

# Píndoles de coneixement

## Turisme familiar en temps de la COVID-19

### 3 La vinya, el patrimoni cultural i les platges després dels confinaments



Diputació Tarragona

**turístic**  
en família



Generalitat de Catalunya



Unió Europea  
Fons Europeu de Desenvolupament Regional



Patronat de Turisme



Diputació Tarragona

Un estudi impulsat pel Patronat de Turisme  
de la Diputació de Tarragona



Autora:

**Postfuturear, Elisabet Roselló (dir.)**

Disseny i maquetació:

**Magenta Estudi Creatiu**

---

# Índex de continguts

Transformacions i innovacions per pensar futurs propers de l'enoturisme	<b>6</b>
Vinyes digitalitzades o intel·ligents	<b>7</b>
Altres senyals de canvi	<b>9</b>
Transformacions i innovacions per pensar futurs propers del patrimoni cultural	<b>10</b>
La digitalització i la transformació digital del patrimoni i els seus espais	<b>11</b>
En plena COVID-19	<b>12</b>
Què significa un museu en el segle XXI? I en temps de la COVID-19?	<b>14</b>
Transformacions i innovacions per pensar futurs propers de les platges	<b>15</b>
Platges Intel·ligents, encara un futurible	<b>16</b>
Platges sostenibles	<b>17</b>
Altres qüestions interessants d'abordar	<b>18</b>
Després de la COVID-19?	<b>19</b>
Necessitarem plantejar nous futurs per a la vinya, pel patrimoni cultural i per les platges	<b>20</b>
Bibliografia i referències d'interès	<b>21</b>



**E**n les anteriors píndoles hem vist la importància de distingir entre un món desconfinat, respecte d'un món sense preocupacions per la COVID-19. També, hem vist forces de transformació importants que impacten en múltiples sectors, incloent-hi l'oci, la cultura o el turisme en les seves diverses variants. I vam començar a aprofundir les principals forces i aspectes que motiven el consum i que cal tenir en compte.

Les conseqüències en l'estil de vida i consum, derivades de la malaltia, no acabaran probablement fins que una vacuna es distribueixi entre un bon gruix de la població. Això podria trigar, aproximadament, un parell d'anys d'acord amb expertes i institucions de la salut com l'OMS. Veurem, de ben segur, un seguit d'adaptacions a les noves circumstàncies. Circumstàncies definides per la seguretat higiènica i distanciament

social, i per canvis en les economies globals i a escala local.

En aquesta píndola visualitzarem diferents tendències i innovacions que puguin servir de referència útil per a repensar les nostres iniciatives, negocis, xarxes i entitats, totalment ja situat en els diferents productes i espais als quals ens enfoquem: les Terres de l'Ebre, la Costa Daurada, la Platja Innovadora, la Vinya en família i el Patrimoni Cultural.

A mesura que ens enfoquem en sectors o espais humans, més concrets i reduïts, observem tendències menys generalitzades. Per tant, aquesta píndola examina les petites tendències o transformacions, i les innovacions que no formen part d'un patró emergent de mercat o de comportament. Combinar l'anàlisi de les grans tendències amb el comportament de sectors més específics permetrà reduir incerteses.



Fotografia: Bara Buri

# **Transformacions i innovacions per pensar futurs propers de l'enoturisme**

**E**ls territoris de vinya van ser pioners, d'acord amb els investigadors italians G. Gastaldello i L. Rossetto, en innovar en el turisme experiencial. La recerca d'experiències és un factor cultural molt contemporani que serveix de motivació als turistes, en l'actualitat.

El sector enoturístic, des dels anys 90, entén que la proposta per a divulgar el món de la vinya és una oferta que integri diferents activitats, en diversos ambients, de manera que tot en conjunt genera una experiència coherent, que es queda en el record de les visitants.

Així doncs, ens trobaríem en el moment perfecte per explotar, encara més, aquesta característica, millorant-la, especialitzant-la o accelerant-la i arribant als nous públics que cerquen la visita d'allò que desconeix, l'experiència total.

Ara per ara, ens trobem amb dues "micro-tendències" clares, i algunes innovacions més específiques i de vegades aïllades, en l'àmbit de l'enoturisme.

La microtendència que veiem en els darrers anys ve per claríssima influència de l'aplicació tecnològica o transformació digital de molts sectors.



Fotografia: Jordan Rowland

## **Vinyes digitalitzades o intel·ligents**

**Dins del procés de digitalització i de transformació digital en el sector de la vinya es diferencia, doncs, la digitalització de la producció i distribució del vi, amb sensors que poden ajudar a mesurar la humitat del terra, automatitzar reggs o altres cures, mesurar l'estat de maduresa dels fruits, entre altres, respecte a la transformació amb eines digitals de l'enoturisme.**

Digitalització i transformació digital són dos conceptes diferents, segons experts com Genís Roca o el Fernando de la Rosa: el primer concepte només és la 'simple' aplicació de les TIC i altres noves tecnologies; el segon és l'aplicació coherent, amb una finalitat estratègica definida, de tecnologies digitals, i de lògiques de treball o culturals, com el treball àgil (agile) o la transformació dels models de negoci. Això és prou interessant per distingir entre diferents formes d'enfocar el procés d'innovació tecnològica a visualitzar en els nostres negocis o projectes amb un gir més estratègic.

