

IV Jornades d'Estudis Locals de Capdepera

El turisme abans del turisme

Dels estiuejants al turisme

ACTES

Centre Cap Vermell (Cala Rajada)
26 i 27 de novembre de 2010

SUMARI

Presentació
El turisme abans del turisme
ISABEL MOLL (UIB-IUNICS)
9

El procés de poblament a Cala Rajada (1860-1940)
ISABEL MOLL (UIB-IUNICS), GORI RECHAC
17

El teixit comercial de Cala Rajada (1882-1940)
ANTONI FLAQUER OBRADOR, MARIA MASSANET GILI, GREGORI RECHAC CAÑAVATE
33

Fonts per a l'estudi de l'activitat turística: l'impost de matrícula industrial (1882-1940)
ANTONI FLAQUER OBRADOR, MARIA MASSANET GILI, GREGORI RECHAC CAÑAVATE
51

El turisme a Capdepera durant la II República
JOSEP TERRASSA
77

Jack Bilbo i una Cala Rajada increïble. Turisme i contraban
MIQUEL FLAQUER (Bibliotecari del Golea)
89

Cinc generacions d'estiuejants: Els Leremboure i els Poron, 1936-1960
MARIE-NOËLLE PORON-TESNIER, OLIVIER PORON LEREMBOURE
125

Les Baléares. A mig camí entre els llibres i les guies de viatge
VICENÇ AMENGUAL
133

Llevant (1916-1931): La promoció de la seva península. El XIV Congrés Geològic (1926);
el Museu Regional (1927); l'Exposició d'Higiene (1931)
MIREIA GARCÍAS
149

L'aplicació urbanística de Nicolau M. Rubió i Tudurí a Alcanada (1933).
Aplicació del model d'enclavament turístic a la Mediterrània Occidental
CARME SUÁREZ
167

EL TURISME ABANS DEL TURISME

ISABEL MOLL (UIB-IUNICS)

El joc de paraules del títol d'aquesta presentació pretén identificar una diferència: la que hi ha entre les activitats turístiques abans i després del que coneixem com a fenomen turístic de masses, procés que té els seus orígens després de la II Guerra Mundial i es troba vinculat, entre altres qüestions, al desenvolupament de l'estat del benestar (les vacances pagades de la classe obrera, per exemple), a la disponibilitat de territori, de mitjans de comunicacions i d'un capital inicial per invertir sense molt de risc. Les jornades celebrades a Cala Rajada a finals del mes de novembre del 2010 tenien com a objectiu recollir informació sobre el poble abans de l'explosió del turisme actual. L'objectiu, com es veurà seguidament, es va aconseguir en part amb uns resultats força interessants.

A l'hora de plantejar l'anàlisi de qualsevol fenomen cal tenir presents els principals condicionants que influeixen sobre la seva naturalesa. En primer lloc el temps, el moment en què es desenvolupa. En segon lloc els seus protagonistes i les motivacions que tenen per a dur a terme les activitats que constitueixen el fenomen. En tercer lloc el territori on tot passa, i de quina forma es veu modificat.

El turisme com a activitat d'oci ja era una pràctica habitual de les classes mitjanes europees a l'inici del segle xx. De fet, des de la segona meitat dels vuitcents s'havia iniciat aquesta pràctica com a resultat d'un doble procés. D'una banda, el que podíem definir com a «perversió» del Gran Tour, que ja no era la forma elitista d'educar els fills de l'aristocràcia anglesa o francesa (es pot dir que un dels darrers practicants del Gran Tour fou l'arxiduc Lluís S. d'Habsburg-Lorena), sinó l'activitat d'una burgesia que, sense perdre de vista el caire formatiu del viatge, tenia interès, temps i diners per dedicar-se al coneixement de nous indrets, sense els «perills» dels viatges d'aventures i amb les comoditats a què es trobava acostumada.

D'altra banda, la difusió dels principis de l'higienisme va estimular la vida a l'aire lliure, va promoure la pràctica dels esports, va fomentar el que es pot qualificar com «la teràpia de l'aigua», tant dels banys de mar com de l'ús de les aigües termals. El sol, la mar, els balnearis començaren a utilitzar-se com a béns

de consum. Els burgesos del nord iniciaren, d'aquesta manera, una nova forma de colonització. El 1839 ja es va publicar la guia Baedeker, i el 1841 Thomas Cook obria la seva primera agència de viatges. Llocs com Deauville, Biarritz o Sant Sebastià es convertiren en centres d'estiueig; es crearen nous espais com la *Côte d'Azur* i més tard la *Costa Brava*, on començaren a aparèixer negocis relacionats amb les noves pràctiques que integrava el turisme, per exemple la *Société des bains de mer* de Montecarlo. Antigues estacions termals –Baden-Baden, Karlsbad, Montecatini o Vichy– es transformaren en els nous espais de socialització d'unes burgesies que practicaven l'oci en benefici de la salut.

