

CrossRef DOI of original article:

Tourism Music in Mallorca: From Mallorcastyle to the Serra de Tramuntana

Inès Burguera Cremades

Received: 1 January 1970 Accepted: 1 January 1970 Published: 1 January 1970

Abstract

Mallorcastyle music transmits and reproduces the lifestyle of drunken tourism of Germanic origin on the island of Mallorca. It is a type of Electronic Dance Music whose music videos, which we will analyse in this paper, show an image of debauchery in the form of alcohol consumption, nightlife, pool parties and rest on the beach, behaviours that appear associated with the search for sexual relations within heteropatriarchal schemes.

Index terms— mallorcastyle, s'arenal, EDM, heteropatriarchal sexuality, mediterranean-ness, tourism model.

Resumen-La música Mallorcastyle transmite y reproduce ?? Abstract-Mallorcastyle music transmits and reproduces the lifestyle of drunken tourism of Germanic origin on the island of Mallorca. It is a type of Electronic Dance Music whose music videos, which we will analyse in this paper, show an image of debauchery in the form of alcohol consumption, nightlife, pool parties and rest on the beach, behaviours that appear associated with the search for sexual relations within heteropatriarchal schemes. Although this type of music is produced and consumed live in urban tourist areas, some of its iconic artists have expanded their representation space to include the rest of the island and thus show part of its nature, in an approach to the idea of Mediterranean-ness as a new advertising resource. On the other hand, there are music el estilo de vida del turismo de borrachera de procedencia germánica de la isla de Mallorca. Se trata de un tipo de Electronic Dance Music cuyos videoclips, que analizaremos en este artículo, muestran una imagen de desenfreno en forma de consumo de alcohol, ocio nocturno, fiestas en piscinas y descanso en la playa, comportamientos que aparecen asociados a la búsqueda de relaciones sexuales dentro de los esquemas heteropatriarcales. Si bien este tipo de música se produce y consume en directo en las zonas turísticas urbanas, algunos de sus artistas icónicos han ampliado su espacio de representación para incluir el resto de la isla y mostrar, así, parte de su naturaleza, en una aproximación a la idea de mediterraneidad como nuevo recurso publicitario. Por otra parte, existen videoclips que, por su mensaje, son opuestos a los del Mallorcastyle, ya que denuncian las consecuencias del modelo turístico balear. Aquí trataremos uno que, producido como reivindicación laboral por el tejido asociativo de las camareras de piso de la isla, muestra las condiciones de las trabajadoras que permiten el goce despreocupado del perfil turístico descrito anteriormente.

Palabras clave: mallorcastyle, s'arenal, EDM, sexualidad heteropatriarcal, mediterraneidad, modelo turístico. ?? En este artículo se publica una investigación llevada a cabo en la asignatura de Etnomusicología del Conservatorio Superior de Música de las Islas Baleares bajo la supervisión del profesor Amadeu Corbera. Se produjo en los meses de las restricciones al ocio y a la movilidad impuestas por la pandemia de COVID-19 en el curso 2020-2021, por lo cual se centró en el análisis de videoclips musicales.

videos that, due to their message, are opposed to those of Mallorcastyle, since they denounce the consequences of the Balearic tourism model. Here we will treat one that, produced as a labour claim by the associative fabric of the island's housekeepers, shows the conditions of the workers that allow the carefree enjoyment of the tourist profile described above.

Keywords: mallorcastyle, s'arenal, EDM, heteropatriarchal sexuality, mediterranean-ness, tourism model.

1 I.

Introducción n esta investigación tratamos la música Mallorcastyle y otras músicas relacionadas desde un punto de vista etnomusicológico. Debido a una búsqueda previa en Spotify, vimos que existe un tipo de música con letras alemanas que los mallorquines no suelen conocer. Los videoclips de estas canciones muestran la isla de

2 MARCO TEÓRICO

47 Mallorca como el paraíso donde podemos encontrar fiesta, drogas y prostitución. Este fenómeno, típico de nuestro
48 modelo turístico, altera la economía y la geografía de los mallorquines, provocando un debate vivo dentro de la
49 sociedad (Amer, 2009). La música Mallorcastyle es un elemento más para comprender cómo se produce esta
50 alteración, por lo cual, como musicólogos, es nuestra obligación investigarla y analizarla. Nuestra investigación
51 parte de las siguientes observaciones iniciales:

52 1. Los videoclips del Mallorcastyle se graban en las inmediaciones de Magaluf y de s'Arenal y no en toda la
53 isla. Se filman escenas en las playas de estos lugares, así como también en sus calles. Además, a menudo se
54 graban escenas en fincas privadas de la isla que suelen contar con una gran piscina. 2. La escena de Magaluf y
55 de s'Arenal está establecida y creada solo para los turistas, dejando de lado a los mallorquines. En estas zonas,
56 los turistas tienen establecimientos que, para ellos, son auténticos santuarios. Un ejemplo de ello es el Megapark
57 de la zona de s'Arenal, hacia el que gran cantidad de turistas tienen auténtica devoción. Encontramos otro
58 ejemplo en la discoteca BCM, en la zona de Magaluf. 3. Los videoclips venden un imaginario turístico de sexo,
59 drogas, alcohol, de fiesta continua y de sociedad sin normas. En ellos aparece una gran cantidad de personas
60 borrachas que, habitualmente, son hombres. Además, siguen modelos machistas, donde la figura de la mujer está
61 completamente sexualizada. 4. La música suele ser Electronic Dance Music (EDM).

62 Desde este punto de partida, aquí aportamos un estudio sobre un caso concreto y actual de la música que
63 alimenta esos ambientes turísticos, hecho que otros autores (Vicens, 2012) ya han empezado a investigar desde
64 una perspectiva histórica. La contraposición del Mallorcastyle con un videoclip producido por la asociación de
65 las kellys ?? 1. Detectar algunas obras del repertorio más común del Mallorcastyle.

66 (las camareras de piso) de Mallorca nos permite comprender la realidad escondida de estos ambientes. Y,
67 finalmente, los videoclips más recientes de cantantes representativos del Mallorcastyle nos posibilitan ver de qué
68 manera el espacio turístico de Mallorca se ha expandido y ha integrado los participantes de los ambientes de fiesta
69 en paisajes vírgenes y rurales mitificados por los mismos mallorquines. De este modo, nos hemos guiado por los
70 siguientes objetivos: 2. Observar y analizar los videoclips, en la música y en la imagen, prestando atención a su
71 mensaje extramusical. 3. Comparar los videoclips analizados para extraer un hilo conductor, o bien una gama
72 de matices de un mismo tema. 4. Comprender la relación entre la música Mallorcastyle y el imaginario turístico
73 de Mallorca. 5. Ver las relaciones entre el imaginario del Mallorcastyle y el paisaje turístico real.

74 II.

75 2 Marco Teórico

76 Las Islas Baleares son uno de los lugares más turísticos del planeta ?? . Los años anteriores a las limitaciones
77 impuestas por la pandemia actual, batimos récords de pasajeros 4 y de coches de alquiler turístico ?? , con más
78 de 2,7 millones de turistas solamente en agosto del 2019 6 2 El nombre "Kelly" procede de 'las que limpian'. S.
79 A. (2 de marzo de 2021). Quiénes son 'Las Kellys': significado y en qué consiste su trabajo. 20 minutos. ??
80 Serra, P. (23 de enero de 2021). Baleares son las islas con más densidad de plazas turísticas de todo el mundo.
81 Última Hora. ?? Ruiz Collado, J. L. (1 de noviembre de 2019). Récord de pasajeros en Son Sant Joan en 2019,
82 pese a la quiebra de Thomas Cook. Última Hora. 5 S. A. (5 de agosto de 2019). Arran reivindica en un vídeo
83 destrosses i pintades a cotxes de lloguer a Palma. AraBalears. Adrover, M. (24 de julio de 2017). El Govern
84 admite que los coches de alquiler se han desbordado y pondrá un tope máximo en 2018. Diario de Mallorca. ??
85 Institut d'Estadística de les Illes Balears (2020). Turistas con destino principal las Illes Balears por período y
86 país de residencia. Flujo de turistas. IBESTAT.

87 . En Mallorca y en Eivissa predomina un modelo turístico parecido, basado en el ocio nocturno y en la
88 transgresión de las normas de la vida cotidiana (Amer, 2009). Aun así, este ocio se desarrolla principalmente
89 en espacios muy patriarcales -y, desde este punto de vista, convencionales (Pritchard y Morgan, 2000)-donde
90 el cuerpo de las mujeres se utiliza para atraer clientes, tal y como se puede ver en un cartel de un local de
91 Santa Eulàlia des Riu denunciado en Twitter por una ciudadana ?? Existen numerosos estudios que analizan el
92 fenómeno turístico en las Islas Baleares. No obstante, la mayoría lo tratan en términos económicos, demográficos,
93 geográficos o ecológicos (Alcover, 1970; Picornell, 1990; Barceló, 2000; Murray, 2012). En los casos de Mallorca y
94 de Eivissa, investigaciones de cariz geográfico y antropológico han querido analizar el ambiente de libertad que se
95 respira entre los turistas y los habitantes extranjeros, que se rigen por unas normas de conducta diferenciadas de
96 las de los locales. Si bien en Eivissa la experiencia pasada de los hippies ha conducido a una libertad personal en
97 la experimentación de la sexualidad por parte de los turistas (Capellà, 2020), en Mallorca la tergiversación de las
98 normas sociales ha desembocado en una exageración de las conductas heterosexuales en público. En Magaluf, por
99 ejemplo, donde se concentran turistas principalmente británicos, los locales de ocio nocturno organizan juegos
100 donde los participantes, en su rol de hombres y de mujeres, tienen que simular el acto sexual en público, hecho que
101 ha analizado Andrews (2005) desde la perspectiva de género. En s'Arenal, donde dominan los turistas alemanes
102 y holandeses, éstos se concentran principalmente en Megapark. En este espacio hay un programa completo de
103 ocio desde la mañana hasta el anochecer, desde una fiesta de cervezas gratuita hasta los espectáculos de Jürgen
104 Drews, Wendler o Mickie Krause .

. Además, como muestra la prensa 9 y como podemos leer en los comentarios de TripAdvisor sobre el Megapark, hay prostitución: "Horrible guirilandia!!! Estamos en España y da una imagen penosa de Mallorca, gente muy borracha y prostitución en la puerta, gente de sugiriese poco amiga [sic]" ?? Así, el comportamiento de los turistas cuando van a los ambientes de fiesta de Eivissa y de Magaluf es . ?? Prieto Tur, N. [@nuriaptur]. (12 de junio de 2012). Bon dia @Santa_Eularia, teniu un local que té l'etiqueta de masclista a plaça des canó (Burrito Loco, per ser concreta) amb aquest cartell. El vostre pla d'igualtat funciona regulin. Penseu permetre aquesta denigració cap a la dona?. Twitter. <https://twitter.com/lasumiatruites/status/1403634921663512581?s=19> ?? Megapark (s. f.). Megapark. Der größte Biergarten Europas. Recuperado el 18 de junio de 2021, de <https://www.megapark.tv/Megapark/9M.O.I> (5 de mayo de 2016). Identificadas cien prostitutas en s'Arenal en la primera redada de la temporada. Diario de Mallorca.

distinto al normal en su vida cotidiana en los países de origen, ya que el ambiente del lugar turístico los invita a desinhibirse. Sin embargo, s'Arenal todavía no ha sido estudiado en profundidad del mismo modo que Eivissa o Magaluf. En cualquier caso, estos comportamientos van asociados a la fiesta y, por lo tanto, a la música que se escucha. Alimentan un imaginario turístico (Anthony, 2007) que, sin ser utópico, muchas veces es paralelo a la concepción de la realidad vivida de los habitantes locales e, incluso, contrario (Picornell, 2020). Y crean un paisaje real que afecta a toda la población, del que una mayoría de habitantes se aprovechan como medio de trabajo ??1 . La música y, sobre todo, el documento audiovisual, es un elemento más en la configuración de este imaginario turístico, una causa y a la vez una consecuencia de la existencia de un paisaje turístico determinado. Así, por ejemplo, el primer spot publicitario de Estrella Damm rodado en Formentera (2009), con la canción "Summercat" como banda sonora, no solo promocionaba la cerveza, sino también una imagen de isla tranquila, ideal para un amor de verano. En Mallorca, la música alemana Mallorcastyle es un ejemplo más de estas relaciones. La letra, la imagen y la música de las canciones muestran un ambiente de sol y playa con mujeres jóvenes en bikini y momentos de fiesta y alcohol sin hacer ninguna referencia a la cultura local, como si fuera inexistente. Es una imagen con una base real de lo que hay en Mallorca cada verano, y, a la vez, sirve de reclamo para que continúe existiendo. Las contradicciones de los trabajadores del sector turístico entre la necesidad de trabajar y el sufrimiento generado por unas condiciones desfavorables también se manifiestan musicalmente, como pasa en el videoclip "Housekeeping!", que actúa de contrapunto a la situación ideal que muestran los audiovisuales mencionados.

