

MÁS ALLÁ DE LA TIERRA MÁS CERCA DE LOS SUEÑOS. DOS MESES POR LAS COSTAS DE ESPAÑA

Por Javier Camarasa y Jorge Luis Marzo

Publicado en *Tour-ismos. La derrota de la disensión*, Fundació Antoni Tàpies, Barcelona, 2004

El patinete

Pedaleo en un patinete azul. Mi mano aferrada al timón me otorga la sensación de un completo control de la situación. El mar está tan calmo que me parece estar navegando sobre la superficie helada de un lago, deslizándome suavemente sobre él. Y sin embargo, a pesar de la calma, debo ir corrigiendo el rumbo de vez en cuando, con pequeños golpes al palo que sostiene mi mano. La playa se aleja lentamente. Debería sentir paz, me digo. Porque pronto he tenido una sensación extraña. Uno puede caminar tranquilamente sobre la superficie helada de su vida, y en un segundo, notar cómo se resquebraja el hielo a sus pies. Y ése es un escalofrío peligroso cuando uno va en patinete. Porque el mar da el miedo de la profundidad, no de la extensión. Así, el patinete, como por arte de birlibirloque, deviene un flotador, y ya no un vehículo.

Pedaleo y noto el sudor caer por la cara y por el pecho. Hace calor, un calor pesado. No hay nubes y el mar deja de ser turquesa para hacerse marino. Me duelen las rodillas y la imagen de los dos pies subiendo y bajando se hace casi hipnótica. No puedo dejar de mirarlos. Siento deseos de parar un momento y zambullirme en el agua para refrescarme, pero me da miedo esa negrura, que antes era fino polvo de arena en suspensión, nítido y tranquilo. Noto otro escalofrío. Porque me veo pedaleando, sudando, trabajando. Siento una enorme desconfianza ante esa imagen. Quiero detenerme, dejar de pedalear. No he venido aquí a gastarme, si cabe más, las rodillas. Pero me da miedo parar ahora. Las líneas de los dos horizontes parecen muy lejanas. Los hoteles se han empequeñecido y la línea frente al patinete se mueve verticalmente cada vez con más brío. Me

siento solo. Pero, ¿no he venido a esto, a sentir un poco de soledad? ¿o es al contrario, a deshacerme del constante olor solitario que me acompaña todo el año? Aturdido, me veo trabajando, me veo solo, me veo sudando. ¿Debo volver ya o seguir un poco más el surco de las aguas? ¿Por qué me canso, cuando he venido a evitarlo?

Más allá de la industria

El turismo ya no es simplemente una industria: es un modelo de relaciones sociales, económicas, políticas y culturales que se ha erigido como el referente fundamental ofertado y reclamado por ciudadanos, instituciones y empresas. Porque lugares como la playa, que trajeron a las suecas y estimularon los sentidos, son sitios donde el conflicto social y político desaparece, creando espacios para la felicidad sin responsabilidad: “Mas allá de la tierra más cerca de los sueños”. Espacios como el hotel al que escapan millones de ciudadanos tras los difíciles meses de negociación con el mundo laboral y la vida urbana, son puntos de fuga y desconexión, válvulas de escape de un sistema que cada vez soporta más presión. Pero sobre todo el apartamento, la segunda residencia en “primera línea de playa”, se ha convertido en el motivo último, en la razón definitiva del sueño de millones de familias que huyen de sus propias vidas, del duro trabajo y sinsabor, en pos del premio largamente buscado, en el que posiblemente han invertido los excedentes de años de trabajo. El turismo de masas en España tiene lugar en el hotel, pero sobre todo en el apartamento, lugar en donde el capitalismo nacional ha alcanzado más altura y difusión: todo ello pagado *españorreligiosamente* por orgullosos ciudadanos, que consideran la compra del piso al hijo que se casa como el peaje definitivo en el rito de iniciación de los adolescentes hacia la cultura de la propiedad y del colaboracionismo.

