

RESSENYES

Tomeu Canyelles, Gabriel Vives, *Magaluf, més enllà del mite*. Palma: Lleonard Muntaner, 2020, 239 pp.

El llibre dels historiadors Tomeu Canyelles i Gabriel Vives és una aproximació contrastada al fenomen turístic a partir de l'estudi de cas de Magaluf.

El títol de l'obra ja desvela una evolució del model turístic que durant dècades ha evolucionat d'una destinació idíl·lica a convertir-se en el paradigma del turisme d'excessos. D'aquesta manera, arran de les aportacions de Canyelles i Vives, s'evidencia que el mite de l'illa ha passat de ser l'arquetip del paradís indòmit de la tranquil·la Mediterrània a un nou paradís sense normes ni limitacions.

La tesi principal de *Magaluf, més enllà del mite* es basa en el tractament informatiu sensacionalista per part dels rotatius d'arreu del món com a principal estímul al reclam turístic de Magaluf. I és que els mitjans de comunicació han tingut un paper decisiu en la projecció internacional de la destinació calvianera, cosa que ha contribuït a la creació d'una gramàtica de neologismes que certament ha engrandit el mite.

Paraules com *balconing*, *party boat*, *pub crawling* o *mamading* han servit per descriure unes pràctiques agressives, al·legals i de risc que formen part del relat turístic del Magaluf del segle XXI. Així, doncs, l'estudi de Canyelles i Vives fa notar de quina manera la realitat del mite es modela en funció de qui l'explica. En aquest sentit, el llibre exposa les distintes narratives d'una realitat controvertida i enfrontada a partir de les diferents interpretacions que poden fer-se'n.

Un dels principals objectius del llibre és donar forma a una crònica veraç i profusament documentada sobre les dimensions de Magaluf com a fenomen mediàtic i turístic. L'obra està dirigida a valorar el paper que han tingut diferents agents –mitjans de comunicació, Administració, empresaris, població resident, visitants– a l'hora

d'engrandir la realitat d'un model turístic que Magaluf comparteix amb moltes altres zones de la Mediterrània.

El llibre està organitzat en cinc capítols, un pròleg signat per Bartomeu Deyà Tortella, degà de la Facultat de Turisme de la Universitat de les Illes Balears, una introducció i uns apunts finals a tall de conclusió.

La primera part situa Magaluf en el mapa turístic de Mallorca des d'una perspectiva històrica. Com tants d'altres nuclis costaners, Magaluf ràpidament es va convertir en una destinació oferta per famílies i petits empresaris locals que fidelitzaven els clients. La segona part explica com Magaluf i Punta Ballena varen passar de ser una zona costanera de turisme familiar a ser l'objectiu d'un turisme britànic específic gràcies a la iniciativa empresarial d'emprenedors locals. Finalment, el llibre analitza el fenomen estival de Magaluf a partir de tots els agents que hi intervenen, especialment les xarxes socials, els testimonis orals, la premsa digital i els fòrums d'internet.

Així i tot, els autors conformen l'obra a partir de dues fonts principals: la bibliografia especialitzada i els diferents testimonis orals. La combinació d'ambdues fonts dona com a resultat la creació d'un relat exhaustiu i contrastat que tracta en profunditat dels distints punts de vista d'una realitat que tanmateix es presenta polièdrica i que, tot i no permetre conclusions definitives, apunta a un model dinàmic en evolució que actualment té la necessitat de renovar-se.

El conjunt d'aportacions ens fan a la idea que la realitat turística de Magaluf és multifactorial i complexa, i en cap cas podria reduir-se o simplificar-se únicament al mite dels excessos. En qualsevol cas, les lectures de Magaluf que conté el llibre

de Canyelles i Vives descriuen un ventall ampli que va des de la visió mitificada del paradís on tot està permès –és la visió del visitant i client potencial– fins a la visió local del paradís malmès –que és la visió majoritària del resident.