També, dins de l'enoturisme, es diferencia entre l'emergència de propostes per a la degustació de vins, o simplement la transformació a l'*e-commerce* de comerços dedicats al vi, respecte a les propostes turístiques i culturals que ateny als cellers i les vinyes directament. Ens centrarem en el darrer.

És molt possible que, donats els punts de trobada amb la gestió de patrimoni cultural d'aquest subsector del turisme -cellers antics o fins i tot museïtzats, museus de la vinya, etc.-, ja s'hagin aplicat algunes propostes en alguns d'aquests espais. És el cas de pantalles interactives, l'ús d'aplicacions amb realitat augmentada, o les activitats seguint una ruta proposada amb una web. Però l'exploració de l'aplicació digital a recorreguts o espais més grans, que vagin més enllà d'un únic espai tancat, és relativament nova.

Per exemple, al Château Mourgues du Grès, un celler de la vall del Roine a França, des del 2015 aposten amb la instal·lació de *beacons* o balises de contacte per proximitat (NFC), *bluetooth* o amb wi-fi en tot l'espai del castell i les vinyes. Es tracta de petits artefactes que emeten una petita informació, com ara un enllaç específic, als sensors que per defecte ja duen instal·lats molts smartphones.

Així, el que proposa aquest recinte són rutes per dins dels edificis que conformen el patrimoni i per tota la finca, i que cada visitant pot fer-la al seu gust i ritme. Quan s'apropa la persona a cada dispositiu, estratègicament situat en punts que els gestors hagin considerat importants, la visitant obtindria una explicació relacionada amb el lloc on es troba.

Un altre cas interessant és el del laboratori d'innovació per a l'enoturisme, l'OenotourismeLab de Champagne, de nou a França, amb la col·laboració de la Universitat d'Adelaide, d'Austràlia. Van començar als voltants del 2016, des del 2018 formen part del programa públic «France Tourism Lab».

Es tracta, en bona part, d'una incubadora de start-ups, moltes d'elles de base tecnològica, i també alguns projectes artístics i culturals. Entre els diferents serveis que el laboratori proporciona, inclouen el *Thinlab*, que dona suport a la incubadora, i proporciona seguiment i mentoria a aquestes start-ups. També ofereix serveis per fer proves amb usuaris reals amb un *Living Lab*.

Resulta indicat detenir-nos en el que són els *Living Lab*, un model de laboratoris que aposten per una quàdruple col·laboració: compten amb la universitat, amb actors del sector públic, amb empreses i amb usuaris o bé amb actors socials de la ciutadania.

A Catalunya comptem actualment amb un programa de *Living Labs* i espais de recerca i innovació àgil escampat pel territori, conegut com a Smart Catalonia.

Entre altres projectes i start-ups que ara es troben incubant a l'OenotourismeLab, podem veure projectes d'animació cultural, iniciatives per desenvolupar caps de experiències basades només en el món del

vi, o fins i tot start-ups eines digitals per a la creació d'*scape rooms* virtuals, que permetin als públics descobrir els espais de les vinyes amb nous formats.

I podem trobar fins i tot un projecte dedicat a nens, «Le petit aventurier», una proposta perquè els espais del món del vi comptin amb serveis de dinamització i ludoteca per als petits, i així permetre als pares que facin la visita pel seu compte.

Molts d'aquests projectes i start-ups encara es troben en una fase molt incipient. D'altres són exitosos i han tingut bona recepció, com és el cas d'*escapad.io*, que ha evolucionat com a app per a que cada turista es dissenyi una ruta de qualsevol temàtica (ja no només entorn a enoturisme) pel seu propi compte, en qualsevol ciutat. Va ser recomanada el 2019 entre les millors apps franceses de turisme a l'Apple Store.

Cal destacar, també, que durant la situació de la COVID-19, hi han encarregat una selecció d'apps i projectes que s'han incubat o creat en els seus programes, i que permeten gaudir de l'experiència cultural del món del vi des del confinament, des de casa. Hi podem veure propostes com una plataforma que vol dotar d'eines a museus per a crear experiències digitals, o una curiosa app que proposa maridar ioga i vi. També han convocat una crida de *crowdsourcing* d'idees per a tirar endavant el sector del turisme del vi en temps de l'epidèmia i post-confinament.



## **Altres senyals de canvi**

**L'estudi i comprensió dels interessos de les persones a les quals ens volem dirigir, més enllà de les convencionals categories demogràfiques (com solen ser edat, gènere, generació, estat civil), que en els temps actuals no ajuden a definir estrictament els comportaments i perfils, s'està expandint del disseny d'apps i de serveis (el camp anomenat *User Experience*, per exemple), a d'altres espais, com l'enoturisme. Un canvi de perspectiva que ajuda a proporcionar propostes més a mida i atractives.**

Per exemple, a Alemanya, el turisme en bicicleta pels camps i espais rurals ha esdevingut una tendència important entre diferents perfils de turistes d'origen local.

