturals com la Sibylla o les tonades del camp modifiquen elements formals fortament arrelats per aixovarir la imatge que es vol projectar de l'activitat turística.

Una vegada central l'objecte d'aquesta comunicació comencem per definir el marc teòric.

Josep Martí al seu text sobre folklorisme, *El Folklorismo. Uso o abuso de la tradición*, ens aporta les bases per analitzar els principals processos de canvi d'aquelles tradicions que s'han vist alterades per factors d'ús i/o funcionalitat:

«En España, la conciencia de la desaparición progresiva del legado cultural de tipo tradicional, conjuntamente con la importancia que, con el surgimiento de los regionalismos se dio al mantenimiento de una identidad colectiva, con las consiguientes implicaciones políticas, produjo un interés generalizado por el folklore que se manifestó en la voluntad de descubrirlo, conservarlo, divulgarlo y, en ocasiones, también de instrumentalizarlo con fines sociales y políticos. De esta manera, una buena parte de las diversas manifestaciones de la cultura tradicional, de ser expone de una manera de vivir, pasó a ser instrumento de la nueva sociedad de tipo urbano, asignándosele unos usos estéticos, comerciales y sobretodo ideológicos. El folklore devino folklorismo».

Així doncs, el folklorisme, o també anomenat procés de folklorització, suposa la redefinició d'una activitat musical amb finalitats ideològiques, estètiques o comercials. Per que es doni un cas de folklorisme s'han de veure alterats tres paràmetres d'una situació musical prèvia que són el context, el/s protagonista/s i la finalitat.

El resultat dona lloc a una nova expressió musical, reinventada, sempre en base a l'objecte de la situació musical original però exercint un nou ús que s'adapta a una situació social concreta. Els exemples de folklorisme es donen constantment en tots els àmbits musicals i amb distints graus d'intensitat i matis.

Des de finals del segle XIX, la voluntat de recuperar el llegat musical folkloric donà lloc a distints processos de folklorització. La progressiva mecanització del camp i la incorporació de les societats rurals a la vida urbana va generar un interès per descobrir, conservar i divulgar el patrimoni folkloric. En aquest procés, les expressions del folklore sovint han estat emprades amb fins socials i polítics. D'aquesta manera, una bona part de les distintes expressions de la cultura tradicional, de ser expone d'una manera de viure, va passar a ser instrument de la nova societat de tipus urbà, assignant-li uns usos estètics, comercials i ideològics. Des de la dècada dels anys seixanta el turisme a l'illa de Mallorca ha estat un dels elements que més ha incidit en la transformació d'expressions folkloriques. Des d'aleshores, l'arribada massiva de visitants ha propiciat la instrumentalització de la pròpia imatge que es vol transmetre. Històricament aquesta idea ha tingut múltiples expressions en els àmbits de la vida quotidiana. El turisme ha afectat a les maneres d'entendre les relacions socials, l'oci, les creences i la religió, la gestió dels espais públics, les pràctiques de consum cultural, etc. De tots aquests aspectes que varen generar un canvi cap a l'occidentalització de l'illa en l'època del franquisme la música va esdevenir un element fonamental. Estudis recents han mostrat la importància que tingué la música dins la pràctica promocional de l'illa, així com va donar lloc a multiplicar de formes de folklorisme. A continuació analitzarem tres casos de música tradicional que degut a la incidència del turisme a partir de la segona meitat del segle XX varen esdevenir folklorisme. Aquests casos els

centrarem en tres expressions paradigmàtiques del repertori tradicional llienc: la cançó popular mallorquina, les tonades del camp i el cant de la sibylla.

