

LA IMATGE D'INCA A LES GUIES TURÍSTIQUES DE MALLORCA. UNA APROXIMACIÓ

JOSEP BENÍTEZ MAIRATA

Amb el present treball tenim la intenció d'esbrinar i mostrar quina és l'imatge d'Inca que a través dels anys han ofert i ofereixen les guies turístiques. Mitjançant la consulta d'una quarantena de guies, tant d'àmbit estatal com d'àmbit regional o illenc, i en diverses llengües, català, castellà, anglès i francès, s'ha seguit i analitzat la informació que sobre la nostra ciutat hi apareix.

A l'hora d'escollir l'objecte d'estudi, s'ha partit d'un amplíssim recull anterior (PICORNELL, 1985) que fa un rigurós recorregut des dels primers materials de divulgació de les illes que trobam en el segle passat o fins i tot abans, fins a les guies aparegudes a les dècades de 1960 i 1970 ja en plena efervescència turística. A més, s'ha duit a terme una recerca bibliogràfica per cubrir la gran profusió de guies turístiques aparegudes en els darrers anys.

A final es presenta un llistat cronològic de les guies consultades, on s'hi inclouen tant les que ens han aportat alguna informació sobre la ciutat, com les que no.

Aquesta informació s'ha classificada en set apartats, referits a la geografia i la història, la gastronomia, les fires i els mercats, l'artesanía i el folklore, la indústria, el patrimoni històric-artístic i ja per acabar a l'oferta turística i complementària del municipi.

De cada un dels apartats es comenten els elements que hi destaquen bé per la seva importància o bé per la seva reiterada aparició, i que seran, en gran mesura, els que configuraran la imatge d'Inca difosa per les guies turístiques.

1. INTRODUCCIÓ

El desenvolupament turístic que, sobretot a partir dels anys 60, però ja iniciat a les primeres dècades del present segle, ha tingut tanta incidència a les nostres illes,

ha provocat importantíssims canvis en la població, l'economia, el territori i el medi social i natural.

Aquest fenomen fa que, per la seva intensitat, hom pugui diferenciar entre un abans i un després del turisme, entre una societat pre-turística i una societat turística. Emperó aquest important esdeveniment no ha afectat a tots els indrets de les illes amb igual intensitat, encara que, evidentment els canvis més profunds en l'estructura socio-econòmica de la nostra comunitat, hagin homogeneïtzat el territori insular. A la vegada, el procés de litoralització, entès en el seu sentit més ampli com l'excessiva urbanització de la franja costanera de les illes, i també com el desplaçament de l'activitat econòmica i del dinamisme demogràfic, ha provocat la clara consolidació d'una zona a l'interior de Mallorca, que en línies generals, ha esdevingut d'esquenes al fet turístic.

Aquesta àrea, que estaria formada bàsicament per les comarques del Pla i del Raiguer, s'ha vista immersa en una situació de recessió demogràfica i econòmica, provocada per la inadaptació d'una agricultura i una indústria a les noves exigències dels processos econòmics globals, però també, i no es pot deixar de banda, pel fet de no haver gaudit de l'element dinamitzador que ha suposat el turisme massiu de sol i platja.

Inca, que com a tradicional centre urbà, industrial i de serveis havia assolit el paper de capital comarcal, no ha restat aliena a tots aquests canvis. L'evolució socio-econòmica d'un municipi no turístic com el nostre és prou clara.

En aquest sentit, si parlem del comportament demogràfic hem de fer notar que més enllà d'un cert estancament en torn als 20.000 habitants, la ciutat ha experimentat una pèrdua de població durant els primers anys de la present dècada respecte dels anys 80. De fet els 21.187 habs. de 1993 representen una xifra encara menor als 21.712 de 1986. No cal dir que municipis turístics del litoral com Alcúdia, Lluçmajor, Calvià (actualment la tercera població de Mallorca en nombre d'habitants), Son Servera o Felanitx han tengut augments demogràfics espectaculars.

Pel que fa al sector secundari, és evident que a mesura que el negoci turístic s'extenia, l'activitat industrial es veia ralentitzada. A nivell general la pèrdua de treballadors industrials i la progressiva disminució de la participació d'aquest sector en l'economia illenca és un fet.

Però aquest procés ha afectat negativament a unes indústries més que a altres, entre les que hi destaca la sabatera, motor econòmic de la nostra ciutat. El pes percentual del calçat a la indústria de Mallorca s'ha reduït i el nombre d'establiments industrials d'aquest tipus ha minvat en un 50% durant el període 1966-1992. Tot i això, Inca mantén la seva importància pel que fa en aquest subsector amb un 29,82% de la indústria sabatera de les illes Balears a 1992.

Per altra banda, la carretera Palma-Alcúdia, via de pas dels autocars turístics, ha actuat com a relocalitzadora de la indústria de la pell a la ciutat, amb la ubicació de grans i moderns centres de venda¹.

Actualment, la activitat industrial es recolza en uns sub-sectors molt concrets com la construcció i auxiliars, l'alimentació i begudes, l'energia i l'aigua, estretament lligats a la demanda turística, i es desplaça, una vegada més, a municipis costaners com Calvià, Alcúdia, Sant Llorenç o Son Servera que entre 1982 i 1992 han experimentat creixements de més del 100% en el seu nombre d'establiments industrials (PETRUS; SERVERA, inèdit).

En relació al turisme i en base a la comarcalització que presenta el LLIBRE BLANC DEL TURISME (1987), Inca s'inclou dins la comarca «Interior de l'illa» que és la que menys pes té pel seu escàs nombre de places turístiques, un total de 336, que suposen tan sols un 0,12% de l'oferta de Mallorca. El 1965 la ciutat tenia 62 places hoteleres i el 1985 aquest nombre s'havia reduït a 34 (RULLAN, 1989). De la mateixa manera que altres municipis de la zona com Caimari (Selva), Lloseta, Llubí, o Sencelles, Inca ha incorporat, enguany mateix, una explotació d'agroturisme localitzada a la possessió de Son Vivot amb tres habitacions amb una capacitat de fins a 6 hostes².

