

Malle ist nur einmal im Jahr

Crònica il·lustrada del turisme a Mallorca

Mallorca és tan sols una vegada l'any

Joan Mateu Parra

Treball Final Grau-Cultura del Disseny

Tutor: Octavi Rofes

Índex:

·pag 1-5:

Tema

Objectius

Motivació

Repte

·pag 5-10

Referents

·pag 10-12

Procediment de treball

Inspiració

·pag 12-22

Guió de Malle ist nur einmal in jahr

·pag 22

Execució del projecte

Preguntes de companys de taller de treball final de grau-cultura del disseny

·pag 24

Conclusió

Malle ist nur einmal im jahr és un llibre d'il·lustracions, un còmic, una crònica gràfica, una novel·la gràfica sobre el turisme a Mallorca. La greu situació mediambiental i de pressió humana que viu Mallorca per culpa del turisme, la construcció, la corrupció,... ha empitjorat els darrers anys i inspira la temàtica d'un treball que, com a mallorquí, el sento propi, em sento compromès i amb moltes ganes de aportar quelcom nou.

A través d'aquest projecte vull desmitificar l'illa, que ja no és un paradís, vull parasitar l'ideal. Ahora, vull parasitar el format, expressant-ho d'una manera nova i original, tant en contingut com en continent.

Mallorca, de lo general a lo particular.

Una de les bases de la consciència moderna és la revolució. Revolució s'entén com el desig de canviar les coses tal i com són, canviar el paradigma establert d'un àmbit, una cosa, transformar-la, a vegades destruint-la, a vegades reforçant-la. Una de les mostres o expressions d'aquesta consciència moderna és el turisme, el viatjar, explorar i descobrir nous racons inexplorats abans per l'home. Una certa actitud romàntica en aquest sentit, el de el viatjar i fer turisme com a manera de disfrutar de les coses tal i com són. D'aquesta puresa d'allò incorrupt. Tal vegada és allò que buscaven els turistes de principis del segle XX, aquells pobles i territoris purs, lluny de la revolució industrial establint així una altre revolució, la cultural.

El turisme esdevé un intercanvi cultural increïble i in-quantificable. Aquest canvi cultural és més revolucionari que el propi marxisme. Així, el turisme esdevenia revolució al ser un intercanvi cultural amb una certa predilecció per viatjar a entorns purs per aprendre de la gent i del territori, per gaudir de la diferenciació. Això passa per una profunda ambigüetat en la vida moderna: la sensació `de exili d'allò autèntic (John L. i Jean Comaroff, 2011)

Aquest tipus de revolució del viatger, aquest tipus d'intercanvi cultural es truca totalment amb el capitalisme, amb el colonialisme, amb la forma neo-liberal de viatjar que passa de tenir viatgers a tenir turistes que són, en el cas més extrem, *hooligans* borratxos passats de cocaïna en un sub-món de caràcter zoològic o safari. Aquesta forma neo-liberal del turisme fa que els territoris més populars pels viatgers, pel seu paisatge, monuments, història o gents esdevinguin parcs temàtics i que aquests, lluny d'enfrontar-se a aquesta actitud, assumeixin el seu paper i adquireixen característiques d'una gran empresa on el seu valor principal, allò que tenen en stock, és allò que ofereixen al turista. A això, se li suma aquest valor sentimental arrelat al viatjar, el de la evasió i la utilitat romàntica que té això que conseqüentment acaba generant experiències programades a mons irreals. Així, la identitat cultural o el propi territori dels llocs que pateixen aquest fenomen es presenta com un producte a consumir. Moltes vegades, aquests llocs no tenen elecció, ja que la venda de aquests productes són la base per no ser pobles enfonsats en la més absoluta misèria, això, imposat evidentment per l'Imperi de Mercat i el capitalisme.

Amb tot això i més no canvia amb un dels destins turístic més famosos de Europa, per no dir del món, l'illa de Mallorca. De fet, Mallorca és un dels màxims exponents d'aquesta teoria explicada anteriorment. L'impediment o la fragilitat de produir ingressos d'una altre manera fa que tan sols la riquesa vengui de la venda del seu territori, la seva cultura, la identitat nacional i m'atreviria a dir la dignitat del poble, la poca que queda.

També a Mallorca, especialment a la Serra de Tramuntana (conjunt de muntanyes i turons que recorre tot el litoral oest) hi va haver, un temps passat, a principis dels anys 20 fins a la Guerra Civil espanyola (1936-1939) aquest tipus de turista viatger modern que buscava la puresa de la terra incorrupte i els paisatges idíl·lics. A Mallorca trobaren aquest racó protegit artistes i intel·lectuals com Miguel de Unamuno, Santiago Russinyol, Chopin o George Sand entre d'altres. De la mateixa manera que molts altres ter-

ritoris del món, amb el pas del temps, a Mallorca, això ha degenerat a *guiris* saltant per balcons d'hotels tot inclòs i creant-se petits barris-colònia que són sub-mons fora de tot allò que els envolta, inclòs les lleis, no les lleis oficials d'un estat o quelcom similar, sinó les lleis ètiques o morals més bàsiques.

El culpable de tot això, no és, ni molt menys, el turista. És un conjunt de molts factors que propicia aquestes situacions. El cas de Mallorca és un cas extrem perquè tots aquests factors han jugat a favor de la (de)generació d'aquests escenaris.

Primer, el factor del boom del turisme dels anys seixanta en el marc de la dictadura franquista on es va plantejar el gran hotel i l'exploració del territori com a únic i meravellós mitjà de producció de riquesa. Molts mallorquins, sobretot afins al règim, veren en això, una manera de fer-se rics. I no són culpables, eren els germans petits de les famílies, que havien heretat les terres que ningú volia, les costeres, les de arena, on no pots plantar res. Tot era pobresa fins que el que podies sembrar era un hotel i la collita eren ordes de turistes de les pròsperes economies del Nord d'Europa.

Aquesta enorme quantitat de turistes provocaria un intercanvi cultural a l'illa franquista i generaria, allà en particular, una fenomen sociològic que arrelaria a les classes populars foranes mallorquines, aquells que no havien fet un hotel, també es beneficiarien d'això i crearien un nou tret cultural, fins i tot ètic, propi de la Mallorca dels seixanta i setanta, el fenomen picador (Tomeu Canyelles, 2015). Els picadors, o *latin lovers illencs* són aquells locals que freqüentaven les zones turístiques buscant seduir les dones (i, en secret, homes) del nord. Així, el boom turístic va ser una revolució econòmica per l'illa però també una revolució sexual on els seus habitants van aprendre noves formes de viure la sexualitat i al llarg del temps, ha acabat arrelant en la manera de relacionar-nos. Aquesta figura del picador també acabaria degenerant, com tot el que envolta aquest món, en unes actituds masculistes que fins i tot els propis estrangers acabarien rebutjant i que culminaria amb un assassinat masculista d'una turista britànica a mans d'un cambrer d'hotel mallorquí que a les nits feia de *latin lover*. (Tomeu Canyelles, 2015)

Els anys van passant i el turisme agafa arrel a l'illa. Les aerolínies s'estableixen a l'aeroport de Son Sant Joan i zones com Magaluf, s'Arenal o Punta Ballena ja agafen aquesta forma de colònia alemanya o britànica, principalment. A aquests països apareixen subjectes emprenedors neo-liberals que creen de Mallorca un lloc on tot està permès i tot queda allà, un pseudo-vegas, un lloc sense llei que s'ha de viure almenys una vegada a l'any si ets jove. A Alemanya existeixen conceptes específics per referir-se a Mallorca, per ells *Malle* i eslògans que ja han arrelat a unes quantes generacions, com *Malle ist nur einmal im jahr* (Mallorca és només una vegada a l'any). Molts turistes (que no saben ni localitzar l'illa en un mapa físic de l'estat espanyol) confessen que van a Mallorca perquè ja ho van fer els seus pares. Això vol dir que s'ha generat una neo-identitat cultural a Mallorca, totalment externa i aliena a la pròpia cultura de l'illa i amb les conseqüències que duu això: la destrucció del territori i la pèrdua de la dignitat del poble que hi viu tot l'any, que es casa seva i vol que sigui la casa dels seus fills i que aquests, la puguin gaudir com ells.

Aquestes situacions passen per més fenòmens: la classe política balear no ha deixat de beneficiar la classe econòmica i junts, amb l'ajuda dels mitjans de comunicació, han perpetuat aquest model com a únic vertebrador econòmic de l'illa i el salvador de les nostres vides. Les empreses estrangeres han actuat amb total llibertat per Mallorca, destruint territori i generant campanyes denigrants amb total impunitat. Una riquesa totalment irreal, ja que es demostrat amb dades científiques que el creixement econòmic de les classes treballadores no és per res equivalent a les dades positives de les empreses turístiques. De fet, ha augmentat molt la precarietat laboral, sobretot en sectors vinculats al turisme i s'han destruït llocs de treballs i serveis públics han quedat absorbits per donar un servei al visitant espontani (Cas del Ferrocarril de Sóller).

Als darrers anys, tot aquest costat obscur del turisme s'ha ajuntat amb el conflictes bèl·lics a altres destinacions turístiques i amb la crisi econòmica, Mallorca ha esdevingut, encara més, el destí ideal per visitar: tan barat, com segur. El zoo perfecte, l'experiència comprada i programada. Això ha generat que la pressió humana que suporta l'illa en temporada alta sigui brutal i que s'hagi arribat a densitats de població similars a Corea del Sud (l'agost de 2017 hi va haver dos milions de persones a l'illa).

Gentrificació, turisme massiu, turismofòbia,... són mots que els darrers anys s'han inclòs dins el vocabulari de tots i totes. De Barcelona, les illes canàries, totes les illes balears, les grans ciutats principals de l'estat, pateixen la forma més crua del turisme, en la seva forma capitalista. Mallorca és un cas especial, ja que aquesta forma de turisme, és portada a l'extrem, la cosa ja no es queda amb un excés de droga, d'alcohol, la cosa va més enllà: assassinats, corrupció política, violacions, abusos policials. Tot això ha portat a una denigració progressiva de la cultura i el poble de Mallorca.

Mallorquins i mallorquines, els animals a visitar, la terra, esdevé parc d'atraccions on el consum, l'experiència programada, els *souvenirs* són pràcticament obligatoris dins el pack d'el turista que visita l'illa.

S'ha de trencar amb aquest ideal de Mallorca, aquest ideal de que som un poble unit, alegre i amb una cultura forta. S'ha de trencar amb l'idea de que l'illa és un paradís verge. També s'ha de trencar amb el pensament de que la culpa de tot és del visitant, també és nostra, poble venut. És nostra la responsabilitat de combatre aquesta forma capitalista de turisme, però no anant en contra dels turistes, anant en contra d'aquesta forma de viatjar, aquesta forma capitalista de viatjar.

Cada cop més, els joves sentim la necessitat de retornar al passat i entrar en contacte amb la nostre cultura, no des de una perspectiva excloent i conservadora. Sinó amb una mirada al futur i sent conscients que no podem morir com a poble si volem seguir endavant, seguint gaudint de ca nostra.

Plantejar alternatives i deixar de fer-se la víctima és una de les bases del meu projecte de final de grau, amb actitud de campanya, actitud de riure's de tothom, de turistes i mallorquins, de la crua ironia que obri els ulls i trencar amb l'ideal de que som una illa unida i amb una forta cultura i una terra verge.

