

PLA D'ACTUACIÓ:

EL FAR

DE ROSES

Universitat de Girona **1864** Setembre 2016

TREBALL FINAL DE GRAU

Alumne: ARIADNA MORA

Tutor: Marc Grijalvo

Índex de continguts

INTRODUCCIÓ.....	3
1.1 Introducció.....	4
1.2 Motivació personal.....	5
1.3 Objectius.....	5
1.4 Estructura.....	6
1.5 Metodologia.....	7
MARC TEÒRIC.....	8
2.1 Turisme en espais culturals singulars.....	9
2.2 Els fars i els seus orígens.....	13
2.3 Models d'explotació de fars.....	16
2.4 Normativa al voltant dels fars.....	18
2.5 Casos d'èxit.....	19
2.5.1 El far de Spartivento, a Sardenya.....	19
2.5.2 Espai Far, a Vilanova i la Geltrú.....	20
ESTUDI DE CAS.....	22
3.1 Marc territorial de Roses.....	23
3.1.1 Roses en l'actualitat.....	23
3.1.2 Context de l'evolució turística.....	24
3.1.3 El turisme en l'actualitat.....	27
3.2 Anàlisi del far de Roses.....	38
3.2.1 Context històric del far de Roses.....	38
3.2.2 Descripció de l'estructura.....	41
3.2.3 Situació actual del far de Roses.....	43
3.2.4 Anàlisi de la potencialitat turística del far.....	46
3.3 Pla d'actuació turística.....	48
VALORACIÓ DEL PROJECTE I CONCLUSIONS FINALS.....	71
BIBLIOGRAFIA I FONTS DOCUMENTALS.....	74

Índex de gràfics

Gràfic 1: Anàlisi de la tipologia de demandes rebudes a l'Oficina de Turisme de Roses durant l'any 2015.....	30
Gràfic 2: Nombre de demandes ateses a l'Oficina de Turisme de Roses durant l'any 2015	32
Gràfic 3: Classificació dels visitants rebuts a l'Oficina de Turisme de Roses segons la seva procedència	33

Índex d'il·lustracions

I·l·lustració 1: Far de Spartivento a Sardenya.....	20
I·l·lustració 2: Espai Far a Vilanova i la Geltrú.....	21
I·l·lustració 3: Hotel Univers en construcció a l'any 1957	25
I·l·lustració 4: Far de la Punta de la Poncella de V. Fagnoli	40
I·l·lustració 5: Plànol del Far de Roses.....	43
I·l·lustració 6: Far de Roses	43

Índex de taules

Taula 1: Valoració de l'interès i el potencial turístic d'un recurs.....	12
Taula 2: Establiments hotelers a Roses segons la categoria	27
Taula 3: Percentatge d'ocupació mensual de les diferents tipologies d'allotjaments a Roses	34
Taula 4: Criteris per determinar el nivell d'atractivitat del Far de Roses	46
Taula 5: Criteris per determinar el nivell d'operativitat turística del Far de Roses	47

CAPÍTOL 1

INTRODUCCIÓ

1.1 Introducció

El turisme cultural ha anat adquirint rellevància en el panorama turístic en els darrers temps, fins el punt que actualment ha esdevingut un element important que sovint actua com a component diferenciador. El cert és que cada cop augmenta més el nombre de ciutats que aposten per desenvolupar un model d'oferta cultural singular que posi de manifest el seu patrimoni i la seva cultura. Alhora, aquest permet contribuir a la seva preservació i a dinamitzar zones amb un gran potencial turístic.

El projecte pretén realçar el valor d'un recurs que fins aleshores ha estat invisible a ulls turístics, però que sens dubte atrau la mirada de molts locals i turistes encuriósits per la seva imponent imatge. Els fars són una de les construccions més majestoses realitzades per l'ésser humà, ja que han estat dissenyades per fer front a la força de la naturalesa. La gran majoria de gent només coneix els fars per la seva funció de senyalització, però desconeix la seva història.

Aquestes torxes de formigó oculten grans secrets i anècdotes de la història del nostre país. Cada far és únic, ja que cadascun té una freqüència d'emissió de llum diferent, amb la qual cosa, els navegants poden guiar-se consultant el manual *La Guia de Senyals dels Fars*. És per això, que aquestes torres amb òptiques i sistemes codificats són tan importants al món marítim, ja que serveixen com a referència per als vaixells, eviten naufragis i són imprescindibles per a la navegació. Els feixos de llums dels fars, provinents de les lents *Fresnel*, transmeten la informació al navegant de manera silenciosa.

Des de temps immemorables, Roses i la seva història han estat lligades al mar. Un clar exemple d'això el trobem en la seva principal activitat econòmica, la pesca, que ha estat capaç d'articular una ciutat potent i important en molts aspectes en el territori català.

Malgrat que durant molt temps l'activitat econòmica principal ha estat la pesca, actualment el municipi basa la seva economia en el turisme. Per tal de potenciar aquesta activitat, l'Ajuntament de Roses ha iniciat un estudi dels possibles usos del far de la Punta de la Poncella, amb l'objectiu d'aprofitar el recurs i oferir, a locals i visitants, un nou equipament que enriqueixi l'oferta patrimonial amb un producte singular i complet.

Tot i el gran ventall de possibles usos que pot adquirir el far, aquest pla d'actuació pretén ser una proposta alternativa a les plantejades anteriorment per l'Ajuntament del municipi.

1.2 Motivació personal

Qualsevol projecte té un punt de partida, i el d'aquest treball s'inicia durant l'estada de pràctiques a l'Oficina de Turisme de Roses. Nascuda i resident d'aquest poble costaner, besnéta de pescadors i arrendadors de xarxes, sempre m'ha interessat la història pesquera de la vila. De la mateixa manera, el far ha estat una edificació que m'ha cridat l'atenció tota la vida; sempre he contemplat aquest recurs com un element imprescindible en l'essència de Roses. Aquesta motivació m'ha dut a analitzar el context en el qual es troba el bé i a proposar diferents fórmules per tal d'aconseguir recuperar un element patrimonial que representa part de la història d'aquest municipi.

1.3 Objectius

L'objectiu principal d'aquest treball és proposar un projecte d'actuació per tal de dotar de valor turístic el far de Roses i poder habilitar un recurs on tant turistes com locals en puguin gaudir del seu ús. Tots els coneixements i plantejaments desenvolupats en aquest treball pretenen respondre la necessitat de rehabilitar i condicionar un espai que, des del punt de vista turístic, podria satisfer la curiositat de molts visitants atrets pel paisatge costaner i el passat històric de Roses.

A banda de l'objectiu principal, se n'han determinat quatre de secundaris per ajudar a desenvolupar-ne el primordial:

1. Destacar els fars com a possibles elements d'interès turístic.
2. Posta en valor de l'activitat pesquera i la seva cultura.
3. Buscar sinergies amb altres elements culturals rellevants per tal de complementar l'oferta de la destinació.
4. Proposar l'espai del far per crear propostes de valor relacionades amb l'educació.

Aquest projecte, encaminat a donar resposta a la necessitat de reconversió i ús del far de Roses, fa una anàlisi del mateix com a potencial producte turístic, des d'un punt de vista de gestió, per generar un estudi del recurs.

1.4 Estructura

Per realitzar aquest projecte, el contingut s'ha estructurat de la següent manera:

El primer capítol correspon a la introducció, els objectius (principals i secundaris), l'aproximació metodològica que s'ha dut a terme per cercar la informació i l'estructura del document.

En el segon apartat, es presenta el marc teòric, on s'agrupen tots els conceptes necessaris per poder desenvolupar el projecte. Aquest capítol s'estructura en cinc punts. En el primer, s'introdueixen els conceptes més rellevants en relació al turisme en espais culturals singulars i en la seva posada en valor. En el segon apartat es contextualitza el concepte i l'origen d'aquests elements indispensables per a la navegació. En la tercera part es fa una explicació dels diferents models d'explotació d'un far i, a continuació, es presenta la seva normativa. En el mateix capítol s'han cercat dos casos d'èxit per proporcionar diferents perspectives i possibilitats a l'hora d'aplicar-ho al projecte.

En el tercer capítol s'exposa l'estudi de cas, dividit en tres apartats. En el primer punt hi trobem una breu introducció de Roses i una anàlisi de l'oferta i la demanda turística que rep el municipi. De la mateixa manera, en la següent secció es realitza un estudi del context històric del recurs, així com una descripció i una introducció de la situació en la que es troba actualment. En aquest segon punt, també es realitza una anàlisi de la potencialitat i el context turístic del far.

Un cop recollits tots aquests conceptes, finalment es presenta una proposta de model per a la dinamització del far. Aquí es descriuen els objectius principals d'aquest pla dinamitzador, així com les propostes d'actuació i millora del bé, que faran del far de Roses un atractiu perfectament adaptat per explotar el seu potencial turístic. També es proposa la implantació de mètodes de control i seguiment dels elements de gestió.

Per concloure, s'ha realitzat una valoració dels resultats del projecte, lligada amb un breu resum de tots els apartats i l'assoliment dels objectius prèviament marcats.

Finalment, hi trobem dos annexes: el primer, un recull fotogràfic del far de Roses, i el segon, un seguit de plànols de l'estructura del far i els seus voltants per facilitar la implementació de les propostes en el seu estat actual.

1.5 Metodologia

Les metodologies emprades per realitzar aquest treball han estat diverses, i s'han anat construïnt d'acord amb les necessitats que anaven sorgint en cada apartat.

Per al capítol teòric s'ha fet una recerca de la bibliografia existent referent al turisme cultural, al seu concepte i a l'opinió de diversos autors. També s'han cercat diferents filosofies sobre els mètodes emprats en la valorització del far. Així podíem partir amb una bona base teòrica, tenint en compte les diferents dimensions socials, culturals i econòmiques que consoliden un recurs turístic. Al mateix temps, s'ha completat aquest apartat amb bibliografia referent als fars, a alguns models d'explotació i a la normativa que els regeix, així com amb dos casos d'èxit de reconversió d'aquests elements patrimonials.

La recerca d'aquesta informació ha estat extensa, ja que hi trobem molta bibliografia al respecte i, per tant, s'ha tractat de focalitzar al màxim possible. Per a l'estudi de cas, s'ha realitzat una cerca en dos àmbits. En primer lloc, s'ha cregut oportú fer una breu introducció del poble i un estudi sobre la seva oferta i demanda turística. En segon lloc, s'ha realitzat una anàlisi acurada de les característiques del far de Roses, la seva història i la situació en la que es troba actualment. En darrer lloc, per confeccionar l'apartat de propostes, s'han identificat les diferents línies estratègiques d'acord amb els objectius i s'ha confeccionat un seguit d'accions que responen a les necessitats d'adequació amb les consideracions sobre cadascuna.

Per últim, s'ha realitzat un breu resum del projecte, posant en relleu els principals elements a tenir en compte per poder dur a terme l'estudi, així com una valoració dels resultats de les propostes. El treball de camp ha consistit en recopilar informació sobre el far de Roses, fet veritablement difícil donada la manca de referències sobre aquest a través de la xarxa. Així doncs, l'Arxiu Municipal de Roses i l'Àrea d'Urbanisme del municipi han servit per facilitar-nos la documentació necessària, com ara plànols. Afegir també que s'ha investigat sobre la història pesquera a través de la Confraria de Roses, així com diversos estudis sobre el món dels fars. En darrer lloc, per aconseguir una adequació de contingut, anàlisi i proposta de producte turístic, s'han utilitzat els coneixements adquirits en el Grau en Turisme.

CAPÍTOL 2

MARC TEÒRIC

2.1 Turisme en espais culturals singulars

La connexió entre desenvolupament, turisme i patrimoni s'ha consolidat tant que avui en dia resulta difícil dissociar un element d'un altre. L'aparició del concepte turisme cultural ha fet necessària la definició de la relació simbiòtica que els uneix; en conferències com UNESCO (1982), s'ha emfatitzat en la importància de la dimensió cultural en el desenvolupament local. Una definició de turisme cultural podria ser, segons la Carta del Turisme Cultural adoptada el 1976 per ICOMOS, "aquella forma de turisme l'objectiu del qual està, entre altres propòsits en la descoberta i coneixença de monuments i llocs d'interès historicoartístic". El mateix concepte definit per Richards (1996) és el trasllat temporal de persones a una atracció cultural lluny de la seva residència habitual amb la intenció de satisfer les seves necessitats culturals.

Aquesta tipologia de turisme engloba diferents concepcions segons Hernández (1989) per tal de preservar, conservar i restaurar l'herència com a instrument per al desenvolupament. Per una banda, autors com Donaire (2008), han contextualitzat la definició conceptual de turisme cultural fins en sis entorns diferents: turisme de culte, turisme monumental, turisme patrimonial, turisme etnològic, el viatge extraordinari i la cultura *turistificada*.

Per l'altra banda, el turisme cultural, segons Ruiz (1997), és una alternativa a la trivialització del viatge, davant la perspectiva merament consumista d'altres formes de turisme. La major part dels autors i organismes que s'han consultat defensen les perspectives positives d'aquest tipus de turisme front altres modalitats. Un dels exemples que ho il·lustren és Richards (2001), qui assenyala que el turisme cultural és sense dubte una tipologia beneficiosa per a la destinació, ja que permet evitar molts dels esculls del turisme convencional alhora que ofereix beneficis addicionals en forma d'ingressos per part de turistes interessats en donar suport a la cultura.

Autors com Toselli (2006), fan un pas més enllà i afirmen que el turisme cultural està estretament vinculat amb un model de desenvolupament humà integrat i sostenible. Aquest comença a visualitzar-se com una activitat que no només contribueix al creixement econòmic sinó a la integració social, ja que hi convergeixen polítiques culturals i turístiques i, alhora, és portador de valors, com el respecte al patrimoni. Aquesta visió es complementa amb la d'altres autors, com Benítez (2002), que afirma que el turisme cultural permet garantir la conservació

i preservació del patrimoni al llarg del temps. D'aquesta manera, el valor del patrimoni no s'ha de prendre com un fi en si mateix, sinó com un mitjà, un recurs per arribar al conjunt de la societat, que al final n'és la seva dipositària. Autors com Prat i Cànoves (2012), afirmen que la valoració turística de la cultura ha d'estar subjecta a limitacions ja que s'ha d'evitar que es converteixi en un espai on el turisme esdevingui un factor de destrucció.

Altres efectes positius del turisme cultural, des d'una perspectiva territorial tal com afirma Baró (2014), és la possibilitat d'aportar altres beneficis. Entre ells en destaquen els següents:

Primerament, actua sobre el pla físic mitjançant la recuperació d'espais urbans i rurals i la mateixa conservació dels actius patrimonials; en segon lloc, pot obrar sobre el pla econòmic a través de l'atracció del turisme, el desenvolupament d'una oferta de lleure i la producció de competències; i per últim, pot actuar sobre el pla social creant la formació d'una identitat col·lectiva i un reforç de cohesió social. Ho sintetitza clarament Baró (2014), quan afirma que "el patrimoni configura en molts casos el destí turístic, i el turisme, posteriorment, magnifica la capacitat d'atracció del patrimoni".

Per tal d'entendre adequadament la cita de Baró, la OMT distingeix el concepte de patrimoni turístic i recurs turístic. Per una banda, el patrimoni esdevé turístic en el moment en el que els visitants s'interessen per ell, mentre que el patrimoni es converteix en recurs turístic en el moment en el que la intervenció humana en facilita el seu ús com a tal.

A banda d'obtenir una definició global del que s'entén com a producte turístic, un dels reptes més importants de la disciplina és el d'entendre quins són els factors que motiven la conversió d'aquests productes. Segons la Guia local de valoració turística (2011), l'interès i el potencial del recurs són els punts clau per establir l'estratègia a seguir per posar-lo en valor.

Per identificar-los és necessari seguir una seqüència. Primerament, cal tenir en compte el nivell d'atractivitat: és imprescindible analitzar si el recurs crea interès suficient per ser visitat. En aquesta anàlisi, la valoració serà subjectiva. Un cop examinat el factor, és indispensable estudiar la viabilitat del projecte, posant en valor els aspectes tècnics i seguint una estimació dels resultats objectiva. De la conjunció d'aquests factors establirem el potencial turístic real.

És important establir el grau d'atractiu del recurs, ja que és el motiu essencial per identificar el seu potencial i no esmerçar esforços en projectes inviables. Quan ens referim a recursos amb potencial turístic estem mencionant aquells elements que tenim al nostre entorn i que, per si mateixos o en combinació amb d'altres, són capaços de generar interès per al visitant.

Per poder determinar el nivell d'atractivitat d'un recurs concret s'han d'analitzar diversos paràmetres:

- El valor patrimonial: valoració de caràcter científic, experta.
- La singularitat: determinarà el seu potencial i el tipus de visitant que podem atreure.
- La identitat: valor afegit per al turista i aspecte diferencial entre els territoris, productes o destinacions.
- El simbolisme: interès que desperta el recurs per la capacitat evocadora que té.

Tanmateix, cal estudiar la possibilitat de dur a terme el projecte i identificar-ne les dificultats existents per convertir-lo en un lloc visitable. L'avaluació del nivell de viabilitat està determinada per diversos factors:

- Les limitacions tècniques o legals.
- L'accessibilitat.
- El públic objectiu: per valorar la capacitat que té un recurs qualsevol per convertir-se en producte turístic és important que definim primer quin és el públic objectiu al qual volem arribar, quines són les seves característiques i pretensions i quin és el volum de públic que podem arribar a atreure.
- La capacitat de càrrega: un recurs potencialment turístic té unes característiques físiques que limiten el nombre màxim de turistes que pot rebre. Caldrà valorar si aquesta capacitat és suficient per garantir la viabilitat del projecte.
- La gestió.
- El cost i la rendibilitat del projecte.

La Guia local de valoració turística (2011) proposa una taula que ajuda a posicionar els diferents criteris analitzats segons les variables aplicades a cada cas.

Taula 1: Valoració de l'interès i el potencial turístic d'un recurs

VALORACIÓ	NIVELL 1 Baix	NIVELL 2 Mitjà	NIVELL 3 Òptim
Atractivitat	No és prou atractiu per ell mateix com perquè valgui la pena visitar-lo.	És prou atractiu per no perdre-te'l si et trobes de visita a la zona.	Val la pena venir al lloc només per visitar-lo.
Viabilitat	Té inconvenients tècnics o la inversió que requereix no compensa el seu desenvolupament.	No és rendible per ell mateix però genera dinàmica favorable a l'entorn.	Genera oferta turística a l'entorn i ingressos directes o indirectes suficients.
Interès i potencial	Millor desestimar-lo si no es pot complementar.	Val la pena crear valor turístic per a aquest recurs.	És prioritari convertir aquest recurs en producte turístic.