2. LA IMATGE I LES GUIES TURÍSTIQUES

La imatge que del lloc visitat es crea o reb el turista és un element que condicionarà l'elecció i en certa mesura l'actitud del visitant respecte del seu destí turístic. En aquest sentit, la imatge turística serà l'element que crea una idea preconcebuda d'un lloc i que pot condicionar la decisió final d'anar-hi o no (MIOSSEC, 1977).

Les guies i tot el negoci que les envolta, són, actualment, un dels més importants elements productors i difussors d'imatges turístiques. Així, la guia turística es converteix en una font indirecta³ per a l'estudi de la imatge d'un determinat lloc, de la mateixa manera que els llibres de viatges o les descripcions presents a novel·les, etc.

Els dos condicionants bàsics per a una correcta informació del turista sobre el lloc turístic són, per una banda la qualitat de la informació i per l'altra la distància.

¹ Les noves instal·lacions de Munper o Asinca en són una bona mostra.

² Segons les dades de la Asociación de Agroturismo Balear publicades en el fulletó promocional de l'associació per a l'any 1995.

³ La font directa la formarien les enquestes fetes als turistes que ens donen una visió més real del lloc visitat, i que després serveixen per elaborar estudis sobre deficiències en les infraestructures i equipaments, despesa turística, repetició del destí en unes pròximes vacances, etc.

Quan més lluny es troba el destí turístic més global és la imatge que s'en té degut al desconeixement de les seves particularitats.

Els agents (agències de viatges, Tour Operators, guies i fulletons turístics) que actuen com a intermediaris entre el turista (demanda) i el destí turístic (oferta) recaben la informació referent al lloc en qüestió i cerquen un determinat nombre d'esterotipus per millorar la imatge de marca, augmentar-ne la demanda i en conseqüència la venda i els guanys.

Els lectors de les guies, potencials turistes, es van configurant una imatge del lloc no tan basada en allò que visiten o han de visitar sino en allò que llegeixen.

En termes generals es pot establir una evolució en les formes i continguts de les guies. Des dels llibres dels viatgers, sobretot del segle passat, amb una elevada dosi de pintoresquisme típic del romanticisme literari, a les guies que com una geo-història local parlen de la història, l'art i la cultura. Després vendria el format de guia que coneixem, orientada sobretot cap a un tipus d'informació, un seguit d'itineraris més o menys clàssics on s'hi afegixen el consum d'imatges que arriben a convertir-se en estampes ben conegudes per tothom i el consum d'objectes, els souvenirs.

En general les guies presenten una estructura similar. Després d'una més o menys afortunada introducció geogràfica i històrica, un recull dels trets culturals, costums, gastronomia, l'art i els monuments. Seguidament una serie d'itineraris que tradicionalment es van repetint de guia en guia, versió a versió. Ja per finalitzar quasi sempre trobam una «pràctica» informació addicional sobre allotjaments, transports, oficines d'informació turística, bancs, serveis complementaris, etc.

En aquesta ocasió obviarem les primarenques obres dels il·lustres viatgers que, durant els segles XVIII i XIX, visitaren les nostres illes i que han estat qualificades en alguna ocasió com a «guies pre-turístiques». A altres obres posteriors la vocació i orientació cap als turistes no és clara encara, és per això que el present treball ha optat per iniciar l'estudi ja en el nostre segle quan les guies són realment publicacions exclusivament destinades als turistes.

És durant les primeres dècades del present segle que es creen i fixen tot una serie d'esterotipus, típics i tòpics que identificaran a l'illa de Mallorca a tot arreu del món i per a sempre. Al llarg de les dècades dels anys 20 i 30 les guies van configurant una imatge de les nostres illes, uns paisatges, unes rutes, uns mites que formaran ja per sempre part dels turistes.

A l'actualitat les guies turístiques com a objecte de consum del turisme massiu s'han convertit en best-sellers i moltes cases editores tenen la seva pròpia línia de guies de viatge per no parlar de les editorials especialitzades en la publicació d'aquest material. Els dissenys, formats i tipologies són avui tan diversos que la guia turística s'ha convertit en una espècie d'objecte de culte per a col·leccionistes, estudiosos i turistes més o menys sofisticats.

A Mallorca són uns dels llibres més consumits i juntament amb mapes, plànols, itineraris, fulletons, descripcions han configurat la imatge de Mallorca que el visitant té.

3. LA IMATGE TURÍSTICA D'INCA

Per a l'estudi de la imatge turística d'Inca no hem tengut la sort de comptar amb guies específiques del municipi com per exemple en el cas de Palma, on des de ben antic trobam material, com *Le Cicerone Français à Palma de Majorque* (Jaume Cabanellas, 1845) o *Manual del viajero en Palma de Mallorca* (Ramon Medel, 1849).

Però no és Palma l'única localitat que té guies pròpies, també hi ha els casos d'alguns pobles amb una indiscutible major vocació turística que Inca, com són Sóller (*Guía de Sóller, del prevere Josep Rullan, 1898* o *El Valle de los Naranjos. Guía turística de Sóller de José Vidal Isern, 1929*), Valldemossa (*Indicaciones a los que visitan Miramar de l'Arxiduc Lluís Salvador d'Àustria o Guía histórico-descriptiva de Valldemossa y Miramar de Coloma Rosselló de Sans, 1910*), Andratx (*Guía turística de Andratx de José Vidal Isern, 1930*), Pollença (*Guía turística de Pollença de José Vidal Isern, 1931*) o Capdepera (*Conozca Capdepera y Cala Ratjada. Breve guía para el visitante de J. Llull Estades, 1957*).

De la mateixa manera i molt recentment ha aparegut la *Guia del Pla de Mallorca* (1994) editada pel Consell Insular de Mallorca i la Mancomunitat Pla de Mallorca que dóna una immensa informació tant gràfica com escrita dels catorze pobles que componen la comarca.