La forma d'expressar tot això, per jo, serà la crònica o novel·la gràfica, però també

trencant i parasitant un format també massa explotat, el de la novel·la gràfica, aportant quelcom personant i utilitzant els recursos que dona el dibuix per visualitzar allò que es vol visualitzar, exagerar-ho, caricaturitzar-ho. Aquest mitjà, El mitjà en el que s'ubica la forma d'aquest treball final de grau es troba entre el còmic, el llibre d'il·lustracions, el reportatge gràfic i la novel·la gràfica. Mitjans de masses ara però no abans ja que existien molt abans del concepte "massa"(de gent) que entenem avui en dia. Però s'han transformat i han acabat sent-ho. Així s'estableix un paral·lelisme de problemes entre el contingut i el continent.

A través del meu treball final de grau, vull explorar una ampliació d'aquests mitjans, per mi, obsolets pel que vull expressar i, mitjançant una inversió i una transformació, recuperar-los.

Aquesta obsolescència ha passat en part a causa d'un sobreescalfament dels mitjans que fa que tenguem la necessitat d'invertir per recuperar. Un exemple seria la tendència al retorn de la fotografia en carret de 35mm a causa d'un sobreescalfament de la fotografia digital. Un altre exemple seria el del mitjà de transport del cotxe: (Marshall y Eric McLuhan, 2009)

·cotxe: mitjà de transport

·sobreescalfament: objecte pesat que obstrueix la ciutat

·inversió: transport public o bicicleta

Els objectius d'aquest treball són clars i realistes. Es a dir, tenir l'ambició a peus a terra sabent que no canviaré el món però sent conscient que apporto quelcom nou:

1. A través d'això és pretén trencar amb l'academicisme associat a cada un dels mitjans dels quals jo em nodreixo per donar-li un nou valor. A través del meu treball de final de grau vull posar en inquietud aquests mitjans de masses, generar por creant un nou mitjà. Aquesta por la vull causar tenint un apropament amb la realitat per remoure la consciència. Aquest nou mitjà creat ha de esdevenir la manera per parlar del problema però, alhora, ha de formar part del propi problema.

2. Aquesta generació d'un nou mitjà ha de tenir una clara conseqüència: la intenció d'augmentar la capacitat humana de percebre un missatge a través d'aquesta nova forma de mostrar-ho. Així com facebook augmenta la capacitat de les relacions, el treball final de grau, en aquest cas ha de augmentar la capacitat, per mínima que sigui, de rebre i conscienciar sobre el problema que tenim a Mallorca amb el turisme.

3. La lògica d'un treball final de grau és dinamitar, parasitar i trencar amb el format establert del seu context. La primera fase de trencament es la cerca d'una forma física tangible adequada i no contradictòria amb la intenció de parasitar el format. Per això s'estableixen aquests mitjans referents d'on treure aquelles característiques les quals s'adaptin millor al treball i que acabaran formant-lo, fent d'aquesta mescla un nou model original, singular i particular de treball: aquests referents són distintes formes de viure el dibuix de manera narrativa i la visualització d'allò que es vol mostrar: el llibre d'il·lustracions, la crònica gràfica o reportatge gràfic, el còmic i la novel·la gràfica.

4. El nodrir-se d'aquests formats no es quelcom gratuït o oportunista, sinó que és una necessitat ja que aquestes formes tracten les històries de manera particular de la qual puc treure el que m'interessa i generar un nou format adaptat al meu estil i forma de contar el que vull contar com ho vull contar.

Amb la motivació de fer un treball que esdevé la culminació d'un grau marcat per l'estima a la meua terra (un dels primers treballs del grau era d'aquest tema) i el sentir que estic fent quelcom, per petit que sigui, que ajudi a canviar una mica les coses. Ni que sigui des de la indignació irònica. El "bff si que estem malament doncs". I també la certa curiosa casualitat que el treball final de grau sigui una espècie de còmic i que el que probablement m'hagi portat a estudiar disseny siguin unes classes de dibuix que vaig començar quan just tenia 8 anys. Acabar com he començat, amb temàtica i format. Ajudar les dues idees, tant de parasitar el món del còmic com el del tractament de la problemàtica turística a Mallorca.

Així, els referents d'aquest treball són, principalment, còmics i novel·les gràfiques. De cada referent extrec una sèrie de recursos que em poden funcionar a nivell formal. Alhora, utilitzo les maneres que tenen alguns autors de referència per explicar històries. *Maus* és una novel·la gràfica on Art Spiegelman explica la història del seu pare durant la segona guerra mundial i la seva experiència al camp de concentració nazi d'Auschwitz. La capacitat que té Spiegelman d'arribar emocionalment al lector tan sols amb la cruesa del seu traç i la duresa de les imatges és una habilitat que jo vull desenvolupar al llarg d'aquest treball.

A *Maus*, una espècie d'horror vacui en els dibuixos s'utilitza per transmetre l'agonia i el caos, un recurs on puc establir paral·lelismes amb la sensació d'asfíxia que vivim els illencs amb Mallorca desbordada de gent.

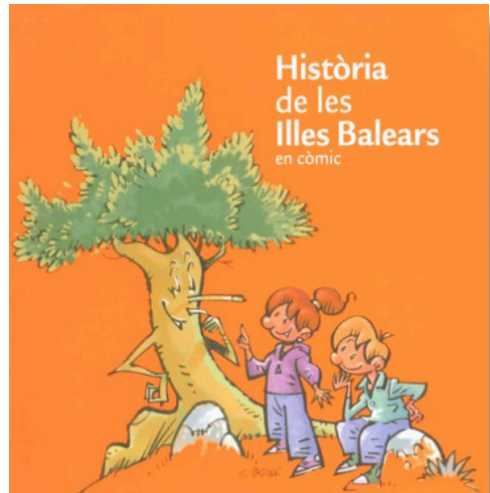
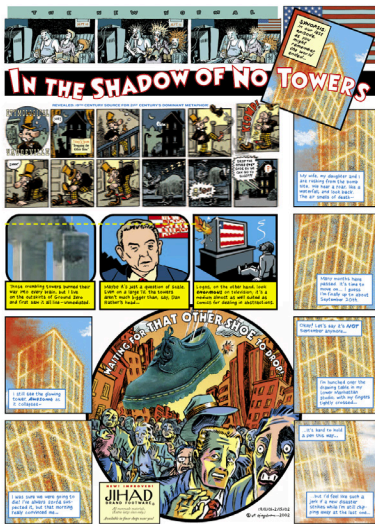
Per explicar la història del seu pare, Art Spiegelman fa un relat en primera persona on és el propi pare que, a través de records li conta la seva experiència, és a dir, és un relat en primera persona del pare a través de la primera persona del fill. El meu treball, tot i que d'una manera indirecta i no tant notable (o amb no tant pes) també serà una història en primera persona. Tot i així no s'ha de oblidar que no és una novel·la gràfica en sí i que les il·lustracions s'entenen soles.



Fragments de *Maus*, d'Art Spiegelman (1980)

Spiegelman fa una distinció de personatges (segons la seva ètnia/religió/nacionalitat) dibuixant diferents caps d'animals en les persones. Els Jueus són representats per rates, i els Alemanys, per gats) establint així un recurs que fa una doble funció, narrativa i metafòrica (distinció de personatges i conflicte rates i gats-jueus alemanys). Al meu treball, titulat *Malle ist nur einmal im Jahr* (per l'expressió alemanya i per una voluntat de arribar també al públic turista) això és transforma de la següent manera: els elements o personatges dibuixats en negre, són aquells “externs” o invasors i els vermells, els locals. Això no vol dir que tots els elements en negre seran dolents ni tots els vermells, meravellosos, ja que seria una contradicció amb el trencament de l'ideal de Mallorca com quelcom pur i positiu.

A l'obra del mateix autor *In The Shadow of No Tower*, copia els clàssics del còmic nord-americà modificant-los per establir una crítica ferotge amb l'administració Bush i l'actitud dels americans enfront la catàstrofe de l'11S a Nova York i, en definitiva, superar a través de l'obra, els traumes creats per la guerra. Així, estableixo una sèrie de paral·lelismes molt importants amb aquesta obra: el primer és la utilització del clàssic còmic per trencar amb l'ideal de nació, extraient el símbol i parasitant-lo. Al meu treball això passa amb la desmitificació del relat de l'olivera centenària del famós còmic *La Història de les Illes Balears en còmic* on s'explica la història de l'illa de Mallorca d'una manera ideal i sense fer auto-crítica contundent. Aquest còmic està present a totes les cases de les famílies Mallorquines, el regalava un banc a les escoles i és un perfecte exemple de mitificació de la història de les illes i de buscar culpables de allò negatiu sempre a fora.



Una pàgina de *In the Shadow of No Tower*, d'Art Spiegelman (2002-2004) i el còmic *Història de les Illes Balears en Còmic*

Martin Vitali és un artista que utilitza el recurs del còmic per desenvolupar la seva obra. No ho fa a través de la realització de còmics en sí, sinó de prendre les pàgines com a punt de partida a partir d'els quals desenvoluparà la seva obra, que és una exportació del dibuix al recurs físic directe de la modificació del propi paper per aconseguir augmentar i/o trencar els recursos clàssics del còmic. Per mi és un referent molt important ja que una de les meves prioritats és utilitzar i explotar al màxim el dibuix per les possibilitats que ofereix i alhora trencar amb com s'entén el còmic normalment.



Algunes obres de Martin Vitali font: martinvitaliti.net

Palestina, és una crònica gràfica dibuixada de l'experiència del seu autor a Palestina, Joe Sacco El meu treball comparteix aquest esperit reporter de Sacco, aquesta necessitat de contar una problemàtica que està passant des de un punt de vista subjectiu a través del dibuix. Sacco ho fa, també, d'una manera mol crua, sense amagar res, si hi ha una pallissa, dibuixa una pallissa, és com un realisme i això, per mi, és necessari que a *Malle ist nur einmal im Jahr* sigui així.



Pàgines de *Palestina*, de Joe Sacco (2004)

Tot i així, no tots els referents es prenen en el sentit de poder extreure recursos o “maneres de fer”. Hi ha referents que esdevenen anti-referents, allò del que en el treball es treballa per no caure-hi. Així, aquests anti-referents serien qualsevol còmic o novel·la gràfica 100% normatives. La història de les Illes Balears en còmic és un d'aquests anti-referents, per partida doble, com hem mencionat anteriorment, per el seu significat i contingut, antagònic al meu objectiu i per el seu continent: còmic normatiu. Això sense tenir en compte que aquest còmic ha estat finançat per una banca privada.

Existeixen també, una sèrie de referents o exemples d'allò que és lluny del nostre treball en formalització però comparteixen tema. *Postcards And Memories, Sol y turismo en Mallorca* és un documental que narra la història de Josep Planas i Montanyà, un jove fotògraf que va formar una gran empresa gràcies al negoci de les postals de record de Mallorca durant el boom del turisme. Aquest reportatge utilitza les imatges de la Casa Planas per narrar la transformació de l'illa amb el turisme, amb la modernitat i les conseqüències de tot això. Aquest documental s'apropa amb el tema però no amb la formalització. Tot i així, aquest documental utilitza el poder inqüestionable de les imatges per fer un homenatge i reflexió a una illa que ja ha desaparegut.