Así, el videoclip funciona como mercanarrativa (Sedeño, 2007) y comparte características con la publicidad, como el predominio de la seducción sobre la información. Es un mecanismo de incitación social del deseo y parte fundamental del sistema capitalista de producción-consumo. Como explica Sedeño (2007, p. 495), para incitar el deseo "es imprescindible influir sobre valores, normas, creencias, hábitos de vida y consumo, psicológicos y sociales, y, en definitiva, sobre la percepción de la realidad y el mundo físico y mental". Esta influencia tiene efectos y consecuencias sobre la sociedad y, en el caso que nos ocupa, sobre la percepción de la realidad y el comportamiento en los turistas que llegan a las Baleares. <https://jobs.abc-mallorca.es/elturismo-la-principal-actividad-economica-de-mallorca/> Entre las investigaciones hechas sobre el comportamiento de los turistas en los ambientes de fiesta y masificación encontramos dos tendencias. Por un lado, los estudios sobre Eivissa están hechos desde la integración total del investigador en el ambiente turístico, un punto de vista emic que no deja espacio a la interacción con los ibicencos, que, de este modo, son minorizados por algunos medios de comunicación académicos. Por ejemplo, Capellà (2020) cree que todos los ibicencos tienen una mentalidad muy abierta y que aceptan sin críticas la situación y los problemas ambientales que padecen. Si esto fuese así, no existirían grupos de Facebook como "Debat obert/ Prou!!!" ??2 La combinación de todos estos puntos de vista incluye: 1) Un trabajo de campo desde el punto de vista del turista como el de las investigaciones sobre Eivissa;

, que intenta movilizar a la sociedad de la isla apostando por otro modelo económico. Anthony (2007), en una línea similar, realiza un pequeño análisis territorial pensando que en el paisaje natural solo hay pinos, olivos, pájaros marinos y salamandras. Una descripción que demuestra que durante su trabajo de campo no salió mucho del ambiente turístico, puesto que no consiguió ver las higueras y los almendros y confundió las lagartijas con salamandras, a pesar de que el animal está dibujado en muchos souvenirs para los extranjeros. Además, se olvida de que en la ciudad de Eivissa hay todos los servicios indispensables de cualquier ciudad y que buena parte de los habitantes fijos trabajan durante todo el año (supermercados, bancos, salas de exposiciones, museos, escuelas de música, empresas de construcción, tiendas de ropa, farmacias, hospitales, bares y restaurantes, transportes públicos?). Así, afirmaciones como "seasonal unemployment affects the population during winter" (Anthony, 2007, p. 46), si bien son ciertas, muestran una visión parcial en este tipo de estudios, donde los estudiosos extranjeros han creído como cierto y único modelo de vida el mito de Eivissa que han analizado.

Por otro lado, los últimos estudios sobre el turismo en Mallorca han dado un giro de 180 grados a los que hemos comentado sobre Eivissa. Así, en vez de adoptar un punto de vista etic que no deja espacio a la palabra del nativo, se fijan en la percepción local de la masificación turística y del comportamiento de los extranjeros. Por ejemplo, Murray (2012) observa las consecuencias ambientales de todo el entramado de producción turística y Picornell (2020) analiza los movimientos contraculturales que han surgido denunciando estas consecuencias. Entre estos, el grupo musical Ossifar, con canciones como "Vacaciones a Mallorca", ridiculizó los tópicos creados por canciones de los años 60, estudiadas por Vicens (2012).

-Year 2023 ()H

168 2) Una mirada crítica y separada de la del turista como la de Andrews (2005) en su estudio sobre Magaluf; 3)
169 La perspectiva local paralela a la del turista como la que expone Picornell (2020), y 4) Una visión musicológica
170 que se fija en las canciones como la de Vicens (2012). En esta primera aproximación al Mallorcastyle, nosotros
171 hemos adoptado una perspectiva local paralela a la del turista y crítica desde un punto de vista social, combinada
172 con la visión musicológica, dentro de la cual nos hemos centrado en los significados de las canciones. Para ésta
173 última visión, hemos necesitado un modelo de análisis de los audiovisuales musicales.

174 En cuanto a los estudios sobre el análisis de videoclips, la literatura existente incide en tres aspectos que se
175 manifiestan todos juntos en los del Mallorcastyle. En Todo análisis necesita un modelo. Estos modelos permiten
176 organizar la información y sistematizarla de un modo concreto. A menudo son los mismos investigadores quienes
177 crean modelos fijados para investigaciones y situaciones determinadas. En nuestro caso, nos hemos basado en
178 un modelo que consideramos que nos permite investigar de forma adecuada el hecho de la música Mallorcastyle.
179 Se trata del de Martí (2000), que organiza el hecho musical en tres niveles: fenomenal, ideacional y estructural.
180 Como nos explica el autor: ? El nivel fenomenal es aquel que se caracteriza por ser externo y objetivo. Por lo
181 tanto, estaríamos hablando de un nivel etic. Además, es aquí donde se observa y se estudia la relación de los
182 elementos con el espacio. ? Por otra parte, el nivel ideacional es aquel que tiene una perspectiva emic y justifica
183 todos los elementos que aparecen en el nivel fenomenal. También está formado por el conjunto de pensamientos
184 determinados que tiene un individuo sobre un acontecimiento concreto. ? Finalmente, el nivel estructural es otro
185 análisis de tipo etic. Es la conclusión de los niveles fenomenal e ideacional desde un punto de vista externo.

186 Por otro lado, como hemos mencionado anteriormente, una de las partes principales de nuestra investigación
187 está relacionada con la observación y análisis de videoclips Mallorcastyle. Para el análisis de los videoclips nos
188 hemos basado en la metodología que proponen Rodríguez-López y Aguaded-Gómez (2014). Ellos usan tres niveles
189 de análisis para estudiar de manera exhaustiva todos los elementos que aparecen en el audiovisual musical: ? El
190 primer nivel es el análisis formal, que está formado por los códigos visuales, gráficos, sonoros y sintácticos. ? El
191 segundo nivel es el análisis representativo, formado por la puesta en escena, el espacio videográfico y el tiempo
192 videográfico. ? Finalmente, el análisis de la narración, conformado por los personajes y ambientes representados
193 en la escena y los acontecimientos que marcan el ritmo de la narración.

194 IV.

195 4 edm, la Música del Turismo

196 La música Mallorcastyle se caracteriza principalmente por ser EDM, Electronic Dance Music. Como su nombre
197 indica, es una música para bailar y contribuye al producto publicitario, a la imagen de Mallorca que estos
198 videoclips quieren vender. Estas siglas, originadas durante los años 80, hacen referencia a toda aquella música
199 electrónica que suena en ambientes de rave y discoteca. Asimismo, habitualmente no se utiliza EDM para referirse
200 a un género específico de música electrónica, sino para agrupar un conjunto de estilos y variedades musicales, como
201 por ejemplo el house, el dubstep, el drum & bass, el trance o el techno. Durante los años 90 el EDM se popularizó
202 en Europa y EEUU, donde se consideraba un movimiento underground (Dayal y Ferrigno, 2012). Sin embargo,
203 actualmente se ha convertido en un fenómeno completamente globalizado, constituido por estilos comerciales
204 dirigidos a las masas y asociados con la escena mainstream. Como consecuencia de esta comercialización, varios
205 artistas provenientes del pop Global Journal of Human Social Science -Year 2023 () H han lanzado canciones
206 relacionadas con este género para acercarse a un público juvenil, obteniendo mayores ingresos económicos (López,
207 2015).

208 La atracción del público juvenil por estos tipos de música es, seguramente, una de las estrategias de
209 reproducción del modelo turístico de fiesta y desmadre. De hecho, cabe destacar que, como explica Nevarez
210 (2014), los eventos de EDM sobreestimulan la experiencia sensorial y, para algunos, conducen al consumo de
211 alcohol y drogas. Así, no es de extrañar que uno de los principales puntos de reproducción de la música EDM en
212 Mallorca sea Magaluf ??? ? La introducción: por lo general, de ritmo reducido para permitir que los DJs hagan
213 una transición más fácil a su pista. Establece el ritmo y las expectativas de lo que la canción ofrecerá.

214 , el otro principal lugar turístico de fiesta de Mallorca, en paralelo a s'Arenal. Dayal y Ferrigno (2012) han
215 llegado a ver similitudes entre los efectos de la música y los de algunas drogas, ya que esta música provoca
216 la liberación de grandes cantidades de serotonina, que nos hace sentir bien, junto con los neurotransmisores
217 dopamina y norepinefrina, que generan sentimientos de euforia, empatía e intimidad. Por otro lado, este tipo
218 de música es capaz de provocar otros efectos en las personas. Por ejemplo, las canciones del género dubstep se
219 caracterizan por tener unas frecuencias bajas muy altas y unas frecuencias medias muy bajas, logrando que los
220 oyentes puedan sentir como si un sonido los golpeará en su cuerpo (Rietveld, 2011). Además, el pesado bajo del
221 dubstep, (formado a partir de las bajas frecuencias) produce vibraciones sónicas (ondas sonoras que van de 20 a
222 20.000 Hz,) que no solo pueden ser percibidas por el oído humano, sino que también se pueden captar por la piel
223 e incluso los intestinos, ya que estos vibran fruto de esas frecuencias (Brunner, 2008). Estos factores logran que
224 el oyente pueda experimentar un estado de meditación con un "toque anarquista" (Frölich, 2009, p. 19). Todo
225 esto, conjuntamente con el consumo de drogas, provocan en el oyente esa sobreestimulación de la experiencia
226 sensorial.

227 Parte del éxito de las canciones de EDM se basa en su estructura. Aunque varía en los distintos géneros, se
228 conforma, grosso modo, por cuatro tipos de secciones que se repiten y combinan (Darling, 2022): ? El verso:

más complejo que la introducción, pero con menor energía que el drop, es donde se desarrolla la mayor parte de la narración de la composición, en forma de estrofas, y donde se establecen los motivos melódicos.

? El build-up: se trata de un puente de acumulación de motivos melódicos repetitivos que suele ser bastante corto y se yuxtapone al drop.

? El drop: es la parte más impactante, donde reside el gancho principal de la canción y donde la energía es más alta. Dependiendo del género, puede ser muy simple o muy complejo. Las canciones de EDM se producen utilizando sintetizadores, cajas de ritmos o softwares digitales especiales -Ableton, Fl Studio, Logic-. Por eso, esta música es muy difícil de producir en directo y habitualmente son los DJs quienes reproducen las canciones pregrabadas utilizando discos de vinilos o reproductores de CD, entre otros (Fraser, 2012). Estos DJs son en su gran mayoría hombres que representan el gran paradigma de superestrella musical, mientras que, por su parte, algunas mujeres que ejercen esta profesión están fuertemente sexualizadas. A veces se trata de top models o personajes famosos que destacan por su exuberancia física, afirmación a la que da énfasis López (2015) cuando dice: "Y las DJs que forman parte de este negocio entran en la categoría de Sex Kitten [...] es decir 'bio-mujeres' hiper feminizadas y sexualizadas que son visibles principalmente por su objetificación corporal y género y no tanto por sus habilidades artísticas o técnicas" (López, 2015, p. 66).