Així doncs, s'han hagut d'utilitzar les guies referides a Mallorca, a les Balears i en algun cas, els menys, a tot el conjunt de l'Estat espanyol.

Per a organitzar les dades recollides hem escollit set grans apartats, podríem dir-ne clàssics, que agrupen la informació sobre: la història i la geografia, la gastronomia, les fires i festes, l'artesania i el folklore, la indústria, el patrimoni històric i artístic i l'oferta «turística» (allotjament i oferta complementària). La majoria de guies parlen sempre d'alguna o de totes aquestes temàtiques i es per això que ens ha paregut adient utilitzar aquesta classificació.

A la figura nº.1 es pot veure la importància relativa que cada temàtica té pel que fa a la freqüència d'aparició en les descripcions o referències a Inca que hem trobat.

La informació que més freqüentment apareix és la pertinent als apunts històrics i geogràfics amb un 77%, seguida de la relació dels principals elements del patrimoni, bàsicament arquitectònic, amb un 69% i de les fires mercats amb un 67%.

Les dades sobre l'oferta complementària, principalment restaurants i cellers, i sobre l'activitat industrial apareixen amb una idèntica freqüència, un 64%, i els productes gastronòmics apareixen citats en un 59% de les guies consultades.

Per davall de la meitat hi trobam: l'artesania i el folklore (38%), l'oferta d'allotjament (28%) i l'apartat que hem anomenat «altres» (28%) que inclouria una serie de dades o informacions que hem cregut oportú no ubicar dins cap de les temàtiques proposades anteriorment.

Aquestes dades globals, que ja ens poden donar una certa idea dels elements més rellevants de la ciutat apareguts a les guies, s'han d'analitzar amb més profunditat.

Seguidament presentam una anàlisi més detallada de cada apartat.

3.1. Unes pinzellades d'història i geografia

...No se sabe de qué raza y edad es Inca, ni a que idioma debe su breve y sonoro nombre⁴ ..

Com ja hem vist aquesta és la informació que més apareix a les guies turístiques quan es refereixen a Inca (77%). S'ha de dir que aquest fet és molt habitual en les referències a qualsevol lloc, on la ubicació geogràfica o la població del nucli són dades sovint inevitables.

Respecte a les etapes històriques esmentades apareixen referències a l'antic origen de la població «una de las villas más antiguas de Mallorca», «origen antiquísimo», al nucli romà (amb referències explícites a la làpida d'es Camp d'Oca), al vàndals, al districte i l'alqueria de l'època musulmana, a l'existència d'un call jueu, a la devastadora peste del 1652 o al desenvolupament industrial de principis de segle.

Pel que fa a la ubicació de la localitat vé quasi bé sempre indicada per les expressions «interior» o «centre de l'illa». Algunes guies més modernes la situen a la comarca del Raiguer i fins i tot en diven que és la capital. Les referències al lloc que ocupa Inca pel que fa a l'importància en població són constants de la mateixa manera que ho és la dada de la població total de la ciutat. De fet és degut a la presència, en la majoria de casos, de la xifra dels habitants de la ciutat que aquest grup temàtic és el més freqüent.

D'altres cites textuales referides a les activitats econòmiques són «próspera capital del Raiguer», «ciudad agrícola e industrial», «Inca cap fonamental del Raiguer i de l'economia Balear» o «nu de comunicacions, rica, opulenta i poblada».

Crida l'atenció l'excessiu optimisme o la manca d'informació actualitzada a l'hora de calificar a Inca com a un important i ric centre econòmic a guies datades el 1991 o fins i tot el 1994.

3.2. La cuina mallorquina

*...Pels mals troba remei
qui escolta un bon consell
quan un amic convides a ta finca,*

⁴ Cita extreta de la publicació Guía de las islas Baleares del Fomento del Turismo de Mallorca, citada al llistat de guies.

*amb l'aigua per a la sed
a l'hora de la trinca,
que mai no hi manqui la galleta d'Inca
ni el saborós congret...*

MARIA ANTÒNIA SALVÀ ⁵

És a l'apartat dedicat a la gastronomia que Inca reb més elogis pel que fa a la informació de les guies turístiques (59% d'elles), tan les més antigues com les més recents. Com a referències generals podem reproduir: «una gastronomia excel·lent», «la millor cuina camperola de Mallorca» o «ciutat gastronòmica, centre de la cuina illenca» tal vegada exagerant una mica.

Entre els productes gastronòmics citats hi destaquen les galletes d'oli galletes fortes o galletes d'Inca amb un 20% del total d'aquest apartat, de les que, fins i tot, s'en conta la història⁶.

En ordre d'importància li seguirien els concos «pastissos de gran renom i justa fam a tota l'illa», «saborosos melindros» amb un 16% i el vi «de producció local de 12 a 14 graus» i el moscatell amb un 13%.

Respecte als plats elaborats hi són presents les principals mostres de la cuina mallorquina més típica, la porcella rostida «amb salsa de magranes agres» (10%), el frit «asadura preparada de una manera especial» i les sopes (amb un 8% cada un) i el tumbet o «pisto mallorquí» 6,5%. D'altres plats amb menor presència són els aguiats (sense més precisions), el xot rostit o el frit de porc.

També hi apareixen productes com els embutits i els pastissos (amb un 3% respectivament).

3.3. Fires, festes i mercats

..These days (els dijous) Inca, Mallorca is not so far distant from 5th Avenue, New York or Covent Garden, London...

ANDREW EAMES⁷

Aquest apartat inclou cinc elements: el mercat setmanal del dijous, el Dijous Bo, les festes patronals de Sant Abdon i Sant Senen, el pancaritat al Puig de Santa

⁵ Poema del llibre «Llepolicies i joguines» de Maria Antònia Salvà reproduït a la guia de Juan Castells del 1947, citada al llistat final.

