

Turisme i identitat local en la Festa del Much de Sineu

ANTONI VIVES RIERA

*Doctor en Història
Universitat de Barcelona*

Resum

Aquesta investigació que, prenent com a cas d'estudi la festa del Much a Sineu, analitza el feliç encontre entre la reformulació de les identitats locals fetes per joves nadius a través de la invenció recent de noves celebracions, i la bona acollida de les propostes natives per part de residents estrangers i els turistes més ocasionals.

Com un primer pas, hem analitzat en la nostra recerca com la identitat oficial de Sineu s'ha construït històricament en clau mediterraneista i tradicionalista durant el segle XIX a través de la mirada dels turistes pioners procedents del nord d'Europa, especialment l'arxiduc Lluís Salvador d'Àustria. Alhora, hem analitzat com al llarg del segle XX l'apropiació d'aquest tipus d'alteritat per part de la població autòctona ha suposat la recreació i reproducció d'aquesta identitat assignada a través de l'arquitectura i les festes populars locals.

En segon lloc, però no menys important, analitzem com al llarg del segle XXI les noves generacions de joves nadius s'han servit de la invenció de tot un nou repertori de festes populars (post)modernes per posar en dubte l'alteritat tradicionalista que ha configurat històricament identitat mallorquina, tot renegociant les corresponents identitats assignades a través de la hibridació entre els estereotips de particularitat local i nous elements presos de la cultura pop global. Oferim en particular, una anàlisi de la festa Much a Sineu, al centre interior de l'Illa. Sorprenentment, aquesta original proposta d'oci i nova identitat insular, ha estat rebuda amb entusiasme pels turistes i residents estrangers que perceben aquesta innovació com una demostració de la vitalitat de les comunitats locals a l'illa, així com una oportunitat per a ells de participar en la reformulació d'una nova manera d'entendre la mallorquinitat.

Paraules clau: turisme estratègic, cultura popular, tradicions inventades, alteritat mediterrània, identitats locals, globalització.

Abstract

This research is about the meeting between the reformulation of local identities made by native youth through the current invention of new festivities such as the Much in Sineu from one hand, and the positive reception of it by residents from abroad on the other.

In our research, we have analyzed as a first step how the official identity of Sineu has been historically constructed in a traditionalist mediterranean way in the 19th century through the gaze of

tourist pioneers from Northern Europe, especially the Austrian Archduke Ludwig Salvator. At the same time, we analyze how the appropriation of this kind of own otherness by the natives has supposed the recreation, performance and reproduction of this assigned identity through local architecture and feasts all along the 20th Century.

Secondly, but not least, we analyse how the traditionalist otherness that has historically shaped Majorcan identity is questioned and renegotiated by new generations of natives in the 21th Century, through a new range of (post)modern feasts that shows an hybridation between the traditional local assigned otherness and new elements borrowed from modern global pop culture. We offer in particular an analysis of the Muc feast in Sineu, in the Island centre core. Surprisingly, this native proposal of leisure and insular identity, has been enthusiastically received by tourists and foreign residents who perceive this innovation as a demonstration of the vitality of local communities in the island, as well as a chance of participation in the reformulation of new Majorcan identities.

Keywords: strategic tourism, popular culture, invented traditions, Mediterranean otherness, local identities, globalisation.

La Festa del Much se celebra a Sineu des de 2003 com a ritual explícitament inventat. Tot i que no s'avé amb el model tradicionalista i folkloritzant a partir del qual s'ha volgut promocionar turísticament la vila, no hi ha dubte que el seu caràcter innovador i popular ha cridat l'atenció de nous viatgers i visitants estrangers que en les seves vacances busquen no només un lloc de destí sinó també un esdeveniment irrepètible; busquen la pròpia la participació creativa i no només l'observació passiva.

Primer de tot, la Mucada ha suposat el qüestionament de la identitat oficial sineuera que l'any 2003 ja era ben madura, completament consolidada i fixada. Aquesta identitat ha estat compartida, reproduïda i sostinguda també pel sector privat de la indústria turística de la vila, ja que tant la representació institucional de Sineu com a municipi, com la comercial de la vila com a destí turístic, provenen de fet de la mateixa matriu discursiva. Es orígens històrics compartits es troben en la imatge un tant estereotipada que a finals del segle XIX van donar, tant de Sineu com de les Illes Balears en general, els primers viatgers i turistes pioners provinents de l'Europa central i septentrional. L'autoritat social i cultural des d'on proposaren una nova identitat insular en clau romàntica va donar una potència tal al seu discurs que finalment els mateixos illencs van acabar adoptant com a pròpia la identitat en clau d'objecte exòtic assignada pel subjecte viatger.

En relació a això, la nova festa del Much protagonitzada pels joves de Sineu, ha suposat durant la darrera dècada una pràctica ritual d'àmbit local en el marc de la qual els seus celebrants han intentat alliberar-se dels vells estereotips que han marcat la identitat vilatana i que els han emplaçat en un estadi d'inferioritat respecte als seus consemblants moderns i urbans. La festa ha esdevingut per tant un intent de presa de control de la pròpia identitat a partir de la proposta d'una nova representació del "nosaltres" local ambigua i ambivalent al mateix temps (Mitchell, 2002; Stolcke, 2009). A partir de la tradició carnavalesca de celebració festiva, el nou Sineu ha sorgit de l'exageració, el xoc i la hibridació de les oposicions binàries a partir de les quals semiòticament s'ha construït la vella alteritat romàntica de la qual n'ha estat objecte. Al mateix temps, la Mucada ha acabat esdevenint un atractiu únic i especial per als col·lectius d'estrangers, tant residents com visitants ocasionals, que refusen el turisme massiu basat en vells clixés

i busquen en el destí del seu trajecte quelcom més personalitzat, no tant un objecte d'observació i gaudiment passiu, sinó un espai de participació activa, de comunió cultural i d'aprenentatge social-festiu (Lippard, 1999).