Los españoles se sienten orgullosos porque el turismo hace la tierra hospitalaria: el mundo viene a nosotros: 80 millones de personas, el doble de los que somos. España es un país turístico no solamente porque reciba

turistas sino porque los crea. El español es un *homo turista*: no un *homo viator* o *mobilis*, todo lo contrario. Considera que la playa y las relaciones que se generan en su entorno son las ideales para crear un musgo en el que desarrollar su vida y percibir la de los demás. Para ello y por ello, se construyen alrededor de las playas las “Ciudades de Vacaciones”: ciudades nuevas, concebidas para la ausencia de conflicto en donde representar la derrota de la disensión, y en donde los ciudadanos pretenden encontrar, al fin, ese lugar soñado en donde realizar sus ilusiones. Un lugar más allá de la tierra porque está más cerca de los sueños, en el que se gesta un nuevo ciudadano flotante, sin responsabilidades, que camina desnudo por las calles de grandes ciudades, que hunde su dinero en un apartamento con vistas al mar, esperando que la vida dé un tumbo televisivo, que acepta los valores asociados a la cultura inmobiliaria, gracias a la hipoteca, y que aboga por la comercialización de la vida social. Un nuevo hombre que se pone a dormir a pierna suelta, rebozado de arena. ¿En qué otro lugar nos quedamos dormidos frente a los demás durante horas? En la playa y en los aeropuertos: lugares públicos de tránsito en los que se ofrece la total seguridad de que nuestra privacidad es respetada. En la playa se consigue la prestidigitación: la nivelación social absoluta, como pinturas de *vanitas* desnudando a todos por igual: porque de esto se trata, el triunfo del turismo es la derrota del conflicto. ¿Y el truco? Pues detrás de cada balcón, de cada fachada, de cada toldo, de cada barandilla: vistas quiméricas del mar azul, de espacios abiertos en los que sólo se ve la felicidad, que no es otra que no ver nada, que no ver a nadie.

Playa del Inglés: “Aquí no hay historia, sólo marcha”

Nos dirigimos a un puesto de helados situado en medio de un pequeño parque que lleva a la playa. Sentada dentro hay una ecuatoriana con grandes gafas negras. Hace calor. Le preguntamos, algo desorientados, si nos podría indicar cómo se va al centro del pueblo. Nos responde que “el

shopping center está al final del paseo, pasen por el minigolf, y después de la carretera, junto al Macdonald's, allí mismo es”.

El centro del pueblo es un conglomerado de decenas de bares y terrazas con nombres ingleses en los que centenares de británicos ven partidos de fútbol en grandes pantallas de televisión. Son las 12.30 del mediodía. Un fuerte olor a sudor, bronceador, ambientador, cerveza y aceite hirviendo flota en el aire y pringa la piel. En general la gente está callada, con una mano en la jarra de cerveza y la otra en un cigarrillo. Todos son obesos. Todos están quemados y van prácticamente desnudos, si exceptuamos bañadores, pareos y alguna que otra camiseta. De vez en cuando, ruge un intenso ruido de gargantas que gritan y que uno imagina que tiene que ver con el fútbol. Si haces el ejercicio de no imaginarlo, la piel se pone de gallina, aunque con toda la piel sudorosa y grasienta no se vea.

En el autobús que nos lleva de Puerto Rico a Playa del Inglés, nos hemos sentado en los asientos frontales junto al conductor. Mientras la guagua se encarrila a unos 80 km/h por las pendientes asfaltadas y estrechas de las colinas marinas del sur de la isla, hemos ido haciendo migas con el conductor. Entre comentarios sobre los detalles toponímicos, como el origen del nombre de la población de Patalavaca, los hoteles y apartamentos inundan por completo el paisaje de alrededor. Le pedimos al conductor que nos deje en la parada más céntrica una vez lleguemos al pueblo. Un borrachín, detrás de nosotros, anima de vez en cuando la conversación. Mientras recorremos Playa del Inglés, de parada en parada, el conductor nos apunta:

—Aquí, en las discotecas, es una pasada. Se entra solo y se sale con una tía, o con dos... y cada noche. En cualquiera, sólo tienes que elegir.