Font: *Guia local de valoració turística (2011), pag-19.*

Mitjançant aquesta anàlisi, és possible estudiar la probabilitat que té un recurs d'esdevenir producte turístic. Així, podem establir l'estratègia a seguir i saber quines poden ser les actuacions a desenvolupar per aconseguir una tendència de millora en la posició del recurs a la graella. El fet d'assolir el nivell òptim en tots els criteris, faria no només recomanable la creació d'aquell producte turístic, sinó l'aposta per l'excel·lència d'aquest.

Hi ha diferents maneres d'analitzar la viabilitat turística. Segons Prats (2011), només existeixen tres situacions en les quals els recursos patrimonials són turísticament viables. La primera es tracta d'aquells que són capaços d'atraure un gran nombre de visitants per si mateixos, encara que aquests estiguin allunyats de qualsevol centre urbà. En aquest cas, s'hi construeixen grans atraccions turístiques com hotels i oferta de restauració. En segon lloc, hi trobem recursos amb capacitat d'atracció menor però localitzats dins o a prop de nuclis urbans suficientment grans. I per últim, són turísticament viables aquells recursos patrimonials que es troben ubicats en

destins ja consolidats, madurs o d'èxit. Aquestes destinacions registren per elles mateixes fluxos suficients per mantenir el motiu principal de visita i crear nous corrents com a part de l'oferta turística de la zona, com és el cas del far de Roses.

Per aconseguir un producte viable i d'èxit s'han de valorar molts criteris i factors. Autors com Prats (2007), destaquen que hi ha tres camins a l'hora de posar en valor un bé cultural. La primera opció és invertir recursos en atraccions turístiques; la segona, convertir la mateixa infraestructura en allotjament o restauració i, per últim, cercar fórmules imaginatives per crear fluxos turístics.

Finalment, s'ha d'esmentar que convertir patrimoni arquitectònic en recurs turístic no és gens fàcil, tal com assegura Troitiño (2003), ja que no només es requereixen infraestructures i equipaments turístics, sinó també estratègies urbanes que tinguin en consideració dimensions econòmiques, urbanístiques, comercials i socials.

2.2 Els fars i els seus orígens

Abans de continuar, hem de plantejar-nos la següent pregunta: què és un far i quina és la seva història?

Un far és una torre, construïda arran de la costa, que duu a la part superior un llum potent per orientar la navegació. A l'edat mitjana, el mot far o faró identificava una foguera que servia de senyal. Es podien edificar fars en qualsevol punt del territori, però la lògica geogràfica feia que s'aprofitessin els punts amb major visibilitat. Ara bé, si en aquests punts s'hi erigia una torre, s'incrementava la percepció respecte al seu entorn immediat. Aquestes defenses reberen diversos noms (talaies, torres de guaita o torres de moro) i les seves funcions eren múltiples: vigilar perquè no desembarqués ningú amb alguna malaltia contagiosa, avisar de l'arribada i partida d'embarcacions i informar de possibles malvestats naturals, com ara temporals i naufragis. Però la seva funció principal, sobretot, era tocar a rebat el toc de moros contra els enemics arribats per la mar. En català, fins ben entrat el segle XX, per referir-se als fars es parlava de llanterna o fanal.

Endinsant-nos en la història dels fars trobem que les primeres navegacions es feien resseguint la línia de la costa, de dia i en condicions meteorològiques favorables. Però de mica en mica es va gosar a navegar d'altura, a alta mar. Primer, de dia; a la primavera i l'estiu, de nit; i més endavant, durant tot l'any. L'origen dels fars es deu als primers intents de navegar de nit. Prop de la costa, durant el dia, els senyals d'orientació venien donats pels accidents geogràfics: badies, cales, caps i turons. En canvi, quan arribava la nit, i amb ella la foscor, els fars solucionaven la manca de visibilitat, tal com s'explica al llibre *Fars de Catalunya*, de nord a sud (2010).

A partir del segle XVIII es va iniciar la construcció d'una xarxa de fars tècnicament estudiada. Les causes o orígens de la seva creació van ser diverses: algunes vegades eren els mercaders, amb la finalitat de la navegació comercial, i d'altres, per l'afany d'un monarca.

També n'hi havia de caràcter humanitari, per evitar naufragis, o de naturalesa benèfica, com van ser els primitius gremis de marejants o ens similars. Entre les missions de caràcter assistencial es trobava el salvament de naufragis; nacions amb poderoses flotes, com Anglaterra, no sentien gran preocupació per prestar ajudes a la navegació. Va haver de ser una entitat caritativa, *Trinity House*, potser la més emblemàtica i que encara perdura, l'encarregada d'abalisar els punts més perillosos del món, tal com s'il·lustra al llibre *Siglo y medio de Comision de Faros* (2006).

L'any 1842 es va constituir la Comissió de Fars amb l'objectiu de proposar un pla de construcció i millora del sistema de fars del litoral espanyol. Només onze anys després, el 1847, ja n'hi havia quaranta en funcionament i vint més en construcció. Aquell mateix any la Comissió de Fars va complementar el Pla d'Enllumenat amb el *Plan General para el Balizamiento de las Costas y Puertos de España e Islas Adyacentes*, del Ministerio de Fomento (1858), el qual creava un procediment homogeni per abalisar tots els fars.

L'any 1902 es va aprovar el *Plan de Reforma del Alumbrado de las Costas de la Península, Islas Adyacentes y Posesiones Españolas del Litoral del Norte de África*. El nou pla va generalitzar el sistema de llampades, de manera que facilitava la identificació dels fars. El 1967 es va aprovar el *Proyecto de Mejora de las Señales Marítimas de España*, que va determinar un criteri estricte

respecte a la visibilitat dels fars. El pla anterior es va completar amb el *Plan de Señales Marítimas* elaborat entre el 1985 i el 1989, el qual preveia substituir tots els llums d'acetilè per làmpades elèctriques.

Durant la conferència internacional de la IALA a Tokio del 1980 tal com indica Bekiashev, K. I Serebriakov, V. (2012) es va establir el Sistema d'Abalisament Marítim IALA, que va ser adoptat per Espanya pel Real Decret 1835/83 de 25 de maig del 1983. La IALA AISM és una associació tècnica internacional sense ànim de lucre fundada l'any 1957 que reuneix les autoritats nacionals encarregades de l'abalisament marítim i fabricants del sector amb el propòsit de compartir inquietuds i problemes i proveir normes homogènies per a tots els països.

La manera com avui es controlen els senyals marítims no té res a veure amb el passat. Aquella imatge literària dels fars situats en llocs extrems, exposats al vent i a les tempestes, on els faroners vivien aïllats i envoltats de solitud ha variat de manera considerable. Segons Artigas (2011), el faroner d'avui dia és una persona amb coneixements sobre tecnologia que pot viure terra endins i controlar el funcionament i les incidències de cadascun dels fars des de casa seva a través d'un ordinador.

A Catalunya, alguns fars han estat transformats en centres d'interpretació o museus, com el far de Cap de Creus, que acull l'oficina d'informació del Parc Natural del Cap de Creus. Altres han optat per diversificar els usos del far, com és el cas de Tossa. La població selvatana l'ha rehabilitat per acollir el Centre d'Interpretació dels Fars de la Mediterrània i exposar-hi la història i les característiques dels senyals marítims. Trobem altres exemples com el far de la Banya, que funciona com a extensió del Museu del Port de Tarragona (situat a la mateixa ciutat) i que dóna a conèixer tant aspectes generals del món dels fars com dels més específics de la zona marítima de la província.

Actualment, el futur dels fars està estretament lligat amb el seu passat: juguen el paper de testimonis de formes de vida i de treball pertanyents a temps pretèrits, posant alhora en valor el seu llegat arquitectònic i paisatgístic.

2.3 Models d'explotació de fars

Bona part de la xarxa actual de fars és conseqüència del *Plan de Alumbrado de las Costas de España e Islas Adyacentes*, aprovat el 1847, durant el regnat d'Isabel II. Actualment trobem 187 fars a les costes espanyoles, 65 dels quals estaven habitats fins el 2003. Moltes d'aquestes construccions s'utilitzen actualment per a diferents usos, tal com anuncia el mitjà El Confidencial (2015):

- 38 acullen centres d'interpretació i d'art i exposicions.
- 12 alberguen ens culturals i de formació.
- 5 allotgen centres d'investigació, observatoris o altres.
- 7 disposen de cafeteries o restaurants.

A causa de les circumstàncies en què es veuen envoltats els fars avui dia, l'administració s'ha proposat revertir la situació trobant nous usos i utilitats per aquestes instal·lacions. Clars exemples d'aquesta intenció són els programes *Faros de España* i *AT-LIGHT*, que han plantejat diverses opcions basant el seu producte en reconversions de fars i les seves instal·lacions, on ambdues tenen una finalitat particular: promoure l'ús turístic.

Des de Ports de l'Estat, amb el suport del Ministeri de Foment del Govern d'Espanya, a data de 22 de maig del 2015, s'ha donat llum verda per iniciar el projecte *Faros de España*, el qual té per objectiu impulsar la reconversió d'aquestes infraestructures per a un ús turístic, seguint el model implantat als Estats Units, Xile o Sud-àfrica amb la finalitat de posar en valor aquests monuments. Actualment, les autoritats portuàries espanyoles estan valorant i tramitant una desena de projectes per a usos hotelers.

Aquesta proposta, segons un article publicat el 23 de març del 2015 al diari El País, pretén potenciar el desenvolupament sostenible dels fars mitjançant serveis de qualitat. Duts a terme per iniciativa privada, es garantiria així la seva conservació, sense afectar el servei de senyalització en el cas que es seguís prestant aquest servei.

Com s'indica en l'article de Dani Cordero (2015), la proposta no ha estat ben rebuda en tots els àmbits, ja que es preveu una alteració en el medi ambient i una democratització del servei. Segons David Moré, un reputat estudiós de la història dels fars d'Espanya, es tracta d'un model complex a nivell arquitectònic, ja que els fars espanyols tenen unes mesures reduïdes i, en alguns casos, s'hi haurien d'annexar infraestructures.

L'altra proposta esmentada és el programa internacional *AT-LIGHT* que es centra en la reconversió dels fars. Segons la pàgina oficial *Interreg III B Espacio Atlántico* (2005), aquest projecte pretén desenvolupar i crear activitats turístiques dins els fars, la qual cosa, en la majoria de casos, exigeix una millora en la seva accessibilitat i condicions de seguretat. El programa uneix països com França, Irlanda, Regne Unit i Espanya, amb l'objectiu de crear una xarxa de fars visitables, des d'Escòcia fins a territori espanyol. Un clar exemple és el far de Punta Pescador a Cantàbria, que s'ha convertit en mirador i en centre d'exposicions artístiques, amb sales d'exposicions relacionades amb la vida marina.

Com a dada d'interès, trobem incomptables exemples de reconversió de fars, on el mètode més utilitzat ha estat crear centres d'interpretació, com el far del Cap de Creus, a Cadaqués, reconvertit en Centre d'Interpretació del Parc Natural del Cap de Creus, o el far del Cap de Tossa, que acull el Centre d'Interpretació dels Fars de la Mediterrània, on s'exposa la història i les característiques dels senyals marítims d'aquests.

2.4 Normativa al voltant dels fars

Els fars formen part del conjunt d'instal·lacions portuàries d'una localitat. Així doncs, estan sotmesos a la Llei de Ports de l'Estat i de la Marina Mercant. Aquesta darrera es troba regulada pel [Real Decreto 1476/2004, de 18 de junio](#), d'estructura orgànica bàsica del Ministeri de Foment. La Direcció General de la Marina Mercant és l'òrgan competent i té funcions regulades per la [Ley 27/1992, de 24 de noviembre](#) de protegir, netejar i evitar la contaminació, així com de garantir les lleis que la regulen, tal com s'informa al BOE (2014).

Segons l'article 149 de la Constitució Espanyola, els fars depenen del Ministeri d'Obres Públiques. L'any 1992, aquest ministeri, a través de la Llei de Ports de l'Estat i de la Marina Mercant, va extingir el cos de faroners i va traspasar la gestió dels fars a les diverses autoritats portuàries dependents de l'ens de *Puertos del Estado*. D'acord amb la Llei de Ports de l'Estat i de la Marina Mercant, la senyalització marítima s'ha configurat com un servei dependent de les autoritats portuàries, que tenen adscrites les obres i instal·lacions d'il·luminació de costes i senyalització marítima i els terrenys afectats al seu servei. En el cas de la província de Girona, que és l'única que no disposa d'autoritat portuària, depèn de l'Autoritat Portuària de Barcelona. Aquest ens gestiona vint fars i diversos senyals marítics de la costa catalana, des de Portbou fins a Vilanova i la Geltrú, i l'Autoritat Portuària de Tarragona vuit fars més, des de Torredembarra fins a Alcanar.

Algunes iniciatives parlamentàries han incitat el Govern de la Generalitat a declarar els fars dins de la categoria de Bé Cultural d'Interès Nacional i Etnològic, en un intent d'aturar o evitar un procés de deteriorament inherent a la transformació d'aquestes edificacions d'acord amb les noves tecnologies i a atribuir a aquestes construccions una utilitat pública. Per aquest motiu, l'Autoritat Portuària de Barcelona (APB) ha elaborat unes normes mínimes que serveixen de referència a l'hora d'establir acords en la permissió d'activitats – recollides a la Circular 01/2001 aprovada pel Consell d'Administració de l'APB el 31 de gener de 2001 – i que estableixen els paràmetres i les regles dels projectes pels fars: "la finalitat dels fars és la correcta prestació del servei de senyalització marítima. Es podran dur a terme activitats culturals complementàries i compatibles amb la senyalització marítima que garanteixin la correcta protecció del domini públic i no interfereixin amb la finalitat primera".

2.5 Casos d'èxit

Gràcies a la singularitat del far de Roses, s'ha cregut oportú cercar diversos casos on la reconversió d'un espai distingit hagi tingut èxit. El fet d'analitzar un cas real de rehabilitació permet identificar quins són els punts clau del seu èxit i cercar propostes per a la posada en valor de l'objecte d'estudi del projecte. Un far pot adquirir múltiples usos, entre els quals podem trobar la funció d'allotjar hostes o compartir diferents competències dins un mateix recurs.

2.5.1 El far de Spartivento, a Sardenya

S'ha escollit el far de Spartivento, a Sardenya (Itàlia), ja que va ser el primer far reconvertit en hotel en obrir les seves portes. L'edifici va ser construït l'any 1856 per la marina italiana i porta en funcionament més de 150 anys, tot i que actualment també fa la funció d'hotel de cinc estrelles. Aquest establiment està situat en un entorn completament natural, sense edificis a les proximitats i a pocs metres de la platja.

L'hotel està obert tot l'any i disposa de 6 habitacions, amb una capacitat per a 10 persones en total. Dues de les estances es troben en un edifici annex de dues plantes, amb una superfície de 60 m². L'establiment disposa de 700m² de terrassa panoràmica i diverses zones d'oci, entre elles, una llibreria a la torre del far, i ofereix una àmplia diversitat d'activitats de lleure, cultura i natura. El preu oscil·la entre els 500 i els 1000 euros per nit i disposa de la possibilitat de llogar totes les estances mensualment per un preu que pot variar entre els 94.100 i els 159.500 euros al mes.

Aquest projecte ha estat possible gràcies al govern italià, presidit per Mario Monti, que va decidir l'any 2012 estudiar diferents opcions per tal de reduir el deute que tenia el país. Una de les decisions que s'havien de prendre era vendre o arrendar alguns dels seus fars. Aquest primer èxit ha fet que el govern d'Itàlia decideixi oferir 14 fars a iniciatives privades. El propietari de l'hotel Spartivento té una concessió per part de l'estat transalpí de 38 anys, per la qual paga 3.000 euros al mes en concepte de lloguer a l'administració regional, a més d'haver d'assumir totes les despeses d'adaptació i rehabilitació de l'edifici per a l'habilitació de l'ús hotel·ler. Així doncs, els factors clau d'èxit d'aquest projecte han estat:

- Disseny de l'establiment.
- Enclavament geogràfic.
- Exclusivitat del producte.

I-lustració 1: Far de Spartivento a Sardenya



Font: www.farocapospartivento.com

Trobem altres exemples de reconversió de fars a hotels arreu del món. Noruega va ser el país precursor d'aquesta iniciativa, que actualment compta amb més de 30 fars rehabilitats en allotjaments hotelers. Un altre exemple el trobem a Croàcia, on hi ha 13 fars de gestió pública, repartits per la costa Adriàtica.

El nou ús d'aquests béns promet ser rendible, encara que els inversors s'enfronten a algunes dificultats. A Espanya, el principal problema és que la normativa de *Puertos del Estado* no permet ampliar les instal·lacions ni aixecar altres construccions diferents a les originals. Parlem, per tant, d'hotels petits, amb poques habitacions, on passar-hi una nit esdevindria tot un luxe.

2.5.2 Espai Far, a Vilanova i la Geltrú

Com a exemple alternatiu al proposat anteriorment, l'Espai Far és un projecte que es va iniciar l'any 2015 i s'ha dut a terme a Vilanova i la Geltrú, un poble amb una llarga història vinculada al mar: un projecte amb l'objectiu de dignificar l'entorn del far de Sant Cristòfol per convertir-lo en un nou recurs turístic, econòmic i cultural de la ciutat. Aquest espai té dues funcions principals: ser un centre d'acollida turística i un equipament museístic.

D'una banda, l'Espai Far compta amb dos museus: el Museu del Mar de Vilanova i la Geltrú, amb el bot Víctor Rojas com a insígnia, i el Museu de Curiositats Marineres Roig Toqués.

L'antiga casa del faroner acull el Museu del Mar, un recorregut per la Vilanova de Baix-a-Mar amb la finalitat de donar a conèixer la història de la platja i de la seva gent. El museu també compta amb una secció dedicada a la preservació de la memòria oral.

D'aquesta manera, el nou espai expositiu del Museu de Curiositats Marineres Roig Toqués alberga la col·lecció que Francesc Roig Toqués va anar rescatant i guardant durant tota la seva vida, sense oblidar la carpa Juanita, el petit peix que bevia en porró i menjava en cullereta, i que es va convertir en un fenomen conegut internacionalment.

D'altra banda, l'espai funciona com a centre d'acollida per als visitants de la ciutat i serveix de punt d'inici d'itineraris autoguiats i d'activitats relacionades amb el mar. L'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú, amb el suport de les subvencions del Pla Únic d'Obres i Serveis de Catalunya (PUOSC) i el Fons Europeu FEDER, ha finançat la totalitat del projecte Espai Far. Més endavant, l'Espai Far també disposarà d'un bar-restaurant amb terrassa, ubicat als jardins que envolten el far, que estarà obert al matí i a la nit.