Aparentment, les persones que participen d'aquest model de turisme ho fan impulsades per les ganes de tenir noves experiències, alhora que no volen que aquestes entrin en contradicció amb la seva preocupació pel canvi climàtic. També detecten una motivació en cuidar la salut i el desig d'explorar nous indrets.

És un corrent interessant, tot i que no especialment innovador, com podria semblar. Per exemple, en algunes costes de Catalunya ja existeixen de fa anys les rutes en bicicleta com a proposta turística.

Les vinyes alemanyes, per exemple, són petites, i de per sí soles tenen relativament poc contingut o atractiu en comparació a d'altres països, com Austràlia, on les finques vinícoles solen ser grans extensions. Fixant-se en aquests nous perfils de turistes locals interessats a mantenir activitat física i/o preocupats pel medi ambient, el que fan és agrupar-se amb altres productors de vi dins una àrea geogràfica, i com a col·lectius dissenyen rutes en bicicleta, on inclouen aturades per a fer activitats culturals en els espais membres.

Això darrer es vincula amb una altra senyal de canvi, que probablement Catalunya compta amb més experiència i recorregut, però que a altres contrades és una proposta més nova. Es tracta de la creació de xarxes de suport i associacions entre vinyes per zones geogràfiques. De vegades coincidint amb denominacions d'origen oficials i d'altres no.

En altres casos, no es limiten a l'àmbit del vi, sinó d'allò rural. S'hi poden aplegar, com succeeix, de nou, a Alemanya, al Tírol del Sud (Àustria), a algunes zones de França com Bordeus, o a Cape Town, a Sud-àfrica. Obradors de cervesa artesanes, torrefactors de cafè i altra classe de productors i artesans, proposen rutes i paquets d'activitats, o fins i tot experiències en un sentit més holístic.

# **Transformacions i innovacions per pensar futurs propers del patrimoni cultural**

**L**a gestió de museus i centres culturals viu des de fa una dècada, com a poc, un intens debat que ha impulsat un parell de tendències considerables al llarg de tot el globus. En aquest sentit, durant la crisi de la COVID-19 no veiem un gran canvi de dinàmica al respecte. Més aviat s'observa una acceleració cap a la posada en pràctica d'algunes de les seves idees.



Fotografia: Adam Niesciuruk

Estaríem parlant sobretot de:

- La digitalització del patrimoni tangible i intangible (de vegades la 'Viquipedització' amb lògiques de cultura lliure) i la transformació digital dels museus i espais culturals.
- El debat sobre el significat que podria tenir un museu o les col·leccions en espais tancats, en plena era digital.

## **La digitalització i la transformació digital del patrimoni i els seus espais**

**Els darrers anys, hem vist la constant promoció de la digitalització de béns i espais culturals a través de diferents ajuts i programes impulsats per la Comissió Europea, com ara «Europeana», que el 2019 va complir 10 anys.**

La transformació digital no és novetat, per tant, però ha vist en el decurs de la darrera dècada, noves capes de noves tecnologies, com ara el Big Data per a la mesura i gestió de les visites o les vendes d'entrades, i de mitjans tecnològics com la realitat augmentada que permeten noves formes de comunicar i de fer pedagogia.

Aquesta tendència, dins de l'àmbit museístic, no ha vist grans novetats en els darrers anys més enllà de puntuals instal·lacions en congressos o biennals d'art i cultura, i d'innovacions amb noves tecnologies.

Com a introducció en major detall, recomanàrem els *Anuarios de Acción Cultural*

*Española* de cultura digital (<https://www.accioncultural.es/es/anuario-cultura-digital>), específicament els dels anys 2015 (museus), 2017 (patrimoni cultural) i potser fins i tot el del 2016 (festivals i trobades professionals del sector cultural).

Algunes de les innovacions i casos que s'hi exposen, com per exemple les apps pedagògiques del Museo Reina Sofía (algunes ja donades de baixa) o del Rijksmuseum d'Amsterdam; la museïtzació amb apps de realitat augmentada d'alguns jaciments arqueològics, o l'ús d'interfícies interactives en museus (com podria ser el Cosmocaixa de Barcelona), poden tenir total rellevància i aplicació ara mateix, encara que no semblin ja tan innovadors per les dates.

Com va dir l'escriptor de ciència-ficció William Gibson, «el futur ja és aquí però no uniformement distribuït». Els petits i grans canvis es difonen de vegades molt lentament.



## **En plena COVID-19**

**La situació actual, de confinaments i distància social, està generant una acceleració en alguns processos, i de petites tendències, dins del sector cultural en aquest sentit.**

Sobretot, aquells museus que tenien les col·leccions digitalitzades totalment o parcialment (escanejades, fotografiades, o capturades amb altres mitjans) han tingut molta més maniobrabilitat a l'hora d'oferir propostes online i passejos virtuals, des de l'inici de la situació actual.