Dentro de nuestro análisis de la música Mallorcastyle y partiendo de la base de que se trata de música EDM, podremos ver un claro ejemplo de esa cosificación y sexualización de la mujer. Así, en el videoclip "Mallorca da bin ich daheim" (Mia Julia, 2015) Mia Julia está fuertemente sexualizada, tanto por su vestimenta como por su interacción con los personajes que aparecen en el vídeo -hay que remarcar que casi todos son hombres-. Asimismo, la cantante de este documento audiovisual es una actriz que proviene de la industria pornográfica, lo que nos recuerda lo que hemos mencionado anteriormente, que las artistas de EDM suelen ser celebrities.

V. Dos Videoclips de Mallorcastyle a) "Mallorca da bin ich daheim" (Mia Julia, 2015) ??4 A fecha de 1 de enero de 2023, este videoclip tiene más de veintiocho millones de visualizaciones. Es protagonizado por una mujer joven que canta, rodeada de un grupo de hombres y mujeres, mayoritariamente hombres, disfrazados y con camisetas con letras de propaganda. Están caminando por las calles de s'Arenal, en primera línea de mar, y después terminan todos de fiesta en el Megapark.

La cantante es Mia Julia, una de las cantantes más conocidas del Mallorcastyle. De nombre Mia Julia Brückner, es una cantante y actriz porno alemana que en 2013 se estableció en Mallorca como cantante y animadora ??5 . Su aspecto de animadora de fiestas puede verse también en el videoclip "Wir sind Wir" (2019) ??6 i. Análisis formal , donde actúa junto a Frenzy Blitz, videoclip que toma el título de la canción "Wir sind Wir" (2004) de Paul Van Dyck y Peter Hepner, que alababa las características de los alemanes y hablaba de hermandad entre ellos. En este caso, el videoclip de Mia Julia y Frenzy Blitz hace referencia a las fiestas que se producen en s'Arenal y también transmite una imagen de hermandad.

Siguiendo el análisis formal de Rodríguez-López y Aguaded-Gómez (2014) podemos describir todo lo que sucede en "Mallorca da bin ich daheim" traducido como "Mallorca, aquí es donde estoy en casa"-de la siguiente forma:

? Códigos visuales: la composición de las imágenes es una sucesión de planos en movimiento, ya que los personajes siempre bailan, donde se combina el plano conjunto del colectivo con el plano individual de la cantante. Además, durante todo el videoclip la cámara la enfoca a ella en primer plano. Únicamente hay un momento en el que esto no sucede, que es cuando se muestra su séquito de hombres, en el momento en el que en la música oímos el build-up hacia el drop. En cuanto a la gama cromática, podemos destacar que, aunque todo el videoclip está hecho en color, destaca el sujetador o bikini rosa de la protagonista, puesto que el resto suelen ser colores más apagados.

? Códigos gráficos: a lo largo de la canción no aparecen subtítulos, pero al principio vemos una imagen con el nombre de la artista y el de la canción. En el segundo 5 aparece la claqueta de rodaje, como elemento de la producción del vídeo, no de la ficción audiovisual. Por otra parte, los hombres que aparecen detrás de la cantante llevan camisetas con el nombre de la canción en el pecho. Asimismo, también aparece un hombre con una camiseta que dice "Voll wie düse" 17

? Códigos sonoros: la estructura melódica está formada por la introducción -que usa la misma melodía vocal que el drop pero sin la base energética , que es un elemento propagandístico de otra canción alemana del Mallorcastyle.

(min. 0:06 -0:39)-, el build-up (0:39 -0:48)-, el drop -donde se superpone la melodía vocal a la base instrumental de ritmo rápido (0:48 -1:33)-, verso (1:33 -2:02), drop (2:02 -2:33), verso (2:33 -2:47), drop a cappella del público en Megapark (2:47 -3:02), nueva introducción (3:03 -3:16), buildup (3:16 -3:23), drop (3:23 -3:57) y final -que es el drop solamente instrumental, sin voz (3:58final)-. La armonía está formada por los acordes Gm, E?, B?, F y Gm. El videoclip tiene una voluntad de mostrar diégesis, es decir, que la música que escuchamos se produce dentro de la imagen: a lo largo del videoclip todos simulan que cantan, aunque se ha superpuesto una cinta pregrabada. Además, hay un momento, cuando están en el Megapark, que oímos el sonido de la música en directo, donde la cantante interactúa con el público, haciendo un show real del Megapark.

? Códigos sintácticos: el montaje muestra cambios de planos acompañados con la música que ocurren cada cuatro pulsaciones, excepto en el build-up, donde los planos cambian a cada pulsación mientras se produce una subida del ritmo, de la altura y de la intensidad.

ii. Análisis de la representación

? Puesta en escena: Mia Julia va vestida de forma sensual con ropa corta, una vestimenta que tapa poco más que la ropa interior y que resalta sus senos. Las otras mujeres, pese a no estar tan sexualizadas como la cantante, también bailan exhibiendo su cuerpo con ropa ajustada. Los hombres, en cambio, visten una camiseta de manga corta de propaganda y pantalones pirata o largos. Por otra parte, entre la multitud aparece gente disfrazada, como un hombre disfrazado de camarera de piso -de modo burlón, con delantal rosa y rulos en el pelo-, y gente con peluca.

? Espacio videográfico: El escenario está constituido por la playa de s'Arenal y el Megapark. Al principio no identificamos el lugar en sí, que podría ser cualquier sitio turístico, pero sí vemos un ambiente de playa que muestra las palmeras de fondo cuando la cantante dice "playa", una de las pocas palabras que menciona en castellano. La sala de fiestas, que funciona como un lugar emblemático para ellos, nos permite identificar la zona.

? Tiempo videográfico: La duración de toda la canción es de 4:46 min y la duración de los planos, de entre 1 y 4 segundos. Sin embargo, varía después del vídeo en directo en el Megapark, donde los planos duran entre 1 y 3 segundos y, por tanto, aceleran el ritmo de la imagen. Todos los elementos analizados hasta ahora nos permiten observar cómo "Mallorca da bin ich daheim" transmite una imagen de comunidad en fiesta, *Global Journal of Human Social Science -Year 2023* () H donde los códigos visuales, sonoros y sintácticos funcionan estrechamente entrelazados, junto con el tiempo videográfico. Así, esta comunidad va aumentando su pulso festivo al mismo ritmo que la música aumenta su energía y el audiovisual acelera las imágenes.

Por su parte, los códigos gráficos contextualizan la producción del videoclip en su género musical y el espacio y la puesta en escena funcionan como agentes de seducción, junto con la sexualización de la cantante, para atraer a un público determinado.

5 iii. Análisis de la narración

Siguiendo la clasificación de los videoclips de Sedeño (2001) en descriptivos, narrativos y narrativosdescriptivos, podemos decir que se trata de un videoclip descriptivo: simplemente se ve la cantante en el escenario, primero en las calles de s'Arenal y después en el Megapark. La temporalidad que pueda haber en el paso de un escenario a otro no es suficiente para considerar el videoclip narrativo. Lo que vemos es una sucesión de imágenes tomadas en estos dos escenarios y que contextualizan el mensaje que se expresa con la letra de la canción, que reproducimos traducida a continuación: En la letra se ve la visión de los alemanes de que Mallorca es su casa: "Mallorca, aquí es donde estoy en casa". Además, describe lo que ellos consideran el estilo de vida de Mallorca, es decir, el "Mallorcastyle": playa, fiesta, cervezas. La letra dice "Nos encanta esta vida al estilo mallorquín", pero es un estilo de vida que podría desarrollarse en cualquier lugar con playa y con locales de ocio nocturno. Por eso, lo que ellos definen como "Mallorcastyle" no tiene nada identitario de Mallorca desde el punto de vista institucional ni sociocultural.

6 19

Este videoclip, que a fecha de 1 de enero del 2023 tiene más de doce millones de visualizaciones, muestra el proceso por el cual un turista llega a Mallorca, desde que gana la estancia de una semana en Mallorca y sube en el avión hasta la fiesta, que ya lleva tiempo en marcha. El cantante ya está ahí, puesto que es el protagonista de la fiesta, y está siempre rodeado de chicas jóvenes. El título significa "Una semana despierto".

Mickie Krause, nacido como Michael Engels y natural de Wetrtingen, es cantante de Schlager, un estilo de pop alemán que Mendívil (2017) caracteriza por su discurso de Germanidad en el acto musical. Durante los años 60 y 70, se opuso a los géneros de música pop anglófona a través de su conservadurismo, aunque actualmente se ha aproximado y fusionado con los géneros del mercado internacional (Mendívil, 2016). Según Schwarz (2021), existe un tipo de Schlager mallorquín, el de "Eine Woche wach", que se asocia con una calidad musical mediocre, letras sexistas y el consumo excesivo de alcohol en el contexto de fiesta.

El primer single de Krause, "Anita", se publicó en 1998 con el sello Ladyland de Dance Street Records, que le llevó a Mallorca a actuar en el Riu Palace el mismo año. En 1999 se hizo famoso en Alemania con su éxito "Zehn nackte Friseurinnen" y desde entonces ha aparecido regularmente (la noche del martes al miércoles) en la discoteca Riu Palace de la Playa de Palma de Mallorca (Bauermeister, 2011). Es uno de los cantantes con mayor éxito de la escena durante la temporada de verano. Además, también actúa en otros lugares turísticos del mundo, como en Bulgaria 20 *Global Journal of Human Social Science -Year 2023* () H estaciones de deportes de invierno, así como en fiestas en toda Alemania. Actualmente vive con su esposa e hijos y posee una casa en Mallorca 21 i. Análisis formal .

? Códigos visuales: al principio, un plano secuencia de medio minuto hace referencia a la producción del videoclip y después se combinan planos medios con primeros planos que se alternan para mostrar las dos historias simultáneas: la del turista que vendrá y la del cantante que ya disfruta de la fiesta de Mallorca. Así como avanza la canción, cada vez se muestra más la fiesta, que aparece en otro plano secuencia durante todo el tiempo que dura el estribillo. En este momento, en el que el cantante y sus acompañantes siempre bailan, la imagen posterior nos muestra muchos escenarios posibles de fiesta: la vista del amanecer, una discoteca, un bar de copas al aire libre, la playa a pleno día? El uso de los colores muestra el contraste entre la claridad apagada de Alemania y el sol y los colores vivos de Mallorca.

351 ? Códigos gráficos: al principio, en el plano secuencia que hace referencia a la producción, aparece el minutaje
352 de la cámara de filmar, el nombre de la productora, el del cantante y el título de la canción. La visión a través
353 de la cámara, con el minutaje y el botón rojo, volverá a aparecer en el minuto 3:34. Después, a lo largo del
354 audiovisual, aparecen mensajes de los elementos reales de la escena y mensajes superpuestos que contextualizan
355 todo lo que ocurre en el videoclip.

356 Para empezar, el dormitorio del personaje que vendrá a Mallorca está decorado con banderines de fiesta y
357 pósters que hablan de Mallorca ("Malle"), muestran chicas en ropa interior, el Megapark ("Mega Mega") y
358 Mickie Krause como una superestrella. El calendario marca día 9 de mayo y está escrita la frase "Ent-Täuschung
359 ist heilsam", que quiere decir "El desengaño es saludable", para dar énfasis al estado de ánimo bajo del personaje
360 justo antes de ganar una semana de vacaciones en Mallorca. En el ticket del sorteo leemos "Vuelo gratuito +
361 Entrada gratuita al Megapark + 1 bebida gratuita (con posibilidad de que sea doble)". En el mismo momento
362 aparece un mensaje superpuesto en la pantalla que dice "¡Ganador! ¡1 semana en Mallorca!".

363 Después aparecen los carteles de Llegadas, Salidas y Facturación del aeropuerto de Son Sant Joan, en catalán,
364 inglés, alemán y castellano, para mostrar que el personaje ya ha llegado al destino turístico. En el minuto 3:24
365 aparece el letrero del Megapark en primer plano, seguido de un cartel de Mickie Krause que se supone que está
366 pegado a la pared del local.

367 Finalmente, al final de todo aparece una etiqueta redonda sobre la imagen del dormitorio del cantante que
368 hace referencia a su estilo de música Schlager: "ich find Schlager toll" ("Creo que el Schlager es fantástico").