⁶ Aquesta breu història de la galleta d'Inca apareix a la Guia Il·lustrada de España. Comunidad Valenciana, Murcia, Baleares y Canarias del 1984 i citada al llistat final

⁷ Extret de la guia d'Andrew Eames del 1989, citada al llistat final.

Magdalena i les tres fires de tardor, que en conjunt apareixen a un 67% de les publicacions.

De tots ells el més citat és el mercat dels dijous amb un 35,5%. D'ell es destaquen per exemple «la gran quantitat d'immigrants senegalesos que venen aparells electrònics» o una dubtosa «fira de ramat setmanal».

És indubtable que el dijous d'Inca s'ha convertit en un dels més visitats pels turistes i que l'existència de la línia de ferrocarril Palma-Inca, relativament barata i que connecta directament amb la Plaça Espanya a Ciutat, a ha permès l'arribada de gran nombre de turistes.

El segueix el Dijous Bo amb un 29% del total d'aquest apartat, que qualche publicació califica com a «la millor fira agrícola de Mallorca». En referència a aquest element, s'ha de dir que la data de celebració del Dijous Bo és objecte de moltes inexactituds a l'hora de ser citada per la majoria de guies. Així trobam des de les que el situen en els mesos de novembre o octubre, a les que precisen «el tercer dijous de novembre», «el segon dijous de novembre» o les que no es comprometen i el situen durant la tardor. Tots els inqueros sabem que aquesta fira no té una data fixa sino que depen de la festivitat de San Lluç celebrada el 18 d'octubre.

En un menor grau d'importància hi apareixen les festes patronals i el pancaritat a Santa Magdalena, amb un 13% cada un, i les fires amb un 9% del total.

3.4. L'artesanía i el folklore

Dues temàtiques tan recurredes com són els trets folkòrics i l'artesanía popular no es caracteritzen, en el cas d'Inca per la seva important presència (38%).

L'apartat dedicat a l'artesanía centra la seva informació en la ceràmica i el fang, concretant a vegades en objectes com els plats, els siurells, els pitxers o les escudelles. La visita a alguns tallers, dels que fins i tot es diu el nom, es recomana en alguna ocasió.

Pel que fa al folklore, s'afirma que existeixen agrupacions de ball de bot amb una referència explícita al parado d'Inca del que s'afirma «és extraordinàriament mogut i totalment distint al de Valldemossa». També hem trobat una altra comparança amb un altra poble, «les revetles (entesa revetla com a ball) d'Inca, com també les de Selva són balls de filera».

3.5. Una ciutat industrial: La pell i el calçat

La important indústria de la ciutat apareix referenciada en un 64% de les guies consultades i amb expressions tan contundents com «centre industrial» o «la industriosa Inca».

Les guies de les primeres dècades d'aquest segle ens informen d'activitats industrials que ja no podem trobar a l'actualitat i que ens porten records del passat com és el cas de les fàbriques de teixits, de sabó i de midó.

Ja a l'actualitat, són les fàbriques de calçat i de pell, amb noms concrets i fins i tot publicitat, les que apareixen amb moltíssima freqüència. De fet l'element «calçat» és el que més vegades destaca com a producte típic d'Inca.

3.6. El patrimoni històric-artístic de la ciutat

...Els vells molin d'Inca, com rengle afilerat de torres blanques damunt del lloguer planer d'una muntanya grisa, remembren les plaques ossoses del stegosauri juràssic, jaient el somni dels segles que el transformaren en pedra, com en altres jorns que foren, les veles blanques per on el vent jugava, serien les ales immenses que des del centre de l'illa feren surar la nau baleàrica per damunt de la mar engolidora...

M. GIBERT MIRET ⁸

En termes generals, després de les dades geogràfiques i històriques, són les al·lusions al patrimoni històric i artístic les que més apareixen a les guies. En el cas d'Inca, en un 69% del material consultat hi trobam referències d'aquest tipus.

L'església parroquial de Santa Maria la Major és l'element arquitectònic més anomenat amb un 22% del total d'aquest apartat. Després la seguirien l'Església i Claustre de Sant Domingo (14%), el Convent de Sant Bartomeu o de les Monges Tancades o Jerònimes (13%), el retaule gòtic d'en Daurer (11%) i el Claustre de Sant Francesc (10%). Amb una menor importància tenim, l'antic Oratori de l'Hospital (7%), les restes talaiòtiques que es troben en el terme municipal (4%), els Molins del Serral (3%) i el Sant Crist de la parròquia (2%). Finalment i ja en el grup d'altres amb un mínima freqüència trobam les cases de possessió de Son Fuster, les escultures urbanes (d'en Fluxà, al batalló d'Inca, al Pare Serra...), la relíquia de Sor Clara Andreu i les estàtues de Sant Abdon i Sant Senen.

Crida molt l'atenció, o més ben dit, fins i tot escandalitza, que la fita de l'Oratori de l'Hospital, tot i que fou esbucada a finals del segle passat (PIERAS, 1986), segueixi essent citat a guies dels anys 80 i 90, com un element del nostre patrimoni digne de visitar-se.

Dels edificis més importants s'en sol dir el segle de construcció o l'estil arquitectònic pertinent.

Aquest apartat presenta una gens menyspreable varietat si el comparam amb altres. La informació, de forma agrupada, dona una important visió dels principals elements arquitectònics de la ciutat.

⁸ Extret de la guia-poètica Mallorca, illa de somni de M. Gibert Miret, editada a París el 1919.

No hi manquen però les visions simplistes de la ciutat com la que s'ens ofereix des d'una determinada guia i que afirma: «pese a contar con varios bulevares, no tiene gran encanto».

3.7. L'oferta «turística»

Per analitzar aquest darrer apartat, ens ha paregut oportú utilitzar la terminologia adient als estudis dels components bàsics del turisme. És per aquest motiu que parlem d'oferta en un sentit ampli que inclou l'allotjament però també allò que anomenem oferta complementària com els comerços, restaurants, etc.