Valley Uprising és un altre documental que explica la història del naixement de la escalada de la manera que l'entendem avui en dia. Va explicant la història dels diferents grups d'escaladors que passen per la Vall de Yosemite als Estats Units i de la repercussió que té la fama que agafa el parc natural. És molt fàcil establir paral·lelismes amb Mallorca: al principi, els escaladors són persones al marge de la societat, com els intel·lectuals de la Serra de Tramuntana, poc després, quan agafen fama, exploten el recurs del territori i comencen a guanyar patrocinadors; com a Mallorca, quan entra el capital, tot s'embruta.



Postcards And Memories, Sol y turismo en Mallorca de Cesc Mulet i Pablo Bujosa Rodríguez i *Valley Uprising* de Peter Mortimer, Nick Rosen

Miguel Bustos és un il·lustrador resident a Barcelona, la seva obra parteix del il·lustrar jocs de paraules, utilitzant la retòrica de l'humor. Les seves il·lustracions són plàsticament molt interessants degut al seu traç, color (fruit de la tècnica en que es basa, la serigrafia) i la seva manera de tractar les formes, sobretot del cos humà, m'aporten

molt a l'hora de dibuixar.

El Jueves és una revista d'humor satíric, principalment de caràcter polític o de actualitat. És la última supervivent del boom del còmic per a adults a Espanya. *El Jueves*, per mi és un mal exemple de com tractar el dibuix satíric, ja que la majoria dels seus dibuixants cauen en les obvietats i no deixen espai al pensament propi i a desenvolupar, seduir. Així i tot, té un fort valor per la crueltat dels seus missatges, molts d'ells fins i tot implicats en judicis, què m'inspira ja que els meus dibuixos volen ser incisius, però fer reflexionar i pensar.



Portades d'El Jueves i una il·lustració de Miguel Bustos de la seva sèrie d' "Humor se escribe con lápiz"



Una il·lustració i un producte de Melicotó.

Un dels referents més bons és, per proximitat territorial i per temàtica, és Melicotó, tot i així és un d'aquests referents antagònics en el qual t'emmiralles per saber precisament el que no has de fer. Melicotó és una empresa de productes "regal" com camisetes, tasses, pins i xapes, etc amb missatges i il·lustracions amb motius principalment d'una sola temàtica, les illes balears. Melicotó és el perfecte exemple de patriotisme naïf que tan domina a la gent de les illes, com el còmic mencionat anteriorment, La

història de les Illes Balears en Còmic, Melicotó exalta la figura de la tradició mallorquina i balear i la seva gent, fent-la ideal. El problema, apart de la mercantilització descarada d'un producte de baix nivell i la generació d'una moda estúpida, Melicotó té uns missatges que estan molt lluny de produir una reflexió i encara molt més lluny de fer auto-crítica i rebaixar l'ego dels illencs i illenques. Deixant així tots els mals adjudicats al estranger i enaltint els valors tradicionals com a única solució. Melicotó agafa els estereotipis i tòpics dels mallorquins i els fa marca. *Un Mr.Wonderfoul a la mallorquina*. És la comercialització de la ètnia. Pur xovinisme.

El meu treball està a prop de Melicotó per temàtica, no per manera ni de fer, ni de pensar.

procediment

Primerament, cal pensar aquesta en com fer aquest enaltiment del turisme més propi de la filosofia de principis del segle que no pas l'actual. Com mostrar que un és el correcte i un és incorrecte i què fer per convèncer. En un inici, una vegada es tenia el tema, vaig plantejar-me tractar-ho produint una sèrie de revistes on el que es reivindicava eren aquelles formes de viure un territori, explorant-lo, viatjant, però de manera respectuosa. Així, serien uns volums on es mostra com esports com l'escalada, el ciclisme, el senderisme o el surf són esports que es basen en el respecte cap al territori que visiten, ja que es connecten i es fonen amb el paisatge i per lo general, aprenen de la seves costums i cultures i són respectuosos. Ara bé, aquest treball tenia una sèrie d'inconvenients, el primer és què gràficament no estic capacitat per dissenyar una revista ni tenc capacitacions per realitzar, per exemple, un catàleg fotogràfic complet i ben fet per tractar el tema. És a dir, què haver fet això hagués sigut correcte i formal però no hauria tengut cap tipus de connexió amb mi com a autor.

Després, i per suggeriment del tutor, començo a valorar la possibilitat d'explorar el dibuix com a mitjà per tractar el tema, un mitjà on sempre m'hi he sentit còmode. Ràpidament arribo al còmic format crònica gràfica il·lustrada per narrar allò que jo visc a Mallorca. Tot i així, de seguida s'arriba a la conclusió que fer un còmic no aporta res, ja que el problema del turisme ja s'ha tractat amb el còmic. Per això decidesc crear un nou format, parasitant el mitjà i el tema (tots som dolents).

Assolir la visualització d'una problemàtica real i que se'n fa tanta crítica en el context d'actuació on "intervenc", en sí ja és un problema. Aquest tema forma part de la història del poble de Mallorca, i així, de la seva producció creativa, crítica amb la situació. Així com tenim la intenció de parasitar el medi, en aquest cas, també s'ha de parasitar l'entorn, per fer quelcom no repetit, particular. Per això es tria aquest format de nova crònica gràfica.

Es tria el dibuix perquè és un llenguatge molt explorat per mi com a autor però que, alhora, em permet la oportunitat de créixer al fer un gran projecte com aquest. De conèixer-me a mi com a dibuixant per donar a conèixer aquesta realitat que visc. També, el dibuix és el llenguatge ideal per fer quelcom grotesc, de caràcter irònic i cru, caricaturesc. Em permet exagerar el que vull exagerar, la foto o el video mostra la realitat, però hi ha un perill que l'espontaneïtat de les imatges les tradueixi en estímuls banals.

Tenc d'intenció d'estimular el cervell i la consciència, crec que la millor manera de fer-ho jo, és amb el dibuix.

Un seguit d'il·lustracions que relaten la realitat Mallorquina des de el meu punt de vista, sense oblidar els altres. Aquestes il·lustracions tendran el mateix autor, el mateix traç, però algunes seran distints tipus de dibuix. La tècnica i el material utilitzat per fer-ho, fa que aquestes il·lustracions tinguin un codi comú, un denominador comú que les relacioni entre elles. Això busca crear una autoria, una unitat en el treball. Això ho aconsegueixo a través de una llista tancada de material utilitzat: Un Posca pinzell i un pilot gt-4.

Això ve a partir de les il·lustracions són separables entre elles, les situacions que relaten poden ser històries que passen dia a dia en temporada alta a Mallorca, es podria des- triar una una i també s'entendria. D'aquesta manera, els dibuixos podrien estar en una secció de humor gràfic o una tria còmic crític a un diari local de les illes, per exemple, això li dona un valor afegit, per la promoció del conjunt i la facilitat d'entendre les imatges.

Alhora, aquests dibuixos estan explicant una història, una narració d'un personatge que viu l'illa com el què és, casa seva. En el llibre, es troba totes aquestes situacions i les viu i les pateix. Això busca que la gent local de l'illa es senti identificada amb aquestes escenes, d'aquesta manera hi ha una connexió emissor receptor, sabent alhora, que l'emissor és un receptor, un igual.

El llibre/revista no ha de caure en un únic destinatari. No ha de ser , com diu l'expressió castellana "por y para" els locals. Hi ha una certa dualitat per exemple, el títol, *Malle ist nur einmal im jahr*, escrit en alemany, és un missatge directe a un altre emissor: el turista. També tenc d'intenció que una persona que viatja a l'illa o s'està pensant viatjar, vegi la realitat de Mallorca, la negació d'aquest paradís que venen les empreses de viatge i immobiliàries *real state*, vertaderes culpables de tot l'espoli territorial, cultural i d'identitat. Tot i així, hi ha elements i il·lustracions del treball que tan sols els mallorquins i mallorquines identificaran, ja què són molt característics. Però també situacions que el turista es podrà veure reflectit.

El procés de treball, és relativament senzill. Una de les principals premisses del meu treball és la de no realitzar un excessiu treball digital. Perquè? Crec que li pot treure un dels elements principals que busco, l'establiment d'un estil predominant què em faci autor. Per tant, els passos a seguir són dibuixar, escanejar, retocar poc la imatge, maquetar-la i imprimir-la. Molt poques il·lustracions porten text, les que sí porten, són tipografies que actuen com a dibuix.

El procediment del llibre es veu reflectit en la pròpia obra. El llibre està dividit, però lluny de caure en els clàssics capítols que tendira un llibre o un còmic, el meu treball es centra en tractar el dibuix com si aquest mateix pogués marcar l'inici i el final d'un tema tractat. Així, el dibuix de l'inici d'un tema és clarament un icona o símbol del tema tractat i el dibuix final és la decadència o les conseqüències d'aquesta problemàtica.

Tot això, sense oblidar que aquest ordre de tractar els temes està contant una història, una seqüència que explica el llibre sencer. D'aquesta manera el còmic és extensament divisible ja que pots tenir la unitat sencera: el llibre; els temes; conjunt de dibuixos que expliquen un problema i finalment, aquests propis dibuixos, que es poden entendre ells sols.

Exemple: el primer bloc, l'inici de la seqüència (història) comença a l'aeroport, un dels problemes principals de les illes. D'aquesta manera comença amb un mapa de l'espai aeri de Mallorca un dia d'estiu (icona) i acaba amb un turista en estat etílic dormint de nit a l'aeroport. En aquest cas s'explica un dia normal a l'aeroport de Son Sant Joan de Palma i les il·lustracions es poden entendre separatament, conjuntament i en el context del llibre sencer.

Inspiració: Abans d'explicar el guió cal explicar d'on treu aquestes històries que formaran els blocs. Cal dir que la font principal d'inspiració dels dibuixos són les pròpies experiències personals d'una persona que ha vist com els darrers estius Mallorca ja no era el que era fa deu anys i veu que se'n ha anat de les mans. També hi ha documentació de fonts com notícies, llibres o les xarxes on es difonen molts vídeos i imatges sobre turisme a Mallorca. En alguns casos, la informació que afirmo no és corroborada, però a Mallorca tot se sap.

GUIÓ de *Malle Ist Nur Einmal in Jahr, crònica il·lustrada del turisme a Mallorca.*

Primer Bloc: Aeroport- Aquest bloc obri el llibre, i com no podia ser d'una altra manera, és l'entrada a l'illa per la porta principal: l'aeroport de Son Sant Joan de Palma. En aquest primer bloc es parla no només del greu problema que té Mallorca en temporada alta amb els avions i les operacions (una per minut) sinó també vol reflectir les situacions surrealistes a les quals s'han de enfrontar treballadors i treballadores de l'aeroport: turistes que arriben o marxen en estat etílic, grans afluències de gent, descontrol als controls de seguretat, etc.

pag1.Inici. Mapa de l'illa (aspecte pictogràfic) amb espai aeri (molts avions sobrevoles l'illa)

pag.2 Avió aterrant.

pag3. Turistes entrant a l'aeroport, molta gent i amb cares exageradament alegres.

pag4. Il·lustració de moltes sabates d'estiu o sandàlies amb mitjons, al centre i ofegat, unes avarques típiques de Menorca. (aquesta il·lustració vol reflectir com ens sentim els mallorquins i mallorquines que l'estiu també som usuaris de l'aeroport.

pag5. Aeroport de nit amb molts avions aparcats i un turista tirat al terra en estat etílic, al fons, un element de neteja (Mallorca)

Segon Bloc: Terra-transport. Aquest bloc enllaça amb l'aeroport molt bé ja que és en el mateix aeroport on comença la problemàtica de la que parla aquest apartat: la pressió de vehicles que suporta l'illa de Mallorca. Si més no ja en temporada baixa, Mallorca és una illa amb molts vehicles (les Illes Balears és de les comunitats autònomes amb més vehicles per habitant) a causa de la poca cultura del transport públic que hi ha sumat a la mala gestió d'aquest mateix per part del govern, les rutes, en la seva majoria, molt mal dissenyades. Tot això i sabent que la majoria de Mallorca és Part Forana (pobles fora de ciutat) i en aquests, moltes cases fora vil·la, això fa que tenir un cotxe és pràcticament necessari. Però en temporada alta, la cosa es desborda.