369 ? Códigos sonoros: el inicio de la música viene precedido por el diálogo de Mickie Krause con los productores
370 y por el despertador del turista que vendrá a Mallorca. El cantante simula que canta, pero se nota mucho que la
371 música del videoclip es una cinta pregrabada para que oigamos una segunda voz que no es producida por ningún
372 personaje. La música tapa el resto de sonidos que sugieren las imágenes, excepto el sonido del agua de la piscina,
373 en el minuto 1:14, que coincide con la palabra "Mallorcastyle" de la letra de la canción. ? Tiempo videográfico:
374 la duración de toda la canción es de 4:42 minutos. A diferencia de "Mallorca da bin ich daheim", los planos
375 de este videoclip son más largos. Aparecen planos de 25 segundos, como por ejemplo el que inicia el clip. Más
376 adelante aparecen también planos de entre 1 y 8 segundos. Además, también se diferencia del videoclip de Mia
377 Julia porque no existen aceleraciones del ritmo de la imagen.

378 Hasta ahora, los elementos analizados de "Eine Woche wach" muestran una riqueza de elementos extramusicales
379 mucho mayor que la de "Mallorca da bin ich daheim", donde la música tenía un papel mucho más relevante para
380 la transmisión de un estado de ánimo. Esto se debe a las diferencias en el tipo narrativo de la canción, ya que
381 la de Mickie Krause presenta una historia en forma cronológica y, por esta razón, los códigos formales y de la
382 representación tienen que contextualizarla para que la letra se pueda centrar en la sucesión de los hechos.

383 7 iii. Análisis de la narración

384 Siguiendo la clasificación de Sedeño (2001), se trata de un videoclip narrativo-descriptivo, ya que la narración
385 del turista que realiza el viaje se combina con el estatismo de la fiesta constante que hay en Mallorca. Por un
386 lado, se representa la historia de un hombre que vive en Alemania y que gana un sorteo para ir de vacaciones a
387 Mallorca. Por otra parte, se muestra a Krause y a su séquito mientras patrocinan el ideal de unas vacaciones en
388 la isla. Dentro de este ideal se encuentran los elementos de seducción, muchos de ellos implícitos también en el
389 videoclip de Mia Julia:

390 ? La playa ? La cerveza ? Mujeres jóvenes con poca ropa ? Las fiestas en piscinas En este caso, la visión
391 sexualizada de la mujer es más fuerte por dos aspectos: por un lado, Mia Julia era la protagonista y la única
392 que iba con poca ropa, orgullosa de su cuerpo. Entre sus acompañantes existían hombres y mujeres de todos
393 los tipos de cuerpo posibles. En cambio, aquí Mickie Krause es el protagonista y dirige su mirada al cuerpo de
394 las chicas que le acompañan. La comunidad aquí no existe, sino que es un hombre de mediana edad rodeado
395 casi únicamente de chicas jóvenes en bikini o en pantalones cortos que no se presentan tan sexualizadas como
396 Mia Julia, aunque la mirada del hombre sobre ellas lo está mucho más. Por otra parte, hay diferentes niveles de
397 percepción de la sexualización: en el videoclip de Mia Julia ella muestra su cuerpo sexualizado y el público lo
398 puede mirar o no. En el de Mickie Krause es él mismo el que se muestra en el videoclip relacionándose con las
399 chicas desde un punto de vista con connotaciones sexuales -en dos ocasiones les mira el trasero-.

400 La letra de la canción explicita esta búsqueda de relaciones sexuales en frases de doble sentido como "Finalmente
401 llegué a la playa más caliente del mundo", "Todos en modo fiesta, todos empinados" y "Todo el mundo busca,
402 todo el mundo encuentra solteros con clase". Además, como en la canción de Mia Julia, se sigue promocionando
403 la fiesta sin control mediante frases como "estoy despierto por una semana", así como también el ideal de unas
404 vacaciones con playa, cerveza y sol -"Si se pide una cerveza, cielo, sol, playa y mar, y aire tan fresco"- . También
405 se utiliza la palabra "Mallorcastyle" como paradigma de este estilo de vida que buena parte de los alemanes creen
406 que se desarrolla en Mallorca. La Otra Cara de la Realidad Turística: "Housekeeping!" (Kellys, 2021) 23 Este
407 videoclip, titulado "Housekeeping!", pretende mostrar las precariedades laborales que sufren las personas que
408 trabajan en los hoteles más turísticos de Mallorca, en zonas como s'Arenal o Magaluf. Su objetivo principal es
409 reivindicar sus derechos laborales. En la producción del videoclip participaron miembros de Kelly Unión Balear
410 y Mama Fiera, Laura Marte, Toni Verd, Sergi Arcera, Enric Socias y Rafa Gallego. Las camareras de piso
411 participaron, además de con sus coros y coreografía, con aportaciones a la letra de la canción. En aquel momento
412 eran uno de los colectivos más afectados económicamente por la COVID-19 puesto que la mayoría de hoteles en

413 zonas turísticas estuvieron cerrados desde marzo del 2020 hasta la primavera del 2021, por lo cual muchas de
414 ellas se encontraban sin trabajo (Ramis, 2021).

415 8 Global Journal of Human

416 Mama Fiera, nombre artístico de Sandra Lucena, es bailarina y coreógrafa de danza española y flamenco y
417 cantante de rap. Madrileña residente en Menorca 24 a) Análisis formal, quiso participar en este proyecto porque,
418 tal y como dijo, "Me pareció una buena idea poner palabras y música a lo que ellas reivindican", "poder usar
419 el arte como una herramienta social; crear empatía entre los seres humanos es algo maravilloso. Poder usar las
420 palabras para ese fin es todo un regalo" (Atienza, 2021).

421 ? Códigos visuales: la canción empieza con una sucesión de planos de distintos tipos que nos muestran hoteles
422 desde la distancia, desde pie de calle para ver su altura y desde una altura media para observar sus terrazas
423 con piscina. De este modo, el público entra en contexto antes de que, en el segundo 6, empecemos a ver a las
424 camareras de piso. Para un mayor efecto empático, varios primeros y medios planos de distinta duración se
425 combinan para mostrarlas en distintas tareas de su trabajo, así como varios de sus utensilios de

426 9 Global Journal of Human Social Science

427 -Year 2023 () H

428 limpieza. Así, por ejemplo, entre los segundos 12 y 15 se suceden tres planos grabados desde una misma
429 distancia para ver como una de ellas avanza con su carro de limpieza en un pasillo de hotel. Desde entonces,
430 las imágenes dejan ver el movimiento de la cámara, que a veces denota la grabación desde un coche y otras
431 desde una mano poco fija, que da naturalidad a la grabación. Sin embargo, éstas se combinan con imágenes de
432 cámara experta que no se mueve, dando protagonismo a los personajes, principalmente en los momentos en que
433 vemos manifestaciones y cuando se enfoca a la cantante Mama Fiera. Uno de los elementos más destacados se
434 encuentra en el minuto 2:33, cuando una composición en cuadrícula muestra diferentes escenas donde las kellys
435 tienen reuniones con las autoridades políticas. Por ejemplo, a nivel estatal, se reúnen con el expresidente del
436 gobierno español Mariano Rajoy y con el ahora exvicepresidente del gobierno español Pablo Iglesias. A nivel
437 municipal las vemos reunidas con el exalcalde de Palma Antoni Noguera y con el alcalde José Hila. Finalmente,
438 en cuanto a los colores, se trata principalmente de blanco y negro, colores oscuros y los azules y grises del paisaje,
439 colores poco llamativos para dar seriedad al mensaje que se transmite.

440 ? Códigos gráficos: para empezar, las kellys llevan una camiseta de su asociación. Además, durante todo el
441 videoclip se resaltan algunas palabras de la letra de la canción, superpuestas al vídeo para darle más énfasis. En
442 el segundo 00:34 aparecen las cajas de los medicamentos Paracetamol y Prednisona, que toman para combatir
443 los efectos de sus condiciones de trabajo. En el segundo 00:58 aparecen dos kellys tumbadas en la playa con
444 dos sábanas, donde se puede leer: "Jubilación anticipada" y "Miedo al despido". Seguidamente, en el minuto
445 1 aparece un grupo más numeroso de kellys resaltando palabras como "ansiedad", "vulnerabilidad", "miedo al
446 despido", "explotación" y "jubilación anticipada". Más adelante, en el minuto 1:06 sale una manifestación real
447 donde ellas llevan carteles reivindicativos. En dos momentos se hace referencia al artículo 42.1 del Estatuto de los
448 Trabajadores (Sanz, 2017): primero, de manera subliminal, cuando entran en la habitación 421 del hotel donde
449 trabajan. Segundo, con los números grandes "42.1", que aparecen superpuestos a las cantantes en el minuto 1:47.
450 Además, en el minuto 1:32 aparece el nombre de la avenida de Magaluf en una calle ficticia denominada "C. Las
451 Kellys" coincidiendo con la letra de la canción cuando dice "queremos una calle de kellys". Para terminar, en el
452 minuto 2:25 vemos una composición de noticias relacionadas con su explotación laboral y, finalmente, a partir
453 del minuto 2:55 aparecen los logos de las instituciones que han participado en el videoclip.

454 ? Códigos sonoros: en este videoclip aparece Mama Fiera como representante de las kellys, quienes también
455 cantan, en una simbiosis de rap con otros estilos. Mama Fiera es la cantante solista, pero no tiene un gran
456 protagonismo sino que lo que hace es apoyar. La música es una cinta pregrabada que se ha superpuesto a
457 las imágenes. Además, hay sonidos relacionados con la limpieza, como el aspirador. También se usa música
458 electrónica y se identifican instrumentos y sonidos de la música flamenca, como la caja, la guitarra, las castañuelas
459 y las palmas.

460 ? Códigos sintácticos: la sucesión de planos visuales se produce al ritmo de la música, pero no siempre con
461 el mismo patrón rítmico. Así, entre los patrones cortos, se combinan secuencias a ritmo de cambio por segundo,
462 otras a ritmo de cambio cada dos segundos y otras a ritmo de tres o cuatro cambios por segundo. Estos patrones
463 se producen mayoritariamente desde el principio de la canción hasta el minuto 1:15, puesto que así las imágenes
464 sucesivas nos proporcionan la mayor parte de información. En cambio, a partir de ese momento, el principal
465 vehículo de información es la letra de la canción, por lo que se introduce una secuencia más lenta de cambio de
466 planos cada 2 o 5 segundos, sin seguir un patrón claro. En el estribillo se vuelve a los patrones rápidos, como
467 por ejemplo en los minutos 1:55 -2:01.

468 10 b) Análisis de la representación

469 ? Puesta en escena: en las primeras secuencias, concretamente hasta el segundo 0:40, las kellys llevan vestimenta
470 de trabajo negro y granate. En cambio, en el 0:37 llevan una chaqueta de cuero y una camiseta de la asociación de
471 kellys con un letrero que dice: "Kellys Unión Baleares". A lo largo del videoclip, también las vemos con escobas,

472 mopas y fregonas. Más adelante, en las imágenes reales de las manifestaciones que se hicieron para apoyar a
473 este colectivo, aparecen ciudadanos vestidos con ropa cotidiana, así como también kellys con la camiseta de la
474 asociación. Por otro lado, la cantante Mama Fiera no viste ninguna prenda especial. Primero lleva una chaqueta
475 negra con bufanda roja y una camiseta negra; después, una chaqueta negra con lentejuelas.

476 Una parte importante del videoclip es el baile. No hay una coreografía clara, pero durante gran parte del
477 documento audiovisual las kellys aparecen bailando. Por ejemplo, hay momentos en que bailan mientras trabajan,
478 como en el minuto 0:35; o momentos en que danzan siguiendo el ritmo de la música Global Journal of Human
479 Social Science -Year 2023 () H haciendo gestos de sevillanas, ejemplificando los estereotipos españoles.

480 ? Espacio videográfico: en este videoclip aparecen diferentes ubicaciones de Mallorca. Por un lado, las
481 playas de Magaluf y Palmanova, donde aparecen cantando y bailando, y el Hotel Son Matias Beach, ubicado en
482 Palmanova. Por otra parte, también sale la Plaza España de Palma, donde hacen la manifestación. Finalmente,
483 el castillo de Bellver, que aparece de fondo como edificio emblemático de Mallorca a nivel emic e institucional.