—Es una pasada —corroborra el chispinela desde el segundo asiento, aunque no dé la sensación de que se vaya a la cama con ninguna alemana—. Todo esto es muy bonito —carraspea, mientras nos intenta enfocar con esfuerzo.

No nos decidimos a bajar en ninguna parada en concreto, algo perdidos ante la magnitud de la localidad inglesa. Preguntamos al conductor por el centro histórico:

—Pero no el multicentro comercial, sino el barrio antiguo, el de antes del turismo —le insistimos.

—No, no —responde el conductor—. Aquí no hay historia ni nada de eso. Aquí solo hay marcha.

Le preguntamos por la población que vive aquí.

—Unos 30.000 o así.

Mostramos nuestras serias dudas sobre la veracidad de esa cifra, ante la dimensión de lo que vemos construido.

—No sé. Aquí hay montones de hoteles de 5 y 10 mil camas, apartamentos y bungalows. Haga usted cuentas.

Cuando llegamos a un sitio al lado de la playa, nos dice el conductor entre risas:

—Ya no puedo ir más al centro, a no ser que quieran que me meta en la playa.

—Tranquilos, no será capaz —aclaraba no obstante el borrachín de detrás.

El conflicto es el anatema

En este nuevo mundo público, el conflicto es el anatema. En este nuevo entorno en donde todo es cultura, la ira se vende a kilos, se empaqueta en programas de televisión y el disgusto huele a perfume. En las nuevas ciudades globalizadas se adoptan discursos centralizadores sobre el espacio urbano: ¿a quién le interesa un espacio público que amedrente? El espacio público debe ser *fachada*, que a su vez sea ella misma plaza, que la recubra, que la solidifique. Una fachada que crea en sí misma espacio público. Es una fachada que le da al espectador la ilusión de la participación, al verse inmerso en la ilusión colectiva de un espacio común, en donde los hombres se acercan entre ellos cada vez más, y en donde las

paralajes personales son sustituidas por las institucionales. Los interiores ya son los exteriores, porque la privacidad es la publicidad. Estar estirado en la tumbona en tu balcón con vistas al mar o yaciendo sobre una toalla en la arena, ¡qué más da! Se le insiste al ciudadano de que la ilusión debe desplegarse tanto dentro como fuera.

Llegan los turistas, y con ellos la ciudad. De la misma forma, los peregrinos de Roma llevaron la ciudad barroca con ellos en el XVI y XVII. Porque un destino común en la gloria y en la felicidad requiere un teatro lo suficientemente eminente y a la altura de las circunstancias, tramoya que vendrá diseñada por aquellos poderes que son los que aseguran que el sueño adquiera unos formatos definidos. La ciudad turística o turistizada es la señal más clara de que el espacio público actual se construye sobre las ruinas de la disensión. Todo debe ser aconflictivo y redondeado. Nadie debe cortarse en las aristas.

Primerísima línea

Benidorm, ciudad barroca contemporánea. Sus edificios se disponen como un gran ejército. En la vanguardia, la primera línea de playa; entre los intersticios que deja el primer frente se sitúa el grueso de las tropas de torres, cubriendo cualquier debilidad en los flancos. En la retaguardia, envolviendo la ladera de la montaña, multitud de pequeñas casitas adosadas y endosadas. En su centro, la joya de la corona, “Terra Mítica”: toda la cultura mediterránea resumida en cartón piedra.

Millares de ventanas todas apuntando a un mismo lugar: el mar, y un solo horizonte, la naturaleza y sus viandantes a vista de pájaro, desde la privacidad del apartamento. Hay que asegurarse un balcón al espectáculo que se dirime en la arena, espacio reconquistado, todas las mañanas, con toalla y sombrilla; las armas del turista que sueña. Se mira y se es mirado, se es espectador y actor, en un movimiento continuo barroco que se nutre a sí mismo. Como una máquina perfecta que no hace falta alimentar, el objeto de observación del turista son los turistas, cuantos más, mejor.

