

# Crònica d'una imatge que es vol vendre

Tant els polítics com els empresaris turístics són conscients que cal rehabilitar la imatge illenca, la seva fesomia feta malbé després d'anys de construccions alçades de premsa i mai integrades al seu entorn. En l'afany per recuperar la bellesa, tots retornen a la recerca del tòpic.

Maria de la Pau Janer

**F**a algunes setmanes, a principis d'aquest estiu que crema, els mitjans de comunicació de l'illa es feien ressò d'una notícia que aleshores era, tan sols, una especulació. Després d'haver visitat Mallorca durant tres anys consecutius, Lady Di havia decidit no repetir les seves vacances al Mediterrani. Farta de la persecució dels periodistes i els fotògrafs, que arribaven a fer autèntiques proeses per captar la seva imatge, es negava a tornar. Més endavant, la mateixa premsa s'encarregava de desmentir l'afirmació: no se sabia res amb certesa d'aquella visita reial. Tot eren comentaris i suposicions que no conduïen a cap seguretat.

Però el rumor és simptomàtic i coincideix, curiosament, amb un sentiment general: Mallorca perd crèdit, ja no és la terra daurada que somiaven els viatgers. Sembla que tampoc la somien els turistes, els qui escapen de les boires grises del nord. Perquè una nova moda comença a imposar-se: la de la pell blanca, quasi, transparent. La norma prové —com sempre— dels Estats Units i s'expandeix als països que hi tenen més contacte. Una de les zones més influïdes per aquest nou cànon de bellesa —crec que és lícit anomenar-ho així— és la República Federal Alemanya. Els alemanys —un dels nostres visitants més freqüents: cervesa i ball fins a la matinada— viuen profundament marcats pel que imposen els costums nord-americans.

Afortunadament per als mallorquins, la moda de la pal·lidesa és molt incipient, i encara no ha arribat a les nostres platges. Enguany —com en els darrers vint-i-cinc estius— l'arena s'omple dels qui cerquen els rajos solars.

Si es confirma l'absència de la princesa de Gal·les, potser les sèpies i les llisses del Mediterrani enyoraran la se-

va presència. Els periodistes se'n recordaran també, moltes vegades, d'aquella font inesgotable de reportatges i fotografies. Caldrà cercar nous temes que demostrin que Mallorca és, encara, actual i cobejable. Un lloc on qual-sevol aventura és possible. Per això



Enguany falten uns turistes d'excepció, Lady Di i família.

s'alcen decorats de cartó, sales de festa, tavernes de flamenc i piscines amb palmeres artificials, i ens espolem la pols de l'hivern, tot a punt per a satisfer la voluntat dels qui arriben. Alcohol i festa, de nit, quan les platges es tornen obscures.

Diuen que hi ha, malgrat tots els esforços, un lleu descens de visitants, que els nòrdics cerquen noves rutes on passar l'estiu, que hi ha una campanya de descrèdit envers les nostres costes, que Turquia esdevé un reclam cada vegada més poderós i ens roba la voluntat dels viatgers.

D'altra banda, no tots els qui arriben són Lady Di. La majoria dels estrangers que passen algunes setmanes

a Mallorca en viatges organitzats pertanyen a grups socials amb poc poder adquisitiu. Els *tour operators* —autèntics monstres a l'hora de manejar les vacances del món— els ofereixen una estada perfectament organitzada: hotel, excursions, sortides i menjars. Fins i tot s'ha arribat a assegurar que els anglesos i els alemanys que passen l'estiu a l'illa gairebé no ens en deixen, de diners, que la vida durant dues setmanes en un hotel de Mallorca és més barata que al propi país. De tota manera, i a pesar de les veus que avaluen en un quinze per cent el descens dels turistes, la platja torna a ser el cau de molts viatgers. I la nit illenca es converteix en una possibilitat oberta, una porta als encontres i a la festa per als que arriben de lluny.

Tots els esforços són vàlids per a la construcció de la bona imatge d'una terra que cau, sovint, en els tòpics a



RAFA GIL

Mallorca torna ara a la imatge tòpica que la va vendre arreu del món fa vint-i-cinc anys.

Tant els polítics com els empresaris turístics són conscients que cal rehabilitar la imatge illenca, la seva fesomia feta malbé després de tants anys de construccions alçades de pressa, mai no integrades al seu entorn. Per això retornam a la recerca del tòpic, en l'afany de recuperar la bellesa. El text del programa del Festival Mundial de Danses Folklòriques que es va celebrar a Palma el mes d'abril passat, en la seva tercera edició, és un exemple de la voluntat de tornar a la terra idíl·lica que els mallorquins s'esforçaven a oferir als estrangers, sobretot durant els primers anys del *boom* turístic. El programa, patrocinat per l'Ajuntament de Palma i la Caixa d'Estalvis de les Balears (Sa Nostra), diu així: «...se encuentra el navegante conducido por el mejor de los vientos con una tierra rica, fértil, con un determinante aroma de almendros en flor».

El mite de l'illa de la calma, on la natura és harmònica i els homes irremeiablement feliços. És el mateix paisatge que Costa i Llobera descobria en els seus versos, que el pintor Josep Coll Bardolet cerca, en un retorn a la pau de l'Arcàdia, que apareix a les fotografies de platges idíl·liques, els anuncis que en revistes i diaris difonen aquesta Mallorca quasi irreal.

L'hivern passat van començar les obres que augmentaven la superfície d'arena de la platja de l'Arenal: més de trenta metres d'amplària d'una arena nova, estreta del fons de la mar.

Amb la conversió en zona per a viants d'un dels dos vials que voregen la platja de Palma, les palmeres dutes d'Egipte i els bancs que omplen el nou passeig, s'intenta reconstruir el rostre d'una de les zones més degradades de Mallorca.

D'altra banda, no fa gaire que es

presentà l'anagrama que l'ajuntament ha elegit perquè representi la nostra ciutat. El lema és «La bona imatge de Palma», una imatge que cal reinventar amb urgència. Es pintaran els taxis i els autobusos amb el verd, el blau i el groc, els colors de l'illa: la terra, el mar, el sol.

En *Mort de Dama*, Llorenç Villalonga descriu una societat que viu un procés de transformació. Amb el començament del *boom* turístic, els costums i la forma d'entendre el món canvien ràpidament i rotundament, i l'aristocràcia mallorquina —els vells nobles que veien girar el món, rere les persianes dels seus palaus, al barri de la Seu—, se n'espanta. Aleshores pretén refugiar-se en aquella imatge d'una illa plàcida i daurada, allunyada dels nous costums imposats de fora. Ben aviat, emperò, aquesta mateixa imatge esdevé el reclam per a cercar nous visitants. □