La identitat oficial i turística de Sineu i els seus orígens històrics

En el moment d'examinar quina és la identitat oficial i turística de Sineu, els interrogants sobre la imatge de vila com a marca comercial i destí de recepció de visitants semblen diligentment respostos a la pàgina web de l'Ajuntament.⁴⁷⁶ Si es fa un repàs als seus continguts es pot deduir molt fàcilment quins són els trets principals que identifiquen la vila com a ens local. En el *link* d'informació general sobre el municipi, a part d'un reportatge gràfic amb fotografies,⁴⁷⁷ destaquen els apartats "Visites interessants" i "Fires, festes i mercats".⁴⁷⁸ Així per tant, segons la representació oficial de la vila, allò que el lloc té per oferir als turistes són sobretot les seves festivitats més importants, juntament amb tot un seguit de monuments i arquitectures històriques que defineixen el seu paisatge urbà.

En el calendari festiu establert per l'Ajuntament, el primer i principal esdeveniment és la celebració de la Setmana Santa, especialment la processó del Divendres Sant. Es tracta d'una celebració anual presentada en la web com un acte tradicional de caràcter eminentment religiós on la solemnitat i la seriositat hi presideixen. Altres moments destacats del protocol festiu de Setmana Santa són l'encontre entre la Mare de Déu i el Sant Crist Ressuscitat que se celebra el diumenge de Pasqua a la Plaça del Mercat. El calendari festiu oficial segueix amb una altra data remarcable, la Fira de Primavera, d'on la institució municipal destaca principalment el seu origen medieval, juntament amb el seu caràcter eminentment agrícola, ramader i artesanal. Tot això lliga amb un imaginari tradicionalista que es manifesta en el predomini a la fira de la vestimenta pagesa establerta com a cànon tradicional mallorquí, juntament amb la presència de grans figures de gegants presentades com el tòtem amb el qual s'identifica la comunitat vilatana (Durkheim, 1987). Arribats a l'estiu, la celebració més important esmentada com a pròpia als possibles visitants són les festes de la Mare de Déu d'Agost, de la quals es destaca el caràcter tradicional dels jocs i corregudes populars. Tanmateix, l'esdeveniment que es considera per les institucions oficials del municipi com el principal atractiu turístic de la vila no és de caire anual, sinó setmanal. Efectivament, la tradicional fira dels dimecres és considerada l'element cabdal d'atracció de visites. D'ella es destaquen els seus orígens medievals; el ramat viu que s'hi exhibeix, i la centralitat que l'acte atorga a la vila en matèria agrària i artesanal. Així per tant, la identitat oficial de Sineu proposada per l'Ajuntament es basa en unes suposades essències de caràcter pagès, agrari, tradicional, catòlic i fins i tot medievalitzant.

Quan en la web es canvia la dimensió temporal dels esdeveniments cíclics més remarcables per als visitants, per adoptar la descripció espacial dels llocs més atractius, l'Ajuntament de Sineu segueix construint la identitat oficial de la vila a partir dels mateixos paràmetres. De l'itinerari artístic i monumental proposat destaca l'església parroquial de Santa Maria, d'estil gòtic i datada al segle XIII. Del mateix corrent artístic i situat cronològicament al segle posterior, apareix en l'itinerari l'antic Palau dels Reis de Mallorca, que actualment exerceix les funcions de convent de les monges concepcionistes, les quals hi varen construir adossat un temple

⁴⁷⁶ <http://www.ajsineu.net/>

⁴⁷⁷ <http://www.ajsineu.net/municipi/grafic.ct.html>

⁴⁷⁸ <http://www.ajsineu.net/municipi/visites/visites.ct.html> i <http://www.ajsineu.net/municipi/fires/index.ct.html>

barroc al segle XVII. Finalment, el tercer gran monument esmentat és l'actual casa consistorial, que en el seu moment fou l'antic convent dels mínims d'estil barroc tardà i datat entre els segles XVII i XVIII. De la visita a l'Ajuntament, la web destaca l'exposició al seu edifici de la Barcella de Sineu, antiga mesura de cereals que a causa de la importància de la vila en el passat com a centre de comercialització agrària, va esdevenir referència per a la resta de l'illa. Així per tant, la identitat turística oficial de Sineu segons l'Ajuntament és de caràcter netament catòlic, tradicional, pagès i medievalitzant.

La visió romàntica i tradicionalista de la vila que proposa la principal institució pública local es correspon en la seva part més important amb la imatge que al mateix temps, des de l'àmbit de l'empresa privada i el món associatiu de les colònies estrangera local, es proposa a la web Visit-Sineu.⁴⁷⁹ Aquesta web ha estat creada sota l'impuls del promotor immobiliari Frank Küpper, i hi acostumen a col·laborar periodistes i altres residents estrangers vinculats d'una manera o altre al negoci turístic. La galeria d'imatges del portal acompanya els monuments esmentats per l'Ajuntament amb fotos de petits recons de la vila i detalls dels seus carrerons on la vellesa s'afegeix a la bellesa i l'antiguitat com a valor turístic [imatge 1-2]. Així, es manifesta una certa fascinació per elements d'un subdesenvolupament en tot moment limitat i controlat (Wells, 2004; Bell i Lyall, 2002). D'aquesta manera, al catàleg patrimonial que ofereix l'Ajuntament, més propi de la historiografia de l'art com a disciplina científica que que no de la promoció turística, la web Visit-Sineu hi afegeix uns aires de llegenda i misteri a partir dels quals intenta accentuar el seu caràcter "autèntic" i per tant l'atractiu de Sineu com a visita.⁴⁸⁰

«Sineu se encuentra en el centro de la Mallorca profunda conservando las raíces y tradiciones más auténticas. En ninguna parte de la isla el pasado es más vivo que en Sineu. Paseando por los antiguos callejones de Sineu sentimos la historia a cada paso».