El espectáculo de Benidorm es un enorme escenario del todo que se crea mediante la homologación de la experiencia humana. En ese sentido, el turismo es un terreno de experimentación social, como el urbanismo barroco lo fue en su momento: escenarios del poder legitimados por los espectadores.

¿Qué es lo que ve un turista durante un recorrido turístico por Benidorm? No hay grandes catedrales, ni monumentos, ni hermosas vistas. Simplemente, el reconocimiento del sueño moderno a través de miles de fachadas y balcones que, indefectiblemente, son en sí mismas el espacio público. Ciudades únicamente hechas de fachadas, que, gracias al espectáculo teatral de las grandes masas, rinden culto a la sabiduría del poder, a la capacidad de los poderosos de ofrecer la quintaesencia de la vida: la certidumbre, la seguridad de que el conflicto queda relegado al fracaso.

Los edificios de la nueva urbe turistizada sólo tienen uno de los lados con vistas, con balcones, con terrazas. Los otros tres, son superficies lisas de cemento. Edificios pensados para ser fachadas, para ser terrazas. Miradores al nuevo espacio público creado a golpe de sueños y de un sol social que brilla todo el año. Benidorm construye rascacielos porque de esa manera todos tendrán su atalaya, su pequeño monumento al trabajo, al premio, al haber conseguido superar la travesía sin naufragar. Montones de balcones que miran al éxito, desde donde disfrutar el éxito. Lo que hay detrás no cuenta, no existe, no habla: ¿para qué? Es exactamente una réplica de las calles que se ven desde los balcones. Toldos, ventanas, barandillas, nuevas formas barrocas que protegen la verdad: la playa.

El mar brilla en nuestras gafas de sol

El mar brilla en las ventanas de las fachadas, en los cristales de los apartamentos y de los hoteles, en los fondos negros de nuestras gafas de sol. No nos podemos imaginar que el naufragio es algo más que esa estúpida idea en la que se entretienen aquellos que llamamos los

fracasados. Porque en la travesía, existe el naufragio. En realidad, la travesía misma es naufragio, naufragio calculado o intuido. Para el náufrago debe ser el sistema el que decida su destino. Por muy funesto que éste sea, aunque lleve a la muerte, a la derrota, prefiere que sea el sistema quien siga gobernando porque es una forma de aliviar el peso de la inseguridad. Conrad decía, al hablar del hombre civilizado en medio de la selva, mientras remontaba el río oscuro de la vida: “No debes bajarte nunca del barco”. El tópico del gran teatro del mundo se convierte en el resorte de mayor eficacia inmovilista: no hay por qué levantarse en protesta por la suerte que a uno le haya tocado, no hay por qué luchar violentamente por cambiar las posiciones asignadas a los individuos, ya que de suyo, en el orden dramático está asegurada la rápida sucesión de los cambios.

La mirada del turista

En una gran sala, se ve al fondo una puerta cerrada. Se abre y empieza a entrar gente. La guía les indica que se coloquen alrededor del centro en donde hay un gran espejo. Se forma un círculo y algunos de los turistas sacan sus cámaras de vídeo y de fotografía. La guía, una vez distribuida la gente, empieza un pequeño discurso:

“Aquí pueden observar unos ejemplares típicos de lo que se ha venido llamando turismo cultural. No lo confundan con el turista playero fácil de reconocer por su color moreno o rojo en las primeras etapas; tampoco lo confundan con el turista montañero, mucho más fornido y de complexión atlética. Esta especie, más escasa que las anteriores, tiene su ámbito de actuación principalmente en espacios cerrados, como pueden ser museos, edificios antiguos y en general todo aquello que tenga el apelativo de cultural.

Por su naturaleza suele visitar los museos individualmente o en pequeños grupos. Si está en compañía suele hacer pequeños comentarios como:

—Fíjate en la calidad de las texturas...

—¡Es un auténtico lo que sea!