En aquest cas els factors clau de l'èxit han estat:

- El suport de les administracions públiques locals.
- El suport econòmic de les subvencions atorgades.
- La doble funcionalitat del projecte.
- Satisfacció de la demanda local.

Il·lustració 2: Espai Far a Vilanova i la Geltrú



Font: Espai far de Vilanova i la Geltrú, <http://www.espaifarvng.cat>

CAPÍTOL 3

ESTUDI DE CAS

3.1 Marc territorial de Roses

3.1.1 Roses en l'actualitat

Roses és una vila d'essència mediterrània i de marcada tradició turística i marinera. El terme municipal està situat a la Badia de Roses amb una superfície total de 45,91 km², a 5 metres per sobre el nivell del mar. El litoral del municipi comença a llevant, amb Cala Jóncols, i acaba al rec Madral, frontera natural amb el municipi de Castelló d'Empúries. Els altres municipis veïns són Port de la Selva i Selva de Mar, a septentrió, i Palau-saverdera, a ponent. Actualment, té una població de 19.575 habitants censats, tot i que a l'estiu augmenta fins a una població flotant d'unes 100.000 persones segons IDESCAT (2015).

La seva localització al litoral català ofereix una gran disponibilitat de recursos, entre ells el port natural. L'emplaçament d'aquest permet el desembarcament i la protecció de grans vaixells. Aquest fet ha comportat que la pesca i el comerç marítim hagin esdevingut tradicionalment la base econòmica de la localitat, característica que ha predisposat a la població local, des dels seus orígens, a viure del mar i a acceptar positivament l'arribada del turisme, com indica Fraguell (1997).

El municipi ha anat adaptant-se als nous temps fins a convertir-se en una destinació madura del litoral català i en un dels centres turístics més importants de la Costa Brava, segons Grijalvo (2012). Malgrat que el turisme és la font d'ingressos principal de l'economia rosinca, el sector primari encara roman molt present, amb l'agricultura d'olivera i vinya i la pesca, tal com exposa Santaló (2001).

A causa de l'expansió urbanística que la vila ha sofert en les darreres dècades, el municipi s'ha estès més enllà de La Ciutadella i el port, elements que durant segles constituïen els límits de la població. A banda del centre urbà, el terme municipal comprèn un elevat nombre d'urbanitzacions, situades tant a la línia de costa com aïllades a l'interior del municipi com Santa Margarida, Mas Fumats, Puig Rom, els Grecs, el Mas Oliva, la Garriga, Canyelles petites, Almadrava, Montjoi, Mas Boscà i Mas Mates.

3.1.2 Context de l'evolució turística

Una de les característiques que ha marcat el desenvolupament turístic del municipi ha estat la seva vinculació al turisme de sol i platja. Aquesta activitat, que es va iniciar a finals del segle XIX, ha tingut un impacte significatiu en la millora de la qualitat de vida dels residents. Molts autors han tractat l'evolució turística de la Costa Brava, entre els quals destaquen Fraguell (1993, 1997), Barbaza (1996), Donaire (1996, 1997), Mundet (1997, 2000), Galí (2004) i Calabuig (2006).

Roses no és un municipi aïllat de l'evolució que ha sofert la Costa Brava. Es tracta d'una vila tipus estàndard que mostra una línia evolutiva molt semblant a la que han experimentat altres municipis del litoral gironí, com indica Grijalvo (2012).

Del total d'autors que han publicat sobre la temàtica, s'ha escollit la classificació realitzada per Mundet (2000), on s'identifiquen quatre grans fases: el prefordisme, el fordisme artesanal, el fordisme industrial i el postfordisme.

La primera fase, el prefordisme, s'inicia a finals del segle XIX i es considera finalitzada l'any 1950. Aquesta es caracteritza per la desaparició de la pesca com a motor principal de l'economia i l'aparició del turisme, tot i que amb un paper poc rellevant per a l'economia local. Els primers antecedents del turisme es troben amb la consolidació de la burgesia com a classe social dominant, que es dirigia a Roses cercant un espai de repòs. L'any 1883 ja es té constància de l'existència d'una vintena de "casetes de bany", unes construccions temporals fetes de canya i fusta, obra de l'administració pública, com indica Barbaza (1996). La millora dels transports per carretera i el desenvolupament econòmic de les tres primeres dècades del segle XX van facilitar l'arribada de turistes. També hi va contribuir la tasca propagandística realitzada per escriptors i artistes que, progressivament, anaven arribant amb més regularitat cap a racons de la costa que els eren especialment agradables. Al llarg de la dècada dels 50, la iniciativa privada també va voler tenir un paper rellevant i es van obrir diversos hotels, fondes i cafès. Més tard, la Guerra Civil i els anys de postguerra van comportar la ruptura en la línia de desenvolupament, amb un alt impacte en l'economia i els ciutadans.

Il·lustració 3: Hotel Univers en construcció a l'any 1957



Font: Col·lecció cooperativistes catalans, Benet Vigo Trulls.

La següent fase, el turisme artesanal (1950 al 1965), és el moment en què el turisme torna a aparèixer a la destinació. El perfil de turista que rebia Roses era principalment de proximitat, especialment del mercat francès. Durant aquest període, es van construir luxoses residències fora dels nuclis urbans i en llocs elevats amb bones vistes, com sentència Cuadrado (2006). Tal com ja avançava Barbaza (1996), Roses havia de ser la capital turística septentrional del coster gironí. Altres veus, com les de Santaló, J.; Barris, J.; Falgueras, (2001), afirmen que "Al costat de la Roses pesquera i marinera, existeix amb majúscules una Roses turística, de serveis i oberta al món".

Posteriorment, apareix el fordisme industrial (1965-1985), període on Roses és converteix en l'escenari d'un nou fenomen turístic, massificat i internacional, que neix a causa de la recuperació econòmica dels països de l'Europa Occidental i la consegüent extensió social de l'estat del benestar. Aquest nou escenari s'identifica no només a Roses, sinó a totes les destinacions de la Costa Brava.

Durant el fordisme industrial, s'inicia un procés econòmic que altera els paràmetres urbanístics consagrats fins el moment i les condicions socials dels locals. En aquesta conjuntura, Roses es

troba dins de l'autèntic boom turístic. Conseqüentment, l'ajuntament s'anticipa als esdeveniments i decideix crear la primera Oficina Municipal de Turisme, per poder donar resposta a les demandes davant la creixent arribada de turistes.

El postfordisme es consolida com una etapa d'adaptació dels municipis turístics per conformar un nou model d'oferta que es diferenciï de la resta i atregui nous clients. Calabuig (2006) identifica cinc possibles estratègies per reconvertir l'oferta turística d'una destinació

- L'estratègia basada en el turisme efímer pretén destinar tots els esforços en crear una oferta turística temporal amb esdeveniments concrets.
- L'estratègia basada en la recreació de l'espai urbà vol posar en valor el sentit unitari d'un municipi per tal d'eradicar la fragmentació que pot suposar el fet turístic.
- L'estratègia basada en la hiperrealitat té l'objectiu d'aplicar el concepte a l'oferta turística del municipi.
- L'estratègia basada en la millora de la qualitat afronta la possibilitat de millorar la competitivitat del destí mitjançant una reestructuració de la gestió.
- L'estratègia basada en la sostenibilitat es centra en la conciliació de tots els aspectes relacionats amb l'eficiència dels recursos naturals que es poden veure afectats per l'activitat turística.

El model actual que trobem a Roses es basa en la millora de la qualitat dels serveis de la destinació, per tal de gestionar de manera més eficient l'oferta i la demanda i, conseqüentment, provocar un guany en el flux turístic. Tal com citen Santaló; Barris i Falgueras(2001), s'ha de limitar i ordenar la construcció, preservar els espais naturals i fomentar el coneixement i el respecte pel patrimoni històric i cultural. Un cop s'aconsegueixen aquests objectius, és possible conservar aquells valors positius del seu passat més immediat. El problema principal, però, és que la majoria dels errors que en termes urbanístics i naturals s'havien comès durant aquells anys ja no tenien una solució que anés gaire més enllà del maquillatge.

3.1.3 El turisme en l'actualitat

Actualment, Roses compta amb 45 hotels, que sumen 6.878 places hoteleres, i quatre càmpings, amb un total de 2.520 places, dels quals quatre són de segona categoria i un, de tercera.

Taula 2: Establiments hotelers a Roses segons la categoria

	1*	2*	3*	4*	5*	Total	Pensions	Total
2016	4	7	15	6	1	33	12	45

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades facilitades per l'Oficina de Turisme

D'entrada, tenint en compte que la capacitat hotelera no és exorbitant en comparació amb el nombre turistes que visiten el municipi, no és difícil intuir el nombre d'apartaments de segona residència que han envaït la vila en aquestes últimes dècades. Els habitatges d'ús turístic i les segones residències són una oferta d'allotjament turístic que no para de créixer any rere any, a diferència d'altres modalitats com els hotels o els càmpings. En primer lloc, segons les últimes dades de l'INE (*Instituto Nacional de Estadística*) del 2011, Roses té un total de 25.712 habitatges familiars, dels quals 7.849 són habitatges principals i 15.363 ho són de segona residència. La resta estan buits. En altres paraules, el nombre d'habitatges d'ús turístic ofereix quasi el doble de places que el total d'allotjament hotelier i extra-hoteler del municipi.

Del total d'hotels, només quatre establiments ofereixen els seus serveis durant tot l'any. La resta centren els seus esforços en la temporada alta. Pel que fa les pensions, del total de 12, 3 obren tot l'any, 4 tenen les portes obertes tan sols els 3 mesos d'estiu i la resta treballen pràcticament sis mesos l'any. Respecte als càmpings, un d'ells obre tot l'any, dos ho fan aproximadament 9 mesos i el restant funciona els mesos d'estiu.

Oferta cultural i natural

Roses és una destinació de litoral amb una oferta turística de sol i platja i una ampli ventall complementari que presenta diversos aspectes rellevants.

En primer lloc, aquesta oferta es nodreix de vint platges que actuen com espais naturals d'interès i que atrauen milers de turistes a la recerca del sol. Dins d'aquesta vintena d'espais, trobem platges en zones urbanes com la Platja de la Punta, la Platja Nova, la Platja de Santa Margarida, la Platja del Salatar, la Platja del Rastrell i la Platja dels Palangrers. Si seguim vorejant la costa, trobem la Platja de l'Almadrava i la Platja de Canyelles, que es troben allunyades del centre de la vila però envoltades de petites urbanitzacions. La resta es situen en espais naturals, com Cala Rustella, Cala Calitjàs, Cala Calís, Cala Murta, Cala Canadell, Cala Pelosa, Cala Montjoi, Cala Jóncols i Platja del Bonifaci.

El passeig marítim, les platges i les cales de Roses estan certificats amb un Sistema de Gestió Mediambiental que garanteix el fet de poder disposar d'una costa de gran qualitat, tant pel que fa les aigües de bany com la sorra i els serveis que s'ofereixen. També disposen d'un certificat de qualitat mediambiental de reconeixement internacional: EMAS (certificat europeu EMAS) i ISO (certificat internacional ISO 14.001).

En segon lloc, el municipi ofereix una gran diversitat de recursos culturals d'interès turístic com La Ciutadella, una fortificació situada a primera línia de mar que ofereix visites guiades per a tots els públics, o el Castell de la Trinitat, un monument que data del segle XVI, situat a la Punta de la Poncella. També hi trobem un refugi antiaeri, localitzat a la plaça de la Pau, on s'hi organitzen visites guiades durant els mesos d'estiu, i infinitat de monuments megalítics distribuïts per tot el municipi.

L'oferta cultural es complementa amb espais naturals de proximitat, com el Parc Natural del Cap de Creus i el Parc Natural dels Aiguamolls. Aquests recursos d'incalculable valor suposen un gran atractiu per als amants de la naturalesa, ja que permeten la realització d'activitats esportives en entorns idíl·lics. Això és degut a l'existència d'una extensa xarxa de camins de més de 1.750 kilòmetres que inclou des dels Gran Recorregut que connecten el Pirineu amb el mar fins a camins històrics. L'existència d'aquesta xarxa d'itineraris ha fet que no només es

converteixi en un recurs turístic de temporada sinó que esdevingui un atractiu utilitzat durant de tot l'any.

A més, el terme municipal ofereix nous perfils d'oferta com la Ruta del Vi DO Empordà, la gastronomia i la nàutica. Aquesta última, gràcies a les característiques que ofereix Roses per a la pràctica d'esports nàutics. L'any 2012, el municipi es va posicionar com a líder a Espanya en l'organització de macro-esdeveniments nàutics, acollint una desena de proves, entre les quals hi destacaven tres campionats d'Europa i un campionat mundial.

Dins l'aposta de potenciar les activitats nàutiques, el municipi va entrar a formar part del Costa Brava Cruise Ports, essent així un receptor de diversos creuers durant tot l'any. L'última dada oficial situa Roses amb un total de 3.652 passatgers i més de 10 escales l'any 2014. L'emergent port de creuers de Roses complementa la seva activitat donant la possibilitat de fondejar a qualsevol creuer mitjançant el moll específic per a aquestes embarcacions, el port esportiu i el moll per a bots de transport de passatge, que s'utilitza per als grans creuers.

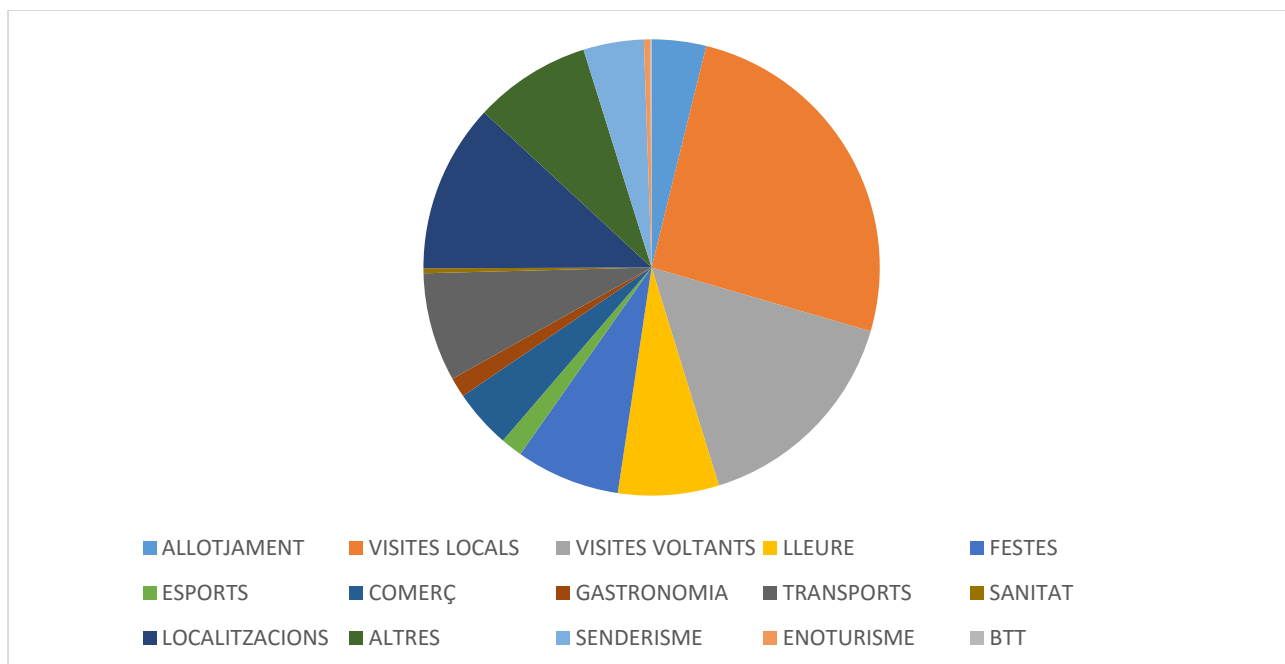
El fet de disposar d'una magnífica oferta d'activitats i d'estar a prop de molts altres centres o ciutats d'interès, permet aprofitar l'oportunitat que representen les vacances actives, especialment per a famílies, que està creixent arreu d'Europa. Per aquesta sèrie de motius, Roses va rebre l'any 2009 el segell que l'acredita com a Destinació de Turisme Familiar.

Aquest fet va permetre obrir noves portes a l'especialització i a la creació de nous equipaments, tal com apunta Grijalvo (2012). Des de L'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Roses s'han dut a terme diferents actuacions per poder satisfer les necessitats d'aquells turistes que vénen en família. Entre elles hi trobem l'organització del parc infantil de platja, durant els mesos de juliol i agost, propostes de lleure i entreteniment, serveis de cangurs amb idiomes, organització d'espectacles infantils al carrer i d'altres als establiments d'allotjament i restauració.

Demanda de la destinació

És important concentrar-nos en l'estudi de la demanda per poder de conèixer el nostre públic objectiu i, d'aquesta manera, adreçar correctament l'oferta de la destinació.

Gràfic 1: Anàlisi de la tipologia de demandes rebudes a l'Oficina de Turisme de Roses durant l'any 2015



Font: Elaboració pròpia utilitzant dades facilitades per l'Oficina de Turisme

Segons les últimes dades recollides a l'Oficina de Turisme, la demanda més habitual per part dels turistes és la relacionada amb les visites locals. La gran majoria d'aquestes fan referència al patrimoni rosinc i a les activitats que s'hi poden realitzar. En segona posició hi trobem la que té a veure amb visites als voltants, ja que el municipi es troba a prop de grans centres d'interès com Figueres, Cadaqués, Girona i Barcelona. En tercera posició hi apareixen les demandes relacionades amb el transport, sens dubte, un element clau en el transcurs de l'estada, ja que bona part dels turistes que arriben a Roses ho fan des de l'aeroport de Barcelona o bé per carretera. És per aquest motiu que durant els mesos amb major nombre de turistes s'augmenta la freqüència dels serveis de transport públic, ja que permet que aquells turistes que els necessitin es puguin desplaçar fàcilment.

El lleure segueix essent una qüestió indissociable dels serveis existents, ja que el municipi compta amb una immensa oferta d'activitats d'oci i lleure per a totes les edats. És important destacar que en els darrers anys la demanda de rutes de senderisme i BTT ha augmentat considerablement, fet que ha provocat que l'Oficina de Turisme s'especialitzi i creï diferents guies de rutes i itineraris per satisfer aquesta demanda, que s'allunya de la tradicional de sol i platja, i permet als turistes descobrir zones de la comarca que donen un valor afegit a l'experiència del viatge.

Altres activitats, com la gastronomia i l'enoturisme, van prenent rellevància i desperten cada vegada més interès entre visitants. Paral·lelament, també s'atenen moltes demandes on es sol·licita informació pràctica com són localitzacions, allotjament, comerç i serveis en general.