La cançó popular i el turisme. El cas de la popularització del repertori tradicional

Amb l'eclosió del turisme de masses es donà el fenomen musical dels conjunts de versions. La interpretació i enregistrament d'aquestes versions donà lloc a mecànismes de consum global que en el cas d'Espanya tingueren la seva pròpia expressió tant en l'àmbit peninsular com en l'illenc. A escala estatal, els conjunts musicals versionaven les mateixes cançons, reproduint a nivell local els mecanismes de difusió global. Igualment es versionaven temes aliens o tradicionals que esdevien grans èxits comercials. A escala llienca, els conjunts musicals serviren per donar un impuls a la difusió de temes tradicionals i folklorics de Mallorca. *Na Catalina de playa*, *El parido de Valldemossa*, *Ton pare no té nas*, *En Pep Gonella foren enregistrats per molts de conjunts locals. De tots ells, Na Catalina de playa*, conegut popularment com el *Ciac-ciac* esdevingué un dels temes més demanats pels turistes. L'èxit de la cançó radicava en una fórmula melòdica molt senzilla, una onomatopeia a la tornada i una lletra desenfadada i aferradissa. Tor plegat, permetia que el turista participés cantant i picant de mans. La bona acceptació de la cançó va fer que a partir del 1964 les companyies Belter, Fonal, Marfèr, Phillips i Emi-Regal disposessin dels conjunts lliencs per registrar-la i comercialitzar-la, fent del tema un producte de consum popular.

En la totalitar de l'espectacle turístic temes com *El porompompero* o *Ojitos traidores*, representaven l'Espanya flamenca i *Na Catalina de playa*, *El parido de Valldemossa* la genuïna regional mallorquina. A aquests temes hem d'afegir els repertoris propis de la cançó italiana i sud-americana que, amb títols com *Sapore di sale*, *Guantanamera* o *Cuando salt de Cuba* completaven les cançons dels espectacles per a turistes.

Un altre factor rellevant dins aquest marc és el que es donà amb els espectacles folklorics de ball de bot. Aquests esdeveniments pensats pels turistes tenien la finalitat de representar l'essència de la nació. Mentre el flamenec representava la imatge internacional d'Espanya vinculada a valors d'exotisme i orientalisme, el ball de bot representava l'expressió particular del regionalisme autònom. Cada un d'aquests espectacles es desenvolupà dins un marc propi que dotava l'experiència de significat. Protagonitzats per artistes *indígenes* que representaven el talent de la nació. Entre la primera meitat de la dècada dels seixanta i finals del seixanta la majoria de pobles de Mallorca fundaren la seva agrupació folklorica. Eren agrupacions musicals de ball folkloric que actuaven d'acord amb la política regionalista de Franco. A diferència dels espectacles flamenecs, que tenien el seu lloc genuí de representació als *tablaos* i als *cortijos* construïts i descontextualitzats, les agrupacions de ball de bot basaven el seu espectacle en un concepte d'*exhibició*. Músics, cantadors i balladors es desplaçaven fins al lloc on hi havia turistes per representar el ball mallorquí. D'aquesta manera laetoprot, els hotels de costa, llocs d'interès turístic (fàbriques de perles, de vidre, les coves de Portocristó) i restaurants servien d'escenari pels espectacles de les agrupacions. De manera que el turisme propicià el desplaçament de les places als hotels. Del ball de festa en parella i amb els seus codis de socialització particulars a ser una mostra de l'essència èstica mallorquina. La finalitat d'aquestes actuacions condicionava un tipus de representació folkloritzada que es fonamentava en la vistositat i l'espectacularitat del ball.

L'espectacle folkloric pels turistes esdevé un cas sorprenent de procés de folklorització. El fet que el ball de bot com a registre lúdic dels esdeveniments festius tradicionals de Mallorca donés pas a