Per exemple, el Museu del Disseny de Barcelona ha aprofitat la digitalització de moltes de les seves peces de mobiliari, cartells, o ceràmiques, i la col·laboració amb Google Arts & Culture els permet generar galeries virtuals en aquesta darrera plataforma.

En les darreres setmanes, han promocionat visites gratuïtes a aquestes galeries online, convertides en exposicions, o a l'inrevés, exposicions temporals han esdevingut galeries virtuals.

No són pocs els museus que han fet quelcom similar. Així doncs, podem trobar el Brera Art Gallery de Milan, la prestigiosa Galleria degli Uffizi de Florència o el Museu Arqueològic d'Atenes oferint diferents tipus de propostes online perquè visitants i persones de tot el món puguin gaudir en aquest format dels continguts.

Altres museus i espais culturals, o bé han

aprofitat vídeos de conferències, podcasts propis, articles i altres continguts divulgatius que ja tenien de molt abans, o bé han generat de nous en aquestes circumstàncies.

El Centre de Cultura Contemporània, per exemple, ha continuat explorant aquest vessant des del blog (CCCBLab), i des de l'*streaming* de les conferències. Una mesura per a fer viable la sortida de continguts. També el Museo Reina Sofía ha creat un programa per a la situació: #Giraentucasa, associada a una major iniciativa, #LaCulturaEnTuCasa. Reaprofiten accions, exposicions i continguts prèvies a la covid-19, però aparentment també en generen de nous. #Giraentucasa és en el fons l'extensió del programa per a adults del projecte «GIRA» que ja tenien engegat des de feia uns mesos.

Per a nens i nenes, de moment, ofereixen els recursos online gratuïts que ja tenien disponibles anteriorment: *ebooks* i quaderns d'exercicis.

Pensant en el desconfinament, iniciatives com NextMuseum han començat a pensar com podria ser reprendre l'activitat presencial després dels confinaments a diferents països. Les propostes que s'imaginem són:

- Entrades (siguin gratuïtes o de pagament) amb prèvia reserva obligatòria.
- Màscares, pantalles individuals en tot el personal, i divisors de plexiglàs per als

punts d'informació, per a protegir al personal que es troben al taulell.

— Tota mena de pantalles i interfícies digitals que impliquin tacte (per exemple les pantalles interactives) es mantindrien apagades per a no fomentar la propagació del virus. Són superfícies on hi podria sobreviure el virus durant hores.

— Els museus tindrien menys capacitat de visitants en un mateix moment. Donades les circumstàncies, per a poder oferir suficient espai de distància entre les visitants i els personals, no podran concentrar-se tantes persones en les galeries i sales com podia passar abans de la Covid-19.

— Menys visitants internacionals, pel fet que en diferents països i moments podrien haver-hi restriccions de fronteres, a part d'una major por a viatjar. Aposta total en comunicació per atreure el visitant local i/o territorial.

— Les exposicions temporals potser no podrien esdevenir grans *hits* de públic. Així que s'haurien de repensar i redissenyar, incloent-hi la freqüència amb les que es programen, o el model de finançament.

— Hores especials per a grups de risc, com ara la gent gran o persones amb vulnerabilitats de salut especificades com a risc davant la COVID-19.

— Els canals i propostes digitals que veiem durant els confinaments podrien seguir, al passar a les Fases 1, 2 i 3 de la «desescalada», i tenir molt més sentit durant el temps que duri aquesta epidèmia en els anys vinents.

— Apareixeria un nou producte estrella en el marxandatge de les botigues dels museus i espais: mascaretes personalitzades. Per exemple amb motius de pintures de les col·leccions, o els logotips dels equipaments. També podríem veure, per extensió, a les treballadores amb equipament de protecció individual més corporatiu: com a poc, les mascaretes que hauran de dur, o les estructures de les pantalles facials.

D'altra banda, el Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme ha publicat [12 protocols](#) coordinats per l'ICTE i validats pel Ministeri de Sanitat que incorporen mesures per la reducció de riscos higiènics i sanitaris davant la Covid-19. Actualment ja es poden consultar les primes especificacions per museus i guies turístics.

## **Què significa un museu en el segle XXI? I en temps de la COVID-19?**



Fotografia: Billetto Editorial

**Què significa un museu en l'època de la Viquipèdia i de la digitalització d'obres de bé comú? Quin sentit tenen uns espais que van ser pensats en el segle XIX amb altres valors socials i culturals? Com fer partícip i no només espectador passiu als visitants? Com potenciar l'aspecte pedagògic més enllà dels famosos rètols i cartelleres, i convertir la visita en una experiència d'enriquiment personal i col·lectiu?**

Arran d'aquesta mena de preguntes i debats, no pas nous en ple 2020, bastants museus s'han desacomplexat, reforçant molt més el paper de les activitats educatives per a diferents edats, les experiències efímeres i actuacions (incloent-hi els teatres d'escenificació històrica), els espais de debat i d'aprenentatge continu (tallers, conferències...) i la participació amb el públic.