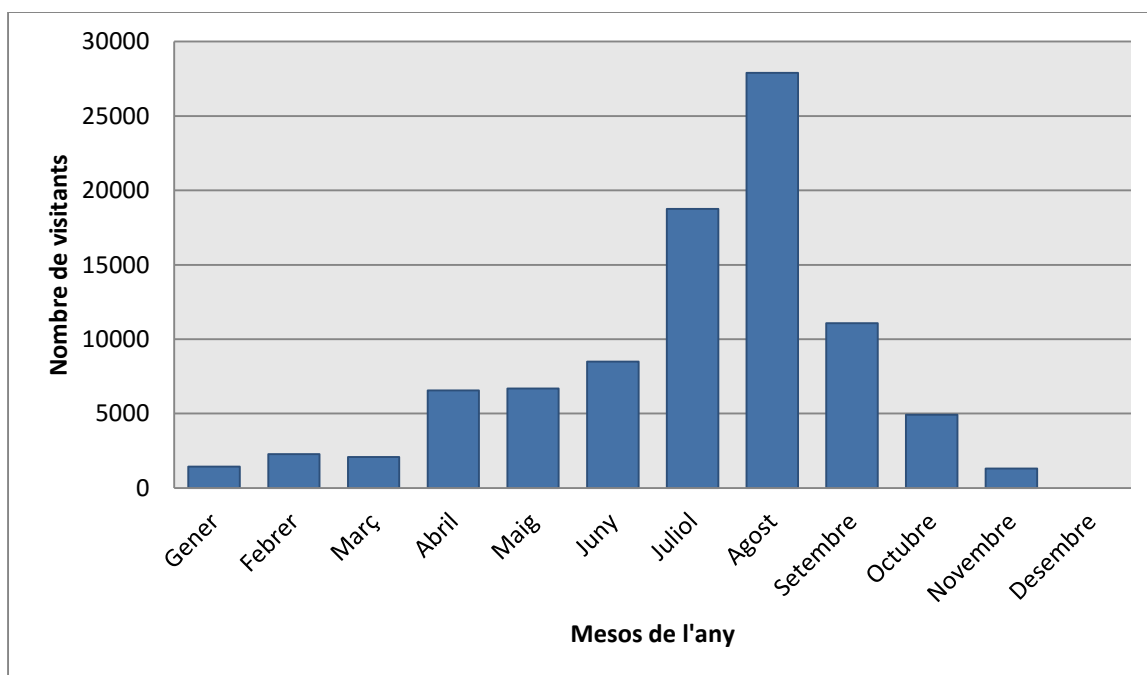
Amb la finalitat de realitzar una anàlisi completa del perfil de turista que rep el municipi, s'ha seguit l'estudi realitzat per Grijalvo (2012), en el que després d'entrevistar 2.170 subjectes i analitzar altres fonts d'informació rellevants, determina que:

- El mercat alemany el componen turistes amb edats compreses entre els 31 i els 45 anys, que viatgen amb amics i amb un baix nivell de fidelització a Roses.
- El català, motivat per la disponibilitat d'allotjament i possibilitat de descans, constitueix un gran percentatge del total de turistes, essent un mercat fidel a la destinació. La franja d'edat més comuna és de 31 a 45 anys.
- El turista procedent de l'estat espanyol es caracteritza per ser d'un perfil jove, que viatja en parella, tot i que també en família, i amb un nivell alt de repetició.
- El mercat francès constitueix un gran percentatge del total dels que visiten la destinació. La franja més habitual és la dels 31 als 45 anys. Aquests clients tenen un alt grau de fidelització amb la destinació ja que, a banda de ser amants del turisme de sol i platja, la proximitat amb la frontera esdevé un factor clau. L'esmentat segment sol viatjar en parella o en família i està interessat en l'oci nocturn, l'esport, la gastronomia i el comerç.

- El mercat holandès i el belga tenen unes característiques similars; la franja d'edat es situa entre els 46 i els 60 anys i la motivació principal és de caire familiar. La diferència més marcada entre ambdós mercats és la motivació del viatge, ja que el belga té un alt grau de repetició en la destinació, a diferència del primer.

A partir d'aquestes premisses se'n pot extreure la conclusió que la major part dels visitants són d'origen francès, català i espanyol, vist que constitueixen quasi el 80% del total. Una altra dada rellevant és el grau de fidelització, ja que d'una banda pot servir de referència per detectar nous mercats i, de l'altra, pot ser de gran ajuda en el moment de cercar noves estratègies per animar aquells mercats amb un baix grau de fidelitat.

Gràfic 2: Nombre de demandes ateses a l'Oficina de Turisme de Roses durant l'any 2015



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Oficina de Turisme de Roses.

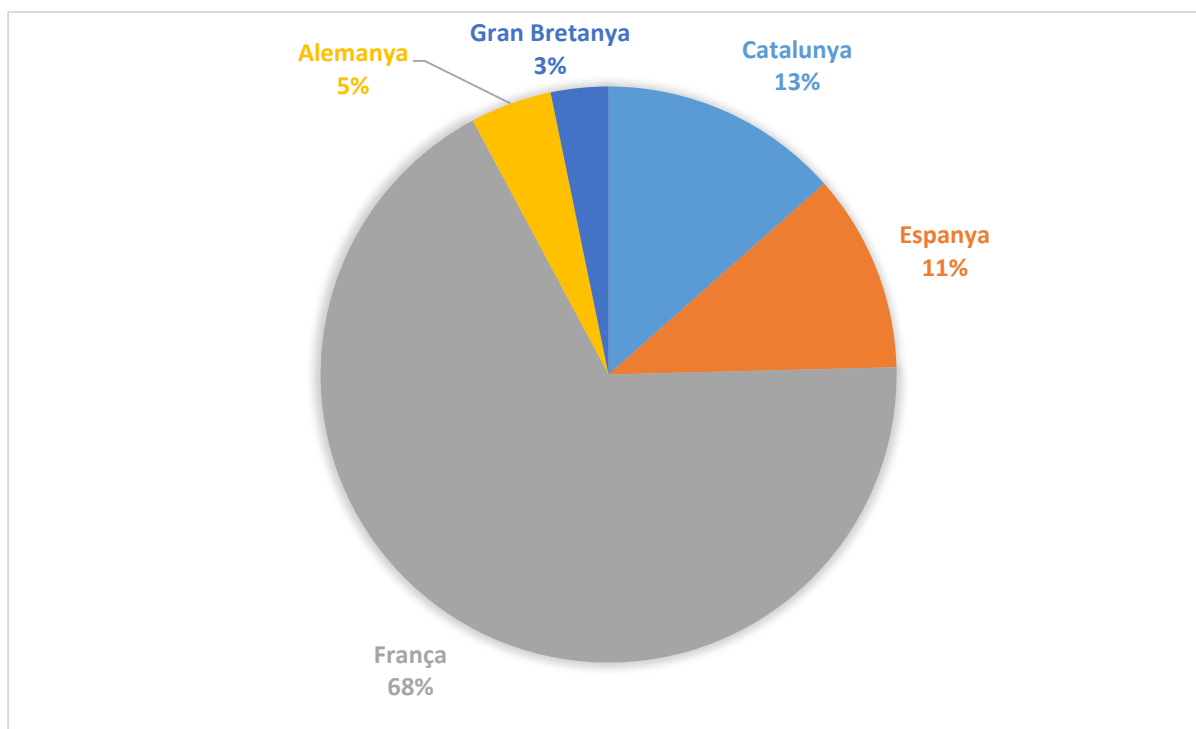
Si analitzem el nombre de visitants que rep l'Oficina de Turisme durant l'any, l'època on el flux és menys dens es comprèn entre desembre i març.

La resta de mesos, però, mostren un comportament oposat: a partir d'abril, el nombre de visitants augmenta exponencialment fins el mes d'agost, on s'arriba al pic màxim. Els mesos d'abril i maig esdevenen els primers mesos amb més afluència de l'any i serveixen per fer una

previsió per a la temporada d'estiu. Durant el mes de setembre, el nombre de turistes és important, tot i que va disminuint en les setmanes posteriors. Cal assenyalar que en dates significatives per al municipi, com són el Carnaval, la Setmana Santa o el Cap d'Any, el nombre de visitants augmenta considerablement.

Aquestes dades expliquen de manera gràfica el grau d'estacionalitat del municipi i fa plantejar-nos diferents estratègies per atraure turistes en altres èpoques de l'any. És important remarcar que aquestes dades, tot i que serveixen per donar a conèixer el nombre de visitants que rep l'Oficina de Turisme del municipi, no ens mostren la xifra total de turistes que visiten Roses.

Gràfic 3: Classificació dels visitants rebuts a l'Oficina de Turisme de Roses segons la seva procedència



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Oficina de Turisme de Roses.

Les últimes dades de la temporada que comprenen juliol i agost mostren un augment de l'arribada de turistes. Segons el recompte realitzat sobre el nombre de visitants a l'Oficina de Turisme, prop de 50.000 persones han estat ateses durant aquests dos mesos. Del total, un 63,7% eren de nacionalitat francesa, essent el perfil de visitant més habitual a Roses, seguit

dels catalans i dels visitants procedents de la resta de l'estat espanyol, que representen un 12,8% i un 11,8%, respectivament.

Durant l'any 2015 es va superar la xifra de 90.000 persones ateses a l'Oficina de Turisme, destacant per sobre de totes elles el turista francès, que va ultrapassar les 61.000, seguit del català, amb més de 12.000 visites, i el turisme espanyol, sobrepasant la barrera de les 10.000 persones. La resta de visitants es distribueixen entre països de la Unió Europea com ara Alemanya, països d'Europa de l'Est, Bèlgica, Holanda, Gran Bretanya, Itàlia i Portugal així com Suïssa, Noruega, Finlàndia i Suècia. Aquestes dades, tot i haver variat en comparació amb altres anys, són similars.

Taula 3: Percentatge d'ocupació mensual de les diferents tipologies d'allotjaments a Roses

% OCUPACIÓ	ANY2015		
	HOTELS	CÀMPINGS	APARTAMENTS HABITATGES TURÍSTIC i D'ÚS
GENER	62,46%	39,00%	-
FEBRER	49,65%	45,00%	15,83%
MARÇ	37,47%	24,43%	16,78%
ABRIL	45,71%	65,50%	25,57%
MAIG	57,26%	79,49%	23,45%
JUNY	62,42%	73,32%	34,20%
JULIOL	79,24%	53,68%	63,53%
AGOST	89,14%	77,44%	90,98%
SETEMBRE	76,00%	54,02%	51,58%
OCTUBRE	50,64%	44%	17,86%
NOVEMBRE	65,93%	34%	-
DESEMBRE	62,55%	38%	-

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Oficina de Turisme de Roses.

Tot i haver patit un mes de juliol dels més calorosos dels últims anys i un agost amb fortes precipitacions, aquesta temporada 2015 ha presentat un balanç lleugerament positiu pel que fa la xifra d'ocupació turística.

Com bé sabem, l'agost és el mes amb major nombre d'afluència a les diferents modalitats d'allotjament. Tal com es veu reflectit a la taula, es calcula que l'ocupació hotelera a Roses està al voltant d'un 80% en temporada d'estiu (compresa entre juny i setembre) i un 50% la resta de l'any, amb variacions en dates significatives com Carnaval o el Cap d'Any. Com es pot comprovar, els apartaments i els habitatges d'ús turístic tenen un període actiu de 9 mesos, la qual cosa comporta que, durant tres mesos, l'única oferta d'allotjament de la que disposen els visitants són alguns hotels i càmpings.

Valoració de Roses i el far a les xarxes socials

En aquests darrers anys s'ha produït una evolució del sector turístic i de l'oci gràcies a l'aparició de la Web 2.0. Mitjançant aquest nou model, apareix en escena el consumidor *adprosumer*, aquell que interactua directament a través de les xarxes socials i produeix contingut valuós que sovint genera tendències, a través d'opinions i suggeriments de serveis i productes. L'*adprosumer* influeix directament en la percepció i decisió d'altres usuaris i consumidors potencials, no només oferint el seu parer sinó compartint experiències a través de blocs, amb vídeos i fotos. Gràcies a aquesta eina, moltes destinacions han decidit innovar i ajudar-se de nous instruments per captar i fidelitzar clients, com és el cas de Roses.

Tripadvisor

Gràcies a les opinions i comentaris dels clients, la plataforma realitza un rànquing dels millors restaurants, hotels, empreses d'oci i d'altres entitats, influint així en els possibles consumidors en el moment de l'elecció.

El perfil de la destinació de Roses ha rebut fins a dia 03-07-2016 un total de 20.108 opinions i comentaris. Del total, 11.268 estan adreçades a restaurants, 6.180 a hotels, 1.131 són sobre qüestions d'oci i 304 sobre lloguers de vacances o apartaments. En aquesta plataforma s'han

compartit al voltant de 8.242 fotos sobre Roses i s'han realitzat 19 publicacions sobre temes diversos en el fòrum de la destinació.

Dins l'oferta de lleure que presenta la plataforma, trobem una classificació de les diferents tipologies d'atraccions segons l'ordre de rellevància turística. En primera posició hi trobem les visites guiades, que recullen un total de 15 opcions, juntament amb activitats a l'aire lliure. A continuació, trobem la categoria de recorreguts en vaixell i esports aquàtics, amb un total d'11. Els precedeix el segell de monuments i punts d'interès, on hi apareixen La Ciutadella, el Castell de la Trinitat i el Conjunt Megalític. Finalment hi destaquen altres categories amb menor rellevància com els parcs aquàtics, parcs i naturalesa, vida nocturna o museus.

Les millors opcions d'oci, segons el rànquing de *Tripadvisor*, són: La Ciutadella, el parc aquàtic Aquabrava, Cala Montjoi i el Castell de la Trinitat. D'altra banda, alguns dels recursos més valorats segons els clients de la plataforma són el Castell de la Trinitat, el Conjunt Megalític, la ruta del cap Norfeu, el Museu d'en Coll i altres activitats aquàtiques.

Després d'analitzar el perfil de Roses a *Tripadvisor*, no s'ha trobat cap referència al far de Roses com a element destacat a visitar.

Facebook

Facebook, és la xarxa social amb major nombre d'usuaris, tant a nivell espanyol com a nivell mundial. És per això que les destinacions han apostat per introduir-se en aquesta plataforma i treballar per augmentar-ne la seva visibilitat i arribar a usuaris potencials mostrant els atributs i activitats que ofereix el destí.

D'una banda, Roses disposa d'un perfil oficial, *Visit Roses*, amb 5.247 *likes*. Aquesta pàgina es gestiona des de l'Oficina de Turisme de Roses i hi figuren totes les dades referents a l'horari d'atenció, el número de telèfon i la localització de l'oficina principal de turisme de la vila. El perfil oficial penja cada dia un nou *post* amb diferents continguts i temàtiques segons conveniència. D'altra banda, existeixen diversos perfils de Roses com a destinació:

- Roses, Girona: 1.030 *likes* i 2.297 localitzacions
- Roses, Catalunya, Spain: 7485 *likes* i 56413 localitzacions
- Roses Girona: 63 *likes* i 1577 localitzacions

En aquests perfils de localització hi apareixen diferents apartats: llocs visitats per amistats, indrets més populars de Roses, llocs recomanats, propers esdeveniments a la localitat i ciutats rellevants pròximes. En darrer lloc, s'ha trobat un perfil sobre el Far de Roses, amb 7 *likes* i 136 localitzacions.

Actualment es poden veure moltes imatges del far en els perfils anomenats anteriorment, però no es promocionen amb l'etiquetatge. Això demostra que tot i l'interès que provoca, passa desapercbut degut a una manca de promoció i un perfil concret del recurs.

Instagram:

Instagram és una eina amb un nombre de seguidors que va augmentant dia rere dia, i no sembla que hagi d'aturar-se. L'èxit d'aquesta xarxa va tenir el seu inici gràcies a l'ús de consumidors particulars, però a mesura que ha passat el temps, s'hi han afegit altres perfils de consumidors: moltes destinacions han apostat per aquest nou mitjà a l'hora de promocionar el seu destí. Mitjançant els denominats *hashtags*, els usuaris es retroalimenten amb les imatges que publiquen i que permeten als altres poder cercar informació accedint al contingut.

En el cas de Roses, si cerquem el mot *Roses* a la xarxa social, trobem diverses paraules clau:

- *#visitroses*, amb 13,948 posts.
- *#aroses*, amb 18,065 posts.
- *#rosescostabrava*, amb 240 posts.
- *#rosescostabravacatalunya*, amb 5 posts.
- *#rosescostabravacatalonia*, amb 12 posts.

Sens dubte, el perfil rosinc més representatiu de Roses a les xarxes socials és *@visitroses*, que difon el *hashtag* *#visitroses*. Es tracta del conjunt de paraules creat des del perfil oficial de l'Ajuntament de Roses per tal de promocionar la destinació. El perfil compta amb total de 3440 *followers* i publica un *post* diari de diferents temàtiques. Llavors, través de la resta de xarxes socials, promociona la utilització del *hashtag*.

Troben altres *hashtags*, com *#inroses* i *#roses*, que mostren algunes fotos de la vila, tot i que amb un nombre més reduït de contingut.

En el cas del far de Roses trobem el següent:

- #elfarderoses, 5 posts
- #faroderoses, 9 posts.
- #faroroses, 1 post.

Pel que fa la presència del far de Roses en el perfil oficial *@visitroses*, de les 784 fotografies, només n'hi trobem 10 que estiguin relacionades amb el far (a dia 3 de juliol del 2016). Els *hashtags* utilitzats als peus de foto són *#Far* i *#Lighthouse*, entre d'altres.

Un cop realitzada la cerca de la presència de Roses i, concretament, del far a les xarxes socials podem extreure les següents conclusions:

- Com a destinació, Roses consta d'un posicionament idoni a les xarxes socials degut a la bona gestió dels seus perfils oficials.
- Pel que fa el far de Roses, es tracta d'un element poc fotografiat, gens promocionat i gairebé transparent, tot i que apareix relacionat en moltes fotografies de l'skyline de Roses a Instagram.
- El far no apareix com a lloc d'interès dins el recorregut turístic de la població a Tripadvisor.

3.2 Anàlisi del far de Roses

3.2.1 Context històric del far de Roses

El far de Roses va ser inaugurat l'1 de setembre de 1864, tot i que l'edifici data de 1847. L'edifici està situat a la Punta dels Blancals, també coneguda com a Punta de la Bateria, a sota del turó on es troba el Castell de la Trinitat o de la Poncella, i darrere el qual s'aixeca el Puig Rom. Si bé quan es va construir quedava una mica allunyat de la vila de Roses, actualment se situa enmig d'una zona ocupada per urbanitzacions turístiques, constituïdes per apartaments i alguns hotels. Tot i les condicions de l'entorn immediat, la carretera enganxada a la costa entre el far i el nucli de la vila, la presència del port i el Castell de la Trinitat voltat d'una àrea lliure, qualificada de parc urbà, fan que una àmplia zona al seu voltant estigui exempta d'edificacions. A poca distància es troba el Port de Roses, al que fa referència. La construcció del far forma part d'un pla general d'enllumenat de costes i ports que es va dur a terme durant el regnat d'Isabel II, tal com indica Rosespedia (2011).