Hay que decir que su orgullo le obliga a comprender todo lo que ve y desprende una mirada mística en algunos momentos. No obstante, cuando algo no le gusta hace comentarios como:

—Tengo hambre.

Bien señores, síganme por favor".

Sin retorno

La provincia de Tarragona es un vertedero de industrias que desde los años setenta no para de crecer: la petroquímica de Tarragona, los intentos de extracción petrolífera cerca de la costa, las centrales nucleares de Vandellòs I y Vandellòs II, en L'Hospitalet de l'Infant, la central nuclear de Ascó. Y en medio de todo esto, el Ebro y su delta que desaparecen poco a poco. L'Ametlla de Mar y L'Hospitalet de l'Infant son los pueblos más cercanos a las centrales de Vandellòs, a unos 7 kilómetros respectivamente. Entre ambas, se extiende la playa del Torn.

La playa del Torn es un paraje sensacional cuya quietud se pierde sólo cuando pasa el tren a toda velocidad por encima de la montaña. Desde el tren, el paisaje surge como una ejercicio cinético de voyeurismo. El Torn es una playa nudista. Quizás la mejor playa nudista de Cataluña: larga, abierta y provista de un enorme arenal natural.

El turismo mismo desconflicta la presencia de esos ingenios nucleares plantados frente a la playa. El Torn es el ejercicio de ilusionismo necesario para ocultar una verdad demasiado incontestable: el desastre de la costa española no tiene retorno.

Homo turisticus

Hoy el turismo es el terreno en donde se producen los programas de experimentación social. Así lo constatan alcaldes, arquitectos, sociólogos, urbanistas y hoteleros. Y los clientes. Un experimento que acabará creando

un nuevo sistema ciudadano: el *homo turisticus*.

La identidad

Si los pueblos renuncian al debate sobre su tradición, la idea de identidad pasa a cobrar un renovado valor, puesto que al poder hacer y deshacer, lo que se quiere proyectar como tradicional, bien en términos sociourbanos como comerciales, siempre se puede construir una constante "autenticidad" de las realidades y de las mercancías. Nunca faltará la autenticidad. Se inventa al instante y al instante se consume.

A la postre, la creación de este estándar universal que es el turismo ha propiciado otro salto cualitativo al que podíamos llamar "cualquier sitio puede ser cualquier lugar": ecuación perfecta del dominio del espacio y de la aniquilación del tiempo. ¿Para qué viajar a los confines de la Polinesia para observar las costumbres de sus pueblos si las podemos disfrutar "enlatadas" a la vuelta de la esquina? Tampoco hace falta que usted pierda el tiempo pasando las páginas de *La Odisea*: por el mismo precio que le presentamos a Ulises, le entretenemos a los niños unas horas y si no queda contento tiene las pirámides de Egipto a un tiro de piedra.

Si en las grandes peregrinaciones europeas se buscaba un lugar en el "Más allá de la tierra", el Paraíso de hoy día es la diversión y el entretenimiento continuo, con sus diversos barnices culturales o deportivos: "Vuelva a ser un niño" en una sociedad cada vez más infantilizada. Lo más auténtico es lo más divertido.

Nada nuevo, también eso ocurría en los panoramas, aquellas construcciones pictóricas e ilusorias de finales del XIX. La diferencia es que aquello que era divertimento, hoy es sistémico.

Dentro de esa gran desorientación que nos provoca la ubicuidad, lo único que nos queda es el acúmulo de escenografías vacuas, en la memoria retiniana que luego vomitamos sobre los amigos al "volver".

En las Ramblas de Barcelona, las tiendas de souvenirs para turistas, regentadas por paquistaníes y magrebíes, venden sombreros mexicanos

realizados en China. La autenticidad reside en el momento en que el turista sumerge su cabeza en su gorro de mariachi. Esa es la auténtica experiencia de la autenticidad. La experiencia personalizada del turista es el verdadero ejercicio de lo auténtico.