484 ? Tiempo videográfico: En total, el videoclip dura 3:07. En general, los planos tienen una duración muy
485 rápida y permiten que, aunque no se cuente una historia, se escape del estatismo para percibir una linealidad
486 cronológica en forma de yuxtaposición de situaciones.

487 11 c) Análisis de la narración

488 Siguiendo la clasificación de Sedeño (2001), se trata de un videoclip descriptivo, que presenta un compendio de
489 las realidades que viven las kellys en su día a día en el trabajo, además de sus reivindicaciones. La letra es una
490 muestra de estas situaciones y de protestas para que se cambien las condiciones de su contrato. Además, muestra
491 cómo su trabajo es básico e indispensable para el funcionamiento de todo el sistema económico del turismo
492 que existe en Mallorca, específicamente en la frase "Que si se plantan las Kellys este cuento se ha acabado".
493 A continuación, les presentamos la letra original de la canción, ya que está prácticamente toda en castellano
494 (únicamente con una frase en catalán, el idioma propio de los mallorquines). ¡Que no que no! ¡Vivir pa' trabajar!
495 25 Las participantes son mujeres trabajadoras que no pretenden mostrar la sensualidad de las de los videoclips del
496 Mallorcastyle. Aun así, podemos hacer una lectura de género del videoclip en el hecho de que todas las camareras
497 de piso son mujeres, y también son mayoría de mujeres las personas que aparecen en las manifestaciones y en las
498 protestas. Esto nos muestra una realidad muy estratificada por géneros en el sector laboral turístico, puesto que
499 los estereotipos de género siguen marcando el tipo de trabajo que hacen hombres y mujeres dentro del sector 26 .

500 12 29

501 Este vídeo cuenta a fecha de 1 de enero de 2023 con más de 178.000 visualizaciones y fue lanzado el día 24 de julio
502 del año 2020. Es el primer single del grupo SkoKKverliebt, configurado por las cantantes Mia Julia y Frenzy Blitz.
503 Ellas aparecen como dos chicas que llegan en coche en una playa virgen de Mallorca, donde, mientras toman el sol
504 y consumen alcohol en el chiringuito, conocen a un chico con quien empiezan a ligar. Con la excusa de ponerse
505 crema solar, se intercambian masajes con referencias sexuales y la relación entre los tres se va estrechando. Para
506 acabar, viajan juntos en coche por Mallorca y se paran en un mirador de la Serra de Tramuntana.

507 i. Análisis formal 25 Letra sacada de la descripción de Kellys Unión Baleares (2020). Housekeeping! [Archivo
508 de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=gwhgUpPND3k&t=52s> 26 S. A. (8 de marzo de
509 2021). La desigualdad laboral se ceba con el sector turístico. TecnoHotel. 27 Los tres personajes juegan a
510 ponerse crema hasta el minuto 2:19, momento en el que entran en el mar. Las mujeres han hecho topless y
511 después se han puesto una camiseta blanca para entrar en el mar de tal manera que, cuando salen, se ve como la
512 camiseta empapada se les pega al cuerpo. Los segundos que siguen hasta el minuto 2:28 se centran en mostrar su
513 cuerpo con las camisetas mojadas a partir de los movimientos que ellas hacen para resaltar los torsos. Finalmente,
514 van todos juntos en coche por una carretera de la Serra de Tramuntana y se paran en un mirador. Allí, mientras
515 las mujeres bailan delante del coche, el hombre contrae y observa sus propios bíceps.

516 ? Códigos gráficos: al comienzo del videoclip, en el segundo 0:05 aparece el título de la canción, que también
517 está acompañado con una verificación de la oficialidad del videoclip. Más adelante, en el segundo 0:14 aparece
518 un cartel con el nombre del dúo formado por Mia Julia y Frenzy, "SchoKKverliebt", que significa "enamorado
519 del chocolate". Posteriormente, en el segundo 0:57 se ve un cartel que dice "Happiness", objeto que cumple la
520 función de promocionar la isla como si fuera el paraíso. Finalmente, para acabar el videoclip, sale una imagen
521 promocional del single, así como también los créditos de la canción, que ? Códigos sintácticos: El videoclip está
522 hecho mayoritariamente con planos cortos que, a pesar de su ritmo de cambio cada dos segundos o menos, no nos
523 transmiten una sensación especialmente acelerada -excepto en los build-ups-gracias a que los planos yuxtapuestos
524 nos muestran los mismos objetos, paisajes o cuerpos, pero desde una posición distinta. De este modo, en buena
525 parte de la canción tenemos una sensación de transición natural de un punto de la playa a otro, como si lo
526 viéramos con nuestros ojos y nos fijáramos en distintos detalles. No obstante, en los drops esta yuxtaposición
527 alterna imágenes semejantes y otras distintas como estrategia para acelerar el pulso a un ritmo desigual.

528 ii. Análisis de la representación ? Puesta en escena: La estética del videoclip quiere recalcar la imagen de
529 la mediterraneidad a través del paisaje, de la luz y del título "Enrico", nombre de hombre italiano. Pretende
530 mostrar un tópico del sur, el de una persona relajada mediante el goce de la playa y el alcohol -ellas aparecen

531 tumbadas tomando el sol y bebiendo-y el entorno idílico de la cala mediterránea virgen y vacía de gente -se grabó
532 en 2020, en plena pandemia-.

533 El personaje masculino representa el tópico del hombre mediterráneo (Consejo Audiovisual de Andalucía,
534 2021), un hombre fuerte y esculpido, con proporciones romanas y un nombre italiano -si damos por supuesto que
535 el título lo describe a él-. Aparece como si fuera una figura de devoción por las mujeres, que lo van a seducir en
536 el chiringuito tocando su tronco y su cara. También aparece como un macho alfa que atrae a las chicas en grupo,
537 que tiene relaciones con dos chicas a la vez y que hace un gesto sexual muy explícito cuando abre la botella de
538 champán a la altura de su bañador.

539 Por otra parte, encontramos un uso significativo de los colores en los bañadores y en las toallas, que inciden
540 en la idea de la playa natural. Así, el hombre lleva un bañador tipo slip que tiene un estampado de hojas verdes
541 de plantas tropicales y una de las toallas tiene un estampado de piñas tropicales sobre un fondo azul marino. El
542 bikini de Mia Julia es de un verde oscuro que hace juego con la vegetación, mientras que el de Frenzy es rojo, el
543 color de la pasión.

544 ? Espacio videográfico: Las localizaciones son reales, aunque no hay en ningún momento indicaciones del
545 espacio donde se encuentran. Aun así, los autores de este trabajo, por el hecho de conocer el lugar donde
546 vivimos, podemos identificar la cala como una cala del sur de Mallorca y el mirador como el que está junto a la
547 Torre de ses Ànimes de Banyalbufar. El paso de los personajes desde la calita virgen a la Serra de Tramuntana
548 completa el interés de los personajes en el paisaje de la isla, interés que, por sus acciones durante las escenas de
549 la cala -más centradas en la experiencia de los cuerpos que no en el goce del entorno-quizás no se percibía tan
550 explícitamente.

551 ? Tiempo videográfico: A través de la composición de planos se combina la historia de todo lo que sucede a
552 los personajes con momentos sin narración, donde simplemente vemos a las mujeres pasándose bien, bailando y
553 cantando. La duración total del videoclip es de 2:53 min. Respecto a la duración de los planos, podemos decir que
554 predominan los de corta duración. La gran mayoría de estos tienen una duración de dos segundos. Así mismo,
555 en el momento del drop los planos tienen una duración más reducida. Sin embargo, también aparecen algunos
556 con una duración mucho más larga, como por ejemplo el que inicia el videoclip, que es de catorce segundos.

557 iii. Análisis de la narración Siguiendo la clasificación de Sedeño (2001) se trata de un videoclip narrativo-
558 descriptivo. Por un lado, vemos la historia de las dos mujeres seduciendo al hombre y, por otro lado, esta historia
559 se combina con los momentos sin temporalidad que muestran la diversión en el lugar, que se les ofrece como un
560 paraíso.

561 La letra de la canción explica que los personajes están en la isla de vacaciones ("14 días de vacaciones") y
562 que el objetivo de estas vacaciones es volver bronceado. Entonces se entabla el juego de seducción a partir de
563 los masajes de crema solar, ya que las mujeres piden al hombre que les ponga crema. Como la letra combina el
564 texto en alemán con muchas palabras en castellano e inglés, hemos optado por 31 Este videoclip de la cantante
565 alemana Mia Julia, titulado "Nr. 1 (Siempre serás mi número uno)", fue lanzado en 2018 y a fecha de 1 de enero
566 de 2023 cuenta con más de 1 millón de visualizaciones. Si bien no se caracteriza por ser un clip propiamente
567 del género Mallorcastyle, destaca por ser su contraparte. Esto sucede porque no promociona el modelo turístico
568 de descontrol y exceso, sino que pretende mostrar la isla de Mallorca como un paraíso y como un reclamo de la
569 mediterraneidad. Estas ideas ya aparecían en la canción "Enrico", pero combinadas con la del goce del cuerpo.
570 En cambio, aquí el goce se centra en la experiencia del paisaje.

571 Para el análisis de este videoclip no seguiremos las categorías de Rodríguez-López y Aguaded-Gómez
572 (2014), puesto que no lo hemos creído conveniente al 30 Versión original disponible en Lyrics Translate
573 (<https://lyricstranslate.com/es/schokkverliebt-enrico-lyrics.html>). 31 ser un videoclip mucho más plano en
574 cuanto a homogeneidad de imágenes y de contenidos. En cambio, aquí será más importante el análisis de la
575 letra, que, a través de metáforas, parece reflejar una canción de amor al paraíso, usando los términos de Vicens
576 (2012).

577 De entrada, el videoclip no se grabó en zonas del turismo de sol y playa como s'Arenal o Magaluf, sino
578 íntegramente en la Serra de Tramuntana. Hay que remarcar que destaca la aparición del pueblo de Valldemossa,
579 puesto que se pueden ver constantes escenas donde la protagonista pasea por las calles del pueblo y visita lugares
580 emblemáticos como la Cartuja. No es casualidad que se haya elegido este espacio para hacer el videoclip, puesto
581 que Valldemossa es, junto a Deià, uno de los pueblos más internacionalizados de la Serra de Tramuntana por su
582 vínculo histórico con personajes famosos -Chopin y George Sand en Valldemossa y Robert Graves en Deià-(Melo,
583 Barrera y Franconetti, 2022) y, a la vez, uno de los que representan mejor la idea de mediterraneidad creada
584 desde el neoclasicismo artístico del siglo XX (Borne, 2008).

585 En el videoclip se pueden ver planos de la puesta de sol grabados en el norte de la isla, así como también el
586 mar y grandes extensiones de bosque de la sierra. Respecto a las puestas de sol, se han convertido en un auténtico
587 reclamo y punto de masificación turística. Durante los meses de julio y agosto se pueden ver casi cada día hileras
588 de extranjeros que quieren ver este fenómeno y que aplauden cuando el Sol desaparece en el horizonte 32 Ni la
589 composición visual ni la letra de la canción muestran ningún indicio de narración. Pero tampoco se trata de una
590 descripción. Por lo tanto, este videoclip no entra en la clasificación de Sedeño (2001) de los . Probablemente
591 este interés por este acontecimiento natural se produce porque en sus países de origen no se puede ver del mismo
592 modo.

593 A pesar de que en este videoclip no se presenta una fuerte sexualización de la mujer, aun así, se incluye el

594 estereotipo machista que representa a la mujer como "el sexo débil", el de la mujer frágil, dulce, sentimental y
595 sensible (Benavides, 2007). Por lo tanto, vemos a Mia Julia con esos atributos, ya sea por su forma de vestir -con
596 falda blanca, el color de la pureza, y un top rosa chicle con un lazo, que la infantiliza-como por su gesticulación
597 y baile -no se incluyen obscenidades o gestos groseros-. Además, la canción expresa un amor incondicional e
598 irreflexivo -infantil-que encaja con el tipo de mujer que quiere representar la cantante con sus gestos y su ropa,
599 en frases como "No importa lo que el destino nos haga" o "No sé mucho, pero lo que sé [es que] siempre serás mi
600 número uno". Tourism Music in Mallorca: From Mallorcastyle to the Serra de Tramuntana actitud más inocente,
601 en consonancia con el tópico del "sexo débil", puesto que no busca la diversión por sus actos sino que simplemente
602 expresa su disfrute del paisaje mediterráneo. En este sentido, podemos ver que se produce una expansión del
603 espacio turístico relacionado con los tópicos paisajísticos mallorquines y con los tópicos de mediterraneidad,
604 expansión que llega a mostrar un perfil alejado de la fiesta, en el cual Mia Julia tiene una actitud de mujer frágil
605 y buena.