La història del far es remunta a l'època medieval. Entre el 1300 i el 1500, la vila disposava d'un far en forma de torre situat on avui dia trobem les restes del Castell de la Trinitat. El castell, que data de l'any 1544 (s. XVI), va ser edificat sota el regnat de l'emperador Carles I com a complement essencial de La Ciutadella. Aleshores, el far servia per guiar la navegació costanera i vigilar l'arribada de possibles pirates a la badia. Des del 1554 fins a la construcció de l'actual, s'encenia un foc permanent de llenya a les ruïnes del Castell de la Trinitat.

La construcció de l'actual instal·lació es va iniciar l'any 1858, quan el govern de l'Estat va aprovar la redacció d'un projecte de construcció d'un far de quart ordre al golf de Roses. El projecte de l'enginyer Federico Peira Vildósola preveia un far a la punta de la Poncella i un camí de servei d'uns 2 Km per unir-lo amb el nucli urbà, tot i que és possible que l'enginyer J.M.Faquinetto fos l'autor del projecte. El pressupost de 213.633'30 rals va ser aprovat el 14 de gener de 1862 i les obres, adjudicades al barceloní Jacinto Mombriu, van començar el 15 de maig segons l'Arxiu Municipal de Roses.

L'edificació es va posar en funcionament el novembre del 1864, i el primer fet remarcable en la seva història va ser arran de la Guerra Civil, quan l'any 1937 l'edifici va ser ocupat militarment. La presència militar prop del far es va perllongar fins a finals de la dècada del 1950. El 1957 es va pavimentar el camí de servei posant fi als continus desperfectes ocasionats per la pluja i el vent.

Roses va ser la vila natal de tres torrers, tal com assenyala Moré (2007): l'esmentat Joan Buscarons Sala (Roses, 1855-Girona, 1926); Pere Ferrer Capdevila (Roses, 1827-Palamós, 1902); i Felip Trull Pujol (Roses, 1875-Palafrugell, 1970), la filla del qual, Eloïsa Trull Sanés, va ser la primera faronera d'Espanya, atès que va exercir com a torrera auxiliar interina el juny de 1930, mentre el ministeri no resolva la petició efectuada pel seu pare perquè "s'habilités provisionalment la seva filla per exercir funcions de torrera auxiliar". Altres torrers van ser Cosme Lablanca Manrique (en actiu el 1879), José María Escobar Riballas (en actiu del 1934 i fins el 1964), Felipe Peña Flores (des de 1965), Antonio Fernández Rodríguez (des de 1977 a 1990), i Ángel Mata Méndez (fins a l'extinció del faroner de Roses, l'any 1999).

Il·lustració 4: Far de la Punta de la Poncella de V. Fagnoli

Font: Servei de Gestió Documental, Arxius i Publicacions de l'Ajuntament de Girona.

<http://sgdap.girona.cat/fotoweb/Grid.fwx#Preview5>

Per tal de notificar a l'administració l'estat del far en cada moment, els torrers estaven obligats a portar al dia un total de vuit llibres: el d'ordres, el de servei, el de registre de comunicacions, el de fars a la vista, el de visites, el d'inventari, el d'observacions meteorològiques i el de comptes de recanvis. De tots ells, només es conserva un llibre d'inventari dels béns del far a l'Arxiu Municipal. Aquests documents servien per controlar i garantir l'estat de l'edifici i la seva funcionalitat i, amb cada canvi de faroner, s'havia de realitzar de nou un còmput de l'inventari.

Al llarg de la història, la gestió del far de Roses ha estat supervisada per diverses autoritats. Des del 1862, depenia de la *Jefatura Provincial de Obras Públicas*; l'any 1957 passa a dependre de la *Jefatura del Grupo de Puertos de Girona*. Més tard, el 1963, a la Junta Central de Puertos a través de la *Jefatura Regional de Costas de Cataluña*. Des del 1980 els fars gironins tornen a dependre de la *Delegación Provincial del Ministerio de Obras Públicas*. L'any 1992 el Ministeri d'Obres Públiques, a través de la *Ley de Puertos del Estado y de la Marina Mercante*, extingeix el cos de faroners i es traspasa la gestió dels fars a les autoritats portuàries dependents de l'ens *Puertos del Estado*.

3.2.2 Descripció de l'estructura

L'estructura està situada en un terreny en pendent que va des del turó del Castell de la Trinitat fins el mar. A l'àrea del far s'han creat 4 nivells topogràfics on s'hi diferencien diversos elements. El més elevat és la carretera d'accés, que ressegueix, aproximadament, les corbes de nivell. Des d'allà s'accedeix al principal, format per una gran esplanada, on se situen un aparcament exterior i el far, envoltat d'un espai lliure amb una tanca perimetral. Aquest punt dóna accés a uns nivells més baixos, on hi trobem l'antiga bateria i algunes construccions auxiliars. Finalment, a l'esglaió més baix, hi passa el camí de ronda.

Situat a l'esplanada tancada del primer nivell, el far és un edifici de planta baixa cobert amb terrat, exempt, de volum prismàtic, compacte, simple i simètric. En el centre d'aquest volum hi ha la torre circular amb la llanterna i l'òptica, envoltada per una estreta galeria exterior. Respon al model tipològic funcional i formal desenvolupat en les construccions de fars al segle XIX. L'edifici està format per dos cossos, un de forma rectangular amb 324m² i una torre de planta circular al centre de l'edifici, amb una altitud sobre el nivell del mar de 23'70 metres, i un esclat lluminós que arriba a les 12 milles de distància.

La façana està arrebossada i pintada de color blanc, amb sòcols, cantoneres, cornisa i emmarcaments de les obertures de marbre blanc. El color predominant als marcs i persianes de les finestres i a les portes exteriors també és el blanc. La torre, de marbre blanc, però pintada del mateix color. Tot és blanc, exceptuant la peça de remat de la torre, el balcó i els emmarcaments de la porta de sortida al terrat i les altres obertures. L'accés principal dóna al mirador que forma el recinte que l'envolta. Hi ha una altra entrada que dóna a un pati posterior.

L'edifici, de planta baixa, consta d'una terrassa superior que presenta una planta rectangular organitzada en tres crugies. La façana principal dóna al migdia i presenta la mateixa distribució tripartida que marquen les crugies.

S'observa la part central delimitada per uns ressalts verticals en forma d'encoixinat, que inclou la porta principal emmarcada per dues finestres. Als dos costats hi ha sengles panys de paret

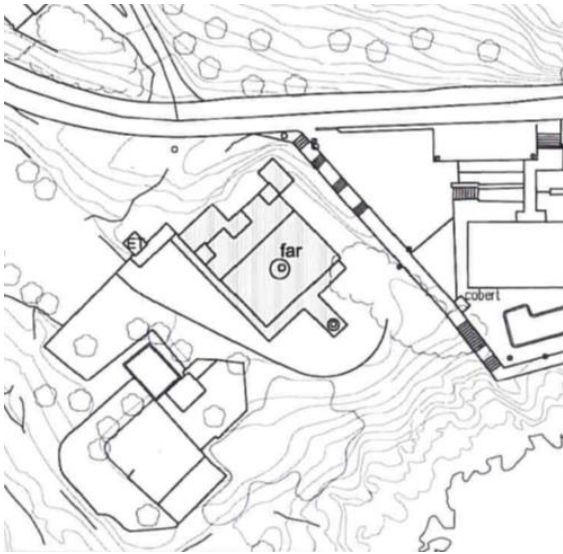
amb una finestra rectangular a cadascun. El coronament de l'edifici és una motllura que forma una cornisa sobre la qual hi ha instal·lada una barana correguda.

Al centre de la terrassa s'aixeca la torre. Al principi, la làmpada que permetia la il·luminació era d'oli, més tard fou de parafina i, a finals del segle XIX, era de petroli. L'enllumenat funcionava amb un aparell catòptic i una làmpada Maris de dos blens. L'electricitat s'hi va instal·lar l'any 1921 i es va dotar d'òptica fixa i bombeta de 500 Watts de potència, amb un sistema de rellotgeria per al llum, un transformador i un grup d'electrògens, tal com s'indica en el Pla Especial de Béns d'Interès (2015).

El model que va inspirar el seu disseny és el de l'arquitectura típica utilitzada en la construcció dels fars de la primera fase del "Pla d'Enllumenament" de la costa espanyola. L'edifici, concebut també per allotjar el faroner i la seva família, conserva l'estructura bàsica original i un espai de jardí. També formen part de les construccions originals tres petits cossos auxiliars amb coberta piramidal i separats de l'edifici professional per un pati tancat per reixats i un garatge. Hi ha dos menuts edificis annexos construïts posteriorment als edificis principals, amb una zona enjardinada al davant.

La freqüència és un senyal llarg de 6 segons i tres de curts d'1 segon de durada cadascun, amb ocultacions d'1,5 segons VidaMarinera (2011). El far es troba a 12,40 metres de distància de la superfície del mar, el seu punt lluminós és a una alçada d'11,30 metres i el seu focus lumínic, a 24 metres sobre el nivell del mar.

I·l·lustració 5: Plànol del Far de Roses



Font: Arxiu Municipal de Roses

I·l·lustració 6: Far de Roses



Font: Vidamarinera

3.2.3 Situació actual del far de Roses

Actualment el far és un edifici protegit pel Pla General amb un nivell B de protecció bàsica. Els objectes de protecció són la volumetria de l'edifici i la planta general, la morfologia exterior i els elements decoratius, el jardí situat davant la façana principal, l'espai delimitat per una tanca al voltant de l'edifici i la configuració tècnica de l'espai. Les intervencions que afectin els objectes de protecció i les ampliacions, si són possibles, necessitaran previ atorgament de la corresponent llicència municipal d'obres i l'informe favorable del Departament de Cultura de

la Generalitat de Catalunya amb caràcter preceptiu i vinculant. A més, té la catalogació de Bé Cultural d'Interès Local i queda inclòs en el Catàleg del Patrimoni Cultural Català d'acord amb la disposició addicional primera, punt 1, de la Llei del Patrimoni Cultural Català, per la Disposició Addicional Primera de Llei del Patrimoni Cultural Català (Llei 9/1993 de 30 de setembre, DOGC 11/10/93).

L'edificació és domini públic, per la qual cosa restarà al que disposa la normativa de costes, en especial al que s'especifica al PEU (Pla especial del catàleg de patrimoni, edifici i béns d'interès de Roses) amb l'Art. 46, d'acord amb els plànols d'atermenament de la zona marítima terrestre –ZMT (Brugès, 2015). Segons les condicions urbanístiques i de protecció com a bé d'interès cultural:

El Text Refós de les Normes Urbanístiques del Pla General d'Ordenació Urbana aprovat definitivament el 26.03.2003 i publicat al DOGC el 03.07.2003, que actualitza amb les modificacions aprovades fins al moment el Pla General d'Ordenació Urbana aprovat definitivament el 27.07.1993 i publicat al DOGC el 06.09.1993, conté les següents determinacions:

- La parcel·la en la qual es troba el far és classificada com a Sòl Urbà.
- La qualificació urbanística és D8, Sistemes, Equipaments i Dotacions, Serveis Tècnics.
- Les àrees de servituds marítimo-terrestres l'afecten parcialment. La parcel·la es troba parcialment inclosa en la zona marítimo-terrestre i en la zona de servitud de trànsit, mentre que l'edifici queda parcialment inclòs en la zona de servitud de protecció.
- S'inclou el far amb el núm. 41 en la Zona 18a – Edificacions i indrets d'especial interès històric i arquitectònic (art. 194-195 del Text Refós NNUU). En aquestes edificacions només es permeten obres de consolidació, conservació i millora.

A causa de la importància del recurs i del seu potencial atractiu, l'òrgan de govern competent ha realitzat a l'espai diverses actuacions de millora. La majoria de governs han apostat pel condicionament i obertura al públic d'aquest sector de Roses, dotat de gran singularitat i, per tant, s'han aprovat projectes com l'adequació del camí de ronda, que discorre des del mateix far fins a la platja de Canyelles, o la construcció d'una vorera que ha millorat l'accessibilitat fins

al far, amb vistes excepcionals sobre el port pesquer i la badia. Actualment, la part superior de la infraestructura fa la funció de senyalització marítima. Pel que fa el seu futur, és un tema que rau en la incertesa, ja que no hi ha unanimitat per part del govern per a una sola proposta.

Segons un article publicat per Vilà (2015), l'Ajuntament de Roses va rebre la concessió per un període de quinze anys amb possibilitat de pròrroga. Aquest atorgament permet l'ocupació de part de les instal·lacions del far per a la seva rehabilitació i explotació amb una superfície total de 670 m². Durant l'anterior govern, presidit per la senyora M. Casamitjana, es va plantejar un projecte que consistia en dividir la infraestructura en tres espais per a diversos usos: estaria dedicat a serveis de senyalització marítima, tindria la funció d'acollir una zona d'usos culturals polivalents i s'utilitzaria com a estació de recerca. Tot i l'afany per iniciar aquest projecte, van aparèixer algunes dificultats, entre elles, la concessió del far per poder realitzar la proposta.

L'any 2015, a causa d'un canvi de poder en el consistori i gràcies a la concessió per part de Ports de Barcelona, es va iniciar un nou projecte presidit per l'alcaldesa M. Mindan. La finalitat del pla és dotar el far d'un ús cultural, de lleure o de restauració. Tal com preveu el Pla d'Usos presentat per l'Ajuntament de Roses en la tramitació d'aquesta concessió, l'equipament passarà a comptar amb dos espais municipals, una zona destinada a usos culturals per a la difusió del patrimoni, i un altre per a la restauració. Aquests nous usos hauran de conviure amb l'àrea destinada a les funcions de senyalització marítima, espai en el que no hi ha hagut una cessió de l'ús.

Per a la posada en funcionament del nou equipament, el consistori es planteja desenvolupar dos projectes: el d'adequació de l'edifici als nous usos assignats i el d'ordenació de l'entorn i accessos. Ambdós podrien ser finançats pel mateix Ajuntament de Roses, que també es faria càrrec de les despeses de manteniment de la zona enjardinada que envolta l'espai. Els objectius d'aquest projecte, segons el Departament de Comunicació i Premsa (2015), són:

- Crear un "triangle patrimonial", format pel mateix far i el Castell de la Trinitat, i que es preveu ampliar amb l'espai de les instal·lacions de la depuradora de marisc.
- Destinar el far a la divulgació de la vinculació del municipi amb el món de la pesca i amb el seu entorn marítim.

Per tal de dur a terme aquest projecte, el consistori s'ha compromès a fer una inversió total de 500.000 euros per a l'adequació de l'edifici i l'ordenació del territori així com els accessos al recinte i al jardí i el manteniment de la resta d'espais. Al primer projecte, la millora de les instal·lacions podria comptar amb una inversió de 220.000 euros. Sense endinsar-nos en detalls intrascendents, podem afirmar que les dues propostes presentades per l'antic govern i l'actual contempen moltes de les recomanacions que s'esmenten en el present projecte per crear valor turístic.

3.2.4 Anàlisi de la potencialitat turística del far

En aquest apartat s'analitza el potencial que té el far per esdevenir un producte turístic a partir del model exposat en el marc teòric per la Guia local de valoració turística (2011). La idea central és analitzar aquelles variables que poden respondre a la pregunta que es planteja en aquest apartat: és possible que el far esdevingui un atractiu turístic a Roses? El primer pas a seguir és l'anàlisi dels criteris per determinar el nivell d'atractivitat del far.

Taula 4: Criteris per determinar el nivell d'atractivitat del Far de Roses

VALOR PATRIMONIAL	Esdevé un recurs amb un grau bàsic de protecció. Així doncs, segons el PEUC, el far no té un alt valor patrimonial.
SINGULARITAT	És un recurs amb moltes qualitats, entre elles, la seva singularitat local, l'originalitat i la seva peculiaritat respecte l'entorn i el seu marc històric, tot i que en podem trobar moltes altres.
IDENTITAT O AUTENTICITAT	És possible relacionar aquesta estructura amb la història marítima del poble. Esdevé un element genuí que caracteritza la imatge de Roses.
SIMBOLISME	Es considera que el recurs pot despertar l'interès pel lloc on es troba, la seva història i els seus atributs únics.

Font: Elaboració pròpia en base a la Guia local de valoració turística (2011).

Un cop observats els factors que influeixen en el nivell d'atractivitat, es dedueix que el resultat és positiu. Gràcies a la seva singularitat i el valor històric que el precedeix es pot considerar

que els seus atributs són adequats per atraure visitants. El següent pas és determinar els factors associats al nivell de viabilitat. En aquest punt, s'examina quins factors poden afectar directa o indirectament al recurs i si aquests poden condicionar el nivell d'operativitat. Es tracta d'un element que, en el marc de la destinació de Roses, pot suposar un atractiu turístic important. No serà el motiu de desplaçament principal, però sí que pot ser un element que contribueixi a enriquir l'experiència a Roses.

Taula 5: Criteris per determinar el nivell d'operativitat turística del Far de Roses

ACCESSIBILITAT	Per accedir al recurs hi ha diferents possibilitats: en cotxe, a través de la carretera del far, o a peu, pel camí de ronda. S'ha adaptat el camí per accedir al recinte tot i que l'espai destinat a l'aparcament necessita una rehabilitació important. En els mesos de més afluència turística seria necessari adaptar un altre espai per a la zona d'aparcament. També caldria realitzar un condicionament de les instal·lacions per tal de garantir l'accés a persones amb mobilitat reduïda.
PÚBLIC OBJECTIU	Un cop analitzada la demanda dels turistes que visiten Roses, la majoria d'ells són internacionals i nacionals de totes les edats.
CAPACITAT DE CÀRREGA	Segons un estudi tècnic realitzat per l'arquitecta Anna Albó Riera, a càrrec de l'Ajuntament de Roses, el nombre màxim de visitants que pot acollir el far són 129 persones.
COST I RENDIBILITAT DEL PROJECTE	El pressupost total serà de 500.000 euros i, en concret, 220.000 estaran destinats a la rehabilitació de les instal·lacions.
GESTIÓ	Per tal de garantir la correcta gestió de les instal·lacions i la protecció del recurs, és necessària la col·laboració de l'ajuntament. La funció principal d'aquest òrgan serà gestionar i planificar l'ús del recurs.