Per altra banda el qualificatiu «turística» que hem volgut posar entre cometes, no s'ha d'entendre de la mateixa manera que en els municipis turístics on, per exemple, l'oferta turística complementària està composta principalment de bars, cafeteries, souvenirs, discoteques i pubs, orientats clarament cap a la població visitant.

En el cas d'Inca, aquesta oferta complementària que apareix a les guies analitzades, és la mateixa infraestructura comercial i de restauració que gaudim diàriament els que hi vivim. Els preus avantajosos o la qualitat i exclusivitat d'alguns productes i serveis oferits són les raons de la seva aparició a les guies turístiques.

És evident que les dades sobre places d'allotjament a la ciutat d'Inca ha anat minvant amb la seva desaparició, però no de forma rigurosa ni automàtica. D'aquesta informació que apareix en un 28% de les publicacions podem recuperar l'Hotel Victòria, la Fonda España, la Pensió Domingo, la Pensió Mallorquina, la Fonda Janer i la Fonda Balear⁹. En dues ocasions apareix citada una modalitat d'allotjament una mica peculiar com poden ser les cel.lles del Puig de Santa Magdalena.

En el cas de l'oferta complementària, que hi és present en un 64% de les guies, s'ha de matitzar que són els cellers els que en un elevat grau la protagonitzen. Les guies turístiques estan plenes de referències als cellers i a les grans botes congrenyades que contenen; «Inca al norte, es conocida por sus fabulosas bodegas, los «cellers» con sus cubas inmensas», «los cellers son bodegas típicas que atesoran el saber culinario de Mallorca» o «menjar en els cellers d'Inca, bé pot ser causa d'una excursió a l'interior».

A vegades trobam noms concrets de cellers, publicitat, i fins i tot un rànking on es pot comprovar com a Inca s'hi troba «el 8è dels 12 millors restaurants de Mallorca».

Entre els altres recursos de l'oferta complementària hi trobam les tendes de pell, pastisseries, cafès, tendes de vins i licors, etc.

⁹En el Manual del Guía del Turismo del 1952, citat en el llistat final, hi apareix una exhaustiva informació sobre les places d'allotjament d'Inca, així com la categoria i característiques dels establiments (hotels, pensions, hostals, fondes) del moment.

3.8. *Altres*

A l'apartat d'altres hi hem inclòs la informació sobre diversos aspectes que per la seva peculiaritat, escassa freqüència o rellevància no apareixen en els altres apartats. Entre aquesta altra informació cal destacar dades d'interés (adreces i telèfons útils...), referències a instal·lacions, serveis o fets puntuals com l'Escola Industrial, la Plaça de Toros, casa de socorr, societats recreatives, el quarter, el Constància F.C. o les excel·lents panoràmiques que es poden gaudir des del Puig d'Inca.

També citarem com a curiositats el servei de lloguer de carros per pujar a Lluc amb un preu de 12,5 pessetes datat el 1914 i una gerra de ceràmica majòlica feta a Inca i que es troba exposada en el Museu de Cluny (França) citada sobretot per les guies franceses.

3.2. *La informació gràfica*

Pel que fa a les imatges, és evident que, en un espai limitat com és el de les pàgines de les guies, Inca no pot competir amb altres estampes de Mallorca, tradicionalment difoses al llarg dels anys i que han conformat la imatge visual de l'illa. Valldemossa, Formentor, Sóller, Deià, les coves del Drach, les diferents cales i els edificis més monumentals de Palma són mundialment coneguts a través de les fotografies que apareixen a les guies.

Així i tot, en algunes ocasions hem trobat informació gràfica referida a Inca. A sis de les guies analitzades apareixen fotografies de diversos elements de la ciutat com l'església parroquial de Santa Maria la Major, la Plaça d'Orient, els Molins o l'interior d'un celler.

3.3. *El tòpic: les sabates, els cellers i el mercat del dijous*

Si hem de resaltar alguns elements de la ciutat que destaquin per la seva contínua presència a les guies i que en certa manera puguin conformar una imatge diferenciada de la ciutat, aquests són, la fabricació i venda de calçat, la importància gastronòmica dels cellers i el mercat setmanal conegut per nosaltres com a «dijous».

Tot i que també s'ha de dir que la referència a l'església parroquial de Santa Maria la Major és molt freqüent, aquest fet no es tan remarcable en el sentit que anomenar la parròquia de la localitat com a centre d'interés, és molt comú a la metodologia de les guies, es tracti el poble que es tracti. Per tant no ho podem considerar com una informació diferenciadora o excessivament remarcable.

La importància de la indústria de la pell i del calçat a l'economia inquera queda totalment reflectida a les informacions de les guies, 22 de les 39 consultades, amb

successives expressions i alusions o fins i tot noms concrets de fàbriques i marques coneguts a tot arreu.

Amb la mateixa freqüència destaquen els cellers d'Inca com uns dels millors llocs on es pot degustar la cuina típica mallorquina. També en aquest cas apareixen noms concrets d'alguns dels establiments de més renom de la ciutat.

Finalment, a 16 de les 39 guies consultades es destaca la importància i vistositat del dijous d'Inca que com ja hem apuntat s'ha convertit en un dels mercats mallorquins més visitats pel turisme.

En definitiva, idò, segons els resultats de la present anàlisi, la imatge més extesa i coneguda de la nostra ciutat estaria basada en aquests tres factors.

3.4. *Les iniciatives més recents*

En aquests dos darrers anys i per part de les institucions tant a nivell local com autonòmic ha aparegut una sèrie de material destinat a la promoció turística i comercial, en alguns casos de Mallorca en general i en altres de la nostra ciutat en particular. En cap cas es tracta de guies però degut a la novetat i l'excel·lència que representen cal aquí fer-ne esment.

- El Mapa d'Artesania Tradicional de Mallorca elaborat per FODESMA i editat pel Consell Insular de Mallorca on hi apareixen els artesans de cada poble així com les fires locals. En el cas d'Inca hi consten 5 ollers, 1 couer, 3 ferrers, 1 fuster, 1 torner, 2 cuirers, 1 selleter i 1 tapisser¹⁰. Les fires d'octubre i el Dijous Bo també hi són presents.