L'any passat es movia la dada de 90.000 cotxes de lloguer a l'illa, dada no molt exacte ja que la Conselleria de Turisme de Mallorca afirma que les empreses de *rent a car* no donen les dades molt fiables. Aquesta problema és molt greu ja que té moltes cares: els cotxes de lloguer col·lapsen les carreteres de l'illa, diàriament hi ha embussos de quilòmetres per moltes carreteres de l'illa. Això fa que les carreteres siguin molt insegures ja que els turistes, al no saber molt bé on van o al estar pendents del mapa, condueixen de forma insegura i generalment, degut a la poca potència dels cotxes i a la sobre-càrrega a la que estan sotmesos, vagin molt lents. La gent de l'illa que ha de anar a treballar cada dia o simplement es vol desplaçar, ha de suportar grans cues i moltes vegades es produeixen avançaments insegurs que posen en perill la vida de tots els usuaris de la carretera.

La contaminació; evidentment, si augmentes en 90.000 el parc de vehicles de l'illa, augmenten les emissions de CO2 i això causa un greu impacte a l'ecosistema de l'illa, a la qualitat de l'aire i al paisatge (cosa que venen buscant aquells que ho destrueixen). La situació es torna extrema quan es dona la situació en que s'acumulen molts vehicles en les zones més turístiques de l'illa. Paisatges emblemàtics com el Far de Formentor (punta nord de l'Illa), Es Coll dels Reis (carretera que va cap a Sa Calobra) o Sa Torre de ses Ànimes (Banyalbufar) queden tacats per una immensa massa de fiats 500 de lloguer, que col·lapsen aquestes corbes i estretes carreteres de muntanya de la Serra de Tramuntana, arribant a nivells de CO2 gens propis d'aquestes zones.

La pressió humana: el fet de que un turista tengui accés lliure a tots els racons de l'illa, fins i tot els més secrets (que prèviament algú, empresa, xarxa social, etc li ha indicat) fa que part del territori verge que quedava a l'illa desaparegui i que aquelles zones més freqüentades pels locals augmentin la pressió d'aquests que fugen de les zones més turístiques .

pag6. Cua de cotxes a l'aeroport, tots iguals, en silueta, menys un, una furgoneta, que simbolitza el local.

pag.7 . Il·lustració on s'utilitza la repetició d'un mateix dibuix d'un fiat 500 (cotxe predominant de les empreses de lloguer) per reflectir la saturació que pateix l'illa d'aquests petits vehicles.

pag8. Autobús públic de TIB (Transport de les Illes Balears) ple de turistes que fan fotografies des de la finestra.

pag9. Motos de lloguer. Un altre mal de l'illa. Molts turistes circulen sense casc, amb sandàlies i sense camiseta. Utilitzen la moto per arribar a llocs on no hi cap un cotxe i només s'hi pot accedir a peu.

pag10. Sèrie de Jeeps tipus "Safari Àfrica" per Mallorca.

pag11. L'illa infectada de carreteres.

Tercer Bloc: Creuers- Si hem entrat a l'illa per aire i la recorrem per terra, una de les altres entrades és l'aigua. El problema dels creuers és una situació molt greu que viuen ciutats com Barcelona. Com els cotxes de lloguer, els creuers tenen moltes cares ocultes que el fan un multi-problema: la contaminació que produeixen els grans creuers és comparable a 10.000 cotxes funcionant alhora en un mateix espai. De aquests creuers baixen grans masses de gent que estan poques hores a la ciutat del port, en aquest cas Palma, i no tenen temps per gaudir-la com cal i tan sols van a les coses programades, és el màxim exponent del tipus de turisme contrari al viatge, és l'experiència programada, la forma capitalista de viatjar. Sumat a això, l'impacte mediambiental i de pressió humana que deixen aquests creuers no es veu equilibrat en riquesa pel poble de Mallorca, ni econòmica, ni molt menys cultural.

pag12 i 13. Una doble pàgina amb una il·lustració que un gran creuer dibuixat molt petit però que deixa una gran taca a l'aigua. Vol reflectir la contaminació que deixen aquests grans motor a l'aigua i lo perjudicial que són per a la flora i la fauna marina.

pag14 i 15. Doble pàgina de un gran creuer entrant a Palma. Per representar-ho es veu la punta d'un creuer i al fons, la catedral de Mallorca, al costat del port. Un enfrontament de dues grans estructures. Violència entre ciutat i creuer.

pag16 i 17. Doble pàgina del creuer entrant a la ciutat, descarregant la massa de gent que infecta la ciutat i torna a entrar al vaixell per marxar.

pag18 i 19. La mateixa doble pàgina de la 12 i 13 però aquesta vegada, la contaminació és en l'aire.

Quart Bloc: Postals- Una de les conseqüències de la forma capitalista de viatjar, de la experiència comprada, és l'eliminació de les particularitats de cada lloc del món i la globalització cultural. Especialment a les zones de turisme de Sol i platja s'eliminen les singularitats de cada paisatge. Això fa que una postal, un souvenir, es torni general i no particular i les fotografies de allò autèntic, es dissolguin entre grans hotels de tot inclòs. Aquest bloc tracta el dibuix de paisatge però també de les gents i comença a expressar que no tan sols són els turistes els culpables de tots els mals.

pag20. Una pàgina en blanc, ja que els blocs comencen en pàgina dreta.

pag21. Una sèrie de postals, totes iguals, tan sols canvia el nom i la tipografia d'aquest nom: Mallorca, Torremolinos, Benidorm, ...comparteixen una mateixa postal.

pag22 i 23. Una dona vestida de pagesa amb la mà alçada com si ballés un bolero o una jota típica del ball de bot (folklore balear) i una guia turística amb el braç alçat per marcar el camí dels turistes. Aquesta doble pàgina vol expressar el canvi que em fet els mallorquins i mallorquines fruit del turisme.

pag 24. Una platja de Mallorca on es veu una persona en vermell (mallorquí) que mira "a càmera" mentre es rodejat de molts turistes. És una il·lustració que vol reflectir com ha desaparegut la tranquil·litat a les platges.

pag 25, 26 i 27. Al llarg d'aquestes 3 pàgines es va descobrint la desembocadura del Torrent de Pareis, una platja coneguda erròniament com a Sa Calobra, quan és simplement Es Torrent de Pareis, ja que Sa Calobra és un port que hi ha al costat. A aquesta platja s'hi pot arribar per la mítica carretera de Es Coll dels Reis (mencionada anteriorment) o per via marítima, amb un vaixell-autobús de l'empresa sollerica anomenada "Barcos Azules" que tractarem més endavant. Al ser la desembocadura d'un torrent de la Serra, la platja queda entre dos grans penyals, una platja molt estreta que ofereix una clàssica postal de Mallorca. Ara bé, les dimensions de aquesta platja han xocat frontalment amb la gran influència de gent que arriba per carretera i aigua i es pràcticament impossible posar-hi la tovallola. Alhora és un lloc predilecte pels grans iots que van a ancorar molt aprop d'aquest a platja, destruint l'equilibri de l'ecosistema. Aquesta desembocadura és, alhora, un símbol, ja que la gent que baixa de fer barranquisme pel torrent (un tipus d'esport més de viatger que de turista) es troba amb la gran massa de gent i es perd una de les millors recompenses pels barranquistes, que és gaudir del paisatge en el seu màxim esplendor, en canvi es troben una trista postal corrupte.

Cinquè Bloc: Blocs de la Mallorca precària: Aquest bloc és el mes dissonant en quan a estil de dibuix ja que el dibuix que faig aquí es vol semblar als blocs pre-fets del programa informàtic d'arquitectura autocad. Aquests blocs els utilitzen arquitectes per introduir als seus plans, hi ha persones, mobles, cotxes, etc. Això ho faig fruit d'una reflexió del principi de projectar el tfg en el que em demanava que passaria si parasitesim els renders i plans d'hotels o llocs de Mallorca amb el que realment són i viuen, ja que un render sempre és un ideal de com és aquest lloc, una foto falsa. Per tant, introdueixo elements reals en un món irreal.

pag28. Una pàgina en blanc, ja que els blocs comencen en pàgina dreta.

pag29. Un turista caminant (dibuix bloc autocad)

pag30 i 31. Planta i alçat d'un hotel. L'alçat és una habitació desordenada

i bruta que esta netejant personal de l'hotel (mallorquí/mallorquina) i el turista està al balcó a punt de saltar. La planta és la piscina de l'hotel amb un turista mort al costat, ha fet *balconing*. En aquests dibuixos tracto dos elements del turisme precari clàssic de Mallorca, especialment de les zones de Magaluf, Punta Balena i s'Arenal: El *balconing* és una activitat que duen a terme alguns turistes en estat etílic dels hotels d'aquestes zones: consisteix en saltar de balcó en balcó per passar d'una habitació a l'altre o saltar del balcó a la piscina. Cada any moren entre 4 i 10 joves turistes per aquesta activitat a Mallorca. Un altre element ocult de aquests hotels que estan més aprop d'aquestes zones és la precarietat laboral a la qual es veuen sotmesos i sotmeses els treballadors i treballadores d'aquests establiments. Especialment el personal de neteja i les cambreres d'habitacions, amb objectius d'habiació/hora molt difícils d'assumir per la gravetat de la brutícia d'aquestes, això sense contar la denigració en el que pateixen molts cops per part dels mateixos clients.

pag32. Plà d'un carrer qualsevol amb escenes típiques de Magaluf, gent en estat etílic, sexe al carrer, ...

pag33. Bloc cotxes i motos de lloguer

pag 34. Platja

pag 35. Aquest bloc acaba amb un dibuix com el de la pàgina 29, tot i que aquesta vegada es un/a cambrer/era de hotel.

Sisè bloc: Platges- El que venen buscant la majoria de turistes a Mallorca és Sol i platja, aquest segon element és, alhora, un paisatge de Mallorca que surt a totes les postals, publicitat, anuncis de cervesa,... ara bé, la imatge sempre és de platja verge, pura, solitària i paradisiaca. En aquest bloc vull dibuixar i exaltar el que vertaderament són les platges a Mallorca, aglomeracions, hamaques, crema solar i turistes intentant tenir càncer de pell.

pag37. Inici, l'illa de Mallorca travessada per un para-sol típic de platja.

pag38. Una il·lustració amb molts matalassos inflables de platja posats en línia i repetit. Mateix llenguatge que la pàgina 7 (repetició)

pag39. Diagonal paral·lela a la pàgina anterior, primer línia de platja amb moltes hamaques i turistes que prenen el Sol i s'estan fonent.

pag40. molta gent dins l'aigua, enmig, un personatge en vermell (local)

pag41. Final bloc platja. Un excrement humà flota sobre l'aigua.