un espectacle d'entrebània, ens mostra els efectes i les conseqüències del folklorisme. Es passà d'un ball que es feia a les cases i les places en situacions festives, per a la gent del poble, a ballar pels turistes als hotels. Això implicà una transformació tant en la posada en escena com en les qualitats estètiques de la música. Es feu visible en l'adopció de vestits regionals, de paços ric, punts de ball molt vistosos, acceleracions de temps i en la manera de cantar i tocar els instruments, molts de cops amplificats. Les portades dels discs d'aquestes agrupacions mostraven aquest canvi. Passaren de representar-se en espais rurals, bucòlics, sovint vinculats amb les feines del camp. A representar-se dins marcs pintorescs d'interès turístic. Així, ametllerans o margals d'oliveres, que havien servit de fons per fotografiar unes agrupacions que es vinculaven amb els valors del camp i la pagesia, donaren pas a un altre tipus de portada que presentava l'agrupació dins un marc turísticament pintoresc. Zones com el Passeig Marítim de Palma, la Seu o la Carroixa de Valldemossa servien de fons per a la imatge, molt composta, de músics i balladors. D'aquesta manera, el disc es comercialitzava com a *souvenir* de Tilla pel fet que el turista reconeixia, tant el lloc, com l'espectacle. L'agrupació Folklorica Mallorca té dos discs del segell Alhambra que il·lustren aquest concepte (SMGE 81017 i 81018). En ambdós casos l'agrupació fou fotografiada a la façana marítima de Palma amb el Castell de Bellver a la primera portada i amb La Seu i la Llotja de fons a la segona. Un altre producte que contribuï a dotar una imatge corporativa tradicional i turística de Tilla fou un tipus de guia turística que incloïa material visual i sonor extra. Eren uns quadernets, edicions barates amb paper de poca qualitat, amb dispositives il·lustrades dels llocs emblemàtics de Tilla o discs de plàstic amb les gules per a l'agulla del *pick-up*. Aquesta mena de producció discogràfica l'hem d'entendre com una via de construcció d'una imatge interessada. Per això, els valors que reflectien les portades –ruralia, regionalisme, pintoresquisme– no coincidien necessàriament amb la vida dels individus que es representaven, molt sovint, desvinculats d'allo que representaven, la pagesia i el món rural. Més aviat eren individus afectonats al ball que s'havien sumat al negoci de l'espectacle gràcies a l'oportunitat del turisme. Així i tot, hi va haver agrupacions els membres dels quals eren pagessos, que varen saber aprofitar l'avinentesa del turisme per fer de la música una activitat pròspera. Fou el cas d'agrupacions com S'Estel des Picot o l'agrupació de Bartomeu Ensenyat que integraven personatges com Antoni Paulo de Calonge o l'amo en Xesc de Son Cloquís de Maria de la Salut.

Folklorisme turístic i tonades del camp

Aquests personatges ens porten a parlar del segon aspecte, les tonades del camp. En relació a les tonades del camp podem observar diferents processos de folklorisme. Originalment, eren cantades pels jornaleros en situació de treball agrícola, especialment les del cicle del cereal, i amb la finalitat d'entretenir-se i relacionar-se amb els codis propis de la situació comunicativa que eren les tonades. Amb el temps, els bons cantadors varen passar de cantar al camp a cantar als escenaris dels espectacles folklorics de tipus regionalista. Aquests espectacles, promoguts durant el règim franquista per la Sección Femenina de Coros y Danzas tenien la finalitat ideològica de reforçar la unitat d'Espanya a partir de les expressions regionalistes. Els cantadors que hi participaven incorporaven elements estètics nous - llargs melismes, simulació dels gests propis de la tonada de feina que es cantava, augment de la potència sonora - amb la finalitat d'intensificar el sentit de l'espectacle. Així doncs, l'activitat va passar de ser un codi habitual de socialització de la Mallorca rural a ser una activitat administrada i instrumentalitzada com espectacle amb finalitats polítiques. Posteriorment, els concursos, les trobades de cantadors i les mostres de feines antigues que sorgiren a partir de la dècada de 1970 varen situar les tonades fora de les coordenades espaciotemporals "originals" contribuint a l'actualització dels espais que han esdevingut a l'actualitat. A partir d'aquí, els cantadors prengueren consciència que hi havia "diferents estils" de cantar tonades, que cada zona tenia el seu, i es començà a fixar un "producte" molt més estable, tant

