

INCA EN ELS CATÀLEGS D'AGÈNCIES DE VIATGES

Vicenç Amengual i Salas

Historiador de l'art

Paraules clau: turisme, Inca, catàlegs, viatges, agències de viatges.

Resum. *La comunicació planteja la importància que varen tenir els catàlegs de viatge com una eina de promoció turística a Mallorca. En aquests fullets es podia trobar la informació bàsica que tot viatger necessitava per triar el seu viatge.*

Analitzarem què significava un viatge a Mallorca en el període 1930-1970, com es comanava i el trajecte fins a la destinació. Acabarem explicant com es podia contractar l'excursió a Inca. Observarem com aquestes, amb els anys, varen anar aconseguint una certa importància en els catàlegs de les agències de viatge.

Keywords: Tourism, Inca, Catalogues, Travel, Travel agencies.

Abstract. *The communication raises the importance that travel catalogs had as a tourism promotion tool in Mallorca. In these brochures you could find the basic information that every traveler needed to choose their trip. We will analyze what a trip to Mallorca meant in the period 1930 - 1970, how it was ordered and the journey to the destination. We will finish by explaining how the excursion to Inca could be contracted. We will observe how these, over the years, gradually gained a certain importance in the catalogs of travel agencies.*

1. INTRODUCCIÓ

Des de fa anys s'ha parlat de la desaparició dels fullets de les agències de viatge. Aquesta seria una bona mesura per estalviar una important despesa tant econòmica com ecològica que ocasionen aquestes publicacions en paper de colors. Però, de forma obstinada, el fullet es nega a morir.

Algunes agències han fet apostes clares per la seva desaparició, com TUI, que l'any 2017 va anunciar que en tres anys tenia la intenció d'eliminar els fullets.



Figura 1. Il·lustració firmada per Sierra i reproduïda per Viajes Mallorca.

Davant aquest anunci varen aparèixer molts agents que continuaven demanant-ho, i fins i tot Thomas Cook, el rival de TUI, va dir que de cap manera volia pensar en aquesta possibilitat.¹ Finalment no tenim constància que TUI hagi acabat complint el seu anunci d'abandonament dels fullets turístics.

És possible que Thomas Cook, com a primera agència de viatges del món, no vulgui renunciar a un producte que també va ser inventat per ells. L'any 1847, al mateix temps que duïen a terme la seva gestió dels primers viatges organitzats, i amb la intenció de publicitar-los, varen començar a publicar un fullet mensual d'unes 60 pàgines en el qual narraven i detallaven la ruta de cada un dels seus viatges, amb el títol de *The Excursionist*.²

1 *Los folletos de viajes sobreviven pese a la innovación tecnológica*. Jaime Amador. 9 de setembre de 2017. A Preferente. <https://www.preferente.com/noticias-de-agencias-de-viajes/los-folletos-de-viajes-sobreviven-pese-a-la-innovacion-tecnologica-270020.html#commentlist>

2 <https://www.descubrir.com/thomas-cook-y-la-primera-agencia-de-viajes-de-la-historia/>

No tenim constància que en aquests primers fullets figuri Mallorca com a destinació. En realitat, no n'hem pogut trobar de més antics de 1930 que promocionin la nostra illa com a lloc de visita. Això no vol dir que no existissin, de ben segur que sí que n'hi havia, però no en tenim constància.

La funció dels fullets informatius, en el sector dels viatges, és la d'un document escrit i facilitat per una agència de viatges a un usuari o usuària en el qual es detalla el programa del viatge.

El fullet és el primer apropament a un viatge combinat. De fet, és un document desitjat i fullejat pels usuaris, que es basen en ell per fer la seva tria. De tota manera, en moltes ocasions, també pot ser el focus de decepcions per no complir-se les expectatives generades amb allò que realment s'ofereix.

Generalment aquests fullets informatius han de posar a disposició dels viatgers i les viatgeres l'oferta sobre el viatge combinat, i contenen informació detallada sobre destinació i mitjans de transport, la duració, itinerari i calendari de viatge; règim de menjar; tipus, lloc, situació, categoria i característiques de l'allotjament; cost de les excursions i si aquestes estan incloses en el preu final; nom i domicili de l'organitzador; i altres informacions addicionals sobre el viatge.