Els inicis del procés a Espanya encara no estan molt clars, però cap al 1850 ja hi havia informacions a les guies de turisme internacional, i a finals del segle XIX era una activitat que generava uns ingressos importants. Per exemple, el Fomento del Trabajo Nacional de Barcelona valorava en uns cinquanta milions de pessetes els ingressos del turisme el 1899. La premsa del període proporciona una excel·lent informació sobre el tema, amb anuncis de balnearis, promoció de viatges i fins i tot articles assenyalant la rellevància d'aquesta activitat per a l'economia. Una mostra és el text que Luís Bello va publicar al setmanari *Nuevo Mundo* l'octubre de 1905:

Esa España escondida es la que debemos ofrecer al turista, siquiera para conocerla nosotros. Se dirá: “Esa es una industria y las industrias no se improvisan”. Pero ¿es que también en esto vamos a dejar que los de fuera se aprovechen de las materias primas? ¿Que los extranjeros nos indiquen con el ejemplo cuáles son los lugares de España en que podemos invernar y veranear? ¿Que exploten los paisajes como los ferrocarriles y las minas?

Al mateix temps aparegueren llibres especialitzats sobre el tema i un dels autors més prolífics fou el periodista mallorquí Damià Isern (1853-1914), qui també el 1905 va publicar un text sobre el Touring-club hispano portugués, amb la finalitat de fomentar els viatges. El mateix any, el Ministeri de Fomento va crear la Comisión Nacional para fomentar las Excursiones Turísticas y de Recreo del Público Extranjero i el 1911 es va fundar la Comisaría Regia de Turismo, que va estar vigent fins al 1928, quan fou substituïda pel Patronato Nacional de Turismo. Aquestes breus referències de caire general permeten definir un període d'inici de les activitats turístiques (a partir dels darrers anys del vuit-cents), quan tant els particulars com l'Estat comencen a prendre consciència de la possible importància d'aquest nou sector econòmic.

Els qui han començat a construir la història del turisme a les nostres illes (entre els quals cal esmentar Joan-Carles Cirer, Climent Picornell o Antoni Vives) assenyalen també el mateix període com a data més probable de la presència d'aquesta activitat. Encara que, ja el 1880, es començaren a programar activitats

dirigides a la captura de visitants, i el 1890 grans empresaris i intel·lectuals com Enric Alzamora, Ricard Roca i Miquel dels S. Oliver foren sensibles a aquest nou corrent començant a definir estratègies perquè l'illa es pogués articular dins aquest nou mercat que era el turisme. A començaments del segle XX el procés es va accelerar. L'historiador Joan-Carles Cirer informa que Mallorca ja apareix a la guia Baedeker del 1901, el 1903 es va obrir a Palma el Gran Hotel per iniciativa del marquès de la Torre i finançat per l'*indiano* Joan Palmer, els quals varen encarregar la seva construcció a un dels arquitectes més avantguardistes del moment, Lluís Domènech i Montaner. També el 1903 Bartomeu Amengual publicava a Palma un text clau, *La industria de los forasteros*, amb pròleg del poeta Joan Alcover. El 1905 el mateix grup de persones que deu anys abans proposaren el desenvolupament del turisme –els Alzamora, Manuel Bonet, Miquel dels S. Oliver o Josep Tous i Ferrer, entre d'altres– crearen la societat del Foment del Turisme, de la qual el marquès de la Torre va ser el primer president i el vicepresident fou Enric Alzamora, aleshores president de la Cambra de Comerç. El Foment del Turisme fou la primera institució d'aquestes característiques que es va crear a Espanya i, quan es va reconèixer legalment el 1907, don Antoni Maura la va declarar «*institución de utilidad pública*».

Una de les primeres iniciatives d'aquesta institució fou iniciar la promoció publicitària de Mallorca mitjançant la publicació de guies i cartells per mostrar una imatge atractiva de l'illa. Era necessari un concepte per crear una imatge. Quan Luís Bello al text esmentat de 1905, per a remarcar la importància del que ell qualifica de «pintoresco», com a forma d'atracció turística, afirma «*SOBRE TODO LA INCOMPARABLE, LA IDÍLICA TIERRA DE MALLORCA*»... ja hi estableix el concepte. Un grapat d'ametlers en flor, la visió d'unes oliveres amb el tronc retorçut, unes petites cases de pedra amb les finestres i el portal encalcinats, i ja tenim la imatge. Així, el que havia estat una activitat secular –el control i la modificació de la natura per part dels pagesos– es va congelar per a donar sentit a la «*idílica tierra de Mallorca*».