pel que fa a les tonades com a les cançons (es varen prioritzar les que atindrien a la feina de la tonada, i les que eren en català). Alguns dels cantadors de tonades de feina de Mallorca s'espectacularitzaren en aquest tipus d'espectacle adaptant el seu cant a les exigències del jurat dels festivals. En aquests esdeveniments es valoraven aspectes formals que eren adequats pels cantadors per tal de fer front a l'actuació amb bona puntuació. Alguns d'aquests aspectes eren cantar cançons relacionades amb la feina de la tonada, també la inclusió de gestos relacionats amb la feina. Aquests espectacles amb públic varen produir canvis perceptibles en la realització de la tonada, sobretot amb l'augment d'ornamentacions. Sentir els cops de la canya durant la tonada d'espolar ametlles o exagerar el fet de cridar a una bisita imaginada implementava el sentit d'espectacle. Alguns dels cantors que varen participar en aquests certàmens varen tenir la transcendència social com la molt aclamada Mado Buades (Sa Pobla) o l'amo en Xesc de Son Cloquís (Maria de la Salut). La improvisació dels galejos, la veu potent i timbrada eren qualitats vocals apreciades en el repertori de tonades. La moda dels festivals i concursos de cant regional varen fer que aquests aspectes interpretatius fossin valorats com a qualitats puntables. La imatge d'Antònia Buades recollint el premi de la *Cançó Nacional* (1968) en mans de Franco era l'índex més evident que el cant del camp mallorquí s'expressava amb els codis estètics i les ornamentacions del cant flamenc, es va saber interpretada amb la tècnica pròpia dels galejos i les ornamentacions del cant flamenc, es va saber perpetuar una manera de cantar que assumia el valor genuí de la tradició del camp mallorquí (gràcies al text de la cançó) i les formes vocals de l'estil alfanencat (gràcies als trets melòdics).

Amb aquests personatges observem un desplaçament de l'activitat que va de l'era a l'escenari fins al punt que els grans divulgadors d'aquest repertori desconeixeren l'activitat original. La feina al camp arribà a ser del tot desconeixuda per alguns cantadors de segona o tercera generació. L'exemple paradigmàtic és el de Maria del Mar Bonet, divulgadora del repertori de les tonades mallorquines però des d'una perspectiva més acadèmica i re-elaborada en una estètica de "madrietranejar".

També s'han transformat les actituds i els valors adjudicats a les tonades amb la incorporació de les noves idees de conservar, preservar o recuperar un patrimoni cultural amb una clara voluntat etnicista. Les tonades són vistes com una "herència cultural" a la qual s'associa un alt "valor folklòric" i a l'hora de cantar-les se'ls aplica una imatge de "puresa", d'"autenticitat" i d'"autenticitat". Una expressió vocal en contínua transformació, i que tenia raó de ser per la feina on es produïa, ha passat a formar part d'una imatge del passat que imaginem com un objecte "autèntic", "propi", "estable" i "orientalitzant". Les iniciatives de recuperació entorn de determinades pràctiques tradicionals constitueixen un mitjà folkloritzat que garanteix la supervivència dels aspectes formals de l'activitat, la pèrdua dels quals significaria la seva desaparició.

La Sibil·la i el turisme cultural

El tercer exemple de tradició musical adaptada a nous àmbits d'acció és el cant de la Sibil·la.

Des del mes de novembre de 2010 la sibil·la fa part del catàleg de patrimoni immaterial de la Unesco. La persistència ininterrompuda d'una antiga tradició medieval, la vigència de mites romàntics com l'orientalisme o l'origen remot del cant, la continuïtat ininterrompuda del cant, la posada en escena d'un text emfàtic o l'exclusivitat geogràfica de la representació són factors que han contribuït a legitimar la sibil·la com a símbol de representació col·lectiva. Igualment la coneixença de les característiques del cant, com a tradició de transmissió oral i ininterrompuda ha reforçat el sentiment etnicista. Aquests valors donen lloc a nous usos pel cant que és elegit com emblema de mallorquinitat i s'identifica com "objecte" identitari. Que el

cant sigui un tret de diferenciabilitat ètnica ha provocat que des de cercles intel·lectuals i polítics es potencien el seu valor emblemàtic. Prova d'això és que ha sofert diferents processos de folklorització.