Setè bloc: Magaluf- Aquest nom és bastant abstracte, li poso Magaluf perquè crec que és la màxima expressió del tipus de turisme que degrada la dignitat del poble de Mallorca. Això també és aplicable a les zones de S'Arenal, Punta Balena i cada vegada més a Cala Rajada. En aquestes zones és allà on es desenvolupen les principals activitats del

turista tan criticat en el meu treball: drogues, excés. masclisme, violacions, denigració dels treballadors, denigració dels locals, del barri, tràfic de drogues, corrupció, mafia mallorquina i grans empresaris alemanys... Aquestes zones són vertaderes colònies Britàniques o Alemanyes, fins el punt que en certs locals tan sols hi trobes treballadors que venen d'aquests països i no saben ni parlar castellà, ni parlar-ne del Català, la llengua pròpia de Mallorca. S'Arenal pels Alemanys, Magaluf pels britànics. En aquest bloc, retrato aquestes zones amb un llenguatge de lo general (escenes aplicables a qualsevol zona d'aquestes) fins a allò més particular.

Allò més particular que tracto és, per exemple, el Ballermann nº6. El Ballermann nº6 és un local d'oci de S'Arenal, visita obligada per tots els turistes de borratxera que venen dels lands d'Alemanya al land de Mallorca. En aquest establiment s'ha generat una cultura pròpia, estrelles que tan sols actuen l'estiu a Mallorca i són famosos, però només per Alemanys. Estrelles que seran retratades en el seu entorn.

És d'aquí on surt el títol d'aquest treball: *Malle ist nur einmal im jahr*, a part de ser una expressió dels joves alemanys, és el sub-títol d'una cançó de Peter Wackel (*SCHEISS DRAUF! (MALLORCA IST NUR EINMAL IM JAHR)*). La tornada d'aquesta cançó diu "A la merda, Malle (Mallorca) és tan sols una vegada en l'any", i durant tota la cançó parla dels excessos de droga, alcohol i menjar i en fa exaltació. Aquest bloc és el més explícit, mes dur i més cru amb el que crec que és una de les pitjors cares de Mallorca. Vol ser clar i contundent.

pag42. Una pàgina en blanc, ja que els blocs comencen en pàgina dreta.

pag43. S'obri el bloc Magaluf amb una galleda que li surten palletes per beure de grans dimensions, element típic de les platjes de Magaluf i S'Arenal.

pag44 i 45. Doble pàgina d'un concert de Peter Wackel

pag46. Ikke Hüftgold, una de les estrelles del Balermann nº6.

pag47. Excessos varis de aquestes zones.

pag48. Final bloc, un turista tirat a la platja, llenguatge i dibuix similar a la pag5 (final aeroport)

Vuitè bloc: Tolo Coursach- Aquest bloc vol mostrar els culpables del bloc anterior. Per fer-ho, es retratarà la història de Tolo Coursach, el màxim exponent de la màfia mallorquina, "el padrino d'aquesta Sicília en miniatura" (Jesús Rodríguez, El País Semanal). Aquest home ha esta durant dècades "l'amo" de la nit de Mallorca i des de allà, ha estés el seu entramat de corrupció al futbol i al turisme de masses. Durant el seu domini de l'oci de Mallorca, era molt difícil ser turista i no passar per cap dels seus negocis. Hotels, restaurants, discoteques i gimnasos van monopolitzar l'oci de l'illa. BCM i Tito's, els seus locals bandera. La seva història, és també, l'essència de la manera de fer dels corruptes mallorquins, una cosa pràcticament ètnica. Necessitaria pàgines i pàgines per explicar tot el que ara es sap sobre aquest entramat de corrupció que va formar Bar-

tolomé Coursach. El que sí es sap és que va començar al Mallorca Club Tennis servint als botifarres (aristòcrates de ciutat) i va acabar en trames de corrupció amb Jaume Mates, el PP, Urdangarín i a utilitzar la policia local de Palma com a sicaris al seu servei que utilitzava per eliminar la competència. Ara se l'acusa de pertinença a banda criminal, extorsió, amenaces, homicidi, blanqueig de capital, corrupció de menors i pertinença d'armes. (Jesús Rodríguez, 2018, El País Semanal)

pag49. Inici bloc. Taula de póker amb un dibuix de Mallorca al centre. Referència a les famoses partides de Tolo Coursach.

pag50. Tolo Coursach jugant a tennis.

pag51. Tolo Coursach vestit amb l'equipació del Reial Mallorca, club de futbol que va presidir que utilitzava per augmentar el seu entramat de corrupció.

pag52. Tolo Coursach rodejat de Jaume Mates, Juan Carlos I, tots tres mirant a la pilota de futbol amb dibuixos de l'illa de Mallorca situat a la pag 53. Amb actitud amenaçant, Tolo es posa un gran rellotge al puny tacat de sang.

54. BCM clausurat.

Novè Bloc: Botifarres: Mallorca esta infestada de versions reduïdes de Tolo Coursach. Empresaris de Mallorca que volen obtenir molt benefici econòmic inclús a costa de destruir la seva terra, la dignitat del poble mallorquí o els seus serveis públics. En aquest bloc sortiran escenes d'aquelles persones que venen casa seva.

pag55. Mallorca On Sale

pag56 i 57. Barcos Azules. Els Barcos Azules són una empresa del Port de Sóller que fa de vaixell llançadora cap a la platja del Torrent de Pareis (Sa Calobra, veure pàgina 25, 26 i 27). Aquest vaixell llançadora ajuda a saturar la platja i contribueix al deteriorament del seu ecosistema. El propietari d'aquesta empresa és Santi Mayol, també accionista de el Ferrocarril de Sóller, on el màxim accionista és el seu germà Òscar.

pag58. Un mallorquí instal·la un cartell amb la clàssica "H" d'hotel a un molí de vent típic de El Pla de Mallorca (La zona interior de l'illa entre la Serra de Tramuntana i la de Llevant. Aquest dibuix vol criticar com molts mallorquins opten per transformar infraestructures del patrimoni cultural o pisos i cases en places de lloguer ocasional per a turistes. Aquesta situació causa la gentrificació i que els joves no puguin independitzar-se a causa de la pujada de preus i la falta d'oferta de lloguers clàssics.

pag59. Tren de Sóller. El Ferrocarril de Sóller és un tren de principis de segle que va se Sóller fins a Palma passant per la població de Bunyola, d'urbanització de Sa Coma, de Bunyola i el barri de Son Sardina de Palma. El ferrocarril és públic però té una concessió de gestió privada que havia de

finalitzar l'any 2012 però durant la legislació de Jaume Mates, es va decidir prorrogar aquesta concessió 50 anys més a l'empresa Ferrocarril de Sóller S.A. en mans majoritàriament de empresaris de Sóller com els germans Mayol. Aquesta empresa ha convertit el tren en una atracció turística, ha eliminat horaris, parades i ha augmentat els seus preus fins a un 300% en els darrers anys. Això fa que la gent de Sóller o Bunyola que abans utilitzava el tren per anar a treballar a Ciutat, ja no ho puguin fer. S'ha eliminat un servei públic per donar-lo al turisme. Ha passat de ser una empresa que donava llocs de treball estables a les famílies de Bunyola, Sóller i Palma a generar treballs temporals i precaris. El cas del tren de Sóller arriba a tal punt que l'empresa paralitza el tren durant els mesos d'hivern, fent fora els treballadors temporals i pagant el salari integral al seus treballadors amb contracte de més anys o indefinit que no els surt a compte acomiadar. Aquest dibuix el sento molt ja que el meu pare fa més de trenta anys que treballa pel tren de Sóller, com ho va fer el seu pare i el seu avi i ara, aquests darrers anys, lluita des de el comitè d'empresa perquè el tren torni a ser un servei públic i l'empresa respecti el conveni amb els treballadors i treballadores i sigui un generador de feines estables i històriques dels Bunyolins i Sollicers.

Desè bloc: Mathias Khunn- Aquest bloc retrata, de forma bastant irònica, un dels especuladors immobiliaris per excel·lència de l'illa. Un empresari alemany que ha fet de Mallorca i les Illes Balears el seu terreny de joc.

Famós per ser un VIP fruit del seu matrimoni i "culebrón" amb Norma Duval i per els seus episodis als jutjats contra el Consell de Mallorca per Casos com Sa Muleta (refugi del Port de Sóller) que vol convertir en urbanització. Va tornar a ser protagonista quan va comprar l'illa de Tagomago, a l'arxipèlag Pitiües on ara la lloga per quasi 300.000 euros per setmana i on s'hi han organitzat festes, per exemple, de màgies d'Europa de l'est, escenes que posen en perill la riquesa natural d'aquest illot. Els cartells de *On Sale* de Khun&Parner en blanc, tipografia negra i logo vermell (una piràmide) estan arreu de tota l'illa.

Ell es desplaça per l'illa amb el seu petit helicòpter negre de propietat en propietat i també per vendre, aquest helicòpter és ja molt fàcil d'identificar pels mallorquins i sempre que passa es fa la broma de "mira, en khun and parner".

pag59. Khun a la cabina del seu helicòpter, al fons, mallorca.

pag60. Un contrapicat de l'helicòpter i com els mallorquins l'observen des de baix.

pag61. L'illa de Tagomago amb una gran piràmide (el logo de khun and parner) al centre.

pag62. El Port de Sóller amb una gran piràmide on hi està situat Muleta. Aquestes dues pàgines fan referència a les seves propietats més polèmiques.

pag63. Emulant el logo del joc de Taula, però substituint Monopoly per Mallorca i el personatge del monopoly pel Khun.

Onzè bloc: miradors- Els miradors de la Serra de Tramuntana són parada obligatòria de tots els cotxes de lloguer. En aquest bloc es dibuixaran les postals més típiques de la serra infestades de gent i cotxes. Un recorregut per la Serra, per racons que temps enrere eren espais de contemplació i contacte amb la natura i ara tan sols serveix per fer-se un *selfie* i una cervesa.

pag64. Una pàgina en blanc, ja que els blocs comencen en pàgina dreta.

pag65. Sa Talaia de Ses Ànimes o Torre de Ses Ànimes és una antiga talaia de vigilància del poble de Banyalbufar. Un dels racons que els darrers anys ha sigut promogut a les guies i mapes. És una torre on s'hi pot admirar molt litoral nord de l'illa. L'interior de la torre fa uns tres metres quadrats.

pag66. Mirador de Sa Foradada. Escenari predilecte de postes de Sol idíl·liques. Han posat un bar i un parking.

pag67 Mirador Hotel abandonat de Deià. Un racó on l'accés és difícil i no està indicat. Un fenomen estrany que sigui famós ara, probablement, culpa de les xarxes socials.

pag 68 i 69. Far de Formentor (saturació de cotxes a una estreta carretera que arriba a l'extrem nord de l'illa)

pag70. Final. Dues cerveses acabades al Mirador de sa foradada.