606 13 Global Journal of Human Social Science

607 Las únicas palabras que hay en español en los videoclips que hemos analizado son: "playa", "cerveza", "por favor",
608 "bonito", "tranquilo" y "loco". Este hecho demuestra los conceptos que los autores extranjeros de las canciones
609 consideran más remarcables y, además, los conceptos que asocian con España. El hecho que no aparezca ninguna
610 palabra en catalán muestra como, por otro lado, este producto publicitario refleja la colonización turística de
611 Mallorca -empleando el término de Buades (2014)-. Si en Magaluf la infraestructura está pensada para que los
612 británicos se sientan en su casa -con nombres de bares que hacen referencia en las islas británicas, con el tipo de
613 comida, etc., como ponía de manifiesto Andrews (2005)-, en s'Arenal los videoclips obvian cualquier indicio de
614 la existencia de una cultura local.

615 Igual que en la transición que hemos detallado más arriba respecto al tipo de mujer que aparece cuando se
616 expande el espacio turístico, también encontramos una transición a lo largo de estos videoclips respecto al tema de
617 la colonización de Mallorca. Así, en "Mallorca da bin ich daheim" Mia Julia expresaba que Mallorca era su casa,
618 pero no aparecía ningún elemento que fuera identitario de la isla ni a nivel geográfico ni cultural. En "Enrico"
619 ya aparece un paisaje mediterráneo, uno de los elementos que configuran la identidad geográfica de Mallorca, y
620 este paisaje se vincula con el tópico del hombre mediterráneo y del paraíso. Aun así, los paisajes que aparecen
621 en "Enrico" son identificables solo por los mallorquines y los habitantes de Mallorca que conocen la isla, pero no
622 por un público de este videoclip totalmente outsider. Finalmente, en "Nr. 1" la cantante canta una canción de
623 amor hacia la isla; la canta en el contexto urbano de las calles de Valldemossa -uno de los pueblos de Mallorca
624 que sí se han dado a conocer al exterior-y ella misma adopta un rol de género tradicional, como si se hubiera
625 convertido en una habitante más de la isla. Aun así, todavía no aparece ninguna palabra en el idioma propio de
626 Mallorca ni tampoco nada de la realidad que viven los habitantes locales: solo aparece ella como colonizadora
627 que ha empezado a conocer la isla desde los tópicos alejados de la realidad cotidiana de los habitantes locales, y
628 que, por lo tanto, solo muestra una fachada agradable de la vida en la isla ??4 1. Alcover González, R. (1970).
629 Evolución del turismo en Mallorca desde el siglo XVIII. En J. Mascaró Pasarius (coord.). Historia de Mallorca
630 (Vol. VI, pp. 613-648). Vicente Colom Rosselló Editor.

631 . La realidad cotidiana de los habitantes locales es la que se expresa, en parte, en las manifestaciones culturales
632 que muestran los problemas inherentes del sistema turístico que domina la economía de la isla. Es el caso de
633 las reivindicaciones de las kellys, que luchan por sus derechos y por sus condiciones de trabajo, y lo hacen no
634 solo con manifestaciones en la calle sino también en formato de videoclip. Así, "Housekeeping!" representa lo
635 opuesto al Mallorcastyle, puesto que muestra el estilo de vida que tienen que llevar las camareras de piso para
636 que el estilo de vida que lleva el turismo de borrachera de s'Arenal en Mallorca se pueda mantener. Mientras el
637 estilo de vida Mallorcastyle consiste en una diversión despreocupada, el de las camareras de piso presenta toda
638 una serie de problemas derivados de las malas condiciones laborales que sufren y que el sistema económico del
639 turismo de masas permite y necesita para su reproducción.

640 14 Global Journal of Human Social Science

Figure 1:

otro lado, Krause lleva una peluca con mechas, unas gafas de sol, una camiseta de manga corta con un logo de propaganda y unos pantalones piratas. Los demás hombres que salen llevan una vestimenta similar a la de Krause. Algunos visten camiseta de tirantes o pantalones largos. En cuanto a las mujeres que aparecen, éstas llevan o bikini combinado con pantalones cortos, o bien tops con pantalones cortos. También se utilizan flotadores, collares estilo hawaiano y pompones de animadora de distintos colores.

? Espacio videográfico: gran parte de este videoclip

Ye está grabado ante el Megapark -usado como lugar emblemático-utilizando 2023 pantallas verdes de croma para proyectar elementos audiovisuales. Esto lo sabemos porque se enseña un fragmento del making off. En cambio, otros espacios son reales. Por lo tanto, en este videoclip hay varios escenarios que podemos dividir en dos grupos:

1. Localizaciones reales: aquéllas donde los creadores del videoclip se han desplazado para realizar su trabajo. Aparecen una zona de una ciudad alemana, el aeropuerto de Son Sant Joan, el interior de un avión, una piscina de grandes dimensiones, el Megapark, salas de fiesta y un hotel.

16 -

3:56), drop (3:56 -4:29) y final -donde escuchamos el drop desde el dormitorio del

) cantante (4:29 -4:32)-. Los acordes varían en las (distintas secciones, destacando que, aunque la

H

Global de los estribillos es muy repetitiva, la armonía varía en cada frase "Eine Jourwoche wach", por lo que se suceden Em, C, G, D en las cuatro repeticiones nal de la misma frase. ? Códigos sintácticos: a diferencia del videoclip de Mia of Julia analizado en el apartado anterior, aquí los planos visuales no tienen un Hu- patrón de cambio estable. Durante las estrofas, cambian cada poco tiempo, mancoincidiendo con el avance de la narración. El estribillo, en cambio, es un plano So- secuencia en el que solo cambia el fondo de la imagen, gracias al uso de croma. cial ii. Análisis de la representación ? Puesta en escena: por un lado, el personaje Sci- que gana el viaje de vacaciones en Mallorca comienza

ence

-

vistiendo una americana de oficina. Posteriormente, cuando se da cuenta de que ha ganado el sorteo y viaja a la isla, adopta una vestimenta conformada por una camiseta de color llamativo, pantalones cortos y gorra. Asimismo, mientras éste se encuentra en el avión, aparece bebiendo una cerveza. La aparición de bebida es muy recurrente, y en este caso se trata de botellas de champán. Por

[Note: introducción (0:26 -0:46), verso (0:46 -1:15), puente con pequeño build-up (1:15 -1:32), drop (1:32 -2:02), verso (2:02 -2:29), puente con pequeño build-up (2:29 -2:45), drop (2:45 -3:16), puente distinto -donde la música se para-(3:2. Localizaciones ficticias: muchas de las secuencias no se graban en localizaciones reales, sino que utilizan el croma para proyectar fotografías de la playa de s'Arenal, salas de fiesta o el Big Ben de Londres. Llama la atención que utilicen este método cuando tienen el sitio real justo al lado, porque gran parte de las secuencias se grabaron utilizando este método frente al Megapark]

Finalmente llegué a la playa más caliente del mundo
Si se pide una cerveza, cerveza
Cielo, sol, playa y mar, y aire tan fresco
Todos en modo fiesta, todos empinados
Y todo el mundo es una pequeña parte en este momento
Del Mallorcastyle
Y después vemos salir el sol sobre Malle
La tierra se detiene por un momento
Me preguntas: "¿Qué tenemos para hoy?"
Y yo digo, "estamos ya despiertos desde hace una semana"
Una semana despierto, una semana despierto
Una semana despierto, una semana despierto Una semana despierto, una semana Year
despierto Una semana despierto, una semana despierto 2023
Oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh
Oh, oh, oh, digo, "una semana despierto"
Oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh
Oh, oh, oh, digo, "una semana despierto"
Todo el mundo busca, todo el mundo encuentra solteros
con clase
De todas formas, solo hay socios de élite
Cualquiera que ya haya estado allí sabe que aquí todo es
perfecto
No te duermas, te despertarán
Una vez que empezamos, no podemos parar
Flotamos en el tiempo y pasa volando
Fiesta sin fin, sin sentido ni finalidad
Pero aguantamos)
()
(H
) Social
Y después vemos salir el sol sobre Malle La tierra se detiene por un momento Me Sci-
preguntas: "¿Qué tenemos por hoy?" Y yo digo, "estamos ya despiertos desde ence
hace una semana" Una semana despierto, una semana despierto Una semana
despierto, una semana despierto -
Una semana despierto, una semana despierto
Una semana despierto, una semana despierto
Oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh
Oh, oh, oh, digo "una semana despierto"
Oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh, oh
Oh, oh, oh, digo "una semana despierto"
¿Qué tenemos?
¿Qué tenemos?
¿Qué tenemos por hoy?
Estoy aquí
(x4)
Yo digo, "ya despierto desde hace una semana"
Una semana despierto, una semana despierto
Una semana despierto, una semana despierto
Una semana despierto, una semana despierto
Una semana despierto, una semana despierto

Figure 3:

a) "Enrico" (SchoKKverliebt -Mia Julia & Frenzy, 2020)

Figure 4:

? Códigos visuales: el vídeo empieza con un plano secuencial de 14 segundos que muestra la llegada de las chicas con el coche. Esta secuencia no muestra donde se encuentran, pero a partir del segundo 20 un plano general muestra una cala mediterránea. Después, el audiovisual nos presenta a las dos chicas y al chico intercalando los planos de cuerpo entero y de medio cuerpo de cada uno de ellos. Desde el minuto 00:26 hasta el build-up, ellas aparecen como protagonistas y él solo aparece en un plano de los segundos 43 al 45. En el segundo 51 se muestra un plano donde salen los tres y a partir de aquí ya se relacionan. En este momento, coincidiendo con el build-up, se intercalan rápidamente primeros planos que muestran hojas de palmera con planos generales que muestran la cala desde la distancia. Al final de este puente estas imágenes se combinan con planos en contrapicado que muestran el cuerpo de las mujeres desde sus caderas hacia arriba y que conducen a las imágenes de la primera aparición del drop, cuando las chicas están tumbadas y el chico les pone crema en la espalda. Al final del drop, entre los minutos 1:16 y 1:22 se muestra como van todos juntos al lavabo y después salen, en el momento que el texto dice "Enrico se mete en cada pliegue". Sus gestos con las manos hacia diferentes partes del cuerpo pueden indicar que han mantenido relaciones sexuales.

Figure 5:

Year 2023

)
(H
-Global
Journal of
Human Social
Science

Nadie pone crema tan bien como Enrico
Los brazos son tan fuertes; las manos, pequeñas
Factor de protección solar 100, bonito
Enrico se mete en cada pliegue
(x2) 30
b) "Nr. 1 (Du bleibst immer meine Nummer Eins)" (Mia Julia,
2018)

Figure 6:

[Note: <https://www.youtube.com/watch?v=3ZaN6fIASjY>]

Figure 7:

641

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

¹S. A. (7 de enero de 2023). El turismo, la principal actividad económica de Mallorca. abc Mallorca.