Jürgen Mayer

En la seva introducció a Sineu, el periodista Jürgen Mayer canvia la retòrica patrimonial pròpia dels funcionaris de l'ajuntament per una de caràcter més comercial que s'acosta a la d'un guia turístic. Així, reproduïx i desenvolupa una visió netament romàntica de la vila fins al punt de dur-la al terreny de la superstició, especialment quan esmenta llegendes sobre antics gegants que poblaven Sineu en temps remots i en els quals el més vells de la vila suposadament encara hi creuen.

Aquesta representació turística basada en la idea de misteri, de quelcom intrigant per descobrir (Inglis, 2000), també es manifesta en la representació que la web Visit-Sineu fa de les festes locals. De manera gairebé exclusiva se centra en la celebració de la Setmana Santa. Les tonalitats més càlides i obscures de les fotografies exposades contrasten amb les de l'Ajuntament, clares i en certa mesura avorrides. El tractament fotogràfic accentua el caràcter misteriós de la celebració i més enllà de la qualitat artística dels passos, la mirada del guia turístic posa èmfasi en el to seriós, tranquil i assossegat que adopten els participants [imatge 3]. D'aquesta manera, la identitat turística de la vila que es proposa concorda plenament amb l'imaginari de màgia, llegenda i superstició atribuït a Sineu.

La coincidència entre la identitat oficial del municipi i la identitat comercial del destí turístic s'explica per què ambdues tenen uns orígens històrics comuns: els llibres de viatges que en

⁴⁷⁹ <http://www.visit-sineu.com>

⁴⁸⁰ <http://www.visit-sineu.com/sineu/?lang=es>

el segle XIX visitants romàntics procedents d'Europa septentrional van escriure sobre les Illes Balears. De fet, per al cas de Sineu, el recorregut de visites a diferents llocs proposat com a referent d'identitat local en la web de l'Ajuntament,⁴⁸¹ ja va ser establert en aquella època, no per les elits culturals natives de la vila, sinó per un visitant il·lustre: l'Arxiduc Lluís Salvador d'Àustria. Efectivament, el circuit per la vila que amb posterioritat ha beneït el col·lectiu Visit-Sineu com a marca de destí dins la ortodòxia turística,⁴⁸² ja apareix en el *Die Balearen* escrit per l'esmentat membre de la família imperial austríaca.⁴⁸³ Es tracta d'una extensíssima obra de pretensions enciclopèdiques que es proposava recopilar tot el coneixement del moment sobre les Illes Balears. En les seves pàgines, Lluís Salvador descriu les diferents viles de Mallorca en un format de narració de les seves visites que segueix el gènere de llibre de viatges. Tant a través del seu text com de les imatges gravades que hi apareixen, l'il·lustre turista no només va fixar el recorregut canònic d'espais a visitar a Sineu, sinó a la resta de localitats mallorquines. D'aquesta manera, l'Arxiduc va formular per a la vila una primera identitat contemporània en clau d'alteritat tradicional-local (Barth, 1998; Stolcke, 2009).

En el volum IX de la seva enciclopèdia sobre les Illes, publicat per primera vegada l'any 1884, Lluís Salvador va seleccionar els espais de la vila que des de la seva sensibilitat romàntica i tradicionalista valia la pena visitar: l'Església Parroquial i antic cementiri islàmic; el Palau Reial reconvertit en convent, i l'antic convent reutilitzat com a Ajuntament i espai de conservació de la ja esmentada barcella. Només la casa de camp fortificada de Defla, situada a pocs kilòmetres del casc urbà de la vila, sembla que no ha tingut lloc en l'actual recorregut oficial establert tant pel Municipi com per Visit-Sineu. Tanmateix, aquesta casa de possessió ha estat recentment protagonista d'un dels reportatges més extensos de la reedició de la guia Visit-Sineu per a l'any 2014-15, on es posa novament èmfasi en el caràcter misteriós que li dona la seva antiguitat i vellesa.⁴⁸⁴

Així per tant, no hi ha dubte que l'edició i difusió del *Die Balearen* va ser clau en la gènesi tant de la identitat local sineuera com de la identitat insular mallorquina en general, no només com a destí turístic sinó també per als nadius (Duval, 2004). Efectivament, va ser sobretot a partir de la seva traducció completa al castellà l'any 1965, que l'obra de l'Arxiduc va tenir un gran impacte a arreu de l'illa. L'apropiació nativa del coneixement generat per Lluís Salvador ha arribat a tal punt que, com sembla evident, ha condicionat la catalogació del patrimoni històric i artístic duta a terme arreu per les institucions públiques, sobretot a partir de la inauguració de l'autonomia Balear l'any 1983. Tanmateix, el compendi de coneixement insular establert per l'arxiduc també sembla haver condicionat la mirada que des de fora s'ha tingut sobre Mallorca i sobre Sineu. En realitat, aquest fenomen no s'explica per la difusió de la publicació de la seva enciclopèdia balear arreu d'Europa, dificultosa per la voluminositat de l'obra i per tant escassa. L'impacte de la imatge turística de les Illes Balears creades per l'Arxiduc es deu al fet que indirectament el seu discurs va ser difós a través de llibres de viatges que els seus convidats d'arreu d'Europa igualment il·lustres van escriure a partir de les seves pròpies indicacions.⁴⁸⁵ Sigui com sigui, de forma directa o indirecta, la representació arxiduciana de Mallorca i Sineu ha generat un consens sobre la identitat d'ambdós llocs en el qual coincideixen tant nadius com visitants, tants les institucions oficials com la indústria turística (Wearing, Stevenson i Young, 2010).