També implica, i més amb la situació actual, pensar en els models de finançament, més enllà del finançament clàssic d'origen públic, les entrades de pagament o els patrocinis/mecenatges. Tot i que de moment no sembla que es destaquï cap tendència ni innovació al respecte. Les aproximacions als models de micromecenatge i *crowdfunding* han estat molt tímides.

Ara per ara, la reaparició d'aquests debats en la situació actual sembla que es canalitzi en repensar el sentit dels museus i espais patrimonials quan es veuen obligats a comunicar més en online, o fins i tot a oferir les propostes en versió virtual, com en alguns dels exemples que hem citat abans (podria ser el cas del Museo Reina Sofía i del CCCB). No té cap mena de solució aquest debat ara mateix, però és un disparador d'innovació considerable.

# **Transformacions i innovacions per pensar futurs propers de les platges**

**L**es platges són els espais icònics de les vacances d'estiu. Una destinació perfecta per als dies més càlids, per poder descansar, desconectar, refrescar-se. Malgrat que es manté aquest espai com a destinació o com a activitat estrella de l'estiu entre un bon gruix de la població, s'observa des dels darrers temps un declini d'interès, sobretot a Europa.

Segons sondejos realitzats des de la Comissió Europea (des del *Flash Eurobarometer* del 2016), en el període del 2014-2016 van veure que l'interès i les reserves a les destinacions amb platja havien caigut un 4% a Europa.

Coincideix amb altres recerques de tendències: diferents perfils de turistes tendeixen a preferir altra mena d'activitats per al descans i l'esbarjo. Prefereixen evitar els llocs massificats (ja abans de la COVID-19), i opten per rutines més sostenibles, o bé una combinació de tot plegat.

En la darrera dècada, han aparegut qüestions noves i transformadores:

— La recuperació i gestió ambiental de les platges, ja no s'entenen només com un espai d'esbarjo i font d'economia, sinó com a un espai de xoc enfront l'erosió dels terrenys davant de la gradual pujada del nivell del mar.

— La sensorització i/o aplicació de TIC i tecnologies de dades per a la seva millor gestió.

— Fruit d'aquestes dues sensibilitats, també ha emergit una qüestió relacionada amb l'ús de les noves tecnologies per col·laborar en la preservació de les costes i els seus ecosistemes.

## **Platges Intel·ligents, encara un futurible**

**Fa prop de cinc anys se'n va començar a parlar en congressos i espais sensibilitzats o especialitzats en la gestió dels litorals. La idea és ben senzilla: extrapolar i dur la idea de les *smart cities* també a les platges per a poder-les gestionar amb més seguretat.**

Però malgrat que hi ha interès en una bona gestió de les ciutats amb tota mena de tecnologies de gestió de dades, encara es troba el concepte un xic lluny de ser quelcom més normal per a les platges. En moltes ocasions no arriba cap mena de wi-fi públic i de vegades, fins i tot, amb prou feines hi ha cobertura telefònica.

Això no significa que no s'hi hagi fet res. Per exemple, ens trobem que a algunes platges australianes, dels Estats Units o a les de l'àrea metropolitana de Barcelona, entre altres, s'ofereixen apps als ciutadans per a compartir informació meteorològica i de l'estat de la mar a les diferents platges obertes, a gairebé temps real.

A les platges del llac Macquarie i a les platges septentrionals d'Austràlia, a més, tenen aplicades càmeres amb reconeixement d'imatge (proper a tecnologies d'intel·ligència artificial) per a poder controlar la densitat o quantitat de gent, material de rescat amb sensors de GPS per a geolocalitzar els socorristes, cubells d'escombraries amb

sensors per detectar quan estan plens i sensors meteorològics i marítims locals. D'aquesta manera es poden gestionar les platges millorant la seguretat i la higiene.

Algunes *start-ups*, com Idrica de València, ofereixen també propostes tecnològiques per a la gestió de l'aigua de les dutxes i fonts per beure i reduir així el consum.

A Nova Zelanda, en canvi, ens trobem amb un altre cas interessant. El 2019 Microsoft va concedir una de les beques destinades a l'aplicació d'Intel·ligència Artificial per a projectes de sostenibilitat ambiental (l'*AI for Earth Grant*), a la iniciativa «Sustainable Coastlines».

Es tracta d'una ONG i xarxa de voluntariat de Nova Zelanda que es dedica a la neteja dels litorals i paratges naturals marítims. El que cerquen és l'aplicació de tecnologies d'intel·ligència artificial combinat amb una metodologia de l'ONU del programa de Medi Ambient (UNEP) per a capturar i gestionar millor la recollida de deixalles entre els voluntaris i les comunitats que hi participen.