²Tourism Music in Mallorca: From Mallorcastyle to the Serra de Tramuntana

³© 2023 Global Journals

⁴S. A. (29 de agosto de 2020). Electronic Dance Music. Guide. Music Scene in Mallorca. Recuperado el 7 de enero de 2023, de https://www.seemallorca.com/music/guide#var_4752

⁵Summerfield Records (2015). Mia Julia feat. DJ Mono -Mallorca da bin ich daheim (Official Video) [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=mMu1hrTcDk8> © 2023 Global Journals

⁶S. A. (s. f.). Mia Julia Brückner. Gala. Recuperado el 2 de junio de 2021, de <https://www.gala.de/stars/starportraits/mia-julia-brueckner-20548260.htm> 16 Xtreme Sound (2019). WIR SIND WIR (Mallorcastyle) -Frenzy Blitz feat. Mia Julia (offizielles Musikvideo) [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Cx8e-Lt-6j4> 17 Xtreme Sound (2018). Voll wie Düse-DJ Düse [Archivo de Vídeo]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=vY96yPWFfMq&ab_channel=XtremeSoundXtremeSoundVerificada

⁷Pueden encontrar el texto original en Songtexte.com (<https://www.songtexte.com/songtext/mia-julia-feat-dj-mico/mallorca-da-bin-ich-daheim-g13f5b9f1.html>).19 Ich find Schlager toll (2019). Mickie Krause -Eine Woche wach [Archivo de Vídeo]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=F9_y9-rgbPmM&list=RDzkjECakayd8&index=2. Durante la temporada de invierno, ha participado numerosas veces en fiestas après-ski en las conocidas 20 Urbo (1 de junio de 2021). Die Partyhütte, Sunny Beach-Bulgaria. <https://urboapp.com/es/p753-Die-Partyhutte-Sunny-Beach> © 2023 Global Journals

⁸Kosłowski, A. (29 de julio de 2014). Mickie Krause am 16. August bei großer Schlagerparty. Westfälische Nachrichten.

⁹Pueden leer la versión original en Songtexte.com (<https://www.songtexte.com/songtext/mickie-krause/eine-woche-wach-g5b806fe4.html>).23 Kellys Unión Baleares (2020). Housekeeping! [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=gwhgUpPND3k&t=52s24> Gómez, L. (25 de noviembre de 2021). Mama Fiera, la campeona de Poetry Slam: "Aquí lo que se concibe como poesía es la intención de emocionar". RTVE.es.© 2023 Global Journals

¹⁰Versión original disponible en Songtexte.com (<https://www.songtexte.com/songtext/mia-julia/nr-1-g2be36036.html>).© 2023 Global Journals

642 Year 2023

643 .1 () H

644 Tourism Music in Mallorca: From Mallorcastyle to the Serra de Tramuntana traducir el texto en alemán, mientras
645 que las palabras videoclips en narrativos, descriptivos o narrativosdescriptivos. Se trata, simplemente, de una
646 canción de amor que muestra a la cantante en un escenario, que en este caso son las calles de Valldemossa y sus
647 paisajes. La elección de este escenario va ligada al texto de la canción: "Estoy aquí", "Solo te quiero a ti". La
648 falta de otra persona en el vídeo como destinatario de estos mensajes nos hace pensar que el destinatario es el
649 paisaje de Valldemossa y, por extensión, la isla de Mallorca. Así, por lo tanto, se trata de una canción de amor
650 que Mia Julia canta a la isla de Mallorca, representada desde el tópico del paraíso mediterráneo.

651 .2 Conclusiones

652 En este trabajo hemos analizado diferentes videoclips del Mallorcastyle desde un punto de vista global, siguiendo
653 como modelo el análisis de Rodríguez-López y Aguaded-Gómez (2014). A partir de este análisis nos hemos podido
654 fijar en aspectos de su realización, en los contenidos que los vídeos reflejan y en los temas a los que se da más
655 énfasis. De este modo, en los videoclips de Mia Julia y Mickie Krause se pueden establecer varias similitudes,
656 como por ejemplo la sexualización de la mujer, los mismos espacios y el tipo de música EDM con frases cortas
657 y repetitivas donde aparece alguna palabra en español relacionada con la fiesta o el descanso. Los videoclips del
658 Mallorcastyle en ningún caso pretenden mostrar Mallorca sino el tipo de fiesta que los turistas pueden encontrar
659 si van a s'Arenal.

660 El videoclip "Enrico" de Mia Julia y Frenzy muestra también la fiesta, pero incide más en los aspectos sexuales
661 y, a diferencia de los videoclips anteriores, el escenario se ha trasladado de las áreas urbanas con bares y discotecas
662 a paisajes idílicos. Así, el estilo de vida que se refleja ya no es el Mallorcastyle típico definido por los videoclips
663 anteriores, sino que se aproxima más al imaginario de una vida sexual en el paraíso que podemos encontrar en
664 audiovisuales sobre Eivissa y Formentera de los años 70 y 80, como Beatiful and Wild on Ibiza.

665 El videoclip "Nr. 1", de Mia Julia en Valldemossa, representa un último paso en la transición del imaginario
666 turístico desde el Mallorcastyle hasta el tópico del idilio mediterráneo. Así, el contenido sexual aquí se ha
667 sustituido por el amoroso, y la playa se ha sustituido por un pueblo de montaña de casitas tradicionales. El tipo
668 de mujer que aparece muestra una

669 [Historia Del] , Mediterráneo Historia Del . p. .

670 [Online] , En Grove Music Online . 10.1093/gmo/9781561592630.article.A2224259. <https://doi.org/10.1093/gmo/9781561592630.article.A2224259> (Recuperado el 21 de marzo de 2021)

671 [De Vídeo] , Archivos De Vídeo .

672 [Youtube] , Youtube . <https://www.youtube.com/watch?v=F9y9-xgbPmM&list=RDzkjECakayd8&index=2>

673 [Youtube] , Youtube . <https://www.youtube.com/watch?v=gwhgUpPND3k&t=52s>

674 [Youtube] , Youtube . <https://www.youtube.com/watch?v=vvL3rYPvY2M>

675 [Youtube] , Youtube . <https://www.youtube.com/watch?v=mMu1hrTcDk8>

676 [Youtube] , Youtube . <https://www.youtube.com/watch?v=3ZaN6fIASjY>

677 [Youtube] , Youtube . https://www.youtube.com/watch?v=vY96yPwFFmQ&ab_channel=XtremeSoundXtremeSoundVerificada

678 [Youtube] , Youtube . <https://www.youtube.com/watch?v=0LU8xojLD1I>

679 [Youtube] , Youtube . <https://www.youtube.com/watch?v=Cx8e-Lt-6j4>

680 [Kellys Unión ()] , Balears Kellys Unión . 2020. (Archivo de Vídeo)

681 [Koslowski] '29 de julio de 2014'. A Koslowski . <https://www.wn.de/Freizeit/Veranstaltungen/2014/07/1664177-Mickie-Krause-am-16.-August-bei-grosser-Schlagerparty-Trotzdem-liebe-ich-diesen-Job>

682 -August-bei-grosser-Schlagerparty-Trotzdem-liebe-ich-diesen-Job August bei großer
683 Schlagerparty. Westfälische Nachrichten (Mickie Krause am 16)

684 [Capellà I Miterrique ()] 'A disrupting merge perspective of gender: The case of Ibiza'. H Capellà I Miterrique
685 . *Responses to Marginality and Marginalization*, E En, S Nel, Pelc (ed.) 2020. p. .

686 [Hawkins ()] 'Aesthetics and Hyperembodiment in Pop Videos: Rihanna's "Umbrella'. S Hawkins . *The Oxford Handbook of New Audiovisual Aesthetics*, S En, J Hawkins, C Richardson, C Gorbman, Vernalis (ed.) 2013.
687 Oxford University Press. p. .

688 [Machin ()] *Analyzing popular music: image, sound, text*, D Machin . 2010. SAGE Publications Ltd.

689 [Gómez] *Aquí lo que se concibe como poesía es la intención de emocionar*, L Gómez . <https://www.rtve.es/noticias/20211125/mama-fiera-gana-poetry-slam-nacional/2234093.shtml> (Mama Fiera, la
690 campeona de Poetry Slam)

- 697 [SA] *Arran reivindica en un vídeo destrosses i pintades a cotxes de lloguer a Palma, SA* . https://www.arabalears.cat/societat/arran-reivindica-video-destrosses-pintades-cotx%20es-lloguer-palma_1_2656585.html (de agosto de 2019)
- 698
699
- 700 [Serra] *Baleares son las islas con más densidad de plazas turísticas de todo el mundo. Última Hora*, P Serra . <https://www.ultimahora.es/noticias/local/2021/01/23/1232325/baleares-son-islasmas-densidad-plazas-turisticas-todo-mundo.html> (23 de enero de 2021))
- 701
702
703
- 704 [Rogers ()] *Betwixt and Between Worlds: Spatial and Temporal Liminality in Video Art-Music*, H Rogers . 2013.
- 705 [Murray Mas ()] *Bienvenidos a la fiesta: turistización planetaria y ciudades-espectáculo (y algo más). Ecología política*, I Murray Mas . 2014. 47 p. .
- 706
- 707 [Bauermeister ()] *BILD und PSR besuchten Schlagerstar Mickie Krause*, J Bauermeister . <https://www.bild.de/regional/dresden/interview/geh-doch-zu-hause-du-alte-krause16671140.bild.html>
- 708
709 2011.
- 710 [Prieto Tur] *Bon dia @Santa_Eularia, teniu un local que té l'etiqueta de masculista a plaça des canó (Burrito Loco, per ser concreta) amb aquest cartell. El vostre pla d'igualtat funciona regulin. Penseu permetre aquesta denigració cap a la dona*, N Prieto Tur . @nuriaptur]. (12 de junio de 2012. <https://twitter.com/lasumiatriutes/status/1403634921663512581?s=19>)
- 711
712
713
- 714 [Debat Obert/ Prou!!! ()] *Debat Obert/ Prou!!!*, <https://www.facebook.com/groups/eivissencsenaccio/?mibextid=HsNCOg> 2016. PROU
- 715
- 716 [Die Partyhütte, Sunny Beach-Bulgaria] *Die Partyhütte, Sunny Beach-Bulgaria*, <https://urboapp.com/es/p753-Die-Partyhutte-Sunny-BeachRedessociales> (Urbo (1 de junio de 2021))
- 717
- 718 [Frölich ()] *Dubstep, a journey into dark sounds, urban spaces and contemporary youth identities*, E Frölich . <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=2009>. p. . (Tesis de Máster, Malmö Högskola)
- 719
720
- 721 [Rietveld ()] 'Dubstep: Dub plate culture in the age of digital DJ-ing'. H Rietveld . *Situating Popular Musics*, 2011. p. .
- 722
- 723 [Nevarez ()] *EDM as tourism: the rebranding of UK rave*, L Nevarez . <https://pages.vassar.edu/musicalurbanism/2014/07/08/edm-as-tourism-the-rebranding-of-uk-rave/> 2014.
- 724
- 725 [Darling ()] *EDM Song Structure: Arrange Your Loop into a Full Song*, W Darling . 2022.
- 726 [Adrover ()] *El Govern admite que los coches de alquiler se han desbordado y pondrá un tope máximo en 2018. Diario de Mallorca*, M Adrover . <https://www.diariodemallorca.es/mallorca/2017/07/24/govern-admite-coches-alquiler-han-3373076.html> 2017. (24 de)
- 727
728
- 729 [SA] *El turismo, la principal actividad económica de Mallorca. abc Mallorca, SA* . <https://jobs.abc-mallorca.es/el-turismo-la-principal-actividad-economica-de-mallorca> (de enero de 2023))
- 730
731
- 732 [Dayal and Ferrigno ()] *Electronic Dance Music*, G Dayal , E Ferrigno . 2012.
- 733 [SA] *Electronic Dance Music. Guide, SA* . https://www.seemallorca.com/music/guide#var_475229. (Music Scene in Mallorca. Recuperado el 7 de enero de 2023)
- 734
- 735 [En et al. (ed.)] S En , J Hawkins , Richardson . *The Oxford Handbook of New*, C Gorbman, C Vernalis (ed.)
- 736 [Borne (ed.) ()] *Europa reinventa el Mediterráneo (1815-1945)*, D Borne . En J. Carpentier y F. Lebrun (ed.) 2008.
- 737
- 738 [Buades ()] *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*, J Buades . 2014. Alba Sud Editorial.
- 739 [Andrews ()] 'Feeling at home. Embodying Britishness in a Spanish charter tourist resort'. H Andrews . *Tourist Studies* 2005. 5 (3) p. .
- 740
- 741 [Murray Mas ()] *Geografies del capitalisme balear. Poder, metabolisme socioeconòmic i petjada ecològica d'una superpotència turística*, I Murray Mas . 2012. (Tesis de doctorado. Universitat de les Illes Balears)
- 742
- 743 [Anthony ()] *Global Nomads. Techno and New Age as transnational countercultures in Ibiza and Goa*, D Anthony . 2007. (Routledge)
- 744
- 745 [Sound ()] *Hier und Jetzt -Frenzy Blitz*, Xtreme Sound . 2019. (Archivo de Vídeo)
- 746 [Barceló I Pons ()] *Història del turisme a Mallorca. Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, B Barceló I Pons . 2000. 50 p. .
- 747
- 748 [MO I] 'Identificadas cien prostitutas en s'Arenal en la primera redada de la temporada'. MO I . <https://www.diariodemallorca.es/sucesos/2016/05/05/identificadas-cien-prostitutas-s-arenal-3648253.html> *Diario de Mallorca* (5) . (de mayo de 2016))
- 749
750
751