⁴⁸¹ <http://www.ajsineu.net>

⁴⁸² <http://www.visit-sineu.com>

⁴⁸³ HABSURG-LORENA, Luís Salvador (1985) *Las Baleares por la palabra y el grabado. Mallorca (Parte general) Tomo V*. Moll: Palma, pàg. 505-517 (1a edició 1884)

⁴⁸⁴ www.visit-sineu.com: *Sineu 2014-2015 2a edició*, ppàg. 10-18

⁴⁸⁵ A tall d'exemple, va tenir especial difusió en aquest sentit Gaston de VULLIER: *Les Iles oubliées : les Baléares, la Corse et la Sardaigne impressions de voyage*. Paris: Librairie Hachette et Cie, 1893.

La mucada i la presa de control de la pròpia identitat local

A inicis del segle XXI, en el context temporal del procés de consolidació i rígida solidificació de l'actual identitat oficial de Sineu, les generacions joves de la vila van començar a fer la seva pròpia proposta d'oci i diversió en el marc més ampli de les festes patronals de la Mare de Déu d'Agost. Com a alternativa festiva a la celebració oficial, la Mucada va esdevenir també una proposta d'identitat local diferent respecte als previs referents aclaparadorament estereotípics (Bordieu, 1991; Black, 1996; Duval, 2004). Així, la figura del Much ha simbolitzat la possibilitat d'un altre Sineu basat en la disbauxa, el trull i la innovació. Es tracta d'una nova identitat local que poc té a veure amb el vell clixé local basat en la idea de tradició i tranquil·litat, tot plegat representat per la solemnitat de la Setmana Santa com a màxim exponent festiu (Ridler, 2002).

L'element central de la Mucada és el Much com a el nou tòtem comunitari, un jove que es passeja fent bulla per la vila amb la carota de dimoni pròpia de la celebració que l'identifica com a tal. La caracterització eminentment nova del dimoni sineuer té els seus orígens en una rondalla de l'aplec que el folklorista mallorquí Mossèn Antoni Maria Alcover va recopilar i publicar des de finals del segle XIX i durant tot el primer terç del XX. La compilació de contes d'Alcover va agafar gran popularitat a l'illa a partir de les edicions que se'n feren als anys setanta i vuitanta del segle XX. De fet, des de l'aprovació de l'autonomia balear l'any 1983, la col·lecció ha estat àmpliament utilitzada com a material didàctic a l'escola pública. L'Aplec reproduceix en certa manera el discurs arxiduquià sobre Mallorca. De fet, Alcover no va fer més que seguir els passos tot sistematitzant la voluntat compilatòria de Lluís Salvador d'Àustria, qui ja havia fet una primera recopilació de comptes anys abans.

La rondalla a partir de la qual es va voler justificar allò que semblava injustificable des d'un punt de vista de la tradició, és a dir, la presència de la figura tant òbviament innovadora com la del nou dimoni, va ser la llegenda del Much de Puig Reig, publicada en el seu moment per Alcover i a la qual els joves sineuers hi tingueren accés a través de la seva edició per escrit.⁴⁸⁶ Segons la contarella, al turó pròxim a Sineu de Puig Reig s'hi amaga un tresor que només es pot descobrir si qualcú hi fa tres voltes amb un glop d'oli a la boca sense enviar-se'l. Llavors apareix un bou amb una espelma encesa a cada banya que s'endinsa en una cova i guia al cercador cap al tresor. D'aquesta manera es va instituir el Much, com a dimoni propi de Sineu i nou tòtem d'identificació local.

Òbviament la rondalla no va donar la legitimitat que la tradició immemorial atorga als actes festius més antics, ja que ningú no va voler dissimular que es tractava d'una tradició nova. De fet, des del moment en què en la Mucada es porta el recompte de les edicions, no hi ha dubte que la festa es manifesta com quelcom obertament nou explícitament inventat. Així, la llegenda donava a la nova festa i a la figura del Much uns aires d'antiguitat certament ambigus que lluny de legitimar-los en el temps el portaven cap al terreny semàntic de la paròdia. Tanmateix, la llegenda servia de pretext i per al primer gran acte de la festa, la peregrinació en romeria al Puig Reig per invocar el Much, que una vegada fet sortir de l'elevació baixa cap a la vila per fer bulla amb la resta de sineuers [imatge 4].

Des de 2003 ençà, s'ha anat configurat ràpidament tot el protocol d'actes que han caracteritzat la Mucada de manera un tant volàtil a partir d'un procés obert a la participació popular. Tot i que en cada nova edició sempre hi ha una novetat o altre en la festa, en les 13 edicions que es porten ja ha sorgit una estructura que comença a repetir-se i a fixar-se en humorístics

⁴⁸⁶ Antoni Maria ALCOVER: *Rondaies mallorquines d'en Jordi des Racó*. Tom XXIV. Palma, Moll, 1979, pàg. 32.

programes de festa.⁴⁸⁷ En el marc dels diferents actes es reproduïxen paròdies de les festes externes amb més ressò i segurament més freqüentades pels joves de Sineu: els Sanfermins de Pamplona, Sant Joan de Ciutadella i els Moros i Cristians de Pollença.

Tanmateix, de tots els actes en els quals provisionalment va prenent forma la Mucada, aquell que ha esdevingut més multitudinari i ha agafat més importància, fins al punt de convertir-se en el moment culminant de la festa, ha estat la paròdia del propi ritual sineuer amb més renom: la Setmana Santa. Després de la celebració dels dinars de germanor que els i les joves acostumen a fer per separat el dia de la festa, surt d'un dels de dones la figura de la Muca, la consemblant femenina del Much. La Muca surt a la recerca de la bèstia bovina de Puig Reig amb qui es troba a la tarda a la Plaça del Mercat en l'anomenat "Enquentro", just amb el mateix nom i al mateix lloc on mesos abans, el diumenge de Pasqua, es troben la Verge Maria i el Crist Ressuscitat. La sacrílega paròdia, plena de referències al sexe-amor i a tota casta de vicis, simbolitza una proposta alternativa d'identitat sineura al mateix temps que se'n riu de la principal celebració en el calendari oficial de festes segons l'ortodòxia de la cultura oficial [imatge 5].