Font: Elaboració pròpia en base a la Guia local de valoració turística (2011).

L'últim pas a realitzar per determinar un resultat conclouent és establir uns nivells (baix, mitjà i òptim) que ens poden ajudar a posicionar els factors de viabilitat, atractivitat i potencial turístic del far. Pel que fa el nivell d'atractivitat, el nostre recurs es trobaria en el segon nivell, amb una valoració òptima que considera que el recurs és prou atractiu per visitar-lo si el turista es troba

a Roses o els seus voltants. L'anàlisi de l'operativitat del far demostra que val la pena crear valor turístic, ja que els resultats extrets la valoració dels diferents factors són suficients per tirar endavant el projecte i, en el marc del triangle patrimonial definit anteriorment, pren encara més rellevància.

3.3 Pla d'actuació turística

En aquest apartat s'analitzen les diferents propostes per poder aconseguir els objectius plantejats a l'inici del projecte.

Hi ha infinites combinacions possibles per crear un projecte d'èxit, tan sols cal cercar-les, estudiar-les i decidir quina és l'adequada. El far té un elevat potencial turístic tal com es manifesta en l'estudi de cas i, amb l'aplicació de les següents propostes, s'espera crear un projecte de futur. Els objectius del Pla de Dinamització s'han de basar en els següents valors transversals:

- ✓ Sostenibilitat i conservació del medi natural.
- ✓ Dinamització del territori i diversificació de l'oferta actual
- ✓ Valoració i satisfacció dels visitants.

Plantejament

Es tracta de confeccionar un projecte que asseguri el desenvolupament de diverses propostes, les doti de contingut, faciliti la seva gestió i doni suport a la creació d'un producte turístic, a través de la implicació de tots els agents. Aquest pla d'actuació esdevé un instrument de disseny del producte i una eina necessària per garantir una correcta gestió i l'èxit de la seva competitivitat.

Definició dels objectius

Objectiu 1: Crear un espai de rellevància turística a través de la rehabilitació del far i dels espais annexats per tal d'obtenir un indret singular on es realitzin propostes atractives per als locals i visitants.

Objectiu 2: Generar un espai de confluència local i turística. Apostar per la millora de la relació entre els diferents espais culturals de la localitat, així com generar sinergies entre els diferents actors promocionals de la localitat.

Objectiu 3: Creació de nous productes relacionats amb el passat històric de la població que permetin entendre la transformació de Roses en els darrers temps.

Objectiu 4: Autosuficiència financera del projecte.

Línies estratègiques

Línia estratègica 1: Millora de l'espai físic i continguts.

Acció 1.1: Rehabilitació de l'espai actual del far.

Acció 1.2: Espai museïtzat.

Acció 1.3: Espais de servei de bar i restauració.

Acció 1.4: Aplicació per a mòbils i tabletas "RosesLens".

Acció 1.5: Programa d'activitats educatives: música, concerts, navegar amb les estrelles.

Línia estratègica 2: Millora de l'accés al recurs.

Acció 2.1: Millora de la senyalització.

Acció 2.2: Millora de la línia regular que connecta el centre amb el far.

Acció 2.3: Acord amb Roses Express per realitzar parades al far.

Acció 2.4: Millora de la zona d'aparcament.

Línia estratègica 3: Crear relació entre espais vinculats.

Acció 3.1: Creació triangle patrimonial.

Acció 3.2: Creació Tiquet Roses Cultura.

Acció 3.3: Exposició a Ca l'Anita.

Acció 3.4: Creació visites guiades.

Línia estratègica 4: Comunicació i comercialització.

Acció 4.1: Eines de comunicació *off-line*.

Acció 4.2: Presència en xarxes socials i creació d'una pàgina web pròpia.

Acció 4.3: Altres eines de comunicació.

Acció 4.4: Campanya de sensibilització d'agents turístics de Roses.

Número	Títol	Línia estratègica	Objectiu
1	Rehabilitació de l'espai actual del far.	1	1
2	Espai far: contingut relacionat amb la pesca.	1	3
3	Servei de bar i restauració.	1	1 i 2
4	Aplicació per a mòbils i tabletas "RosesLens".	1	3
5	Programa d'activitats educatives: música, concerts, navegar amb les estrelles, població local .	1	3
6	Millora de la senyalització.	2	1
7	Millora de la línia regular que connecta el centre amb el far.	2	2
8	Creació d'una parada al far amb el Roses Express.	2	2
9	Millora aparcament .	2	2
10	Creació triangle cultural .	3	2
11	Creació Tiquet Roses Cultura.	3	2
12	Exposició a Ca l'Anita.	3	3
13	Creació visites guiades.	3	3 i 4
14	Eines de comunicació <i>off-line</i> .	4	4
15	Presència en xarxes socials i creació d'una pàgina web pròpia.	4	4
16	Altres eines de comunicació.	4	4
17	Campanya de sensibilització d'agents turístics de Roses.	4	2

A continuació s'incorporen 17 fitxes d'actuació:

LÍNIA ESTRATÈGICA 1: Millora de l'espai físic	
ACCIÓ 1.1	Rehabilitació del far
<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>L'estat actual de conservació del far no permet l'accés a visitants. Per garantir l'entrada al públic és necessari realitzar una inversió en la rehabilitació de la infraestructura i dels elements que l'envolten. En els darrers anys, s'han dut a terme diversos estudis per part de l'Àrea d'Urbanisme de Roses.</p> <p>Les àrees a rehabilitar són: la zona d'aparcament, la zona enjardinada, la façana del far i les instal·lacions interiors. Tal com es preveu en "Adequació per a usos culturals del far de Roses", el projecte de rehabilitació del far no contempla l'opció d'afegir altres elements històrics dins del recinte. És per aquest motiu que es proposa incorporar un conjunt peces relacionades amb la història pesquera de la població: una àmfora, una barca tradicional i una xarxa d'arrossegament, així com altres estris emprats en la pesca artesanal.</p> <p>Els elements es col·locaran a la zona que actualment ocupa el jardí i es distribuïran de manera ordenada al lloc on hi ha l'antiga bateria. Aquest espai queda perfectament delimitat per murs de pedra i constitueix un mirador orientat perpendicularment, en direcció SE, respecte al recinte al voltant del far.</p>
Resultats esperats	Augment i satisfacció dels visitants, millora de l'aspecte global del recurs.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses i Confraria de Pescadors de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Serà necessari que la Confraria de Roses aporti els elements a distribuir i que Rosersa procedeixi a gestionar l'espai de col·locació dels mateixos tal com es preveu en la descripció de l'actuació.

LÍNIA ESTRATÈGICA 1: Millora de l'espai físic	
ACCIÓ 1.2	Espai far: contingut relacionat amb la pesca
Descripció de l'actuació	<p>Gràcies a l'estreta relació del far amb el món de la pesca, es proposa la instal·lació de diferents plafons virtuals. Aquests suports serviran perquè els visitants descobreixin les diferents tècniques emprades en la pesca i s'introdueixin en la història pesquera de Roses. Tot el contingut exposat pretén introduir aquest complex món i recuperar part del patrimoni històric de la població.</p> <p>L'espai, juntament amb altres plafons que es distribuïran per l'interior del far, crearan un espai museïtzat del que podran gaudir des dels més menuts fins els adults. Tots els expositors estaran disponibles en cinc llengües: català, castellà, francès, anglès i alemany.</p> <p>Tal com s'ha introduït en l'acció 1.2, es pretén recuperar embarcacions com a elements històrics i etnogràfics. Aquestes peces estaran acompanyades per panells informatius, on els visitants podran entendre el seu ús i la seva història.</p>
Resultats esperats	Augment de la satisfacció del client.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Es requereix la contractació de serveis informàtics per implantar els diferents plafons interactius. També cal la col·laboració de la Confraria de Roses per cedir el material i la de Rosersa, per a la seva col·locació. És imprescindible la contractació d'una persona encarregada de crear el contingut a visualitzar i un traductor.

LÍNIA ESTRATÈGICA 1: Millora de l'espai físic	
ACCIÓ 1.3	Servei de bar i restauració
Descripció de l'actuació	<p>L'oferta gastronòmica d'aquestes terres és molt diversa, ja que ofereix tota mena de plats elaborats amb productes de primera qualitat, procedents de la comarca i amb Denominació d'Origen. A més a més, la cuina de Roses es caracteritza per la seva varietat de productes, típicament mediterranis. Es tracta d'àpats tradicionals en l'elaboració però fets amb productes selectes, ja que té com a base principal el peix fresc de la badia. L'especialitat per excel·lència de la gastronomia rosinca és el suquet de peix, la veritable essència d'aquest poble de pescadors.</p> <p>Aprofitant l'àmplia oferta gastronòmica de Roses, es proposa crear un servei de bar i restauració a la zona enjardinada. Aquest oferirà plats amb productes de Kilòmetre 0, seguint les receptes tradicionals rosinques. Alhora, es proposa introduir el far en l'oferta actual de la població com al Viumúsica, dins de la promoció de la Ruta de les Tapes, en les diverses jornades gastronòmiques que es realitzen o en el turisme MICE com a espai singular.</p> <p>Aquest servei no serà gestionat directament pel projecte sinó que, mitjançant un concurs, s'oferirà a canvi d'un lloguer mensual. Així, el servei de bar i restauració servirà per finançar la resta de serveis que s'oferiran al bar i serà una de les bases econòmiques del projecte.</p>
Resultats esperats	Promocionar la gastronomia catalana i, especialment, la de Roses, atraure nous clients internacionals i locals i incentivar l'ús de productes de KM 0. Aquest servei constituirà una font d'ingressos important per al desenvolupament de l'activitat econòmica del far.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses. Concretament, l'Àrea de Cultura i Festes.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Per tal de dur a terme aquesta acció, és necessària l'actuació de l'Ajuntament de Roses a l'hora de posar en marxa el projecte d'integració del far, que es trobarà dins de l'entramat d'activitats que es duen a terme en el municipi, juntament amb els responsables del far.

LÍNIA ESTRATÈGICA 1: Millora de l'espai físic	
ACCIÓ 1.4	Aplicació per a mòbils i tabletas "RosesLens"
Descripció de l'actuació	<p>L'aparició de les noves eines tecnològiques ha canviat radicalment la manera en què ens comuniquem i relacionem els uns amb altres, creant una forma de comunicació horitzontal i multidireccional. Les conseqüències de l'aparició de les TIC són evidents i aporten una nova forma de comercialitzar i promocionar.</p> <p>Aquesta aplicació per a mòbils i tabletas anomenada <i>RosesLens</i>, ens permet visualitzar l'estat en què es trobava el far en diferents èpoques. L'aplicació utilitza la realitat augmentada per comprovar com eren i com són els diversos punts històrics de Roses. Aquest viatge al passat pretén complementar l'actual oferta turística, posant en context els visitants de la destinació gràcies a reculls fotogràfics.</p> <p>L'opció més interessant, a banda de superposar la imatge antiga amb l'actual i jugar amb les transparències per veure els canvis i l'evolució de la destinació, és sens dubte el fet que l'aplicació ens envia una notificació quan estem a prop d'una localització mitjançant una fotografia emmagatzemada en la seva base de dades. Així, podrem observar els canvis soferts al llarg de les dècades.</p>
Resultats esperats	Creació de contingut a les xarxes socials, augment de la satisfacció dels usuaris i turistes del far.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses, Arxiu Municipal de Roses i empresa privada.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Per crear aquesta aplicació es contractarà una empresa en telecomunicacions. Des de l'Arxiu Municipal de Roses es farà un recull fotogràfic dels diferents punts històrics de la població.

LÍNIA ESTRATÈGICA 1: Millora de l'espai físic	
ACCIÓ 1.5	Programa d'activitats educatives
Descripció de l'actuació	<ul style="list-style-type: none"> • A la recerca de l'àncora: activitat lliure adreçada a famílies amb nens. • Taller de navegació: taller educatiu sobre les diferents metodologies de navegació. • Taller pesca'm!: taller educatiu sobre les diferents espècies i tipologies d'animals marítims que habiten a la Costa Brava. • Acadèmia pirata: activitat per a la temporada d'estiu on petits grups de nens poden realitzar diferents activitats relacionades amb la pirateria. • El misteri del tresor: joc d'endevinalles per a tota la família.
Resultats esperats	Satisfacció dels visitants i proporcionar un valor afegit a la visita del far.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Per crear aquest programa d'activitats es necessita contractar guies i animadors infantils. Per tal de crear les diferents propostes educatives, es contractarà una empresa especialitzada en els sectors de l'educació i l'oci.

LÍNIA ESTRATÈGICA 2 : Millora de l'accés al recurs	
ACCIÓ 2.1	Millora de la senyalització
Descripció de l'actuació	<p>Tot i que sovint la senyalització dels recursos turístics passa desapercebuda, és tracta d'un element imprescindible per al visitant que no està familiaritzat amb el lloc. La clara identificació dels atractius és essencial a l'hora de facilitar la recerca, sobretot d'aquells que apareixen en el mapa turístic i en el material promocional. Tanmateix, aquests senyals ajuden a millorar l'aspecte global del recurs.</p> <p>Per tal de millorar l'actual sistema de senyalització de la localitat, s'estudia col·locar diversos panells direccionals per arribar al far i al Castell de la Trinitat. Actualment, Roses disposa de tres d'aquests panells per facilitar l'arribada al castell. Actualment, tan sols n'hi ha un que informi de la direcció a seguir per arribar al far, situat a la Gran Via.</p> <p>És molt important proveir a locals i visitants d'una bona senyalització des de les dues entrades que disposa el municipi. A causa de la importància d'una correcta ubicació dels senyals, es vol incrementar el nombre de panells direccionals fins a sis. Aquests panells estaran distribuïts en diferents punts estratègics, com la Carretera del far, l'Avinguda de Rhode i l'Avinguda de la Cuana.</p>
Resultats esperats	Augment i satisfacció dels visitants i millora de l'aspecte general del far.
Àmbit d'actuació i Identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Serà necessari que Rosersa s'encarregui de col·locar els panells que prèviament s'hauran encomanat a l'empresa pertinent. Aquests elements seguiran les mateixes característiques físiques i tècniques de la resta de panells informatius o direccionals que hi ha a la localitat.

LÍNIA ESTRATÈGICA 2: Millora de l'accés al recurs	
ACCIÓ 2.2	Millora de la línia regular que connecta el centre amb el far
Descripció de l'actuació	<p>Roses disposa d'una línia regular d'autobús que recorre tota la vila. Durant l'època d'estiu el nombre de parades de la línia s'incrementa exponencialment, fet que permet que turistes i visitants es traslladin d'una banda a l'altra amb mitjans de transport públic. Al llarg d'aquest període, l'empresa Viñolas posa en funcionament un servei que uneix Santa Margarita, Canyelles Petites i l'Almadrava amb el nucli urbà. Aquesta situació però, canvia radicalment la resta de l'any, ja que es disminueix notablement el nombre de parades i la disponibilitat horària.</p> <p>Per mirar de garantir el transport de visitants i locals al far, es proposa crear una parada addicional, tant en temporada alta com en temporada baixa, en els diferents trajectes del bus que passa davant del far. A més, es proposa augmentar la freqüència de busos en aquesta zona en horari d'estiu i hivern, ja que aquests punts de la localitat es veuen aïllats del centre del nucli urbà com és el cas de Canyelles Petites i l'Almadrava.</p>
Resultats esperats	Augment i satisfacció dels visitants.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses, Sarfa i Viñolas.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	L'Ajuntament de Roses haurà d'adequar un espai al far, al costat de la carretera, per tal de permetre als usuaris baixar de l'autobús.

LÍNIA ESTRATÈGICA 2: Millora de l'accés al recurs	
ACCIÓ 2.3	Creació d'una parada al far amb el Roses Express
Descripció de l'actuació	<p>Roses disposa d'un atractiu singular com és el tren Roses Express. Aquest servei disposa de diverses parades a tot el municipi que permeten als visitants gaudir d'una excursió per tota la vila.</p> <p>El tren Roses Express realitza una sèrie recorreguts durant tot el dia a diferents indrets de Roses. A causa de la gran demanda que genera aquest servei, es creu adequat proposar la creació d'una parada al far de Roses per a aquells visitants que ho desitgin. Es tracta de pactar amb l'empresa una aturada d'uns 15 minuts per als usuaris que ho desitgin o la possibilitat d'enllaçar diferents trens segons les arribades i baixades de turistes del tren.</p>
Resultats esperats	Increment dels visitants al far i increment de la valoració dels clients del Roses Express.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses i Roses Express.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	És necessària la instal·lació d'un panell informatiu sobre la parada del Roses Express, utilitzant l'espai proposat en l'anterior actuació.


LÍNIA ESTRATÈGICA 2: Millora de l'accés al recurs	
ACCIÓ 2.4	Millora de la zona d'aparcament
Descripció de l'actuació	<p>El Far de Roses disposa d'una petita zona d'aparcament situada al primer nivell topogràfic. Aquest espai sense asfaltar és insuficient per garantir lloc a un gran nombre de vehicles.</p> <p>Així doncs, es proposa ampliar la zona d'estacionament amb l'actual aparcament del castell i/o amb l'espai de les instal·lacions de la depuradora de marisc, depenent dels procediments tècnics necessaris per dur a terme l'acció.</p>
Resultats esperats	Satisfacció dels clients.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Per tal d'ampliar l'actual zona d'aparcament és vital que l'Ajuntament de Roses contracti una empresa externa per realitzar l'adequació de l'espai.

LÍNIA ESTRATÈGICA 3: Crear relació entre espais vinculats	
ACCIÓ 3.1	Creació d'un triangle cultural
Descripció de l'actuació	<p>La incorporació del far com a nou equipament cultural permetrà la creació d'un <i>"triangle patrimonial"</i>, format pel mateix far, el Castell de la Trinitat i la Ciutadella. Aquesta fórmula pretén originar un flux cultural que aporti un major nombre de visitants als diferents espais culturals de Roses.</p> <p>Per crear sinergies entre els diferents espais culturals que ofereix la població, es proposa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incloure <i>links</i> directes a la pàgina web oficial del far que relacionessin els diferents portals dels recursos turístics més importants. • Oferir reserves de visites a través del portal i promocionar els diferents espais a través de les xarxes socials oficials. • Crear visites culturals interrelacionades com el cas de Ca l'Anita. • Creació del Tiquet Roses Cultura.
Resultats esperats	Augment del nombre de visitants als diferents recursos del triangle cultural.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	En aquest cas cal crear una pàgina web eficient, així com desenvolupar una correcta gestió de les xarxes socials oficials del far.