La cámara

To: "Edgar Clement" <stleu@hotmail.com>

From: diga@retemail.es

Subject: Desde la playa

Date: Aug 9, 2003, 20.20 h

En fin, podría contarte mil cosas, ideas y hechos. Piensa que llevo más de un mes de playa en playa, de ciudad costera en ciudad costera (Salou, Lloret, Oropesa, Benidorm, etc.). Ahora empiezo las Canarias. Cámara en mano, intentando no temblar. A veces pienso: ¡Ojalá estuviera de vacaciones! Cuando empezamos el proyecto todo eran deseos de ver al trabajador, currado por once meses de sumisión al capital, bajo unos ojos de clase, como cuando me decías: ¿Quién soy yo para juzgar a los gringos jovencitos que, tras ser vapuleados por su puto sistema americano, se van como turistas a Tijuana a tomar sin parar y cogerse viejas? Lo mismo ocurre aquí con ingleses, alemanes, holandeses, belgas, franceses, etc. Tras un mes en la jungla de la playa, las cosas han cambiado. La playa es el nuevo sistema. ¡Ojalá no estuviera detrás de la cámara!

La turistización de la cultura

La turistización de la cultura no simplemente tiene que ver con situar la historia en contextos fácilmente consumibles o insertarla en redes por las que obligadamente los visitantes han de pasar; sino que también tiene que ver y mucho con políticas que hagan que el visitante parezca que conoce el porqué la realidad de un lugar es como es. En realidad, este es el principal ejercicio de ventriloquia y prestidigitación en ciudades que se quieren globales como es Barcelona.

Se trata de que primero el poder primero liquida, después culturiza. El ejemplo más claro, una reciente exposición sobre el Somorrostro. Hace quince años el ayuntamiento del señor Maragall arrasó las comunidades que vivían en el actual litoral marítimo de la ciudad. La cuestión no es que se hiciera, que con toda seguridad debía hacerse, sino el cómo se hizo. Ahora, una exposición pública se pregunta: ¿qué les pasó? El Fórum 2004 defenestra parte del tejido urbano de Poblenou y del Besòs. Dentro de unos años, veremos exposiciones que se titularán ¿Qué les pasó?.

La reinención de la ciudad

Josep Acebillo, arquitecto municipal del Ayuntamiento de Barcelona: “Hacer una ciudad para los turistas es hacerla para los ciudadanos. ¿Ha visto *Full Monty*? Es la historia de una ciudad industrial que no sabe digerir su crisis y para sobrevivir hacen *strip-tease*. Eso ha pasado en Detroit, en Manchester y en Barcelona, que tenía una industria textil de la que no queda nada. Para vivir, Barcelona ha apostado por el turismo. Antes de los Juegos Olímpicos dormían en Barcelona dos millones de visitantes al año. Ahora duermen nueve. Estamos reinventándonos la ciudad”.

José Camarasa, arquitecto municipal del Ayuntamiento de Benidorm, a la pregunta sobre cuál era el proyecto de espacio público en la ciudad, respondió atónito: “¡Cuál va a ser! ¡La playa!”.

Salou

Playa natural de Aragón, de la misma manera que Benidorm lo es de Madrid. Llegados, nos cuentan una historia. Hace años, un día se presentó alguien de la empresa encargada de construir Port Aventura y preguntó en una pequeña fábrica familiar de la comarca, que se dedicaba a construir bisagras y demás, que si estarían dispuestos a realizar un pedido más grande de lo normal. “Sin duda”, respondió el jefe. “Verán”, dijo el de Port Aventura, “es que necesitaremos unos cuantos cientos de miles para

dentro de unos meses”. Como este caso, se dieron cientos en la región. Todo el mundo que podía fabricar algo para el parque se forró. Con los millones ganados, se compraron terrenos y se edificaron apartamentos y hoteles, convirtiendo lo que ya de por sí era un floreciente negocio turístico en un monstruo de la costa mediterránea. “Los padres trabajaron durísimo para hacer enormes fortunas”, nos seguían diciendo; “sus hijos se dedicaron a malgastar el dinero ganado por sus padres en coches, viajes, fiestas y lo que quiera usted imaginarse: no tenían ni idea de cómo se llevaba un hotel y tampoco el más mínimo interés. Ahora lo que pasa es que los hijos de estos hijos ya se han dado cuenta de que las cosas tienen que cambiar; de que en el fondo se ha creado tal berenjenal, que si no se ponen a reflexionar sobre lo que el turismo ha creado en su entorno, no es que puedan perder todos los negocios, sino que puede convertirse todo el tinglado en una especie de Saturno que devore todo lo que encuentre”.