De fet, *l'enquentro* mucal proposa una modalitat de festa pràcticament inversa a la oficial. En la mesura que segueix el modus carnavalesc de celebració popular (Burke, 1991), esdevé un ritual on els estereotips en els quals es basa la identitat sineuera s'exageren fins al punt de fer evident el seu caràcter prefabricat, és a dir, d'esdevenir una eina de desconstrucció i relativització de la identitat sineuera oficial de matriu turística. Arreu del món, el caràcter paròdic, lúdic i burlesc de les celebracions dels carnestoltes fa explotar les oposicions binàries de caràcter semiòtic a partir de les quals s'estructura el coneixement i la societat. D'aquesta manera, es fa evident que l'ordre social no és un fenomen natural sinó més aviat un consens social arbitrari, provisional i per tant canviable (Bakhtin, 1998; Grignon i Passeron, 1991). En aquest sentit, el joc que es planteja en la Mucada respecte les oposicions binàries a partir de les quals s'ha construït la identitat local s'ha realitzat al voltant de la parella de contraris possiblement més primigènia (Butler, 1993): l'oposició entre masculinitat, representada pel Much, i la feminitat, representada per la Muca. Així per tant, l'encontre entre un i l'altra representa la fusió, hibridació i confusió entre els dos pols a partir dels quals s'ha configurat la identitat de Sineu: el tancament en la tradició, simbolitzat pel Much, i l'obertura a la modernitat, simbolitzada per la Muca.

La figura del Much no només se serveix de la tradició de la rondalla del Puig Reig per legitimar-se, sinó que a través de l'exhibició reiterada de la bandera basca, la Ikurriña [imatge 6], defensa la tradició i el particularisme local no tant sols com a posicionament estètic romàntic o oportunitat de benefici turístic, sinó sobretot com a reivindicació de la pròpia subjectivitat política a partir del qual la vila es postula com a agent social en el marc institucional de l'Estat Espanyol. Efectivament, en aquest marc cultural, la bandera basca simbolitza la reivindicació en termes explícitament polítics del més acèrrim particularisme local dels territoris perifèrics de l'Estat envers el centre. L'estratègia violenta de l'esquerra nacionalista en el conflicte basc ha fet que en el context espanyol la Ikurriña s'identifiqui amb el terrorisme i la violència, per la qual cosa la presència central d'aquesta bandera en la Mucada esdevé un acte provocatiu i reptador respecte a l'ordre polític establert. Tanmateix, tampoc no es pot obviar que la bandera amb la qual s'identifica el pol masculí de la festa i es reivindica políticament la identitat local no és una bandera pròpia de Sineu o Mallorca. La inversemblança obertament reconeguda de la propietat d'aquesta bandera en el context local i insular fa que el repte perdi credibilitat i que no pugui ser pres seriosament. D'aquesta manera, els joves que la porten manifesten explícitament i fins

⁴⁸⁷ Programa oficial de l'entrayable X Mucada, a DÍngola, 8 d'Agost de 2013 (www.dingola.net) Programa oficial de l'entrayable XI Mucada, a [visit-sineu.com](https://m.facebook.com/visitsineu) Facebook, 14 d'agost de 2014 (<https://m.facebook.com/visitsineu>)

i tot celebren el caràcter inventat i construït no només de les seves innovadores tradicions, sinó de la nova identitat local sineura que proposen en termes de reivindicació política. Així per tant, la proposta d'una bandera indiscutiblement impròpia com la Ikurriña com a emblema del Much no només suposa una contribució més a la paròdia dels Sanfermins de Pamplona, sinó sobretot el reconeixement públic que l'apel·lació a la tradició localista no es fa en termes d'essencialisme cultural sinó de funcionalitat purament política.

Si el pol masculí de la festa aglutinat entorn a la figura del Much simbolitza la particularitat local i el tancament tradicionalista respecte al canvi i l'exterior, el pol femení ha representat ja des de la seva concepció genètica l'obertura a la modernitat, al canvi cultural i a la resta del món. Els orígens de la Muca daten de l'any 2008 quan en la 6a Mucada les dones joves de la vila reivindicaren la participació femenina en la nova festa. Fins en aquells moments, només s'havien celebrat dinars de germanor masculins, per la qual cosa el Much esdevenia una celebració d'homes. Tot i que el partit femení no aconseguí acabar amb la segregació per sexes en els dinars i amb el monopoli del nou tòtem local, sí que va aconseguir un lloc central en la celebració a través de la creació de la Muca, l'organització de dinars de germanor femenins i la celebració de l'Enquentro. Si la bandera que ha representat el partit masculí ha estat la Ikurriña, per oposició, la bandera del femení ha estat l'Arc de Sant Martí identificat amb el pacifisme i el moviment gay [imatge 7]. Així per tant, si el Much simbolitza a través de la Ikurriña la defensa masculina potencialment agressiva i violenta de la identitat i la tradició local, la Muca a través de la bandera multicolor simbolitza la pacífica tolerància femenina al canvi cultural, a la societat global i a la modernització.