LÍNIA ESTRATÈGICA 3: Crear relació entre espais vinculats	
ACCIÓ 3.2	Creació Tiquet Roses Cultura
Descripció de l'actuació	<p>Atès al gran nombre de recursos culturals de rellevància turística, Roses proposa crear un tiquet que, amb un preu reduït, permeti als visitants descobrir tots els atractius turístics de Roses.</p> <p>Es proposa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un tiquet per fer més atractiva la seva adquisició i permetre al visitant de conservar-lo com a <i>souvenir</i> de les visites. • Oferir un val de descompte del 40% en la visita guiada del Castell de la Trinitat o de la Ciutadella de Roses amb una validesa màxima de 48 hores. • Com que l'entrada al far és gratuïta, aquest tiquet només es donarà en el cas de realitzar visites guiades.
Resultats esperats	Augment del nombre de visitants i proporcionar un valor afegit a l'actual promoció.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Per tal de promocionar aquest servei és necessària la col·laboració de tots els agents turístics implicats, així com del consistori, que facilitarà les eines necessàries per fer-ne difusió a través de l'agenda mensual.

LÍNIA ESTRATÈGICA 3: Crear relació entre espais vinculats	
ACCIÓ 3.3	Exposició a Ca l'Anita
Descripció de l'actuació	<p>Des de l'any 2015, Ca l'Anita acull un gran nombre d'exposicions i tallers de temàtiques diverses per a tots els públics. Gràcies a la gran acollida que ha rebut aquesta sala, es contempla crear una exposició que estigui relacionada amb la història pesquera de Roses i amb tots els elements marítims que es disposen a la localitat, incloent-hi altres monuments com la Ciutadella o el Castell de la Trinitat.</p> <p>És important destacar que aquesta exposició estaria oberta a tots els públics i es plantejarien tallers per a totes les edats en dates puntuals. Cal esmentar que les exposicions que es duguin a terme a Ca l'Anita seran complementàries a les del centre d'interpretació del far.</p>
Resultats esperats	Creació de valor afegit, dinamització de Ca l'Anita i augment del nombre de visitants al far i a la resta de recursos culturals.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Com que la gestió de Ca l'Anita és pública, cal que des de l'organització del Departament de Cultura de l'Ajuntament es dugui a terme un projecte de recollida d'imatges i altres elements de suport per fer possible l'exposició.

LÍNIA ESTRATÈGICA 3: Crear relació entre espais vinculats	
ACCIÓ 3.4	Creació visites guiades
Descripció de l'actuació	<p>Dins de l'oferta cultural del far, es proposa la creació de diferents visites guiades per a tots els públics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Navegar amb les estrelles: visita nocturna per observar el paisatge estel·lar i la seva funció en la navegació. És una visita per a famílies i amants de l'astronomia, acompanyada d'una copa de cava. • Llegendes de mar endins: visita adreçada a compartir llegendes i històries de pescadors on s'oferirà una copa de cava. • Visita teatralitzada: representació teatral de la història pesquera de Roses, de la mà d'un pescador, que s'acompanyarà amb un tast d'anxoves de Roses. • Visites escolars: per tal d'atraure el públic jove local es duran a terme sessions documentals per a les escoles i instituts de Roses. • Roses marinera: conjunt d'activitats per a escolars relacionades amb el món de la pesca a Roses. <p>Cal destacar la importància de les visites guiades, ja que seran una de les fonts de finançament principal del projecte.</p>
Resultats esperats	Augment de la satisfacció del client, satisfacció de tots els segments d'usuaris.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	És necessària la contractació de guies experts per dur a terme les diferents activitats guiades.

LÍNIA ESTRATÈGICA 4: Comunicació i comercialització	
ACCIÓ 4.1	Eines de comunicació <i>off-line</i>
<p>Descripció de l'actuació</p>	<p>Tot i que la comunicació <i>on-line</i> pren cada vegada més importància, cal no oblidar que sovint la comunicació <i>off-line</i> és tant o més efectiva que l'anterior. És per això que, per intentar atreure el màxim nombre de visitants possible, es proposen les següents accions:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Roses disposa d'una agenda mensual que es reparteix en tot el conjunt d'empreses del servei turístic. Es pretén incloure totes les activitats que es duen a terme al far dins l'agenda mensual, amb un logotip del far al costat. • També es proposa que durant els mesos d'estiu es penguin diferents cartells promocionals dels esdeveniments, activitats i visites guiades que es realitzen en el far. • Fixar diverses banderoles publicitàries durant els dos mesos d'estiu, repartides en diverses zones transitades del municipi, com el passeig marítim. Pintar icones i frases al terra per tal de guiar el turista fins al far i crear així una gimcana. • Incloure publicitat del far en diaris i setmanaris comarcals, locals i alemanys o francesos com <i>Costa Live</i> o <i>Amigos</i>, els quals tenen un gran nombre de lectors. • Utilitzar la ràdio per promocionar els diferents esdeveniments, espectacles i sortejos. 
Resultats esperats	Augment del nombre de visitants.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses.

Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Per fer possibles les diferents eines de comunicació, és necessària una col·laboració directa amb l'Àrea de Festes de l'Ajuntament i amb els diferents mitjans de comunicació esmentats. Alhora, és imprescindible la contractació d'una empresa privada que realitzi la impressió de les banderoles i la creació de la icona que posteriorment col·locarà Rosersa.
--	---

LÍNIA ESTRATÈGICA 4: Comunicació i comercialització

ACCIÓ 4.2	Presència en xarxes socials i creació d'una pàgina web pròpia
Descripció de l'actuació	<p>Si tenim en compte l'augment de turistes que contracten els serveis turístics via Internet i que aquest és el mitjà més utilitzat per conèixer les destinacions, es proposa la creació d'un portal web.</p> <p>Un primer pas per realitzar l'acció seria el d'organitzar la informació, el contingut i les imatges del portal amb un disseny pràctic i atractiu, on el contingut visual fos la tònica dominant.</p> <p>També es podria contemplar la possibilitat d'oferir reserves de visites a través del portal, on inclouríem <i>links</i> directes que relacionessin els diferents portals dels recursos turístics més importants. Hi hauria també el telèfon de contacte, el correu electrònic i l'enllaç de tots els perfils oficials de les xarxes socials del far de Roses.</p> <p>Avui dia, les xarxes socials tenen un paper molt rellevant en l'experiència del viatge, tant a priori com a posteriori. Després d'analitzar-les en profunditat, hem determinat que el far de Roses és un element invisible al món 2.0. Per aquest motiu, es preveu crear un perfil oficial del far a les xarxes socials més utilitzades. Els continguts principals serien fotos, concursos i la promoció d'esdeveniments i de la destinació. Tota la informació estaria disponible en cinc llengües: català, castellà, francès, anglès i alemany.</p> <p>La prioritat és centrar gran part del procés de comercialització en la utilització de les xarxes socials, ja que tenen un alt grau de difusió i permeten una promoció gratuïta. Per això, es plantejarà promocionar el <i>hashtag</i> #elfarderoses i posar-lo en cadascun dels <i>post</i> dels diferents perfils oficials del far. A causa del gran nombre de blocs, pàgines web i perfils en xarxes socials dedicades al món dels fars, es planteja la possibilitat de citar i col·laborar habitualment amb alguns d'ells. El bloc és una eina molt útil i versàtil, a la que li podem donar molts usos comunicatius.</p>

	Com que l'objectiu és promocionar i donar a conèixer el producte turístic, utilitzarem una nova tècnica per aconseguir contingut i fidelització del client. Es tracta del <i>PhotoTag</i> , una aplicació basada en la utilització d'una càmera d'un sol ús que passa per diferents mans fins exhaurir el carret. Després, les fotos són pujades diàriament a les diferents xarxes socials, on els usuaris que les han creat poden fer-ne el seguiment i etiquetar-se com a autors. Aquesta proposta té com a objectiu final crear un apartat interactiu dins la pàgina web per seguir en viu l'estat de la càmera en cada moment.
Resultats esperats	Satisfacció dels usuaris i promoció del recurs i la destinació.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local :Ajuntament de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Es necessita la contractació d'un empleat amb un gran domini de les xarxes socials. La creació de pàgines web aniria a càrrec de l'Ajuntament de Roses.

LÍNIA ESTRATÈGICA 4: Comunicació i comercialització

ACCIÓ 4.3	Altres eines de comunicació
Descripció de l'actuació	<p>Tal com s'ha esmentat en l'acció 1.4, hi ha un ampli camp d'aplicació de les eines tecnològiques en el món de la comunicació. D'aquestes noves eines, ens proposem centrar l'atenció en el <i>Geocaching</i>, el <i>Triporg</i> i <i>Wikilok</i>.</p> <p>En primer d'ells, el <i>Geocaching</i>, és un joc a l'aire lliure de cerca de tresors al món real, amb l'ajuda de dispositius GPS. Els participants han d'ubicar-se en unes coordenades específiques i, un cop a lloc, intentar trobar-hi el <i>Geoamagatall</i> ocultat per altres jugadors. Per tal de localitzar aquests objectes, es publiquen les coordenades de cadascun d'ells a la pàgina web www.geocaching.com. La majoria de monuments culturals de Roses ja disposen d'una localització <i>Geocaching</i>, ja que ofereix una experiència única per a tots els públics.</p>

	<p>Cada dia, milers d'aplicacions destinades a la satisfacció de les necessitats dels turistes surten al mercat. Aquest és l'exemple de <i>Triporg</i>, una aplicació que va ser guardonada amb el premi a la Millor Aplicació Turística Internacional de Guia de Destí de l'<i>App Tourism Award</i> de 2015. Triporg permet als usuaris personalitzar el seu viatge en funció del temps disponible i els seus interessos. És per això que es proposa col·laborar amb aquesta aplicació, per introduir Roses i el far dins del seu catàleg de ciutats, ja que actualment no hi apareix.</p> <p>En darrer lloc, es proposa crear una ruta <i>Wikilok</i> pels diferents fars que engloben la costa catalana i, concretament, l'Alt Empordà. A través d'aquesta aplicació es busca promocionar un itinerari per a amants del senderisme i dels fars per descobrir aquestes magnífiques infraestructures, sovint acompanyades d'espectaculars paisatges.</p>
Resultats esperats	Augment del nombre de visitants i augment de les expectatives d'aquests.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	És necessari col·laborar amb les aplicacions esmentades, crear un itinerari per a <i>Wikilok</i> i imaginar diferents amagatalls per al <i>Geocaching</i> . Per realitzar el recorregut de <i>Wikilok</i> es durà a terme una col·laboració amb les entitats gestores dels fars.

LÍNIA ESTRATÈGICA 4: Comunicació i comercialització	
ACCIÓ 4.4	Campanya de sensibilització d'agents turístics de Roses
Descripció de l'actuació	<p>Roses disposa d'un ampli ventall d'activitats, ofertes tant per agents públics com per agents privats. Per tal d'augmentar la difusió d'aquestes, que es realitzen a Roses i, concretament al far, es proposa incorporar un seguit de sessions informatives per als diferents agents d'intermediació.</p> <p>Les sessions estaran dirigides per l'Ajuntament de Roses, amb l'objectiu de difondre la gran multitud d'atractius de què disposa la destinació, amb especial atenció al far. El bon coneixement de l'oferta permet tant a hotels, bars, restaurants i tot tipus d'agents turístics informar els seus clients de les diverses opcions d'oci que hi ha a la seva disposició.</p> <p>En aquestes sessions es distribuirà informació pràctica per als agents del far i altres recursos per tal d'ajudar i guiar els turistes que ho demanen. Amb aquesta campanya de sensibilització, es busca formar aquells agents que es troben en contacte directe amb els visitants i proporcionar-los els coneixements necessaris per poder assessorar-los sobre els diferents recursos.</p>
Resultats esperats	Augment de la satisfacció dels clients i promoció de les activitats que es duen a terme a Roses i, especialment, al far. Increment de la participació en activitats dutes a terme al far i a altres recursos.
Àmbit d'actuació i identificació dels actors responsables	Local: Ajuntament de Roses i agents turístics com establiments d'allotjament i restauració i empreses d'activitats.
Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris	Les sessions informatives es duen a terme a l'Àrea de Promoció Econòmica, situada al Carrer de Madrid, 1.

Sistema i implementació d'indicadors de seguiment

Els indicadors de gestió, en l'actualitat, tenen un paper molt rellevant, tant en l'àmbit privat com públic, ja que ens faciliten la visualització dels resultats previstos. Aquests indicadors han de ser clars, mesurables, senzills i fàcils d'obtenir. Així doncs, s'han seleccionat una llista d'indicadors clau, conjuntament amb la metodologia de recollida de dades necessària en cada cas, per analitzar els resultats dels indicadors i extreure'n conclusions categòriques.

Tipologia de servei	Indicadors	Metodologia de recollida de dades per analitzar indicadors
Qualitat del recurs	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de visitants. • Satisfacció dels usuaris. • Edat dels visitants. • N° de queixes i reclamacions. • Millora de la imatge de Roses. • Acompliment de les expectatives dels visitants. • Repetició dels usuaris. • Qualificació obtinguda en revistes i guies de turisme. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Enquestes de satisfacció. ✓ Registre de dades. ✓ Registre de queixes i reclamacions. ✓ Mencions sobre el far en mitjans de comunicació.
Qualitat de les activitats	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacció dels usuaris. • N° de queixes i reclamacions. • Fidelitat dels usuaris. • Col·laboracions escoles. • Beneficis econòmics de les activitats participatives. • Nombre de participants en les diferents activitats. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Enquestes de satisfacció. ✓ Registre de dades. ✓ Contractes amb escoles. ✓ Resultats econòmics de l'activitat. ✓ Nombre de participants en les activitats.
Qualitat de les visites guiades	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'usuaris. • Nombre de queixes i reclamacions. • Repetició de les visites. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Enquestes de satisfacció.

		✓ Resultats econòmics de les visites.
Qualitat servei bar/restauració	<ul style="list-style-type: none"> • Vendes per clients. • Nombre de clients perduts. 	✓ Resultats econòmics de l'activitat.
Comunicació	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de seguidors a les xarxes socials. • Nombre de <i>likes</i> i seguidors al <i>Facebook</i>. • Nombre de <i>posts</i> nous amb el <i>hashtag</i> #elfarderoses. 	✓ <i>Google Adwords</i> , <i>TweetReach</i> , <i>Klout</i> i altres mètodes per analitzar la nostre influència a les xarxes socials.
Marxandatge	<ul style="list-style-type: none"> • Resultats facturació mensual. • Productes nous/any. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Base de dades de vendes. ✓ Anàlisi financera.
Distribució	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de visitants. • Nombre d'entrades venudes. 	✓ Base de dades.
Qualitat de l'entorn	<ul style="list-style-type: none"> • Índex de sostenibilitat. • Índex de reutilització, reciclatge i reducció de materials. • Satisfacció dels visitants. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Enquestes de satisfacció. ✓ Estudi sobre la qualitat mediambiental de l'entorn.

VALORACIÓ DEL PROJECTE I CONCLUSIONS FINALS

Els fars són elements patrimonials amb molta història i identitat que han anat adquirint una certa notorietat com a patrimoni a salvaguardar, ja que no deixen de ser construccions que reflecteixen el passat històric d'un territori lligat al mar i a les seves activitats. Tot i que la funció original dels fars està subjecta al món pesquer, la majoria d'aquestes instal·lacions es troben en desús degut a l'automatització. Gràcies a les seves característiques singulars, existeixen diverses propostes en l'àmbit nacional i internacional per tal de donar un ús alternatiu a l'original. Mitjançant normatives específiques i concessions per part de les autoritats portuàries pertinents, se'n poden originar altres usos.

Existeixen infinites combinacions possibles per estimular la protecció i l'ús d'aquests monuments majestuosos i obtenir resultats positius. Per tal de poder dur a terme alguna d'aquestes propostes és necessària la col·laboració d'entitats públiques i privades. La implicació de les entitats públiques permeten disposar de capital suficients per poder rehabilitar espais patrimonials així com disposar de l'espai per poder explotar-lo. D'altra banda, la col·laboració d'entitats privades és indispensable per iniciar l'explotació del recurs mitjançant propostes i accions per garantir l'autosuficiència financera del projecte.

En altres paraules, el patrimoni apareix com un estímul per al desenvolupament econòmic i social, i no només com un observatori del passat. Una correcta gestió del patrimoni és capaç de dinamitzar una localitat, recuperar espais i atraure turistes.

Gràcies a l'elaboració d'aquest treball ha quedat demostrat que la reconversió dels fars i la renovació dels seus usos és possible i que es tracta d'una proposta amb un marge de creixement notori. Són moltes les destinacions que s'estan plantejant una remodelació del seu far per poder oferir un nou atractiu turístic al territori.

Després de veure els resultats de l'anàlisi i de la realització de tot el projecte, valoraré els resultats obtinguts a partir dels objectius que es plantejaven en l'inici del treball. En primer lloc, es important remarcar la gran varietat d'usos que poden tenir els fars i els beneficis que poden aportar a una població. S'ha estudiat la viabilitat d'adaptar l'espai del far i creat un recurs turístic. Amb l'ajuda de la Guia local de valoració turística es va analitzar si era factible crear un producte turístic a les seves instal·lacions segons les característiques intrínseques. El

resultat va ser optimista ja que reuneix qualitats necessàries per convertir-se en un recurs que contribueixi positivament a l'experiència dels visitants. A banda d'aquest objectiu principal, se'n van determinar de secundaris dels quals se'n fa la valoració següent:

1. Ressaltar els fars com a possibles elements d'interès turístic. S'ha comprovat que diversos projectes de reconversió de fars han tingut un resultat positiu, ja que es tracta d'infraestructures singulars, amb gran valor patrimonial i un gran simbolisme.
2. Posada en valor de l'activitat pesquera i la seva cultura. Mitjançant accions de promoció del conjunt cultural pesquer que ofereix Roses i interrelacionant els diferents espais que la formen, es pot crear una sinergia que desenllaci en un itinerari cultural. Les diferents propostes plantejades responen a la necessitat de crear una relació entre els diferents elements culturals així com promocionar el seu potencial turístic.
3. Buscar sinergies amb altres elements culturals rellevants per tal de complementar l'oferta de la destinació ha estat un objectiu amb una resposta positiva. A través de les diverses accions plantejades es contempla la possibilitat d'activar l'oferta cultural de Roses i accionar la promoció de la xarxa cultural del municipi.
4. Proposar l'espai del far per crear propostes de valor relacionades amb l'educació ha estat un objectiu amb uns efectes excel·lents: s'ha creat una gran diversitat d'activitats i programes destinats a estudiants.

Amb l'acompliment dels objectius plantejats a l'inici del treball, s'ha aconseguit un projecte que permet actuar sobre el camp turístic, de manera orientada i eficaç. Es tracta d'un producte molt complert, amb activitats per a tots els públics. A més, les activitats estan pensades per potenciar un atractiu cultural local, la pesca. Roses és una destinació madura i consolidada en el turisme de sol i platja, és per això que aquestes propostes pretenen crear un producte durant tot l'any.