Lloret de Mar

Tras unos cuantos días en Lloret de Mar, uno tiene la sensación de estar en el Far West. Con todo el mundo con el que hablamos aparece la palabra mágica "pioneros". Fueron pioneros en todo: en levantar hoteles, en tirarlos adelante, en las campañas de publicidad, en captar clientes de todos los países de Europa, en librarse de la tiranía de los tour-operadores, que dominan completamente las Baleares y Canarias, en ofrecer tiendas absolutamente únicas en las comarcas de Girona. Comenzaron en los cincuenta: ¡qué bonitos días aquellos en los que parejas británicas venían a gozar del sol, de la comida, de las playas... y todo por una libra! Los lugareños se hacían amigos de los turistas, y viceversa, porque éstos volvían cada año. Quien tenía unas habitaciones para alquilar y ofrecer comidas típicas en su casa pudo hacer el suficiente dinero como para levantar un primer hotel. Gente educada, con ganas de reír y participar, con ganas de un exotismo elegante. “Fuimos los primeros y nos sentimos muy orgullosos de ello”. Hoy Lloret es el paraíso de los adolescentes británicos,

holandeses, franceses, italianos o alemanes que se desmadran hasta caer redondos en la famosa “Riera”, la calle del pecado, de las discotecas, de la marcha. Y todo el pueblo se queja. Un pueblo que anda lento por la calle gracias al peso del dinero acumulado en los bolsillos.

“Esta semana está todo lleno de italianos, son más tranquilos. La pasada, fue de holandeses y hubo problemas de peleas: quemaron contenedores y más de uno terminó la juerga en la comisaría o en el hospital”. Se quejan de que Lloret se haya convertido en el símbolo del turismo barato y “hooligan”. Un tendero vuelve a echar pestes de los holandeses, que no le dejan en paz, que siempre buscan pelea y que siempre van borrachos. Nos confiesa una gran nostalgia de aquellos primeros días del turismo educado, de los días pioneros. Pero la botella de vodka “Perezskaya” la vende a 4 euros y la garrafa de 5 litros de sangría a 3 euros. “Las autoridades deberían hacer algo respecto a todo esto”, añade, mientras no deja de observar con perseverancia las evoluciones de todos los turistas que pululan por su tienda.

Turismología

El turista es un individuo “perfeccionado” puesto que ha sido capaz de crear un sistema de relaciones sociales más allá de cualquier conflicto y negociación: es alguien que va más allá del sistema; de la misma manera que cada uno se tumba alegremente, sabiendo de su total legitimidad, en su toalla, frontera inalienable en el nuevo mundo social del turismo. De todo ello nace la turismología, la celebración de la desaparición de todo espacio de conflicto, subrayado por los grandes eslóganes de los constructores: “Aquí no pasa nada: sólo pasa *usted*”.

Patinete

Sólo estoy yo. Yo y mi patinete. Las rodillas me duelen enormemente. Quizás me he alejado demasiado de la playa. Ya no se distinguen las cosas y las personas. Ya no veo el amarillo de la arena, todo se ha hecho

demasiado azul. Creo que me he quemado la espalda y la cara. Pero aún tengo el control del timón. Sólo se trata de girarlo un poco y encararme de nuevo al primer horizonte. Me pregunto si seré capaz de encontrar de nuevo mi toalla y mi bolsa, perdidos en medio de semejante gentío; si aún conservaré esa parcela mía en la playa, cubierta con el techo de la sombrilla que me asegura mi independencia. Me pongo a pedalear como un loco.