La nostra intenció és analitzar aquests fullets editats per agències estatals a partir de 1930 fins a 1970, i que servien per donar a conèixer als turistes l'oferta que tenien, la programació del viatge, al mateix temps que feien la funció de ser la primera aproximació del turista a Mallorca. A partir d'aquí observarem quina presència tenia el municipi d'Inca en aquests opuscles.

2. LES GUIES ABANS DE 1936

Tots els viatges dels turistes s'iniciaven amb una visita a l'agència de viatges. Des del principi aquestes argumentaven la comoditat com el seu millor aval perquè els turistes triassin i contractassin els seus viatges. Segurament és l'avantatge principal d'acudir a una agència, el de tenir planificades les vacances. D'això s'encarregaven directament els agents de l'agència, per tant, el viatger no perdia temps organitzant els dies, els desplaçaments, la cerca de l'allotjament, la ruta, les excursions... Era una forma d'estalviar-se problemes, inconvenients i d'estar segurs que el viatge respondria a allò que s'havia pensat inicialment.

El que tenia de bo viatjar a través d'una agència és que tot estava planificat al detall i no hi havia la possibilitat de perdre's cap de les visites de rigor en el lloc de destí. No hi havia monument, museu o racó famós que es deixàs de veure per falta de temps o imprevistos, els pacos turístics de les agències contemplen tots els supòsits.

Aquestes contractaven guies locals que coneixien la història i la cultura del lloc, alguna cosa que els permetia connectar amb els viatgers. L'idioma era un altre avantatge, poder ajudar els turistes a comunicar-se i a resoldre les possibles incidències amb les quals es trobassin en la seva llengua.

Les agències eren les coneixedores del negoci, tenien contactes i eren experts en el sector, això els permetia localitzar les millors ofertes i avantatges.

En definitiva, les agències eren expertes en viatges. Així ho explica la publicitat de Barcelona Express l'any 1930:

El viajero encontrará en nosotros no solamente la economía que se persigue, sino la rapidez en el servicio y la comodidad en el viaje. El turista verá en nosotros un guía y vade-mecum que le irá descubriendo paulativamente bellezas y rincones desconocidos, que gozará de la emoción cuando lo quiera y de la comodidad cuando lo precise.

Abans de 1928 el nombre d'agències de viatge no era gaire nombrós. Hem de destacar Viajes Marsans com la degana. Enric Marsans la va crear l'any 1910. Va tenir la fortuna que la seva família tengués la Banca Marsans, en la qual feia feina des dels 17 anys. Això li va permetre suportar l'aturada del període de la Gran Guerra i la posterior postguerra. Però, un cop que l'optimisme i la vitalitat es varen apoderar de la societat de la Belle Epoque, en la primera meitat dels anys vint, va aconseguir el prestigi que li va permetre que l'agència s'independitzàs definitivament del banc l'any 1928.

Un fet primordial per aconseguir la creació de noves agències de viatges va ser que el mes d'abril de 1928 es creà el Patronat Nacional de Turisme, el qual va decretar, en relació amb les exposicions Iberoamericana de Sevilla i la Internacional de Barcelona convocades per a 1929, com a prioritari i urgent la promoció i organització de viatges que facilitassin la seva visita. El mateix any l'Estat espanyol el va anomenar Any del Turisme, i amb el seu desenvolupament el Patronat va declarar aconseguit el primer i més difícil dels seus objectius, que era convertir el turisme en tema estatal.

A partir d'aquí començaren a sorgir noves agències de viatge. A finals dels anys vint aparegué Viajes Internacional Expreso, amb el número 2 de llicència. A Barcelona sorgiren agències com Viatges Catalunya, Barcelona Express, i a Mallorca va néixer Viajes Iberia fundada per Llorenç Fluxà.

Aquesta creació d'un gran nombre d'agències, la podem constatar al pròleg del fullet de Barcelona Express: «Barcelona Express» ha venido ha llenar un hueco en la vida comercial de Barcelona y a marcar nuevas rutas de progreso,

rapidez y economia a los turistas, simplificando los trámites ordinarios de las Agencias de Viaje, hoy en voga...