De fet, els voluntaris no només netegen platges, sinó que, a més, col·laboren amb la recollida de dades, amb previ entrenament comunitari i eines per a fer-ho. És a dir, es vincula amb una altra tendència anomenada «ciència ciutadana».



## **Platges sostenibles**

**La recuperació de les dunes i els ecosistemes, que segles enrere formaven part de les platges, ha esdevingut en els darrers anys una política rellevant a les nostres contrades. Des de la Costa Brava fins a les Terres de l'Ebre, podem trobar ara com ara diferents projectes de recuperació d'aquests espais. En bastantes ocasions s'utilitzen tanques i obstacles per a evitar que se'n faci un mal ús i hi puguin conviure les tovalloles, els para-sols i els jocs de pilota amb la recuperació de la biodiversitat, la vegetació que viu a la sorra i les seves dunes. La recuperació dels espais naturals són processos lents. I aquesta política, cada cop més, és present a moltíssimes altres platges del món.**

Lligat amb la temàtica anterior referent a la digitalització de les platges, existeix una esperança en que les noves tecnologies permetin gestionar i agilitzar millor la cura d'aquests espais naturals. Però en altres indrets es combina, a més, aquesta gestió amb comunitats ciutadanes i voluntaris que les preserven.

Ja hem parlat de la iniciativa neozelandesa de «Sustainable Coastlines», amb presència en altres indrets i països del Pacífic. En llocs com els EUA, la incidència de voluntariat organitzat enfocat a la neteja de les platges és considerable, aparentment. En el nostre territori, queda en la nostra memòria el record del temporal Glòria de la tardor del 2019. Desenes de persones

es van apropar de manera espontània, en moltes ocasions, a fer tasques de neteja en moltes de les nostres platges. La sensibilitat per la cura del medi ambient existeix i s'expressa de formes diferents entre tota mena de persones.

Una petita tendència que s'ha vist relacionada, tanmateix, és l'anomenat «turisme de voluntariat» en l'entorn de les platges. Inclouen algunes propostes, de vegades, la participació de famílies tradicionals amb nens. Es tracta d'un model polèmic perquè de vegades aboca a persones amb bona voluntat però sense formació a fer algunes tasques que requereixen coneixements sobre la recuperació de fauna, com el cas del turisme de voluntaris que es dedicaven a protegir les postes d'ous de tortugues marines al Carib o altres platges, i només agreujaven més el problema de conservació de les espècies de les tortugues marines.

Altres crítiques apunten que aquest model fa recaure funcions de bé públic en les comunitats, en comptes de fer-ne responsable al sector públic.

Polèmiques a banda, aquest nou comportament corrobora que hi ha persones, incloent-hi públic familiar, que volen fer de les seves vacances una experiència amb baix impacte en el medi ambient, o fins i tot de positiu; i que volen experiències pedagògiques, també, per als més petits.

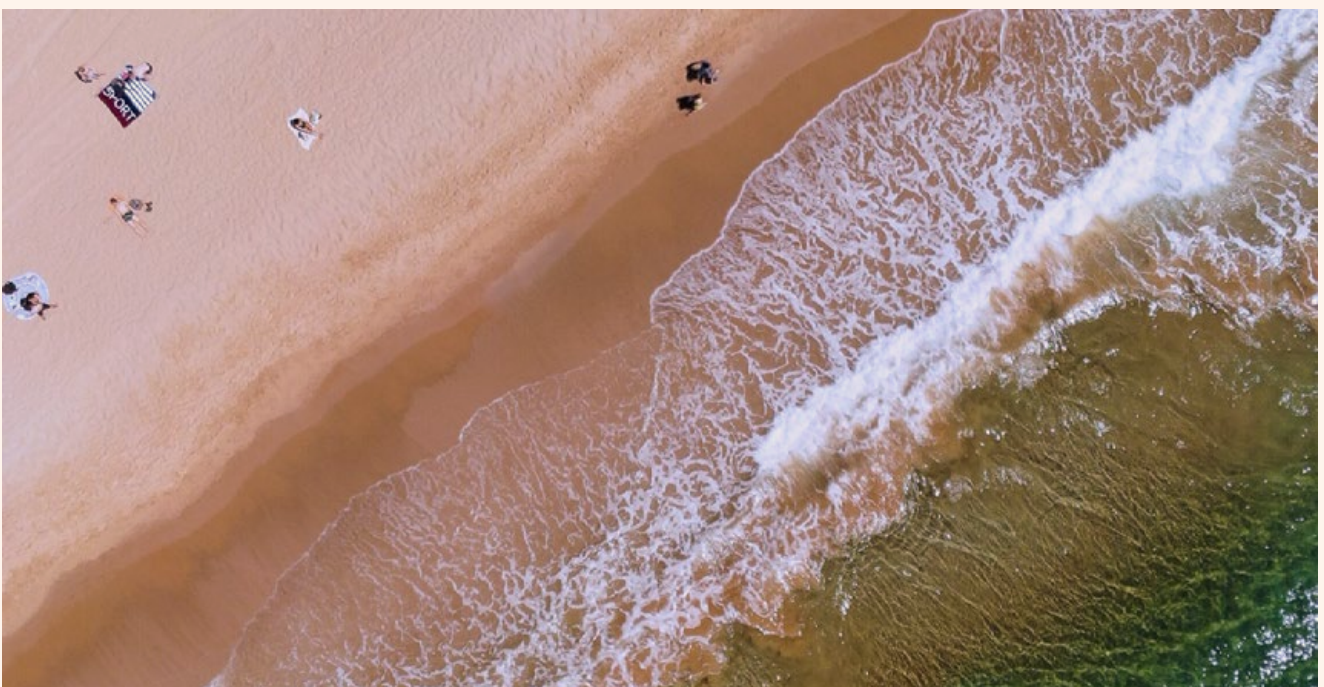
## **Altres qüestions interessants d'abordar**