Fins a dia d'avui les distincions són fines que els governs volen assolir. El cant de la sibil·la primer va ser declarada B.I.C. (Bé d'interès cultural) i a dia d'avui forma part de l'extremíssim catàleg de Patrimoni Immatrial de la Unesco. Amb aquestes accions hi ha la voluntat de veure reconeguda la particularitat i la singularitat de la tradició, legitimada per una imatge de llarga tradició. Dins un context canviant on cada vegada les societats són més plurals la creació de referents culturals esdevé una necessitat. Sempre a favor de la difusió, el donar a conèixer, amb un discurs que vol potenciar i recuperar un turisme cultural paral·lel, i no altern, al turisme tradicional d'oci de masses. Per això, les institucions locals, Govern Balear i Consell Insular, posen en funcionament els mitjans que els permetrà justificar la seva proposta. A ells els correspon desenvolupar els mecanismes d'acció adreçant-se a col·lectius culturals, associacions i individus del món de la política, la cultura i de la societat en general per tal de dinamitzar la candidatura. Accions com la recollida de signatures, la creació i edició de productes culturals, forums d'intercanvi o la massiva afluència de ciutadans per veure i escoliar el cant de la sibil·la la nit de Nadal, són alguns dels fets que els agents que la Unesco utilitzen com a mecanismes de control per calibrar objectivament la rellevància social de l'activitat. I per tant, esdevenen accions a haver d'entendre des de les institucions.

El reconeixement internacional del cant de la sibil·la és una iniciativa molt d'acord amb l'ideari social i cultural dels partits polítics que desenvolupen una línia unificadora i identitativa vinculada a valors de mallorquinista. És així que la intervenció institucional desperta la consciència col·lectiva fent aflorar els sentiments d'identitat dels ciutadans. La trajectòria d'aquests partits ens mostra fets del passat on la música també s'ha instrumentalitzat amb finalitats polítiques. La implicació en el procés i l'atorgació del guardó dota la institució del moment d'una quinera de veure satisfeits els seus desitjos d'acord amb un ideari que té com a finalitat instrumentalitzar el món simbòlic de la comunitat.

La qualificació de Patrimoni Immatrial de la Humanitat és el màxim reconeixement de les virtuts de la representació de la sibil·la. A la institució li correspon la tasca, sovint no gens fàcil, de crear una imatge de consens d'allò que es vol patrimonialitzar. Patrimonialitzar un objecte físic respon a criteris objectius de datació, conservació i medió avaluables empíricament. En canvi, patrimonialitzar una expressió oral de llarga tradició significa haver d'instrumentalitzar-la per redreçar-la en un nou concepte que sovint pot caure en un abus de folklorisme. O en el desig de cercar noves fórmules de representació estandaritzades. És en aquesta premissa on es fa més evident la controvèrsia a l'hora de triar una imatge de consens del que es vol catalogar. La tria d'un model de representació del cant esdevé una tasca àrdua, sovint inútil, perquè no només és la tria d'una expressió formal de la expressió dramatitzada d'una melodia i un text enigmàtic. Amb cada model de representació de sibil·la hi ha uns valors implícits que varien en funció del tipus de representació. Sovint enfrontats. És en aquest mediocràtic que legitima les sibil·les de la Seu o del Santuari de Lluc per determinar sector se suposen prioritàries que les sibil·les de petits emplaçaments parroquials. Tanmateix, els paràmetres de rellevància social i vivència a cada un dels llocs on es canta la sibil·la ens impedeixen prioritzar una única representació que sintetitzi els valors del cant arreu del territori. En aquest debat, el discurs historicista requereix de la recerca d'essencialismes que imposi certs sacrificis en determinats tipus de representació. En canvi, el discurs social participatiu no és exclusiu, no té la necessitat de reconèixer-se perquè es visca com quelcom quotidià, integrat en les pràctiques rituals de la comunitat i es perpetua amb la inèrcia any rere any del ritual. No contempla renúncies ni imposicions d'aspectes formals rellevants. Així podem afirmar que cada model de representació respon a expectatives diferents, motiva sentiments diferents i valora el cant en funció de la inèrcia de les representacions del