- L'any 1994 l'Àrea d'Urbanisme de l'Ajuntament d'Inca edità un fulletó informatiu de la ciutat, de gran utilitat tan per als turistes com per als locals. Aquest fulletó conté una gran informació històrica, sobre fires, productes típics i adreces útils a més d'un plànol on s'hi ubiquen 32 punts d'interès de la ciutat i un itinerari al Puig de Santa Magdalena. Es tracta, en definitiva, d'un material exemplar¹¹.

- L'àlbum de cromos INCA DESCOBERTA, una finestra a la geografia, la història i l'art, editat conjuntament per l'Ajuntament d'Inca, el Consell Insular de Mallorca, «la Caixa» i l'empresa Quely, enguany mateix, amb la col·laboració del Setmanari Dijous i de Televisió d'Inca. Es tracta d'un material amb una clara finalitat didàctica per a facilitar i aproximar el coneixement de les imatges més significatives de la ciutat pel que fa a la geografia, la història i l'art. Sense cap dubte pot ajudar a qualsevol visitant a formar-se una idea general del municipi.

¹⁰ S'ha de destacar el cas d'un oller que es troba en possessió de la Carta de Mestre Artesà, fet que autentifica el seu caràcter artesanal i de qualitat.

¹¹ Els autors dels textos són Bernat Amengual, Gabriel Pieras i Pere Rayó de qui també són les fotografies.

- En els darrers mesos també hem pogut escoltar per algun mitjà radiofònic els «eslogans» que formen part d'una campanya de promoció de la nostra ciutat com a important centre comercial, sobretot pel que fa a la pell.

Es ben segur que mesures com aquestes ajuden a la correcta promoció de la nostra terra, i més concretament de la nostra ciutat. No es pot deixar de tenir en compte però, que els destinataris principals d'aquestes campanyes i materials són els propis residents i no tant els turistes que ens puguin visitar.

4. ALGUNES CONCLUSIONS

En aquest apartat, un poc l'objectiu del treball, recollim algunes reflexions que creïm significatives per tal de sintetitzar i exposar les conclusions finals derivades de l'estudi del material consultat. En aquest sentit podem constatar que:

a) Són relativament poques les guies on no apareix Inca. Es pot constatar que l'absència de qualsevol alusió a la nostra ciutat no té res a veure amb l'antiguetat de la publicació ni en la importància d'Inca com un dels majors nuclis de població de Mallorca, sino més bé amb altres criteris com no parlar de l'interior en absolut o fins i tot l'absència de qualsevol criteri lògic¹².

b) A diferència d'altres importants destins turístics de Mallorca que ja hem anomenat anteriorment, Inca no encapçala mai cap apartat específic dedicat exclusivament a la ciutat. Una vegada que a la majoria de guies s'ha diferenciat Palma de la resta de l'illa, o que s'ha passat revista als recursos turístics del litoral i dels nuclis més pintorescs, sol aparèixer un apartat secundari amb el títol «pobles», «petites viles», «les terres interiors», «l'interior de l'illa», o qualque cosa similar, on hi trobam la informació referida a la ciutat.

Inca apareix en la majoria d'ocasions com una aturada en un determinat itinerari però mai com a destí d'una excursió concreta a diferència d'altres indrets de Mallorca com Valldemossa, Sóller, Manacor, Artà o Formentor. Entre els itineraris que apareixen amb més freqüència n'hi destaquen dos:

- El que podem anomenar Palma-Badies del Nord i que té com a destí Alcúdia i Pollença. Aquesta ruta passa invariablement pels pobles que es troben al llarg de la carretera Palma-Alcúdia (Consell, a vegades Alaró, Santa Maria del Camí, Binissalem, Inca i a vegades Campanet,).

- L'altre itinerari tendria com a finalitat la visita d'algun indret del sector central de la Serra de Tramuntana com el Torrent de Pareis o el Monestir de Lluc. Les fites de l'excursió inclouen a més dels pobles situats a la carretera Palma-Inca, els nuclis de Selva i Caimari.

¹²En el cas de la Guia de Palma y d'alguns pobles de Mallorca citada al llistat final, no es parla d'Inca i en canvi si es parla de Sa Pobla, Montuïri o Porreres que no destaquen en absolut pel seu atractiu turístic.

c) Una informació sobre la ciutat que molt sovint destaca és la rellevància demogràfica que té Inca respecte d'altres nuclis urbans de l'illa. Tot i que la tradicional pugna entre Manacor i Inca pel segon lloc en importància, ha quedat definitivament aclarida a favor de Calvià que des dels darrers anys i en aquest moments ocupa el tercer lloc pel que fa a la població mallorquina.

Per altra banda, les dades demogràfiques de la ciutat que apareixen a les guies són molt poc adequades a la realitat i no coincideixen quasi mai amb les xifres oficials del Cens de Població o de les diferents revisions padronals. Crida l'atenció de la dada oferida per una guia que situa la població d'Inca en 27.000 habitants per a l'any 1990, quan aquesta xifra no ha estat mai assolida per la nostra ciutat.

Aquest fet no va necessàriament lligat a l'antiguetat de les guies ni al lloc d'edició¹³

d) La presència de fotografies d'Inca a les guies turístiques és ínfima comparada amb la profusió d'imatges d'altres municipis o indrets de Mallorca més turístics.

e) La imatge diferenciada de la ciutat o el que podem anomenar la Inca típica i tòpica, vendria donada per la constant presència a les guies de tres elements concrets: la fabricació i venda de calçat, la importància gastronòmica dels cellers i el mercat setmanal del dijous.

LLISTAT CRONOLÒGIC DE LES GUIES TURÍSTIQUES CONSULTADES

A continuació citam per ordre cronològic totes les guies consultades, hi hagem trobat informació sobre Inca o no.