L'aparició d'una gran oferta d'agències de viatges va fer que s'establís una dura competència entre elles. Aquesta els generava la necessitat de publicitar els seus productes i fer veure que eren millors que els de la resta. En aquells moments fou quan començam a trobar un gran nombre de fullets publicitaris que oferien les agències per donar a conèixer els seus productes.

Aquests primers fullets que hem pogut localitzar anteriors a 1936 tenien una gran qualitat. Així, l'enquadrernació era excel·lent i les imatges que utilitzaven per aconseguir clients, molt acurades. Hem de tenir en compte que la democratització dels viatges no estava encara estesa i que el públic a qui anaven destinats eren persones amb un poder econòmic i cultural elevat.

La portada de la guia de Viajes Iberia utilitzava els dibuixos d'Erwin Huwer i la de Barcelona Express, un dibuix de l'il·lustrador F. Gas. Per la seva banda, Viajes Marsans ofería fullets que eren llibres enquadrernats.

En aquestes primeres guies Inca només era un lloc de passada i en cap de les que hem pogut consultar es planteja l'aturada per fer-hi una visita.

3. LES GUIES A PARTIR DE 1940

Moltes agències de viatge que hi havia abans de la Guerra Civil varen sobreviure després d'aquesta. A partir dels anys quaranta, amb les perspectives que el turisme cada vegada era un negoci més lucratiu i important, aparegueren una gran quantitat de noves agències com Viajes Melià, Viajes Mallorca, Aeromar Expreso, Viajes Ortega...

Els fullets perderen el nivell de qualitat que tenien a l'anterior dècada. Va ser en aquest moment que el nivell socioeconòmic dels turistes començà a canviar, i la gent amb poc poder adquisitiu també es podia permetre viatjar. Això feu que els opuscles començassin a donar orientacions de com s'havien de comportar els viatgers. El que va publicar Viajes Conde l'any 1966 demana una bona actitud als viatgers: *De empezar la excursión de buen o mal humor, depende el éxito de la misma. Sea Puntual a la hora de la recogida! Por favor, no haga esperar a sus compañeros de excursión.*

D'alguna manera tots els fullets contenien informació d'Inca, ja fos com a lloc de pas o com a excursió. És per això que analitzarem tota la informació que s'inclouïa de l'excursió al municipi.

3.1. El transport

La visita al municipi inquer organitzada per les agències de viatge sempre es feia en autocar que partia des de Palma. Va ser a partir dels anys quaranta que s'abandonà l'opció de fer les excursions en cotxe i també es deixà de citar els turistes a un lloc fixat per iniciar l'excursió. La visita a Inca no es plantejava a totes les guies, veurem les diverses possibilitats. El que sí que sempre passava és que Inca era nomenada ja fos per ser un lloc de pas o per fer-hi una visita.

Normalment en els fullets informatius només s'especificava una hora d'inici de l'excursió que passava per Inca, independentment de l'hotel en què es trobava el viatger. Va ser un opuscle de l'agència Viajes Condal que explicava amb un esquema el recorregut i els horaris exactes que feien els autocars per anar a cercar els turistes i iniciar l'excursió. D'aquesta manera, hem sabut que en els anys seixanta la recollida es duia a terme de forma escalonada realitzant una ruta d'hotels, i que s'utilitzaven dos autocars com a mínim. El primer feia la ruta de s'Arenal, Can Pastilla, Ciutat Jardí i Coll d'en Rebassa; i l'altre, la de Cala Major, Illetes, Cas Català i passeig Marítim. Les dues rutes començaven a les 8:30 hores i es trobaven a les 9:15 hores a Palma. Des d'aquí enfilaven el camí de la carretera d'Inca.

La majoria d'agències aprofitaven per publicar, a més de fer ostentació, la seva flota d'«autopullmans». Així les guies dels anys cinquanta, com la de Melià, mostren una flota d'autobusos propis de la companyia repartits per tota la geografia estatal, parla de 12 *pullmans* de gran luxe de 26 butaques i 16 de 8 butaques, que estaven construïts sobre xassis d'Austin 1949. Aquests 28 vehicles estaven distribuïts entre les 15 sucursals estatals de l'agència.