Amb l'encontre sexual-amorós del Much i la Muca a la Plaça del Mercat, els joves de Sineu no només parodien la Setmana Santa, sinó que també s'alliberen de les identitats imposades tant pel discurs turístic alteritzador adoptat en clau d'identitat local, com de la identitat global i cosmopolita moderna que inclou als sineuers però els ubica en una posició de localitat, és a dir, d'inferioritat perifèrica. En la mesura que el xoc i la confusió entre els dos pols antagònics fa evident el caràcter arbitrari i prefabricat de les identitats assignades, es deixa espai de creativitat per a la proposta d'una nova identitat local a partir de la qual intenten hibridar, gestionar i fer compatible la contradicció entre particularisme local i cultura global (García Canclini, 1990; Mitchell, 2002). Es tracta per tant d'una nova identitat ambigua i al mateix temps ambivalent. Mitjançant la festa, el jovent vilatà ha pogut desmuntar i triturar les identitats assignades i els discursos basats en l'oposició tradició-modernitat a partir dels qual la població de les perifèries rurals ha estat tant alabada com denigrada, però en tot moment alteritzada (Hall, 1997). Tot i que no es proposa una alternativa clara a les parelles de contraris dominants, el joc carnavalesc de paròdia i inversió evidencia el caràcter arbitrari i prefabricat de la identitat assignada, al mateix temps que es converteix en una plataforma per demostrar la capacitat modernitzadora del jovent sense haver de renunciar a la tradició local que dona a la vila entitat no només com a objecte turístic, sinó també com a subjecte social i polític. En cert sentit, la festa representa un intent per part del jovent sineuer de prendre el control de la seva pròpia identitat en el marc d'un món globalitzat que de cap manera els és aliè.

Turisme estranger i contacte intercultural en la festa: atractiu i participació

Amb la invenció de la festa del Much, els joves de Sineu no només han desmentit i s'han alliberat de la identitat assignada oficial, l'origen de la qual es troba en la mirada alteritzant i romàntica de calma i tradició que van fer de Mallorca els primers visitants estrangers a finals de segle XIX (Black, 1996). Els mateixos turistes i residents estrangers a la vila han descobert

en la Mucada una oportunitat per superar vells clixés de visita que amb els anys han esdevingut avorrits i repetitius, al mateix temps que hi han trobat un espai inclusiu on participar de la nova identitat local (Pratt, 1992). D'aquesta manera es comencen a difuminar i fins i tot a esborrar les fronteres i línies divisòries entre locals i forans (Coles i Scherle, 2007).

No hi ha dubte que el caràcter accelerat i (post)modern de la festa no només entra en contradicció amb la identitat oficial local segons l'Ajuntament, sinó també en les expectatives turístiques que es concreten en la guia que el col·lectiu Visit-Sineu va publicar l'any 2013.⁴⁸⁸ Efectivament, en l'apartat de fires i festes d'aquesta publicació es coincidia amb el consistori en donar especial importància a la Setmana Santa, igual que a la Fira de Primavera i al mercat setmanal dels dimecres. A la Mucada només s'hi dedicaven unes poques línies com a acte separat de les festes estivals de la Mare de Déu d'Agost, presentades aquestes darreres com una verbena mediterrània sota el terme internacional "fiesta".⁴⁸⁹

La discordança entre el discurs turístic oficial de Sineu i les preferències tant dels turistes com dels residents estrangers es fa evident en l'anàlisi dels continguts més interactius del Facebook del col·lectiu Visit-Sineu, un dels principals espais de socialització de la comunitat de residents forans a la vila: alemanys, italians i catalans principalment.⁴⁹⁰ Tot plegat també es pot observar a través dels continguts del portal a aquesta xarxa social del periòdic Mallorca Zeitung, principal referent mediàtic i de socialització de la colònia germanòfona de Mallorca.⁴⁹¹ A diferència de les guies turístiques i els periòdics editats pels mateixos col·lectius els discurs del qual es de caràcter monològic, en les xarxes socials de comunicació dialògica i multilògica la festa del Much destaca sobre les altres, no només a l'àmbit de Sineu, sinó també en el conjunt de Mallorca. Si es comptabilitza el nombre de posts penjats i el nombre de "m'agrada" clicats, no hi ha dubte que segons usuaris del Facebook de Mallorca Zeitung la Mucada ha estat per als anys 2013 i 2014 una de les principals celebracions insulars estivals, només igualada per la festa els Moros i Cristians a Pollença i l'amollada d'anneres a Ca'n Picafort. En el cas del Facebook de Visit-Sineu, es tracta de l'acte del calendari festiu local més comentat amb diferència. Per contrast, tot i ser l'acte festiu més promocionat per l'Ajuntament, la processó del Divendres Sant, anunciada a través de cartells i altres elements publicitaris en cinc idiomes, desperta poc interès en les xarxes socials on participen tant residents estrangers com potencials turistes de l'exterior.⁴⁹² Al Facebook de Visit-Sineu ningú no es va molestar a penjar una foto de la processó, mentre que al de Mallorca Zeitung només s'esmentaven les processons de Palma.⁴⁹³ De fet, la falta d'entusiasme i participació en la festa també es detecta entre la població nativa de Sineu, especialment entre el jovent.⁴⁹⁴

Però què és allò que, a diferència de la Setmana Santa, fa tan atractiva la festa del Much entre els turistes i els residents estrangers més joves? Diversos són els elements d'atracció, els quals es basen tant en estereotips mediterraneistes projectats sobre la població sineura nativa, com sobretot en la pròpia experiència de participació festiva i contacte amb els veïns de la vila (Herzfeld, 1989; Pace, 2006). Per una part existeix una tradició entre la colònia nord-europea a Mallorca de veure amb bons ulls la festa estival a l'aire lliure associada al conjunt de l'Estat

⁴⁸⁸ <http://www.ajsineu.net> i www.visit-sineu.com: *Sineu 2013 1a edició*.