- 752 [Corbera] *L'illa de la calma* "és un tòpic orientalistacolonial que nodreix el negoci turístic-immobiliari especulador
753 de les classes altes continentals. La realitat, però, és una altra, A Corbera . [https://twitter.com/
754 amadeucorbera/status/1404383038071508999?s=19](https://twitter.com/amadeucorbera/status/1404383038071508999?s=19) (14 de junio de 2021))
- 755 [SA] *La desigualdad laboral se ceba con el sector turístico*, SA . [https://tecnohotelnews.com/2021/03/
756 desigualdad-sector-turistico-mujeres-laboral/](https://tecnohotelnews.com/2021/03/desigualdad-sector-turistico-mujeres-laboral/) (de marzo de 2021))
- 757 [Illescas Martínez ()] *La dictadura del videoclip. Industria musical y sueños prefabricados*, J E Illescas Martínez
758 . 2015. El Viejo Topo.
- 759 [Melo et al. ()] 'La estancia de Frederick Chopin como reclamo turístico en la ciudad de Valldemossa'. L Melo ,
760 M Barrera , J Franconetti . *Journal of Tourism and Heritage Research* 2022. 5 (3) p. .
- 761 [Sanz] *Las Kellys defienden la "Ley Kelly*, R Sanz . [http://www.izquierdadiario.es/
762 Las-Kellys-defienden-la-Ley-Kelly-en-el-congreso](http://www.izquierdadiario.es/Las-Kellys-defienden-la-Ley-Kelly-en-el-congreso) (26 de mayo de 2017))
- 763 [Amer Fernández ()] *Los debates sobre la percepción social del turismo en las Islas Baleares. Nimbus. Revista de
764 climatología, meteorología y paisaje*, J Amer Fernández . 2009. 23 p. .
- 765 [Ramis] *Los empresarios de Baleares esperan recuperar más de la mitad de la actividad de 2019. Úl-
766 tima Hora*, M Ramis . [https://www.ultimahora.es/noticias/local/2021/06/02/1270795/
767 turismo-baleares-empresarios-confian-recuperar-mas-mitad-actividad-2019.html](https://www.ultimahora.es/noticias/local/2021/06/02/1270795/turismo-baleares-empresarios-confian-recuperar-mas-mitad-actividad-2019.html) (de
768 junio de 2021))
- 769 [Benavides ()] 'Los estereotipos femeninos en los videos musicales del género reggaeton: una cuestión de género'.
770 C Benavides . *Revista Estudios* 2007. 20 p. .
- 771 [Los estereotipos sexistas a través de los anuncios publicitarios en el espacio mediterráneo Junta de Andalucía ()]
772 'Los estereotipos sexistas a través de los anuncios publicitarios en el espacio mediterráneo'.
773 [https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/wp-content/uploads/2016/07/informe_
774 estereotipos_de_genero_en_publicidad.pdf](https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/wp-content/uploads/2016/07/informe_estereotipos_de_genero_en_publicidad.pdf) Junta de Andalucía 2021. Consejo Audiovisual de
775 Andalucía
- 776 [Magro] 'Los turistas espantan al turismo'. A Magro . [https://www.diariodemallorca.es/mallorca/
777 2016/08/12/turistas-espantan-turismo-3597040.html](https://www.diariodemallorca.es/mallorca/2016/08/12/turistas-espantan-turismo-3597040.html) *Diario de Mallorca* (12 de agosto de 2016))
- 778 [Atienza] *Mama Fiera une su voz a las reivindicaciones de Las Kellys*, R P
779 Atienza . [https://www.menorca.info/menorca/cultura/2021/02/10/1645816/
780 mama-fiera-une-voz-reivindicaciones-kellys.html](https://www.menorca.info/menorca/cultura/2021/02/10/1645816/mama-fiera-une-voz-reivindicaciones-kellys.html) (10 de febrero de 2021))
- 781 [Megapark] *Megapark. Der größte Biergarten Europas*, Megapark . [https://www.megapark.tv/Megapark/
782](https://www.megapark.tv/Megapark/) (Recuperado el 18 de junio de 2021)
- 783 [Records ()] *Mia Julia -Nr.1 -Official Video (Du bleibst immer meine Nummer Eins*, Summerfield Records .
784 2019. (Archivo de Vídeo)
- 785 [Mia Julia Brückner. Gala. Recuperado el 2 de junio de 2021] [https://www.gala.de/stars/
786 starportraits/mia-julia-brueckner-20548260.htm](https://www.gala.de/stars/starportraits/mia-julia-brueckner-20548260.htm) *Mia Julia Brückner. Gala. Recuperado
787 el 2 de junio de 2021*,
- 788 [Records ()] *Mia Julia feat. DJ Mono -Mallorca da bin ich daheim (Official Video*, Summerfield Records . 2015.
789 (Archivo de Vídeo)
- 790 [Mickie Krause -Eine Woche wach ()] *Mickie Krause -Eine Woche wach*, 2019. (Ich find Schlager toll. Archivo
791 de Vídeo)
- 792 [Martí ()] 'Más allá del arte'. J Martí . *Deriva Editorial* 2000.
- 793 [López ()] *Música electrónica y cultura de club: un estudio postfeminista de la escena española*, T López . 2015.
794 Universidad de la Rioja (Tesis de doctorado)
- 795 [Mónica] 'Opinión sobre Megapark'. M Mónica . [@monicamS6481RL](https://www.tripadvisor.es/Profile/monicamS6481RL?fid=8ac910d4-1046-4f13-b3b3-a5334c559296). (*julio
796 de 2018*),
797
- 798 [Podemos ver de manera muy explícita el contraste entre la vida agradable que pretenden experimentar los colonizadores noreuro-
799 (14 de junio de 2021)]b5 *Podemos ver de manera muy explícita el contraste entre la vida agradable que
800 pretenden experimentar los colonizadores noreuropeos y la vida con dificultades que experimentan
801 sectores del resto de habitantes de la isla en Corbera, A. [@amadeucorbera]. (14 de junio de 2021),
802 https://twitter.com/amadeucorbera/status/1404383038071508999?s=19* (*L'illa de la calma*"
803 és un tòpic orientalista-colonial que nodreix el negoci turístic-immobiliari especulador de les classes altes
804 continentals. La realitat, però, és una altra)
- 805 [Pritchard and Morgan ()] 'Privileging the male gaze: Gendered tourism landscapes'. A Pritchard , N J Morgan
806 . *Annals of Tourism Research* 2000. 27 (4) p. .
- 807 [Rodríguez-López and Aguaded-Gómez ()] 'Propuesta metodológica para el análisis del vídeo musical'. J
808 Rodríguez-López , J I Aguaded-Gómez . *Quaderns del CAC* 2014. XVI. 39 p. .

- 809 [SA] *Quiénes son 'Las Kellys': significado y en qué consiste su trabajo*, SA . [https://www.20minutos.es/](https://www.20minutos.es/noticia/4605332)
810 [noticia/4605332](https://www.20minutos.es/noticia/4605332) 20. (de marzo de 2021))
- 811 [Mendívil ()] 'Rocking Granny's living room? The new voices of German schlager'. J Mendívil . *Perspectives on*
812 *German Popular Music*, M En, C Ahlers, Jacke (ed.) 2016. p. . (Routledge)
- 813 [Ruiz Collado] *Récord de pasajeros en Son Sant Joan en 2019, pese a la quiebra de Thomas*
814 *Cook*, J L Ruiz Collado . [https://www.ultimahora.es/noticias/local/2019/11/01/1117699/](https://www.ultimahora.es/noticias/local/2019/11/01/1117699/record-pasajeros-aeropuerto-palma.html)
815 [record-pasajeros-aeropuerto-palma.html](https://www.ultimahora.es/noticias/local/2019/11/01/1117699/record-pasajeros-aeropuerto-palma.html) (de noviembre de 2019))
- 816 [Mendívil (ed.) ()] *Schlager and Musical Conservatism in the Post-War Era*, J Mendívil . En U. Schütte (ed.)
817 2017. De Gruyter. p. .
- 818 [Nextbird ()] *SchoKKverliebt (Mia Julia & Frenzy) -Enrico (Offizielles Musikvideo)*, Nextbird . 2020. (Archivo
819 de Vídeo)
- 820 [Aubrey and Frisby ()] *Sexual Objectification in Music Videos: A Content Analysis Comparing Gender and*
821 *Genre*, J Aubrey , C M Frisby . 2011. Mass Communication & Society. 14 p. .
- 822 [Auslander ()] 'Sound and Vision: The Audio/Visual Economy of Musical Performance'. P Auslander . *The*
823 *Oxford Handbook of New Audiovisual Aesthetics*, S En, J Hawkins, C Richardson, C Gorbman, Vernalis (ed.)
824 2013. Oxford University Press. p. .
- 825 [Picornell ()] 'The back side of the postcard: Subversion of the island tourist gaze in the contemporary Mallorcan
826 imaginary'. M Picornell . *Island Studies Journal* 2020. 15 (2) p. .
- 827 [Hearsum and Inglis ()] 'The Emancipation of Music Video: Youtube and the Cultural Politics of Supply and
828 Demand'. P Hearsum , I Inglis . *The Oxford Handbook of New Audiovisual Aesthetics*, S En, J Hawkins, C
829 Richardson, C Gorbman, Vernalis (ed.) 2013. Oxford University Press. p. .
- 830 [Fraser ()] 'The Spaces, Politics, and Cultural Economies of Electronic Dance Music'. A Fraser . *Geography*
831 *Compass* 2012. 6 (8) p. .
- 832 [Picornell ()] 'Turisme i territori a les Illes Balears: 18 conclusions generals sobre la geografia, la història, els
833 impactes i la política del turisme a les Illes Balears'. C Picornell . *Treballs de Geografia* 1990. 43 p. .
- 834 [Blitz ()] *Turistas con destino principal las Illes Balears por período y país de residencia.*
835 *Flujo de turistas. IBESTAT. Recuperado el 1 de febrero de 2021*, F Blitz . [https://](https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/ed5d4d88-cb17-46bd-b7b0-29fbaa5dba19/es/I208002_n101.px)
836 [ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/](https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/ed5d4d88-cb17-46bd-b7b0-29fbaa5dba19/es/I208002_n101.px)
837 [ed5d4d88-cb17-46bd-b7b0-29fbaa5dba19/es/I208002_n101.px](https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/ed5d4d88-cb17-46bd-b7b0-29fbaa5dba19/es/I208002_n101.px) 2021. 2020. (Institut d'Estadística
838 de les Illes Balears)
- 839 [Corbera ()] *Vine a la festa! La creació i la consolidació de l'escena pop catalana*, A Corbera
840 . 10.13140/RG.2.1.3978.9524. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.1.3978.9524> 2008. 1991-2008.
841 (Tesis de grado, ESMUC)
- 842 [Sound ()] *Voll wie Düse-DJ Düse*, Xtreme Sound . 2018. (Archivo de Vídeo)
- 843 [Sound ()] *WIR SIND WIR (Mallorcastyle) -Frenzy Blitz feat. Mia Julia (offizielles Musikvideo)*, Xtreme Sound
844 . 2019. (Archivo de Vídeo)
- 845 [Brunner ()] *Workshop of Sounding ethnography: mutuality and diversity in musical life*, C Brunner . [https://](https://nomadit.co.uk/conference/easa08/p/)
846 nomadit.co.uk/conference/easa08/p/ 2008. London Uk; Montréal, Canadá. Recuperado de. p. 244.
847 Presentación en Jornadas de la Universidad Concordia (Bass Nature and the Mutuality of Creative Ecologies
848 in Dubstep Music)