Ja en els anys seixanta Viajes Condal mostrava tota una flota pròpia molt més ampla i exclusiva per a Mallorca. En total eren 17 autocars de diverses mides només en aquesta illa.

Els fullets també anaven acompanyats de molta publicitat. Les companyies de transport i els llocs turístics eren conscients que els turistes moltes vegades deixaven molts dies lliures per organitzar el viatge una vegada que arribassin a Mallorca. Per aquest motiu algunes companyies d'autocars oferien els seus serveis; en destaca MUSA com la més important. També donaven la possibilitat de fer les visites llogant un cotxe o fins i tot, en alguns catàlegs, l'opció de fer-les en taxi.

3.2. El preu

L'excursió que passava per Inca normalment ja s'inclouïa dins la programació del viatge. De tota manera també podia ser que els turistes venguessin sense les excursions contractades. En aquest cas les havien de sol·licitar als hotels o contactar amb l'agència de viatges.

Algunes guies incloïen l'oferta per realitzar l'excursió que passava per Inca. Com és natural aquestes variaven segons anaven passant els anys. En els anys cinquanta l'excursió valia 136 pessetes amb dinar o 101 sense dinar. Algunes agències com CYRASA l'oferien amb un suplement especial que anomenaven minuta especial CYRASA, i que suposava 35 pessetes afegides als preu.

En els anys seixanta els preus havien augmentat més del doble. Viajes Conde ofería l'excursió sense dinar per 209 pessetes; amb dinar, per 284 pessetes; i amb dinar especial, per 309 pessetes.

Així mateix, hi havia l'opció de fer un altre tipus d'excursions només de matí combinant Inca i Santa Maria, en aquest cas el preu era de 145 pessetes. També Viajes Condal donava la possibilitat de fer una excursió de tot el dia anomenada «Ruta Artística», que passava i s'aturava a Inca i valia 230 pessetes sense dinar, 305 pessetes amb dinar o 330 amb dinar especial.

D'altra banda, es podien contractar vehicles privats o taxis. En aquest cas, en els anys cinquanta, els preus del taxi eren 430 pessetes per dia i el cotxe de lloguer, 470 pessetes.

3.3. El menjar

A totes les excursions el tema del menjar era important, i la majoria de gestors eren conscients que, si aquest assumpte estava solucionat, tenien un gran nombre de possibilitats que l'excursió fos un èxit. Algunes agències destaquen el menjar com un dels seus aspectes important fins al punt de fer una gran publicitat.

Viajes Melià anuncia a moltes de les seves guies el que ells deien *nuestro famoso y original bono Festín*. Feia veure que aquesta idea era exclusiva de Viajes Melià i que amb aquest bo es podia realitzar un menjar totalment gratis en el restaurant Tritón de Ciutat. Així ho anunciaven:

Tiene derecho a elegir a la carta, pedir el número de platos que usted desee, repetir cuantas veces quiera los platos que más le hayan gustado, rechazar los que no sean de su agrado y sustituirlos por otros de su elección, tomar sin limite toda clase de dulces, frutas, helados, quesos, etc, que figuren en la carta. En una palabra: toda la cocina del referido establecimiento estará, sin restricción alguna, a la entera disposición de su estómago.

Cap excursió oferia els cellers d'Inca com a lloc per poder dinar, simplement eren un indret per beure o per poder berenar.

3.4. L'oferta

La visita inquera es va mantenir pràcticament igual durant cada any. Des de l'1 de juliol fins al 30 de setembre els autobusos sortien el dimarts, el dijous, el divendres i el diumenge; des de l'1 d'octubre fins al 30 de juny, només el dimarts, el divendres i el diumenge.

En tots els casos hi havia una doble possibilitat. La primera era que, aprofitant la visita a Formentor, l'autocar realitzàs una aturada a Inca de tornada. La segona era que la mateixa excursió només passàs per Inca sense aturar-se.