⁴⁸⁹ www.visit-sineu.com: *Sineu 2013 1a edició*, pàg. 23

⁴⁹⁰ Visit-sineu.com Facebook: <https://m.facebook.com/visitsineu>

⁴⁹¹ Mallorca Zeitung Facebook: www.facebook.com/MallorcaZeitung

⁴⁹² visit-sineu.com Facebook, 9 d'abril de 2014 (<https://m.facebook.com/visitsineu>)

⁴⁹³ Mallorca Zeitung Facebook: 12 abril de 2013 (www.facebook.com/MallorcaZeitung) visit-sineu.com Facebook, 9 d'abril de 2014 (<https://m.facebook.com/visitsineu>)

⁴⁹⁴ Dìngola, 5 de maig de 2014 (www.dingola.net)

Espanyol. Sota l'etiqueta de "fiesta" s'acostumen a catalogar les berbenes que arreu de les viles de l'Illa s'organitzen durant tot l'estiu i on la població nativa n'és majoritària. En aquest sentit, en el seu llibre d'instruccions per gaudir d'una berbena dirigit a la colònia alemanya, Mallorca Zeitung destacava el caràcter obert de la gent, la familiaritat de l'acte i la passió atribuïda al caràcter natiu.⁴⁹⁵ Igualment, residents de nacionalitat alemanya a Sineu destaquen el caràcter pacífic d'aquests esdeveniments multitudinaris on tot i que es consumeixen grans quantitats d'alcohol, no es té per què rebre resposta violenta després de cremar sense voler a un estrany amb una cigarreta.⁴⁹⁶ Així i tot, el paradigma de la "fiesta" s'avé més a les berbenes del programa oficial de la celebració de la Mare de Déu d'Agost, que no a la Mucada en sí mateixa.

Una altre raó que podria explicar la bona rebuda de la festa del Much per part de la població estrangera, especialment alemanya, no es basa tant en la recerca de l'exotisme i la diferència com en la similitud cultural. Christian Klein comentava una foto de la romeria al Puig Reig a Facebook tot afirmant que *la jücken de la Renània ha arribat a l'illa*.⁴⁹⁷ La comparació és clara, tant la mucada com la celebració dels Darrers Dies renans comparteixen formules de diversió festiva basades en la idea de carnaval, que constitueixen codis culturals comuns com a mínim al conjunt d'Europa (Burke, 1991) [imatge 8]. Això fa que el turista estranger se senti més familiaritzat a la festa, com si ja sabés com actuar.⁴⁹⁸ La inclusió del turista a través de pràctiques festives semblants i compartibles fa que s'estableixi una connexió amb la celebració que d'altre manera no seria possible.

En la mateixa línia, la creixent associació de la mucada amb estètiques pròpies de la cultura pop global com el kitsch, el hippisme més ridícul o la cultura gay; fan la connexió exterior encara més fàcil. Efectivament, és a través de la decoració de les façanes, la creació de productes audiovisuals, o la customització *freak* en rosa de la indumentària [imatges 9-10]; que la festa ofereix un repertori de simbolisme compartit amb gent de tots els orígens. La paròdia col·lectiva pot arribar a tocar referents concrets fàcilment recognoscibles per participants festius arribats de totes parts, com per exemple la comparsa disfressada dels Village People que va sortir a l'Encontro l'any 2013 [imatge 11].⁴⁹⁹ De fet, la progressiva presència de l'element gay fa que la mucada recordi a alguns una Gay Parade com les que se celebren a les grans ciutats europees, encara que amb un toc eminentment més rústic.⁵⁰⁰ En aquest sentit, la inclusió d'elements moderns esdevé clau en la sensació de proximitat que un visitant estranger pot trobar en la festa, fins al punt de convidar-lo a no només mirar sinó també a participar-hi.

Per altra banda, el fet que la Mucada sigui una festa de nova planta, el protocol d'actes de la qual és obert i es troba en procés de consolidació, fa que la celebració esdevingui un acte més propici a la participació de visitants estranys a la vila o de residents estrangers que inevitablement es troben en la seva perifèria identitària (Boissevain, 1992). A diferència de festes més velles i antigues com la de Sant Antoni, en la festa del Much els canals de participació no es troben restringits a àmbits familiars particulars i a tradicions de temps enrere que exclouen

⁴⁹⁵ "Wenn es Nacht wird: Gebrauchsanweisung für eine 'verbena'", a Mallorca Zeitung, 13 d'agost de 2014. <http://freizeit.mallorcazeitung.es/planes/noticias/nws-333200-wenn-nacht-wird-gebrauchsanweisung-fr-eine-verbena.html>

⁴⁹⁶ Entrevista a Jan Eric Schwartz (29/12/2014)

⁴⁹⁷ visit-sineu.com Facebook, 14 d'agost de 2014 (<https://m.facebook.com/visitsineu>)

⁴⁹⁸ Entrevista a Jan Eric Schwartz (29/12/2014)

⁴⁹⁹ Més referències de la festa amb aquest grup de música disco a la crònica de l'edició de 2014 d'Antoni Riere Vives "La vida es veu millor color de rosa" penjada al seu blog: <https://antoniriera.wordpress.com/2014/08/15/la-vida-es-veu-molt-millor-si-la-pintau-de-color-de-rosa/>

⁵⁰⁰ Entrevista a Stephen Schmitt (26/07/2014)

els nous veïns de la vila.⁵⁰¹ Tot i que és veritat que en alguns actes de la festa només hi poden participar veïnats de la vila,⁵⁰² la Mucada no deixa de ser per això una festa oberta a la espontaneïtat participativa de qualsevol. Només la decoració personalitzada de les façanes al carrer amb motius mucals preferentment de color rosa, ja dona la oportunitat a qualsevol resident a decorar el seu habitatge al seu gust [imatge 12].