**Cercant a plataformes com Tripadvisor, o sent usuària habitual de platges, ens n'adonem que existeix un desig entre diferents tipologies de persones per trobar platges perfectes i al gust de tothom. Als cercadors es poden trobar amb molta facilitat llistats de platges properes a una població (sobretot si són grans ciutats) amb comentaris i categories de tota mena.**

Platges per a gossos, platges accessibles o fins i tot habilitades per a persones amb cadira de rodes, per a nudistes, caletes

que ningú suposadament coneix ni visita per estar soles, o ideals per a una tarda en família i poc fondes, de sorra fina, o de sorra que no s'enganxi...

Aquesta forta especialització, que es transmet fins i tot mitjançant el boca-orella, emergeix en ocasions amb fortes reclamacions per part de col·lectius ciutadans. I això ha dut sovint a que poblacions litorals com L'Estartit, Barcelona, Alcanar o al Delta de l'Ebre especialitzin platges i les destinin i habilitin per a gossos, o algunes fins i tot per a persones amb diversitat funcional.



Fotografia: Carles Rabada

## **Després de la COVID-19?**

**Una pregunta que s'està fent a hores d'ara molta gent és, «com ho farem per anar a la platja a l'estiu?»**

L'escenari serà incert fins que no es visualitzi en quina fase de la «desescalada» es trobi cada província i/o regió sanitària en els mesos d'estiu. Ara mateix, en aquelles províncies i àrees que es troben en la fase 1 es permet el bany només a aquelles persones que viuen en el municipi i on el respectiu ajuntament hagi autoritzat com a zona verda o espai natural per a fer activitat física.

Abans de la fase 3 no es permetrà la mobilitat a altres províncies i municipis que també es trobin en la fase 3, ni l'obertura de les platges de manera general, d'acord

amb les darreres ordres i els Butlletins Oficials de l'Estat.

A banda d'aquesta qüestió, entre una part important de la població romandrà certa por i inseguretat. Una qüestió important serà la gestió de la quantitat de persones per platja, atès que en la situació actual s'ha d'aconseguir una distància mínima entre les persones. Serà dels aspectes més complicats a gestionar. Per aquesta mateixa complexitat, tenir uns protocols, eines per a monitorar la seguretat i unes normes o propostes perquè les visitants de les platges se sentin segures, hauria de ser una de les prioritats principals quan ens acostem a aquesta Fase 3 de la desescalada en el confinament.

# **Necessitarem plantejar nous futurs per a la vinya, pel patrimoni cultural i per les platges**

**C**ombinant tota la informació de tendències de consum, de canvis en la gestió dels espais, i de l'estat actual podrem reduir algunes de les incerteses més superficials. Per això, tindrem més possibilitats de prendre millors decisions estratègiques. Encara ens trobem en un panorama canviant i no hi ha un escenari predeterminat sinó un ampli ventall de possibilitats per davant: podem preveure futurs molt monitorats, sensoritzats i amb moltes tecnologies.

Però també són probables escenaris on prevalguin l'experiència dels usuaris, la sensibilitat per l'impacte ambiental o social que una persona o una família pot generar amb la seva visita, desitjant que sigui positiva o com a poc neutral, en lloc de negativa. Una sensibilitat que connecta amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible de l'ONU i que, a més, són també compatibles amb la distància social i les mesures d'higiene.

Per aquest motiu, crear creativament les diferents informacions que facilitem dins d'allò que és plausible, ens podria obrir diferents escenaris i idees innovadores que podríem començar a aplicar per a prepa-

rar-nos, diferenciar-nos o, fins i tot, contribuir positivament en el desenvolupament d'aquests productes turístics en el futur.

Aquí només hem parlat d'allò que es veia d'abans de la COVID-19 i del moment actual, però cada agent té una petita possibilitat de participar en donar forma a futurs una mica més desitjables.

Per aquest motiu, la informació de les tendències es pot prendre com a dades, com a referències (no necessàriament inspiració) de la realitat, però no són pas normes que s'han de seguir, excepte aquelles que ara exigeix la situació i que contribueixen a la seguretat de la ciutadania.