De l'excursió que s'aturava a Inca tenim diferents exemples:

El catàleg de Viajes Mallorca és el més complet perquè anunciava el pas per Inca sense aturar-se de camí a Formentor: *Esta ruta es una de las más variadas y largas, pues se pasa por un gran número de pueblos: Marratxí, Santa Maria, Consell, Binisalem, Inca, situada en el centro de la Isla, con abundante comercio y, gran fabricación de calzado, dejando a la derecha Bújer y Campanet a la izquierda.*

Però a la tornada explicava l'aturada al poble: *...y cruzando Pollensa se llega a Inca para visitar en este pueblo los típicos Cellers (Bodegas de rico vino mallorquín). A continuación se regresa a Palma.*

El catàleg de Viajes Internacional Expreso també donava informació de l'aturada que es feia a Inca, però sense especificar cap lloc concret, deixaven a l'elecció dels turistes els llocs que volguessin visitar. En aquests casos podien elegir entre els cellers o les compres: *Por la tarde, regreso, pasando por el pueblo de Pollensa. Parada de 30 minutos en la industriosa Ciudad de Inca, llegando a Palma al atardecer.*

En els casos en què no es feia l'aturada a Inca era perquè aquesta es feia a Selva per assistir als balls d'Aires de Muntanya. Viajes Mallorca així ho deia: *Por la tarde, y de regreso a Palma, donde se llega alrededor de las 19.30 horas asistencia en Selva, a los bailes populares regionales.*

Viajes Melià també ho explicava, deixant clar que Inca només era un lloc de pas en aquests casos:

Salida des de Pollença, pasando por Inca, para llegar a la típica villa de Selva y presenciar las exhibiciones folklóricas que, con actuación de la galardonada agrupación Aires de Muntanya, ofrece especialmente VIAJES MELIA a sus clientes.

Figura 2. Itinerari del fullet de Viajes Condal l'any 1966.

Va ser en els anys seixanta quan es varen generalitzar les excursions temàtiques a Inca, que podien ser dues, com especifica el catàleg de Viajes Condal de 1966. La primera era l'excursió «Inca-Santa Maria» (figura 1). Es realitzava durant tot l'any, però només sortia el dimecres i la seva durada era d'un matí. El seu preu era de 145 pessetes. Es tractava d'una visita als indrets que es volien promocionar, deixant de banda qualsevol element patrimonial de la ciutat:

- Un cop que els visitants arribaven a Inca, tenien organitzada una degustació a un típic celler.
- En acabar la degustació, se'ls donava temps lliure per poder fer compres a les botigues i fàbriques de la ciutat.

En acabar, l'autocar en dirigia a Santa Maria per fer una aturada a les bodegues del poble i visitar el Museo de Trajes Regionales del convent dels Mínims.

La segona visita completa a Inca partia el dissabte i s'anomenava «Ruta Artística» (figura 2). En aquest cas ja durava tot el dia i el preu variava entre les 230 pessetes sense dinar, 305 pessetes dinant a l'hotel Marina o 330 dinant

a l'hotel Miramar.³ Aquesta visita era tan completa com l'anterior, però el recorregut era diferent perquè es visitaven Inca, Campanet, Alcúdia i Santa Maria. Aquest era el recorregut:



Figura 3. Itinerari del fullet de Viajes Condal l'any 1966.

- S'iniciava l'excursió amb una aturada a Inca per visitar els cellers i es donava temps lliure per comprar.
- Posteriorment, es visitava el Teatre romà i les murades d'Alcúdia. A continuació es deixava temps per anar a la mar i dinar.
- L'horabaixa s'aturaven al Museo y Fundación Vidrio de Campanet.
- El dia acabava amb una aturada a Santa Maria per visitar el Museo de Trajes Regionales del convent dels Mínims.

3.5. Les imatges

Del municipi inquer no tenim cap imatge. La vila no era prou important des del punt de vista turístic perquè les fotografies ocupassin un lloc en els fullets. L'única constància gràfica que tenim d'Inca és aquest mapa (figura 3) que va reproduir el fullet de Viajes Mallorca, i que resumeix tot el que es podia trobar un turista a cada indret mallorquí o, com a mínim, tot el que l'il·lustrador va poder encabir en el dibuix. D'Inca, l'única cosa que en destacava eren els seus molins. Els del serral dels Molins eren el lloc que ressaltaven els viatgers que ens en deixaren constància a les guies de viatge i a articles de revista de finals de la segona meitat del segle XIX i primera del XX. Així ho explicava l'any 1932 Josep Miracle:

³ Els dos restaurants es trobaven al Port d'Alcúdia.