Així mateix, tots els testimonis estan d'acord que el major atractiu i espectacle de la celebració és la participació i adhesió que demostren els veïnats i veïnades de Sineu.⁵⁰³ La participació de la població no només es redueix al moment estricte de gaudir la festa dia 16 d'agost, sinó que es manifesta en tota la feina desinteressada de preparatius que s'allarga durant tot l'any. Per exemple, el dia de Sant Valentí se celebra el mig any exacte de la mucada, per la qual cosa s'organitza en aquesta data el concurs en el marc del qual es trien les camisetes oficials de la festa, de manera que es desplaça la vertadera celebració de l'amor a mitjan mes d'agost.⁵⁰⁴ El teixit social que es crea durant l'organització dels actes festius i en el moment de la celebració fa que alguns testimonis d'origen italià comparin aquest tipus de ritual amb la celebració d'un títol aconseguit per un club de futbol, o en els dinars populars que el PCI acostumava a organitzar a Milà en dècades passades.⁵⁰⁵ En aquest sentit, no hi ha dubte que tot el capital social acumulat en la festa contribueix a una major cohesió social i unitat col·lectiva que se simbolitza amb el color rosa, el color que a poc a poc no només esdevé símbol de la Mucada, sinó de Sineu en general (Baumann, 1992). En aquest sentit, el ritual festiu no només ha esdevingut una eina d'empoderament de la població nativa a partir de la qual progressivament ha pogut prendre el control de la seva pròpia identitat enfront a les estereotipades identitats assignades a través del turisme. La festa del Much, també ha esdevingut un espai inclusiu on desenvolupar noves formes de turisme que no estiguin basades en relacions de domini cultural de l'hoste sobre l'amfitrió alteritzat, sinó en intercanvis més equilibrats de recursos, d'aprenentatge mutu i integració social (Church i Coles, 2007).

Bibliografia

- M. Bakhtin "Carnival and carnivalesque", a J. Storey (Ed.): *Cultural Theory and Popular Culture. A reader*. Athens: University of Georgia Press, 1998.
- F. Barth, "Introduction", a F. Barth (ed.): *Ethnic groups and boundaries. The social organization of cultural difference*. Prospect Heights: Waveland Press, 1998
- G. Bauman, "Rituals implicates 'others': rereading Durkheim in plural society", a D. De Coppet (Ed.): *Understanding Rituals*. London: Routledge, 1992.
- C. Bell; J. Lyall, "The Accelerated Sublime: Thrill-Seeking Adventure Heroes in the Commodified Landscape", a S. Coleman i M. Crang (eds.): *Tourism. Between Place and Performance*. New York/ Oxford: Berhghan Books, 2002.

⁵⁰¹ Entrevista a Massimo "Patròrrat" (21/08/2014)

⁵⁰² "Entens la festa del Much? Breu Guia de la festa pels forans" a Díngola, 30 de juliol de 2013 (www.dingola.net)

⁵⁰³ Entrevista a Stephen Schmitt (26/07/2014), a Jan Eric Schwartz (29/12/2014) i a Massimo "Patròrrat" (21/08/2014)

⁵⁰⁴ Díngola, 14 de febrer de 2013 (www.dingola.net)

⁵⁰⁵ Entrevista a Massimo "Patròrrat" (21/08/2014)

- A. Black, "Negotiating the Tourist Gaze: the example of Malta", a J. Boissevain (ed.): *Coping with tourist: European reactions to mass tourism*. Providence: Berghahn Books, 1996.
- J. Boissevain, "Introduction", a J. Boissevain (ed.): *Revitalizing European Rituals*. London: Routledge, 1992.
- P. Bourdieu, *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- P. Burke, *La cultura popular en la Europa Moderna*. Madrid: Alianza, 1991.
- J. Butler, *Bodies that Matter: on the Discursive Limits of "Sex"*. New York: Routledge, 1993.
- T. Coles; N. Scherle, "Prosecuting Power: Tourism, intercultural communications and the Tactics of Empowerment", a A. Church T. Coles (Eds.): *Tourism, Power and Space*. London/ New York: Routledge, 2007.
- A. Church; T. Coles, "Tourism and the many faces of power", a A. Church T. Coles (Eds.): *Tourism, Power and Space*. London/ New York: Routledge, 2007.
- E. Durkheim, *Les formes elementals de vida religiosa: el sistema totèmic a Austràlia*. Barcelona: Edicions 62, 1987
- D. T. Duval, "Cultural Tourism in Postcolonial Environments: Negotiating Histories, Ethnicities and Authenticities in Saint Vincent, Eastern Caribbean", a C. M. Hall i H. Tucker (ed.): *Tourism and Postcolonialism. Contested Discourses, Identities and Representations*. London/ New York: Routledge, 2004.
- N. García Canclini, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo, 1990.
- C. Grignon; J. C. Passeron, *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y literatura*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1991.
- S. Hall, 1997. "The Spectacle of the 'other'", a S. Hall (ed.) *Representation. Cultural Representations and Signifying practices*. London: Sage, 1997.
- M. Herzfeld, *Anthropology through the Looking-Glass: Critical Ethnography in the Margins of Europe*. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.
- F. Inglis, *The Delicious History of the Holiday*. London: Routledge, 2000
- L. R. Lippard, *On the Beaten Track : Tourism, Art and Place*. New York: New Press, 1999.
- J. P. Mitchell, *Ambivalent Europeans. Ritual, Memory and the Public Sphere in Malta*. London/ New York: Routledge, 2002.
- M. Pace, *The Politics of Regional Identity: Meddling with the Mediterranean?* Liverpool: University of Liverpool, 2006
- M. L. Pratt, *Imperial Eyes. Travel Writing and Transculturation*. London: Routledge, 1992.

- K. Ridler “Cose Paesane’: Tourist Performances and Contested Localities in the Italian Alps”, a S. Coleman i M. Crang (eds.): *Tourism. Between Place and Performance*. New York/ Oxford: Berhghan Books, 2002.
- V. Stolcke, “Identitats ambivalents: estudi comparatiu de sistemes de classificació social”, en *Revista d’Etnologia de Catalunya*, 34, Barcelona, 2009, pàg. 165-168
- S.Wearing; D. Stevenson; T. Young, *Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller*. London: Sage, 2010.
- H. Wells, “About Romance and reality: Popular European Imaginary in Postcolonial Tourism in Southern Africa”, a C. M. Hall i H. Tucker (eds.): *Tourism and Postcolonialism. Contested Discourses, Identities and Representations*. London/ New York: Routledge, 2004

ANNEX



Imatge 1



Imatge 2



Imatge 3



Imatge 4



Imatge 5



Imatge 6



Imatge 7



Imatge 8



Imatge 9



Imatge 10



Imatge 11



Imatge 12