# **Bibliografia i referències d'interès**

La French Tech Grande Provence (2018) Des vignes connectées qui livrent les secrets du patrimoine <https://lafrenchtech-grandeprovence.fr/mourgues-du-gres-connect-oenotourisme-et-innovation/>

Mourgues du Grès <https://www.mourguesdugres.com/en/home/>

OenoturismeLab. Acompagnes par OTL <https://www.oenoturismelab.com/accompagnes-par-otl>

Escapad app <http://www.escapad.io/>

OenoturismeLab. Initiatives Covid-19 OTL <https://www.oenoturismelab.com/initiativescovid19-otl>

Haller, C. (18 juliol de 2019) Oenoturisme, la course mondiale à l'innovation <https://theconversation.com/oenoturisme-la-course-mondiale-a-linnovation-120234>

EM Strasbourg Business School (2019) Corporate Chair in Wine & Tourism. Proceedings [https://wine-tourism2019.sciencesconf.org/data/pages/Proceedings\\_V1.pdf](https://wine-tourism2019.sciencesconf.org/data/pages/Proceedings_V1.pdf)

Acción Cultural Española; Javier Celaya (ed.); VVAA (varis anys) Llistat dels Anuarios de Cultura Digital amb enllaços de descàrrega <https://www.accioncultural.es/es/anuario-cultura-digital>

Museum Next <https://www.museumnext.com/>

Straughan, C. (17 juny de 2019). Is the future of museums online and what might a virtual museum look like? <https://www.museumnext.com/article/is-the-future-of-museums-online/>

Richardson, J. (2 maig de 2020). How might museums look different when they reopen after coronavirus? <https://www.museumnext.com/article/how-might-museums-look-different-when-they-reopen-after-coronavirus/>

Museo Reina Sofía. El Museo continúa abierto online <https://www.museoreinasofia.es/educacion/recursos-educativos/guias-ninos-adultos>

Rijksmuseum (26 gener de 2018). New Rijks App. The Rijksmuseum in your pocket <https://www.youtube.com/watch?v=F8tzNPvwwAE>

Fernández, S. (25 abril de 2016). Museos vistos desde el móvil. Las mejores guías creadas por amor al arte <https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/museos-vistos-desde-el-movil-las-mejores-guias-creadas-por-amor-al-arte>

Museu del Disseny de Barcelona. (2020) Exposició «La curva mágica» <https://artsandculture.google.com/exhibit/la-curva-m%C3%A1gica/kgLiW4dNrg55LA>

European Commission (9 abril de 2019) EU Member States sign up to cooperate on digitising cultural heritage <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/eu-member-states-sign-cooperate-digitising-cultural-heritage>

European Commission (6 setembre de 2018) Ten years of Europeana: bringing Europe's cultural heritage into digital age <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/ten-years-europeana-bringing-europes-cultural-heritage-digital-age>

Parker, P. (17 març de 2020) How to be together apart in the time of coronavirus <https://www.nytimes.com/2020/03/17/opinion/internet-coronavirus-social-distancing.html>

The Centre for the Promotion of Imports (8 gener de 2020) The European Market potential for sun and beach tourism <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/sun-beach-tourism/market-potential/>

Comissió Europea (gener de 2016) Flash Eurobarometer 432. Desk research [http://publications.europa.eu/resource/cellar/14117d0d-7e2c-11e6-b076-01aa75ed71a1.0001.01/DOC\\_1](http://publications.europa.eu/resource/cellar/14117d0d-7e2c-11e6-b076-01aa75ed71a1.0001.01/DOC_1)

Ministerio de la Presidencia (30 d'abril de 2020) Orden SND/380/2020, de 30 de abril, sobre las condiciones en las que se puede realizar actividad física no profesional al aire libre durante la situación de crisis ocasionada por el COVID-19 [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-4767](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-4767)

Idrica (30 agost de 2019). Smart beaches: technology-driven advantages for users <https://www.idrica.com/blog/smart-beaches-technology-driven-advantages-for-users/>

Sustainable Coastlines (18 setembre de 2019). Litter Intelligence: our new programme to solve our litter problem <http://sustainablecoastlines.org/litter-intelligence-launch/?highlight=microsoft>

Smart Beaches. Technology <https://www.smartbeaches.com.au/technology>

Àrea Metropolitana de Barcelona. App Infoplatges <http://www.amb.cat/web/territori/espai-public/platges/app>

Animalados (1 maig de 2019) Guía de playas para ir con el perro en Cataluña <http://www.animalados.com/es/guia-de-playas-para-ir-con-el-perro-en-cataluna/>

Graell, V. (15 octubre de 2019) Carreteras y playas a un clic de la metrópolis inteligente del futuro <https://www.expansion.com/economia/2019/10/15/5da46bc1468aeb7e558b4583.html>





Diputació Tarragona

**turístic**  
en família



Generalitat  
de Catalunya



Unió Europea  
Fons Europeu  
de Desenvolupament Regional



Patronat de Turisme



Diputació Tarragona