Dotzè bloc: Iots privats. Els iots privats, sobretot els grans són un símbol de un element que destrueix l'illa de moltes formes. Com els creuers però amb menor escala i per a rics. Els iots són la formalització de la riquesa desproporcionada i la despreocupació. Una de les riqueses naturals de Mallorca és el color i la transparència de l'aigua, aquest fenomen es produeix gràcies a la posidònia marina, una planta marina endèmica de la mediterrània, que també fa de casa per la fauna marina. Els grans iots s'atraquen excessivament a les platges i amb les àncores destrueixen la posidònia.

En aquest atac a la natura s'ha de sumar la contaminació dels motors dels grans iots i la brutícia que queden. Fa poc un grup ecologista va netejar les zones on van més iots i van estudiar l'impacte que tenien sobre la posidònia. Un dels residus que més es va trobar van ser ampolles de champagne Moët & Chandon. Aquest problema es multiplica a les Illes Pitiüses.

Aquest bloc també tractarà les *boat parties*, que és bàsicament el mateix que el Ballermann del que he parlat anteriorment però sobre un vaixell. D'aquesta manera, les boat parties multipliquen tots els mals del turisme de borratxera ja que els residus que generen i s'aboquen durant la festa són molt grans. Apart, la sensació de no haver llei que dona estar a alta mar multiplica els excessos en aquestes festes. A més, totes les empreses de boat party s'anuncien cosificant la dona.

pag71. Posidònia

pag72 i 73. Vinyetes dels mals d'un gran iot. Excés, mal a la posidònia i brutícia del motor. Aglomeracions.

pag74 i 75. Boat party.

pag76. Posidònia igual que pag71 però amb ampolla de Moët.

Tretzè bloc: Desmitificació. Una part molt important d'aquest treball és la desmitificació de l'Illa, la negació d'una pàtria perfecte i que tots els mals són estrangers. Per això agafo un dels referents d'aquest tfg, el còmic La Història de les Illes Balears com a punt de partida. Aquest còmic explica la història de les Illes Balears des de la pre-història fins als nostres dies a través d'una olivera centenària que, com si fos un conte, els hi explica al Tomeu i na Margalida, dos nens, tot el que ha viscut com a arbre centenari.

pag77. L'olivera del còmic copiada.

pag78. Un turista pixant sobre l'olivera.

pag79. Tolo Coursach posant un cartell d'hotel a l'olivera.

pag80. Tomeu i Margalida talant l'olivera.

pag81. Pla més obert de l'olivera, ara, enmig d'una rotonda on passen fiats 500.

Bloc catorze: berbenes Els dos blocs que venen ara mostren la part més de la Mallorca local a l'estiu. Aquests no volen tampoc mitificar l'illa ni idealitzar-ho. Així, aquest dos blocs finals comencen amb les berbenes dels pobles, la manera que tenen els mallorquins i mallorquines de sortir de festa en l'estiu, anar de poble en poble, un cada cap de setmana. Les berbenes i revetlles són un Ballermann a la mallorquina, brutícia, excés, tràfic de dogues, agressions masculistes i baralles entre joves dels pobles estàn a l'ordre del dia. Tot això vull mostrar-ho també, combinant-ho amb referències a les begudes i costums locals a l'hora d'afrontar la festa, que al final, forma part també de la ètnia i la identitat nacional de Mallorca. Aquest bloc és dirigit als locals ja que allò retratat és identificable tan sols per aquells i aquelles que ho han viscut.

pag82. Una pàgina en blanc, ja que els blocs comencen en pàgina dreta.

pag83. Una ampolla de Gin Xoriguer, una d'Herbes dolces i de Ron Amazona. Begudes típiques de les Illes Balears.

pag84. Pirates Pirats, *grup berbener* per excel·lència.

pag85. Berbena: baralla i gent èbria.

pag86. La mateixa escena donada a les pàgines 48 i 5 (final magaluf i aeroport) però aquesta vegada, és un mallorquí el que està tirat al terra del centre d'una plaça.

Bloc quinze. Des de l'Illa- Aquest bloc és el més personal, el més propi. En aquest bloc vull dibuixar les situacions més especials per jo i el que significa Mallorca i l'estiu per

jo. Un bloc inspira en un reportatge fotogràfic realitzat l'estiu del 2017 on volia reflexar la Mallorca més comunitària, no en un sentit de supremacia moral o ètnica, sinó intentant mostrar la societat que genera aquesta terra i com és la seva gent. Així, aquest conjunt de dibuixos serà el més abstracte i el menys explícit. Lluny de plans o escenes generals, els dibuixos retrataran més situacions detalls, colors, textures, etc.

pag87. Peus en l'aigua.

pag88. Vinyetes balcó Banyalbufar.

pag89. Mà i arena.

pag 90 i 91. Gran taula amb menjar productes de la terra, pa amb oli.

pag92. Salt a l'aigua.

pag93. Un balancí amb tela de llengües (patró tèxtil tradicional mallorquí).

pag94. Peus al Balcó Banyalbufar.

Última pàgina (pag95) Captura pantalla de publicitat d'Airbnb, empresa per excel·lència del lloguer vacacional, oferint-me una oferta de 6 nits per llogar casa meva, en lloguer vacacional des de 2014 per pagar la Universitat. Aquesta pàgina pretén ser una mostra de la certa incoherència de tots els treballs creatius i de la hipocresia, tant dels mallorquins com de la societat capitalista i alhora, rebaixar l'impressió de superioritat moral que hagi pogut generar durant tot el treball.

Execució del projecte: Aquest projecte s'executa amb un llibre final. El format de la pàgina és de 203 mm d'altura i 144 mm d'amplada, molt similar a un dinA5. El paper és d'un gramatge més aviat baix i amb una textura de paper reciclat. La portada i la contraportada són del mateix paper però laminat per adquirir més consistència, però sense fer una portada dura. Les pàgines s'ajunten amb un encolat senzill.

Aquest format (mida, paper, encolat, ...) es tria en funció de que el llibre té la intenció d'actuar com a propaganda. No se li vol donar un valor material, sinó un valor de difusió, comunicació.

A continuació, amb els companys i companyes del taller de Treball Final de Grau de Cultura del Disseny fem l'exercici de fer-nos preguntes els als altres. D'aquesta manera ens podem qüestionar el nostre propi treball, reafirmar-lo o canviar el que no s'entén. Aquesta mirada exterior és molt positiva per fer-lo millor i més públic, un dels valors més importants del tfg. Responent aquestes preguntes també es resolen els possibles dubtes que hagin pogut sorgir en aquesta memòria.

Pregunta d'Oriol Cabarrocas: En el format final, parles de "spam" i producció massiva però s'apropa a un llibre d'artista. No creus que per tenir resplendor al projecte i que quedi maco estas perdent concepte?

Resposta: No crec que ni el format, ni el paper ni la tècnica d'impressió siguin similars a un llibre d'artista. Això no fa que tenguí menys qualitat, sinó que tenguí un altre caràcter.

Pregunta de Susanna Van Roessel: És possible que amb el llibre aconseguieixis un resultat més aviat poètic en comptes de denúncia? Vols generar algun canvi en l'actitud del lector o evidenciar allò evident?

Resposta: Crec que el meu llibre no és per res poètic, les imatges, els dibuixos són molt reals i explícits. Evidentment vull generar algun canvi en l'actitud del lector, desmitificant l'illa i mostrant el problema que tenim, però d'una manera diferent, nova.

Pregunta de Tomàs Lobe: Com i a qui es distribueix el teu llibre? Quin és el tarjet? Quina tècnica d'impressió fas servir?

Resposta: El meu llibre es distribuiria a través d'alguna editorial compromesa de Mallorca, com la de l'Obra Cultural Balear. Ara bé, aquest llibre no vol estar a les llibreries, no vol treure benefici, no és un negoci, és difusió. El tarjet principal són les persones de l'illa que es puguin sentir identificades amb aquests problemes però també pels turistes, per fer-los reflexionar i mostrar com és aquesta illa que pensen que és un paradís on no hi ha lleis ni gent que hi viu tot l'any. La tècnica d'impressió la determinaria el número d'exemplars que hagués de distribuir.

Pregunta de Elisa Alcaide: La il·lustració t'ajuda a expressar allò que vols, si poguessis, canviaries o combinaries amb la fotografia?

Resposta: A la memòria aclareixo que trio el dibuix perquè és un mitjà en el que em sento molt còmode i puc créixer com autor, alhora, el dibuix em permet exagerar allò que vull exagerar i expressar les coses amb més potència, més caràcter. L'espontaneïtat de les fotografies tendiren el perill de ser quelcom massa instantani i restar-li importància i fer quelcom anecdòtic. Ara bé, com a fotògraf, no descarto utilitzar aquest treball com a base d'un reportatge a llarg termini que podria sorgir amb el guió construït.

Pregunta d'Elvira Bullich: Pretens que sigui apreciat tant per un mallorquí com per un alemany?

Resposta: Com la resposta al Tomàs, el meu treball va dirigit tan a malloquins com a turistes, o més aviat, a gent que pateix el turisme i turistes. No des de una actitud d'enaltiment d'uns i inculpanent exclusivament els altres. Simplement, mostrant el que per mi és una realitat, tant com els mallorquins som uns venuts com els alemanys uns alcohòlics. Tanmateix, ni uns són tots venuts ni tots els altres uns degenerats.

Pregunta d'Anna Dalmas: Quina és la finalitat de la producció del llibre, perquè tu vols això o perquè el llibre t'ho demana? És la millor opció per transmetre el que vols expressar?

Resposta: Per mi, que el llibre tenguí un caràcter de difusió i s'allunyi de ser un objecte en sí valuós és molt important. Me vull allunyar de La Història de les Illes Balears en Còmic ja que per mi, *Malle Ist Nur Einmal in Jahr* no és un llibre que hagi de ser patrimoni, sinó una manera nova i diferent de mostrar allò que no m'agrada d'un lloc que considero casa meua i cal protegir per poder gaudir tots i totes, tant els que hem nascut, viscut sempre com aquells que hi troben un refugi espontani.

Pregunta de Txell Palau: Creus que aquest llibre suposarà algun canvi o no tindrà cap mena de repercussió a part de la teua visió del turisme?

Resposta: El que jo busco és fer reflexionar sobre com hem arribat on hem arribat,

perquè i les conseqüències de tot això. D'aquesta reflexió vull que surti una solució que arribi per part tant de locals com estrangers.

Pregunta de Mireia Banchs: Quan intentem justificar que part de la culpa és vostra, realment ho creus? La majoria de les grans empreses explotadores són gent de fora que ve a fer negoci, i els d'aquí són quatre rics (i molts polítics). La població normal són com tu i jo conscients i afectats pel que està passant al nostre entorn. Crec que no hem fet res com per ser culpables com els que si ho són.

Resposta: Evidentment que ho crec, com intento mostrar al llarg del llibre, com el cas Cousach o les empreses de Sóller, també són molts els mallorquins que es pugen al carro del diner fàcil que ve del nord d'Europa. La població "normal", o almenys a Mallorca i per la meua experiència, en la seva majoria, són conscients del mal que fa el turisme, alhora, aquests pensen que no hi ha remei ja que tal sols vivim d'això i ens hem de resignar. Cap empresari compra una illa sense que ningú li vengui, cap govern deixa especular sense que la gent el voti, cap turista ve si no té casa/hotel on quedar. La culpa és de tots. A Mallorca, històricament, som experts en ser mercenaris, en vendre'ns al millor postor, la pobresa històrica de la nostra terra (literalment, no simbòlicament) on no s'hi pot plantar res perquè es seca i poc fèrtil ha marcat les generacions i la personalitat de tot un poble que ara és ric sense haver de llaurar de Sol a Sol.