Volem fer constar una vegada més que aquest treball ha estat tan sols una aproximació a una temàtica prou interessant com per seguir-hi treballant, tan quantitativament, consultant un major nombre de guies, com qualitativa aprofundint en la seva anàlisi.

Guía de forasteros en las Islas Baleares para el año 1851. Imprenta Balear. Palma, 1851.

Guía de Palma y d'alguns pobles de Mallorca. Revista «L'Ignorància». Palma, 1872.

Excursiones por Mallorca. Odón de Buen, Barcelona 1905 (edició del Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació. Madrid, 1989).

Guía de Mallorca, recuerdo del Gran Hotel. A. Albareda. Palma, 1905

Guía de las islas Baleares. Mar Mediterráneo, Fomento del Turismo de Mallorca. Imprenta Amengual y Muntaner. Palma, 1914.

¹³ Al quadern-guia Mallorca, te quiero ver, de l'IBATUR editat a Palma i citat al llistat corresponent, trobam que Inca, amb 22.189 habitants (xifra, suposam, de l'any 1991 que en realitat era de 20.432 habs), és la segona ciutat en importància, mentre que a la mateixa publicació podem comprovar que la població de Manacor és de 27.422 habs.

- Mallorca illa de somni. M. Gibert Miret. Imprenta Española Aurora. París, 1919.
- Guidlibro de Mallorca. XII Congreso de Kataluna Esperantista, Federacio Palma, 1925.
- Pequeña guía de la isla de Mallorca. Fomento del Turismo de Mallorca. Palma, 1929.
- Mallorca, guía gráfica. Ediciones Costa. Palma, 1930(?).
- Mallorca, la isla de oro y de nácar (Guía y visión espiritual de la isla). Ediciones de «El día gráfico». Barcelona, 1934.
- Mallorca. Juan Castells. Colección de la Montaña y el Mar. 1947.
- Guía de Mallorca, Menorca e Ibiza. Josep Pla. Ediciones Destino. Barcelona, 1950.
- Spain, a tourist guide book. Guías Arimany, Ed. Miguel Arimany. Barcelona, 1952.
- Manual del Guía de Turismo de Mallorca. Fomento del Turismo de Mallorca. Palma, 1952.
- Iles Baléares Majorque, Minorque, Ibiza. Ed. Hachette. París, 1957.
- Les Baléars. Claude Devern. Horizons de France. Paris, 1958.
- Baleares, España en paz. Fomento del Turismo de Mallorca. Palma, 1964.
- Mallorca. Baltasar Porcel. Editorial Planeta. Barcelona, 1964.
- Mallorca, Menorca, Ibiza, Formentera. Sadagcolor. Barcelona, 1965.
- Mallorca. Guía EDIPE. Palma, 1965-66.
- Guía de información turística de Baleares. Imprenta J. Doménech. València, 1967.
- Mallorca. Juan Bonet. Editorial Everest-León. León, 1967.
- Mallorca. Andrés Casasnovas i Luís Casasnovas. Editorial Everest-León. León, 1973.
- Spain and Morocco on 10\$ and 15\$ a day. Stanley Haggart & Darwin Porter. Porter Arthur Frommer Publication. New York, 1977-78.
- Guía secreta de Mallorca. Guillem Frontera. SEDMAY Ediciones. Madrid, 1979.
- Mallorca-Menorca.
- Guía de Información Turística de Baleares. Fomento del Turismo de Mallorca/ Fomento del turismo de Menorca/Ajuntament de Palma. Imprenta Politécnica. Palma, 1980.
- Guía de Barcelona y de las Baleares en tejanos. Ed. Arcos Vergara, S.A. Barcelona, 1982.
- Itineraris per Catalunya i Balears. Josep M. Armengou i Jordi Gumí. Edicions 62-Caixa de Pensions per a la Velleja i l'Estalvi. Barcelona, 1982.
- Mallorca. Islas Baleares. Dirección General de Promoción del Turismo del Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones. Madrid, 1982.
- Mallorca. Fomento del Turismo de Mallorca. Palma, 1982.
- Baleares. Guías provinciales de España. Grupo Z. Madrid, 1983.
- Mallorca, Menorca, Guía de información de Baleares. Fomento del Turismo de Mallorca y Menorca. Palma, 1983.

- Guía ilustrada de España. Comunidad Valenciana, Murcia, Baleares y Canarias. Selecciones del Reader's Digest. Madrid, 1984.
- Majorque et Minorque. Editions Berlitz. Lausanne, 1985.
- Baleares. Banco Bilbao Vizcaya, 1987.
- Mallorca, su mejor guía. Island's Tourist Guide, Edició Mallorca. Palma, 1987.
- Mallorca & Ibiza, Menorca & Formentera. Andrew Eames. Insight Guides, APA Publications. Singapore, 1989.
- Baleares. Guías Salvat, Colección Gran Turismo. Salvat Editores S.A. 1990.
- Especial Mallorca, Revista GEO, núm. 53. G y J España Ediciones. Madrid, 1991.
- Mallorca. Guía del viajero. Susaeta Ediciones S.A. Madrid, 1991.
- La Guía del Trotamundos. Baleares. Ediciones Grech. Madrid, 1991.
- Mallorca. Colección Destinos Turísticos TURESPAÑA. Secretaría General de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Madrid, 1992.
- Mallorca, te quijero ver. IBATUR, Conselleria de Turisme. Palma, 1992. Guía de Mallorca. Carlos Garrido. El País/Aguilar. Madrid, 1992.
- La Guía REPSOL de Baleares. Ediciones Folio. Barcelona, 1993.
- Guide to Mallorca. Ed. Escudo de Oro S.A. Barcelona, 1993.
- Especial Mallorca, Revista GEO, (núm. extra). G y J España Ediciones. Madrid, 1994.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- CALABUIG, J.; MINISTRAL, M. (1994): «Materiales y fuentes documentales en geografía turística» a Manual de Geografía Turística de España, pàg. 43-63. Síntesis. Madrid.
- EVOLUCIÓ ECONÒMICA DE BALEARS (serie des de 1975). Banca Catalana-«Sa Nostra», Caixa de Balears.
- GRAN ENCICLOPÈDIA DE MALLORCA (en edició). Edicions Promomallorca, S.L. Palma.
- MADERA, P.; ESCUDERO, D. (1994): «Guías. Compañeras de viaje» a VIA JES, Suplementos Especiales de El Mundo, núm. 3, pàg. 38-39. Diari El Mundo. Madrid.
- MIOSSEC, J.M. (1977): «L'image touristique comme introduction a la géographie du tourisme» a Annales de Géographie, núm. 173, pàg. 55-70. París.
- PICORNELL BAUZÀ, C. (1985): «Guies» a «Los cuadernos de Baleares» (vuit entregues dominicals del 27 de gener al 17 de març). Diari Baleares. Palma.
- PICORNELL BAUZÀ, C. (1989): Turismo i territori a les Illes Balears. Tesi Doctoral (inèdita). Universitat de les Illes Balears.