De bona gana saltaríem del tren, però ja és capvespre; i si a Inca n'hi ha tants... Inca. Hi ha molins, per aquí, madona? --Prou. [...] Pel camí veiem els famosos del Serral d'Inca, arrencats i quiets, tots sense antenes, tots sense teulat... Vet ací el molí. El xofer s'introdueix pels conreus cridant els moliners [...] En veure'ns davallar del cotxe, el moliner ens guaita encuriolit; [...] -Jo no volia ser moliner -ens diu- [...] Enumera tots els molins de vent que han sucumbit als progressos del segle. [...] Ens acomiadem del molí, quasi centenari i dels moliners que encara el serveixen.⁴

També ho destacava Claude Dervenn en el seu llibre de 1932:⁵ *Inca couronnée de moulins, parmi une campagne opulente, l'une des plus anciennes villes de Majorque.*

Sembla que poc després de la conquesta de 1229, Inca posseïa una de les majors concentracions de molins, probablement ubicats en aquest mateix lloc. Berard⁶ cita onze molins de vent, mentre que l'Arxiduc en cita set al serral de les Monges, que són els que es conserven avui dia.

Les fotografies i postals de principis del segle XX mostren un conjunt de molins amb les antenes, però als anys trenta, com constata Miracle, només conservaven les veles. A la dècada de 1960, que és la que ens importa, encara n'hi havia algun que funcionava.

Molt probablement l'il·lustrador del dibuix mai va visitar la ciutat d'Inca ni altres llocs de Mallorca que figuren dibuixats. Simplement, va reproduir en el mapa els dibuixos d'aquells elements que segons l'imaginari popular eren més representatius de Mallorca i, com hem dit, els molins eren uns referents per a la majoria de viatgers. És per això que el dibuix del molí que va il·lustrar era una recreació imaginària del que ha de ser un molí i no es correspon amb els molins de la ciutat.

4 Fragment de l'article escrit per Josep Miracle a la publicació mensual *Mirador* de 30 de juny de 1932. Reproduït per Josep Maria Casasús al diari *Ara* el 10 de juliol de 2021 amb el títol de «Mallorca perd els molins» (1932).

5 Claude Dervenn és l'autora de *Les Baléares*, editat l'any 1932 per l'editorial Occitania i amb dibuixos de Guigillon. És un llibre a mig camí de la guia de viatges i dels llibres de viatges.

6 Berard i Solà, J. 1983. *Viaje a las villas de Mallorca 1789*. Lluís Ripoll.

4. CONCLUSIONS

Els fullets informatius de les agències de viatge varen ser un instrument imprescindible per donar a conèixer Mallorca com a destinació turística privilegiada.

La seva funció va permetre mostrar uns llocs en comptes d'altres i crear l'imaginari de l'illa a partir d'aquests indrets que es varen potenciar i promocionar a partir de les excursions programades, i de la publicitat.

Inca hi va tenir presència a partir dels anys seixanta, amb el reclam dels berenars i el vi als cellers, i de les compres a les botigues i fàbriques de la ciutat.

És interessant comprovar l'evolució dels preus de les excursions i especialment l'oferta que feien cada una de les agències de viatges. S'evidencien els efectes del *boom* turístic perquè l'arribada d'una allau incontrolada de turistes obligà a cercar nous llocs per visitar, i és en aquest context que Inca començà a entrar dins els circuits turístics.

BIBLIOGRAFIA

Berard, J. 1983. Viaje a las villas de Mallorca, 1789. Lluís Ripoll Editor. Palma.

Fullana, P.; Tur, M. 1999. Guia dels pobles de Mallorca. Hora Nova. Palma.

Ordinas, G., Crespí, M., Gaita, M. 2007. Guia patrimonial del Raiguer. Mancomunitat del Raiguer.