passat, que formen part de la memòria col·lectiva de cada comunitat. D'aquesta manera, el cant de la sibil·la esdevé un patrimoni no definible en una sola fórmula de representació. Un patrimoni plural on la particularitat de la representació de cada comunitat pren rellevància en la visió de conjunt de totes les sibil·les de l'Illa.

La mirada externa del turista ha condicionat un tipus de representació folkloritzada pel fet que els protagonistes de l'activitat musical són sabedors de ser observats. D'aquest fet es dedueix la voluntat de complaure a qui mira, fet que suposarà modificacions substancials en l'activitat de referència.

La imatge de la sibil·la de Lluc a la fira de turisme futur (Madrid 2011) envoltada de forograts i periodistes és l'exemple més desnaturalitzat d'un cas de folklorisme. La nova dimensió de representar allò que és tradicional per la comunitat davant un públic forà i aïllat al context originari és el principal generador de mostres de folklorisme.

A Mallorca el turisme ha exercit una pressió molt notable en la manera de representar l'activitat folklorista, els exemples aquí tractats en són mostra, fins el punt de modificar aspectes substancials de l'activitat original que arriben a modificar l'autoconepte de l'activitat legítima da per les expectatives d'un suposat turisme cultural.

Bibliografia

- J. Ayats (2005) "Dir de cara al públic. Els cantadors, entre l'escenari i el carrer" a *Caramella* XII, p.5
- J. Ayats, A.M^a, Sureda i F. Vicens (2006) *Tonades de feina a Mallorca*, Palma. Consell de Mallorca, col·lecció *Les Músiques de Mallorca*, núm. 1 [DVD]
- A. Ballester (2005) "El temps i les cançons de Mado Buades. Naixement i volada d'un rossinyol" a *Caramella* XII, p.28.
- T. Canyelles, *Nous Estils musicals i canvas socials a Mallorca (1960-1975)* [tesi doctoral], Palma: UIB, 2013; T.Matamalas, *Paradise of Love*, Manacor: Món de llibres, 2012
- J. Martí: *El folklorisme. Uso y abuso de la tradición*, Madrid, Barcelona: Ronsel, 1996
- T. Matamalas, *Paradise of Love*, Manacor: Món de llibres, 2012
- F. Vicens, *Paradise of Love o l'illa imaginada. Música i turisme a la Mallorca dels anys 60*, 2012 Palma: Documenta Balear
- F. Vicens "La canción popular como estrategia de promoción turística en la Mallorca de los años sesenta. Un ejemplo de "glocalidad"" a *Musicología Global, Musicología local*, coord. Javier Marín, Germán Gran, Elena Torres y Pilar Ramos, 2013, Madrid: Sedem, p.743-758
- F. Vicens (2004) *El Cant de la Sibil·la a Mallorca. Un fenomen emergent*, Palma: Documenta Balear, 2012

Les fires i els mercats dels pobles i ciutats de Mallorca 529
Sebastià Serra Busquets

Fiestas populares de las ciudades y pueblos de Mallorca..... 539
César Mateu Alvaro

Turisme i identitat local en la Festa del Much de Sineu 555
Antoni Vives Riera

**Turisme Cultural i Patrimoni Immaterial:
tres exemples de folklorisme 575**

Francesc Vicens Vidal