PICORNELL BAUZÀ, C. i altres (1989): «La imagen turística como introducción a la geografía del turismo en Baleares: las guías turísticas» a Actas del XI Congreso Nacional de Geografía. Asociación de Geógrafos Españoles (AGE). Madrid.

PICORNELL, C.; SEGUI, J.M^a. (1989): Geografía Humana de las Islas Baleares. Oikos-Tau. Barcelona.

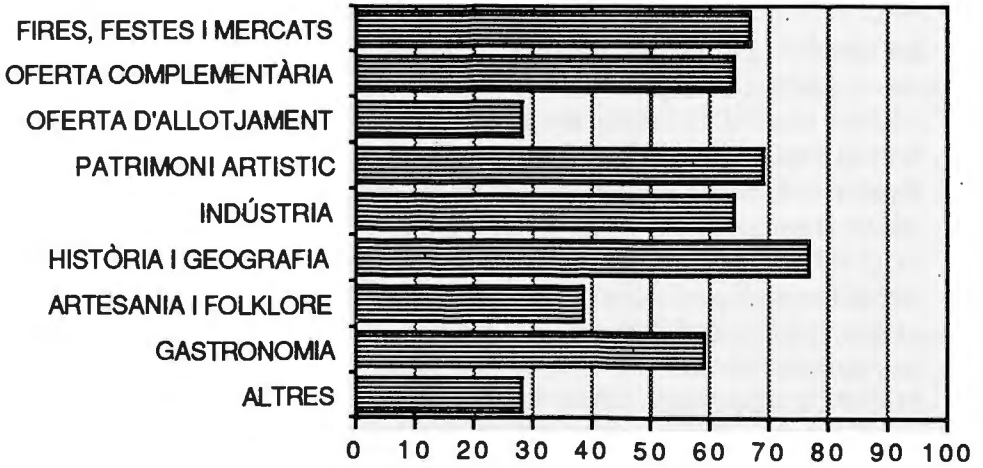
PIERAS SALOM, G. (1986): Breu Història d'Inca. Ajuntament d'Inca. Inca.

RIPOLL MARTINEZ, A. (1994): «Un repàs a l'evolució històrica del turisme a les Balears» a Turisme, Societat i Economia a Balears, col.lecció «Coneixements, realitats i perspectives», núm. 1, pàg. 77-86. Fundació Emili Darder. Palma.

RULLAN SALAMANCA, O. (1989): «El comportament municipal de l'oferta de places turístiques a Mallorca entre 1965 i 1985" a Treballs de Geografia, núm. 41, pàg. 99-105. Departament de Ciències de la Terra de la Universitat de les Illes Balears. Palma.

SERRA BUSQUETS, S. (1994): «Visions del turisme a les Illes Balears a través de la història» a Turisme, Societat i Economia a Balears, col.lecció «Coneixements, realitats i perspectives», núm. 1, pàg. 137-160. Fundació Emili Darder. Palma.

Fig.1. Temàtiques aparegudes a les guies (%)



Font: Elaboració pròpia.

Fig.2.- Elements que apareixen a l'apartat de Gastronomia (%)

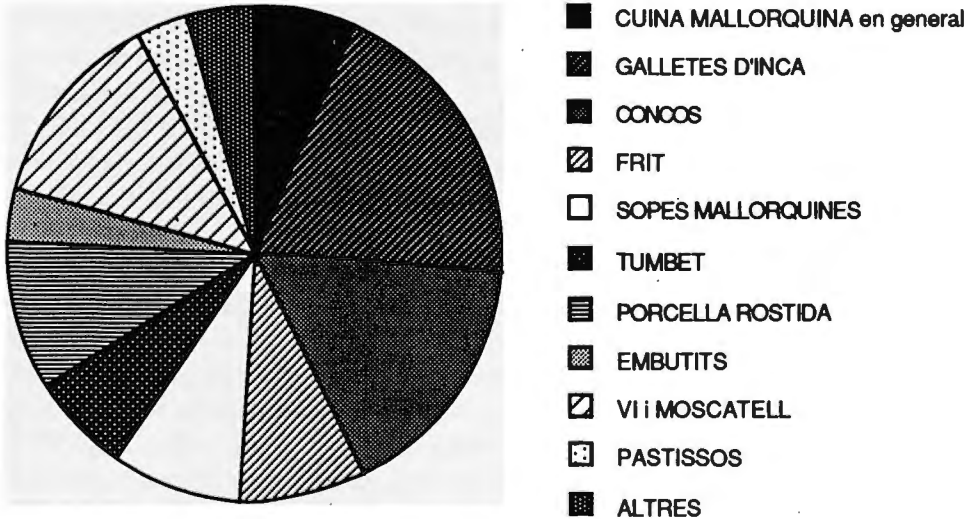


Fig.3. Elements que apareixen a l'apartat Fires, Festes i Mercats (%)



Fig.4. Elements que apareixen a l'apartat de Patrimoni Històric-Artístic (%)