Pregunta de Cristina Morales: Què canvia l'ambigüitat dels bàndols del teu projecte (ni els bons tan bons ni els dolents tan dolents) Quina informació aporta a que fa que la percepció canviï?

Resposta: Jo crec que aquesta ambigüitat dels bàndols, com tu dius, ha sigut, des del primer moment, una de les bases més importants del meu projecte. Era molt important parasitar el mite mallorquí, on tot lo dolent ve del "guiri". Així com parasitam el còmic, parasitam les teories establertes i em qüestiono tot allò après.

Conclusió:

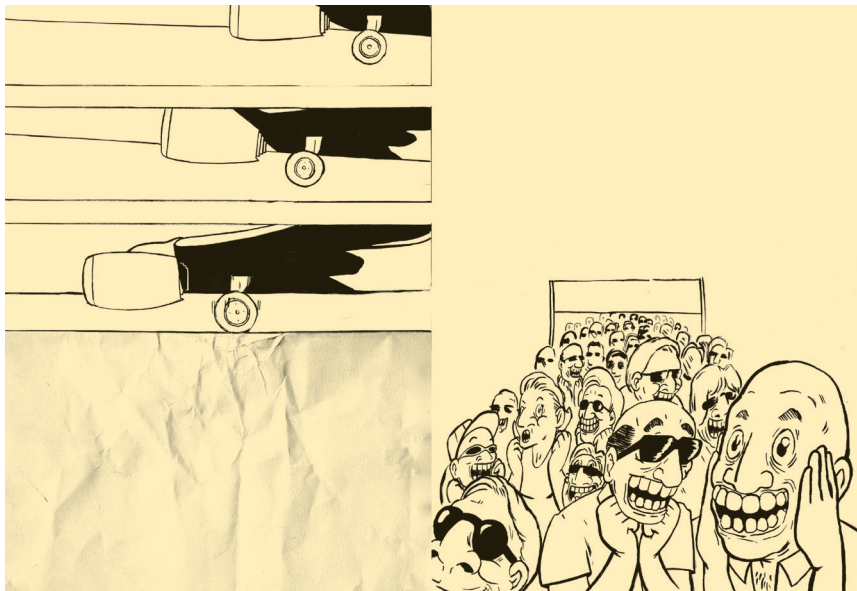
A través d'aquest treball he trencat l'academicisme vinculat al còmic, el dibuix, o la novel·la gràfica a través de l'exploració creativa d'un nou format que ha volgut parasitar tant la forma com el contingut. A través d'aquest llibre he parlat d'un problema que tenim a Mallorca. Fer-ho a través de, per dir-ho d'alguna manera, una crònica il·lustrada ha sigut desenvolupar i comunicar un problema formant par de ell mateix ja que aquest fenomen és el que passa a Mallorca i a les zones turístiques en general: els locals necessiten els turistes tant com els turistes els locals. S'estableixen un rols de esclavitud mútua. Mallorca i la seva gent forma part del problema tant com els turistes i això ho he volgut mostrar, penso que per primera vegada d'aquesta manera, per remoure consciències, fer pensar, que al final, és el màxim objectiu d'aquest llibre. Fer reflexionar però allunyant-se de com ho fa un vídeo de 3 minuts d'una xarxa social mostrant com patim els mallorquins (vídeos i imatges que banalitzen el problema).

Així doncs, penso que aquest treball ha augmentat la capacitat comunicativa sobre el problema mallorquí i això ha estat gràcies a que he explicat el que he volgut explicar i com he volgut explicar-ho.

Ara, part del treball en sí:



PAG 0-1



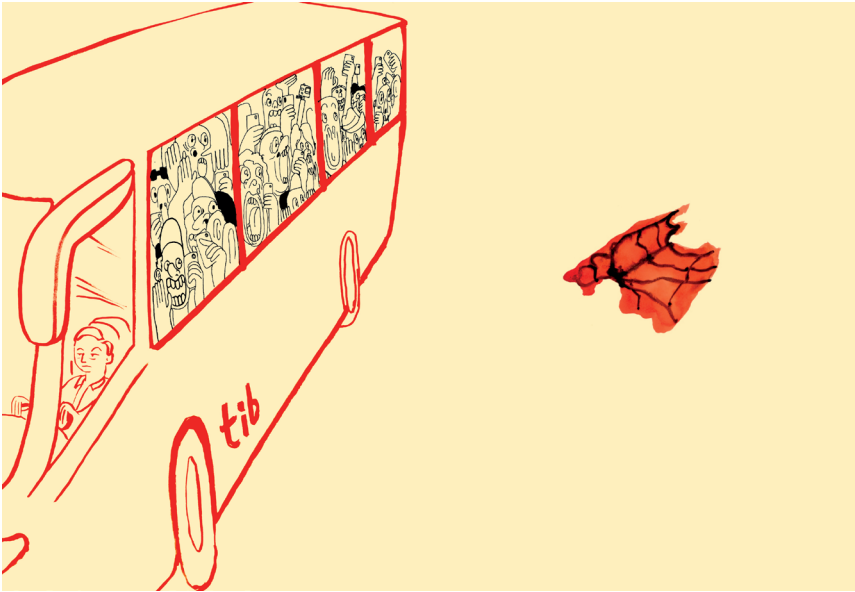
PAG 2-3



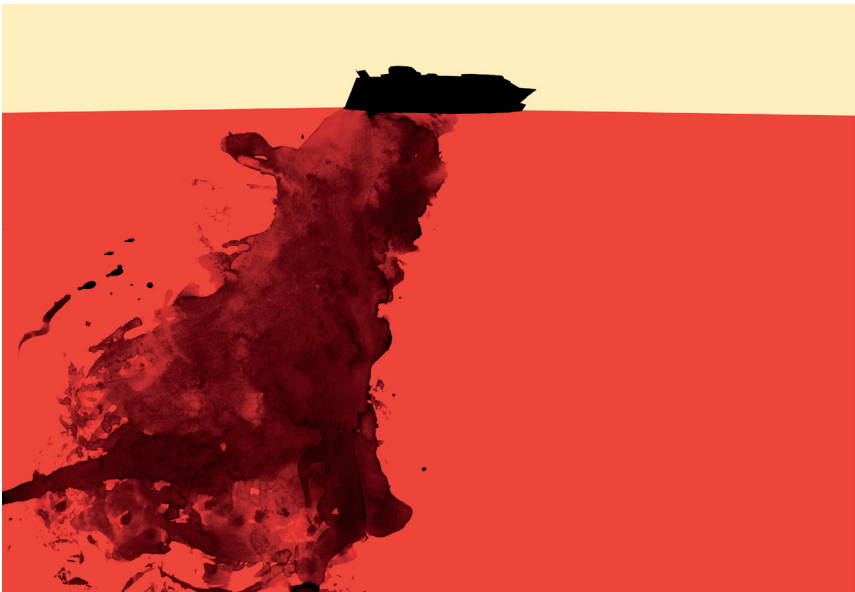
PAG 4-5



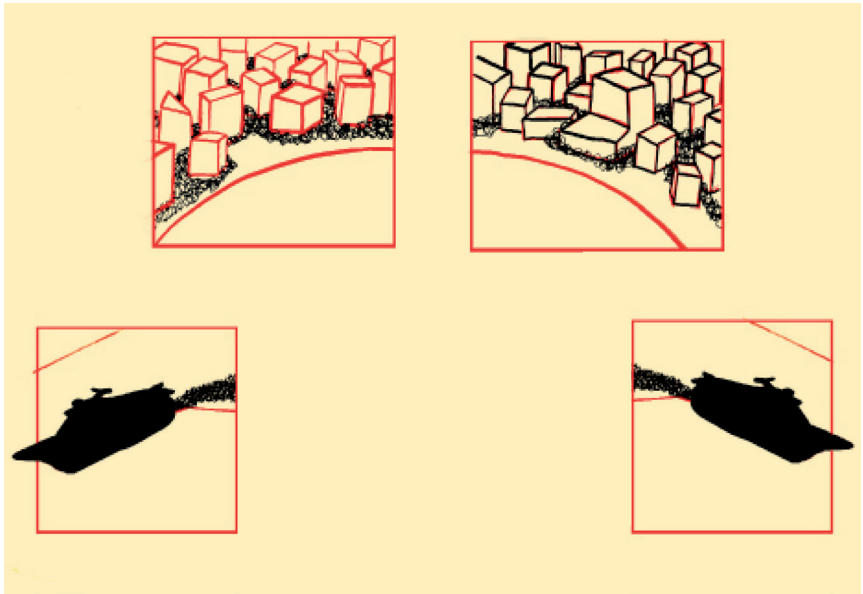
PAG 6-7



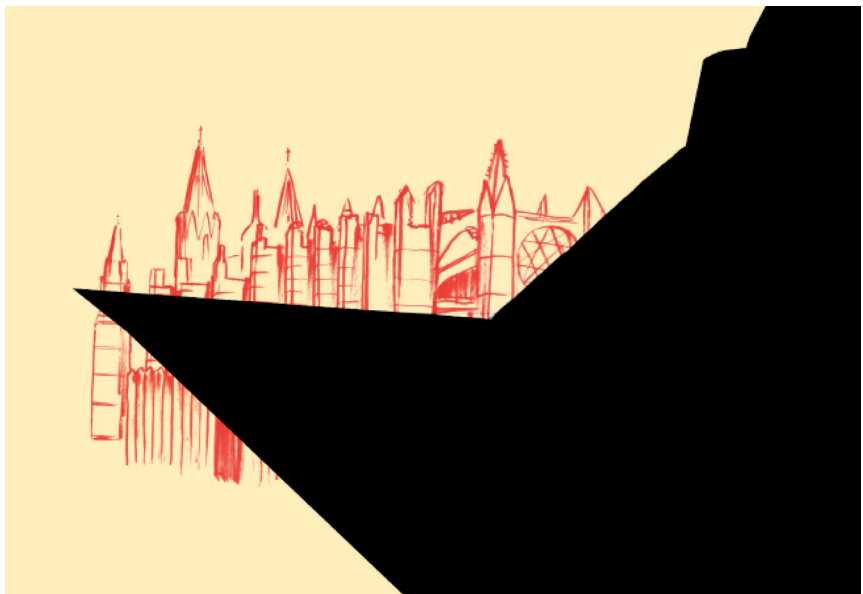
PAG 8 i 11



PAG 12-13



PAG 14-15



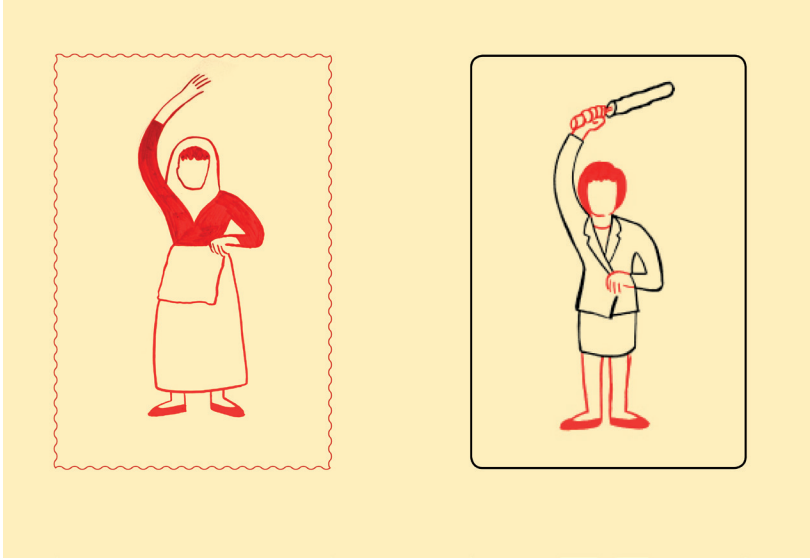
PAG 16-17



PAG 18-19



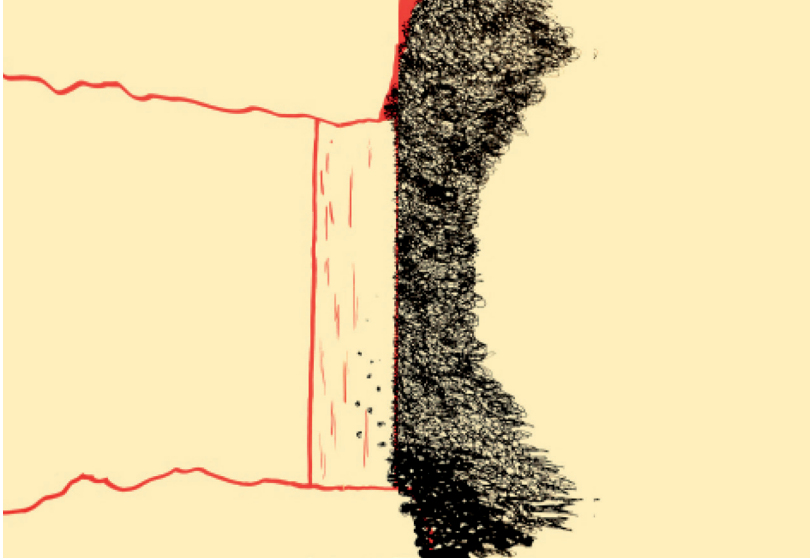
PAG 20-21



PAG 22-23



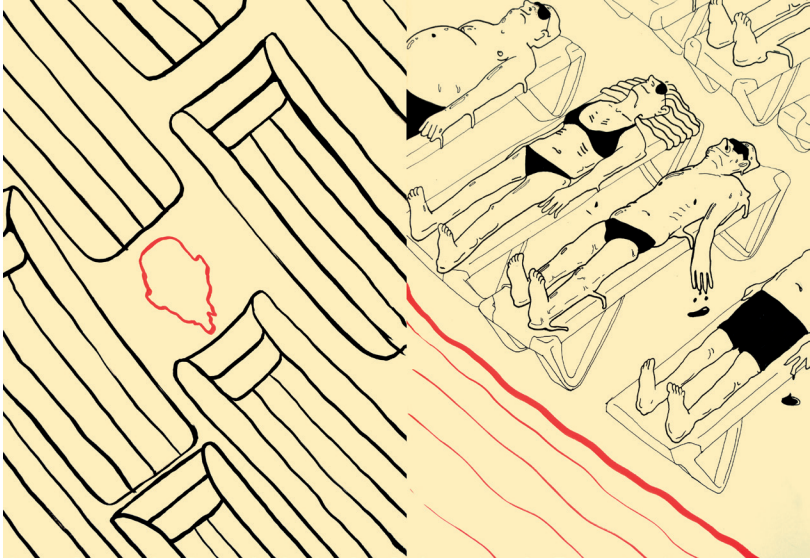
PAG 24-25



PAG 25-26



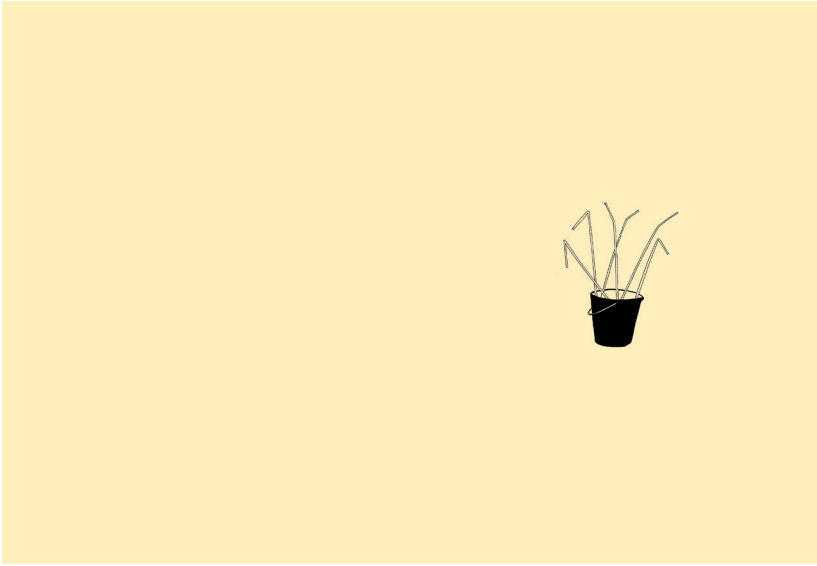
PAG 36-37



PAG 38-39



PAG 40-41



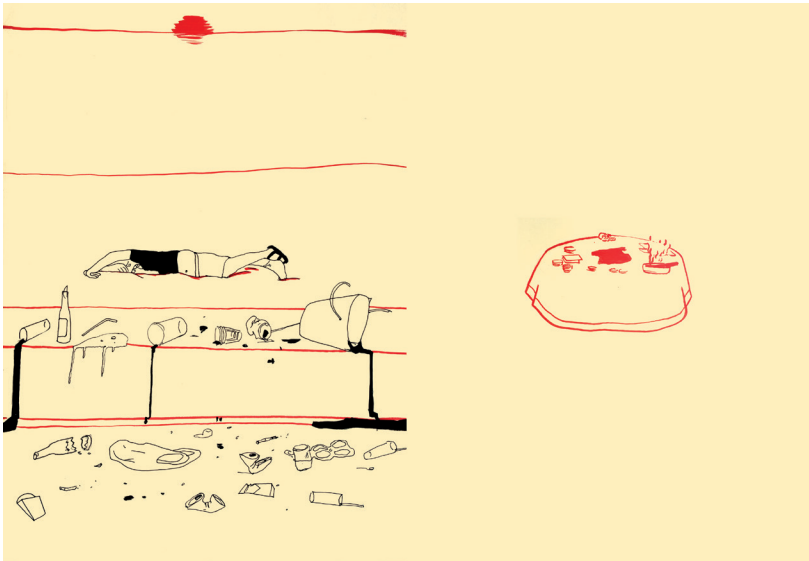
PAG 42-43



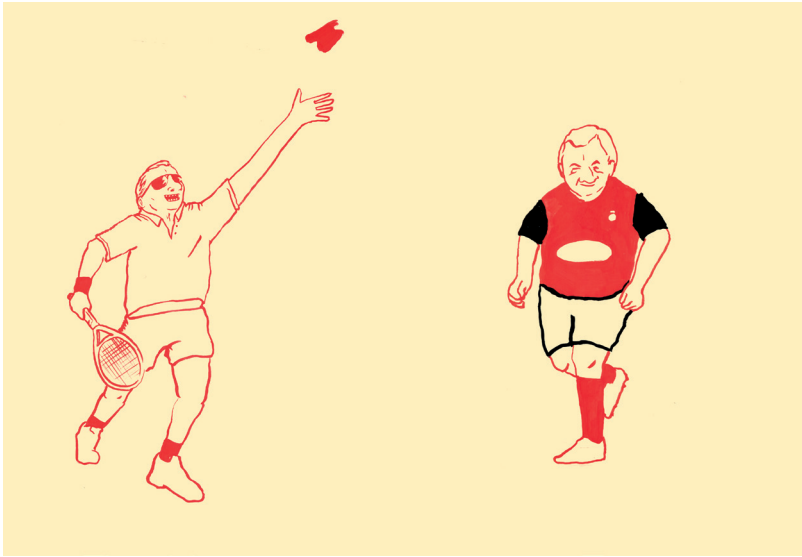
PAG 44-45



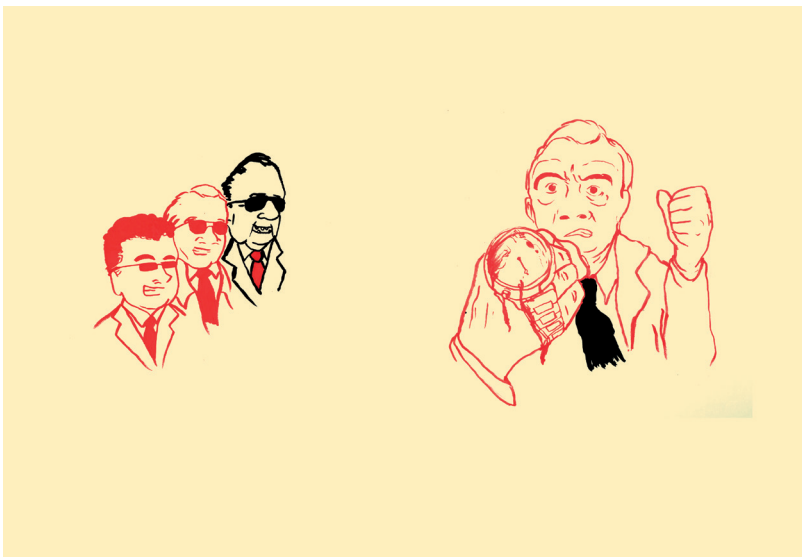
PAG 46-47



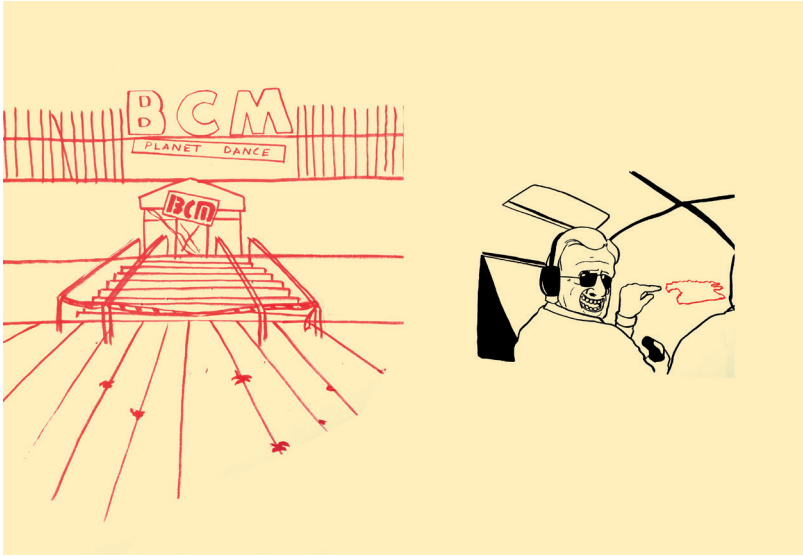
PAG 48-49



PAG 50-51



PAG 52-53



PAG 54-59



PAG 60-61



PAG 62-63