Les principals conclusions que es desprenen de la diagnosi són les següents:

Positives:

- Atractiu natural
- Situació geogràfica degut al GR92
- Consolidació del turisme familiar
- Recurs amb potencial turístic sense explotar
- Existència de recursos culturals relacionats
- Concessió per part de Ports de Barcelona per realitzar usos culturals

Negatives:

- Manca d'implicació de les Administracions Públiques
- Falta de coordinació entre el sector públic i privat
- Dependència de pressupost per part de l'ajuntament
- Potents recursos culturals pròxims
- Manca de promoció del recurs

Abans de posar en marxa les diferents accions proposades, és necessària l'actuació de l'Ajuntament de Roses per tal d'adequar l'espai a un ús turístic i rehabilitar la zona que l'envolta. Les implicacions a tenir en compte a l'hora d'iniciar el projecte són diverses. Per una banda, és important tenir en compte les limitacions tècniques que comporta el pla degut al poc espai que hi ha per acollir a visitants. I per l'altra, és necessari un alt grau d'implicació per tal de donar a conèixer i atraure clients, ja que seria un recurs nou, poc conegut i poc promocionat.

Per posar punt i final a aquest projecte, cal afegir que aquest treball m'ha permès entrar al món dels fars, un univers que desconeixia, i ha fet adonar-me d'aspectes imprescindibles relacionats amb el turisme cultural i els elements que la componen.

BIBLIOGRAFIA I FONTS DOCUMENTALS

Llibres:

Barbaza, Y. (1996). *Le paysage humain de la Costa Brava* (Edicions 6). París: Armand Colin.

Bekiashev, K. Serebriakov, V. (2012). *International Marine Organizations (IALA): Essays on Structure and Activities*. Holland: Springer Science & Business Media.

Calabuig, S. (2006). *La gestió turística local en el litoral català: una lectura des de la dialèctica socioespacial*. Girona: Universitat de Girona. <http://www.hdl.handle.net/19803/7904>

Departament d'Empresa i Ocupació i Direcció General de Turisme. (2011). *Guia local de valoració turística. Orientacions per a la identificació i la creació de productes turístics a escala local*. Generalitat de Catalunya.

Departament d'Innovació, Universitats i Empresa. (2010). *Els fars de Catalunya: De nord a sud per la costa*. Direcció General de Turisme. Generalitat de Catalunya.

Donaire, J. (2008) *Turisme cultural. Entre l'experiència i el ritual, Turisme cultural. Entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire d'Empordà (ESP): Edicions Vitel·la.

Fraguell, R. (1993) *Turisme residencial i territori: la segona residència a la regió de Girona*, . Girona (ESP): L'Eix editorial.

Ministerio de Fomento (1858). *Plan General para el Valizamiento de las Costas y Puertos de España e Islas Adyacentes*. Imprenta Nacional.

Ministerio de Fomento y Puertos del Estado. (2006). *Siglo y medio de la Comisión de faros*. Organismo Público Puertos del Estado

Moré, D. (2007). *El far de Sant Sebastià, 150 anys de vida*. (D. M. A. i D. F. Pámpano, Ed.). Palafrugell: Arxiu Municipal de Palafrugell.

Santaló, J.; Barris, J.; Falgueras. (2001). *Roses, 1875-1975: del model comercial a la revolució turística*. Roses : Ajuntament. Àrea de Cultura.

Richards, G. (1996). *Cultural tourism in Europe*. CAB International, Wallingford, UK.

Richards, G. (2007). *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*.The Haworth Press, Inc., New York, 2007

Articles i publicacions:

Artigas, T. (2011). Faroners de terra endins. *La Vanguardia*, 2011. Recuperat de <http://www.enxarxat.cat/racodelfar/2011/02/faroners-de-terra-endins/>

Baró, E. (2014). El patrimoni, un capital per al futur. En *Cercle de cultura*.

Benítez, M. (2002). *Patrimonio cultural, puesta en valor y uso reflexión*. Recuperat de http://www.territoriochile.cl/modulo/web/puesta_valor/patrimonio_cultural_puesta_en_valor_y_uso_reflexion.pdf

Brugès, J. i J. A. V. (2015). *Pla especial del catàleg de patrimoni. Edificis i béns d'interès de Roses*. Roses: Ajuntament de Roses, Àrea d'Urbanisme. Recuperat de https://www.roses.cat/la-vila/urbanisme/planejament/planejament-1/2011/pl11014en/4_DUN_EX4217-11_DT060515_PL11014EN_AD020615_CTU.pdf

Cuadrado, S. (2006). *Les transformacions dels assentaments a la plana de l' Alt Empordà: un estat de la qüestió. Treballs de la Societat Catalana de Geografia, 61-62, 367-388.*

Ley 27/1992, de 24 de noviembre, Puertos del Estado y de la Marina Mercante.

Real Decreto 1476/2004, de 18 de junio, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Fomento. BOE-A-2014-7064.

Cordero, D. (25 abril 2015). La reconversión hotelera de los faros. *El País*. Recuperat des de http://economia.elpais.com/economia/2015/04/25/actualidad/1429973613_388036.htm

Departament de Comunicació i Premsa. (2015). L'Ajuntament de Roses rep la concessió d'ús del Far de Roses. Ajuntament de Roses. Recuperat des de <http://www.roses.cat/noticies/lajuntament-de-roses-rep-la-concessio-dus-del-far-de-roses>

Donaire, J.A. (1996); *El turismo a los ojos del postmodernismo. Una lectura desde la dialéctica socioespacial. La Costa Brava, Tunicia y los malls*, Tesi Doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona (no publicada)

Donaire, J.; Fraguell, R.; Mundet, LI (1997). "La Costa Brava ante los Nuevos retos del futuro." *Estudios turísticos*, núm. 133, p 77-96.

El Confidencial. (2015). Puertos tramita ya tres proyectos para dar uso hotelero a faros en Galicia y Levante. *Noticias de España. El Confidencial*.

- El País. (2015). La reconversión hotelera de los faros. *El País*.
- Galí, N. (2004). Mirades turístiques a la ciutat. Anàlisi del comportament dels visitants del Barri Vell de Girona. Girona: Universitat de Girona. <http://www.tdx.cat/handle/10803/7837>
- Grijalvo, M. (2012). El comportament del turisme en una destinació de litoral dins una conjuntura de crisi econòmica. Recuperat de <http://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/7438>
- Hernández, A. (1989), *Cultura y Medio Rural*, Editorial Narcea, Madrid.
- ICOMOS, 1976, Carta de Turismo Cultural. Bélgica: Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC) del ICOMOS.
- Mundet, Ll. "El Turisme. De l'estiueig dels forasters a la invasió dels visitants ." *Revista de Girona* 200 (2000): 107-116.
- Mundet, Ll. (1998): *L'evolució dels models de turisme litoral: el Regne Unit, la Costa Brava i Cuba*. Girona: Universitat de Girona
- Prats, J. i Cànoves G. (2012) *El turismo cultural como oferta complementaria en los destinos de litoral: El caso de la Costa Brava (España)*. Investigaciones Geográficas (Mx), núm. 79, diciembre, 2012, pp. 119-135 Instituto de Geografía
- Prats, L. (2007). Concepto y gestión del patrimonio local. *Quaderns-e de l'Institut Català d'Antropologia*, (9).
- Prats, L. (2011). La viabilidad turística del patrimonio. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, V.0,n.2, 249-264.
- Ruiz, J. (1997). El Turismo Cultural: Luces Y Sombras. *Instituto de Estudios Turísticos Estudios Turísticos*, 134, 43-54.
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4, 175-182.
- Troitiño, M. (2003). La protección, recuperación y revitalización funcional de los centros históricos. *Mediterrne Economico: «Ciudades, arquitectura y espacio urbano»*, 30.

UNESCO. (1982). 1982 - 2000: de MONDIACULT a «Nuestra diversidad creativa» - patrimonio inmaterial - Sector de Cultura - UNESCO.

VidaMarinera. (2011). *Navegar en veler prop dels far de la Bateria. Far de Roses.*

Vilà, C. (2015). *Roses obté la concessió del Far per 15 anys, que tindrà espais culturals, de lleure i un bar. Diari de Girona, (Far de Roses), 2.*

Pàgines web:

Espai Far de Vilanova i la Geltrú. Recuperat 15-02-2016 des de: www.espaifarvng.cat

Far de Spartivento. Recuperat 09-02-2016 des de: www.farocapospartivento.com

IDESCAT. (2015). Idescat. Territorio. El municipio en cifras. Roses. Recuperat 15-12-2015 des de www.idecat.cat

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2001). Censo de vivienda Recuperat 07-01-2016 des de www.ine.es

Pàgina oficial de l'Oficina de Turisme de Roses. Recuperat 29-03-2016 des de: www.visit.roses.cat

Programa AT-LIGHTS. Recuperat 25-03-2016 des de <http://www.proyectostga.com/pt/proyectos-nas-areas-de-transporte-e-logistica/106-portal-web-del-proyecto-at-lights>

Programa Faros de España. Recuperat 26-03-2016 des de <http://www.puertos.es/es-es>

Base de dades de l'Oficina de Turisme de Roses (2015). Visitants de l'Oficina de Turisme. (Informació no publicada).

Rosespèdia. (2011). Far de Roses- Enciclopèdia participativa del patrimoni cultural de Roses. Recuperat 8-03-2016 des de www.rosespedia.cat

AJUNTAMENT DE ROSES. (2015). Dades ocupació hotelera, càmpings i apartaments. (Informació no publicada).

ARXIU MUNICIPAL DE ROSES (AMR). CAT AMR 3.1. Recuperat 5-02-2016 des de www.roses.cat

Altres recursos utilitzats

Brunet, E. (2011). El far de Roses [fotografia portada]. Recuperat des de <http://www.panoramio.com/photo/53142468>

Annex 1- Reportatge fotogràfic del far de Roses i el seu entorn. Font: Àrea d'Urbanisme de l'Ajuntament de Roses.

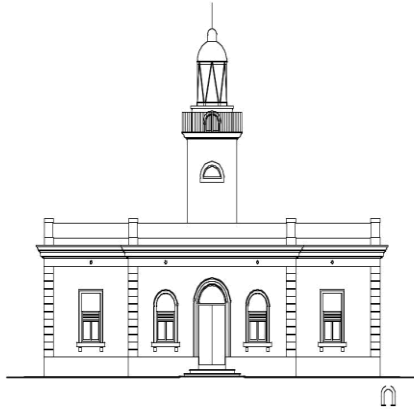




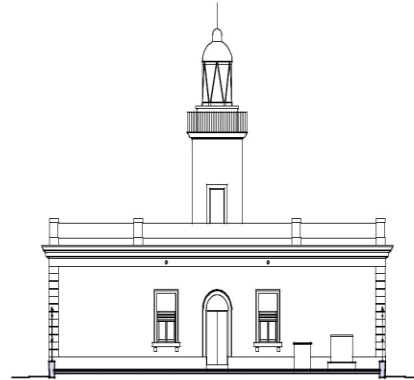


Annex 2: Plànols del Far de Roses.

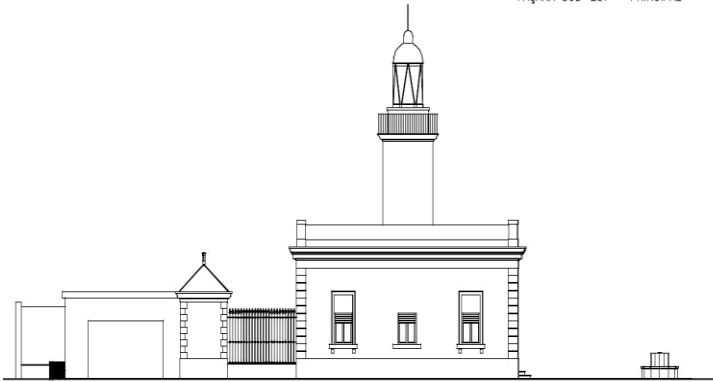
Font: Àrea d'Urbanisme de l'Ajuntament de Roses.



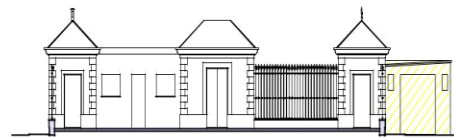
FAÇANA SUD-EST - PRINCIPAL



FAÇANA NORD-OEST - POSTERIOR



FAÇANA SUD-OEST - LATERAL



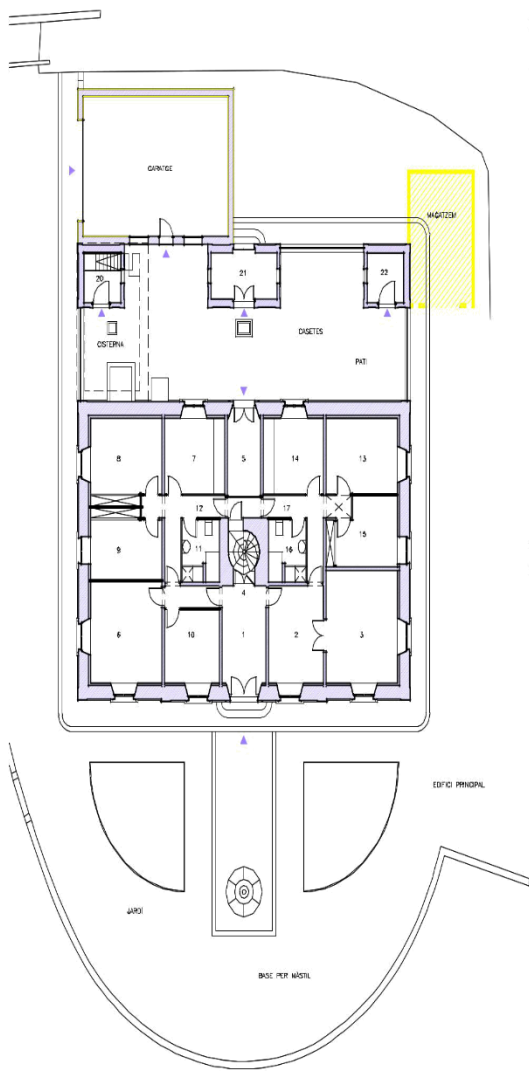
FAÇANA SUD-EST - CASETES



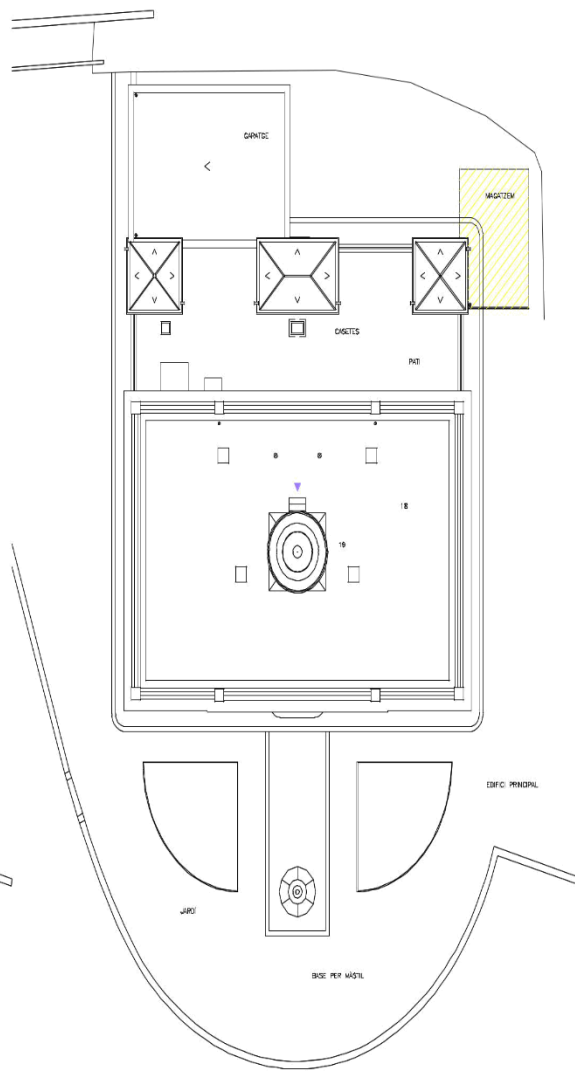
FAÇANA NORD-EST - LATERAL

MODIFICACIONS EFECTUADES : ENDERRIÇOS

AJUNTAMENT DE ROSES	
FAR DE ROSES-ADEQUACIÓ PER A USOS CULTURALS	
PROJECTE EXECUTIU	
c/ra. del Far - Roses	
INFORMACIÓ - ESTAT ACTUAL 2009	ESCALA 1/2000 NUM. 13
FAR - ALÇATS	SETEMBRE 2009
ARQUITECTA: ANNA ALBÓ I RIERA	
OF. REGISTRE N. 28.004-2	



PLANTA BAIXA



PLANTA COBERTA

- EDIFICI PRINCIPAL – PLANTA BAIXA
- DEPENDÈNCIES FAR
- 1 VESTIBUL
 - 2 DESPATX
 - 3 TALLER I SALA DE MÀQUINES
 - 4 ESCALA DE PUJADA A LA TORRE
- HABITATGES
- 5 ENTRADA HABITATGES
- HABITATGE 1
- 6 SALA MENJADOR 1
 - 7 CUINA 1
 - 8 DORMITORI 1
 - 9 DORMITORI 2
 - 10 DORMITORI 3
 - 11 BANY 1
 - 12 PASSADIS 1
- HABITATGE 2
- 13 SALA MENJADOR 2
 - 14 CUINA 2
 - 15 DORMITORI 4
 - 16 BANY 2
 - 17 PASSADIS 2
- EDIFICI PRINCIPAL – PLANTA COBERTA
- 18 TERRAT
 - 19 TORRE I LLANTERNA
- CAISETES
- 20 CAISETA SUD-ACCÉS A LA CISTERNA I CALEFACIÓ
 - 21 CAISETA CENTRAL
 - 22 CAISETA NORD

MODIFICACIONS EFECTUADES : ENDERROCS



AJUNTAMENT DE ROSES FAR DE ROSES-ADEQUACIÓ PER A USOS CULTURALS PROJECTE EXECUTIU <small>ctva. 68 For - Roses</small>									
INFORMACIÓ – ESTAT ACTUAL 2009 FAR – PLANIES	<table border="1"> <tr> <td>ESCALA</td> <td>1/200</td> <td>NUM.</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>SETEMBRE 2009</td> <td></td> </tr> </table>	ESCALA	1/200	NUM.	12			SETEMBRE 2009	
ESCALA	1/200	NUM.	12						
		SETEMBRE 2009							
ARQUITECTA: ANNA ALBÓ I RIERA <small>en-anglès n. 28.888-2</small>									