Tanmateix, ambdues visions no són les úniques i responen a decisions del passat que han anat definint el model turístic actual de la zona, especialment en moments històrics en què no existia una planificació ni un creixement pautat.

El llibre també és el retrat aclaparador d'una realitat ambivalent i en constant conflicte d'interessos antagònics que es podria sintetitzar en dos grups: d'una banda, hi ha qui atribueix el creixement econòmic del municipi al model turístic vigent i el perpetua i, de l'altra, hi ha qui critica l'impacte negatiu d'un model inadmissible d'acord amb la lectura emocional i ecològica del paisatge natural i social viscut.

En qualsevol cas, el tema de Magaluf va més enllà de la problemàtica local i té unes conseqüències devastadores. Mentre un sector de la indústria de l'hoteleria i la restauració es lucra amb el model del turisme de gatera de Punta Ballena, operadors turístics d'empreses globals assentades a la zona i decebuts de la deplorable imatge que transmeten els joves britànics amenacen a cercar destinacions alternatives, cosa que ocasiona pèrdues molt significatives en l'activitat econòmica i en termes de llocs de treball.

Tot plegat ha donat lloc a relacionar l'illa de Mallorca en general, i Magaluf en particular, amb un model de turisme predominantment capitalista i depredador. En aquest sentit, Magaluf ha esdevingut una marca d'èxit, una illa dins l'illa, basada en la narrativa morbosa d'un producte altament especialitzat destinat a un client amb un perfil molt específic.

Des dels anys vuitanta principalment joves anglesos de classe treballadora, predominantment blancs i heterossexuals, conformen el tipus de visitant que ambiciona passar uns dies en aquesta zona de Mallorca. Tal com diuen els autors, «durant diferents generacions, els joves britànics han convertit aquest indret del litoral mallorquí [Magaluf] en un espai de peregrinació, impregnat d'un cert caràcter iniciàtic».

Així, el mite literari de l'illa de la calma que durant els segles XIX i XX va servir de reclam per a viatgers il·lustres ha donat pas a un territori molt acotat on experimentar amb els límits i les formes de l'oci nocturn esdevé una possibilitat real. I és que Magaluf és la promesa de les experiències extremes a un preu assequible.

En aquest sentit, les xarxes socials i els mitjans informatius han contribuït a difondre un «producte» basat en l'experiència del risc i en l'exageració de les pràctiques festives barrejades amb l'alcohol i el sexe. L'èxit d'aquesta singular oferta turística també s'ha vist en la indústria cultural i ha donat lloc a tota una producció de peces narratives i audiovisuals que corroboren el mite.

D'aquesta manera, reportatges de la premsa escrita, llibres d'assaig i novel·les, cançons, vídeos i documentals han donat lloc a un subgènere que té com objectiu perpetuar la llegenda de la ciutat sense llei que és Magaluf. Així doncs, fenòmens paral·lels com el *Mallorca style* –vídeos d'artistes alemanys enregistrats a la zona de s'Arenal i en el context de les pràctiques excessives de l'oci nocturn– converteixen Mallorca en l'escenari de la permissivitat.

No hi ha dubte que Magaluf, tot i ser un cas particular, permetrà lectures més universals. Com a fenomen turístic del segle XXI, el llibre de Canyelles i Vives convida a la revisió del model d'excessos. Temes com l'explotació i la precarietat laboral, els conflictes de convivència veïnal, l'activisme social o el model econòmic demanen una reflexió tant pel que fa a l'impacte social i ecològic com pel fet de cridar l'atenció als responsables del seu tractament informatiu.

Mentre el model turístic continua sent objecte de l'històric debat social i polític sobre l'alternativa del turisme de gatera i sol i platja, el llibre de Tomeu Canyelles i Gabriel Vives esdevé un document imprescindible que se suma al gènere literari dels estudis sobre turisme dels darrers anys i en permet fonamentar la visió crítica.

Francesc Vicens Vidal
Universitat de les Illes Balears