Sembla que l'any 1905 fou un moment especial per a l'enlairament del turisme, potser a conseqüència d'un eclipsi que fou motiu de la vinguda de científics de tot Europa, perquè sembla que Mallorca era un lloc perfecte per a l'observació d'aquest fenomen. Aquest mateix any, un canonge de la Seu de València –Josep Sinistera, que escriu amb el pseudònim de *Lázaro Floro*– va venir a Mallorca per mor del trasllat de les restes del rei Jaume III a Palma, i va escriure una Memòria del seu viatge, que finalitza amb aquests consells:

A los Mallorquines les he de decir... que sin abandonar las tradiciones y costumbres antiguas... procuren, por todos los medios, poner a la isla en condiciones para que la visiten los extranjeros en mayor número que lo hacen en la actualidad. Es una necesidad la construcción de hoteles cerca de las

*grutas, en las poblaciones de importancia y en los puntos donde lo merezca la belleza de la excursión; la multiplicación de las líneas férreas... para facilitar los recorridos... Estableciendo distracciones y comodidades, y facilitando el viaje desde Marsella, Barcelona, Valencia y Alicante, creándose billetes económicos de ida y vuelta, la perla del Mediterráneo será tanto o más visitada que lo son hoy Suiza, Biarritz o Niza.*¹

Però, en línies generals, l'eclosió d'aquestes propostes no es va produir fins després de la Gran Guerra. Les classes mitjanes europees o els intel·lectuals començaren a considerar les Illes Balears com una destinació interessant, i alguns empresaris illencs s'arriscaren en la construcció d'hotels. El caire idíl·lic de la publicitat es va veure reforçat amb les aquarel·les d'Erwin Hubert i potser la culminació de la construcció promocional fou la publicació de *L'illa de la calma*, de Santiago Rusiñol. La imatge era ja un fet i els turistes començaren a arribar.

És en aquest context on cal inserir el desenvolupament de Cala Rajada. A finals del segle XIX ja hi ha una fonda –cas Bombu– on es poden allotjar els visitants (podem parlar de turistes en aquests anys?), i a principis del segle XX es té constància de la construcció i obertura de l'hotel Castellet, edifici construït amb les darreres comoditats dins la mateixa línia del Gran Hotel de Palma. Però el que caracteritzarà les primeres etapes d'aquest desenvolupament no seran tant els viatgers com els estiuiejants. És a dir, aquella burgesia que practicava l'oci en benefici de la salut i per a qui la «teràpia de l'aigua» es va convertir en una necessitat. Procedien de diversos indrets de l'illa: Palma, Sóller, Inca, Petra, Santa Margalida, Artà... Primer s'allotjaven a l'hotel Castellet i, a poc a poc, anaren construint les seves residències a la vorera de la mar, especialment del port a Son Moll. També els hotels allotjaven visitants majoritàriament de Catalunya, així com un conjunt heterogeni procedent de diversos països europeus. Sense oblidar el que es qualifica de turisme forçat, i que reflecteixen de manera excel·lent el llibre *El temps s'esmicola* i la seva magnífica traducció en imatges en el documental del mateix títol.² L'atractiu era tant el lloc (que troben *pintoresco*) com les coves d'Artà, que des de feia temps ja rebien visites i es trobaven incloses a les guies de Mallorca. Però també una forma de vida que es va esvaïr amb dues guerres, la incivil espanyola del 1936 i la mundial del 1939. El que va continuar és un altre tema, un altre fenomen.

El present llibre recull quasi totes les comunicacions que es presentaren a les jornades. Són 9 textos, 6 dels quals tracten alguns aspectes de Cala Rajada entre 1890 i 1936, i els altres 3 enfoquen diversos temes que encaixen perfecta-

¹ Lázaro Floro, *Una excursión a Mallorca*, Palma, 1905.

² Gabi EINSELE, Maria MASSANET GIL, Gori RECHAC, *El temps s'esmicola: l'exili centreeuropeu a Cala Rajada (1930-1936)*, Ajuntament de Capdepera 2015, i el documental del mateix títol dirigit per Toni Capellà amb fotografia d'Agustí Torres.

ment en el marc de la convocatòria. Les tres primeres se centren en temes relatius al desenvolupament del poble: les etapes de poblament entre 1890 i 1935, l'evolució del teixit comercial del poble entre 1882 i 1940 i les fonts per a l'estudi de l'activitat turística. La quarta analitza el turisme a Capdepera durant la II República. La cinquena enfoca un personatge mític, *Jack Bilbo*, i l'entorn que va crear a la seva estada a Cala Rajada. La sisena és un petit relat sobre cinc generacions d'una família francesa que començaren a estiuar-hi el 1936 i encara ho fa en l'actualitat.

La resta de textos tracten sobre publicacions i llibres de viatges, com és l'anàlisi del *Die Balearen*, que l'autor qualifica de a mig camí entre els llibres i les guies de viatge; o la promoció de la península de Llevant a partir de la publicació periòdica del mateix nom; del XIV Congrés Geològic del 1926, de la creació del Museu Regional d'Artà el 1927 i l'Exposició d'Higiene del 1931. Una darrera comunicació se centra sobre un tema urbanístic, com fou la intervenció de Nicolau M^a. Rubió i Tudurí a Alcanada el 1933.

Les possibilitats d'anàlisi del fenomen turístic d'entreguerres, pel que fa al cas de Cala Rajada, no es tanca amb els escrits que aquí es presenten. Queda molt per fer i molt per investigar. Hi ha material suficient per documentar futures recerques i encara hi ha persones que amb els seus records poden incorporar vivències que no recull la documentació escrita o visual. Pot ser un altre llibre i/o un altre documental.

Isabel Moll

Palma en temps de confinament, març-juny 2020