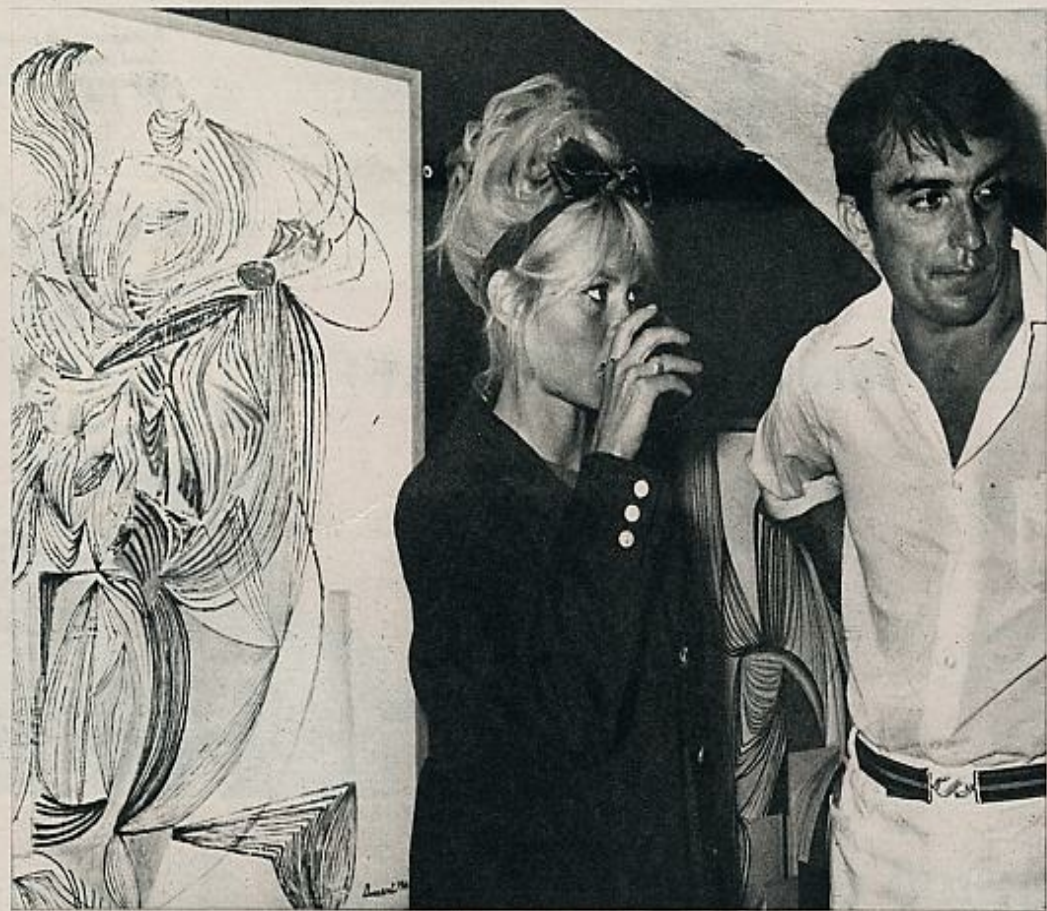




Arriba, gendarmes en la playa para defender la moralidad. Abajo, B. B. en la exposición de pinturas de Fackle. En Saint-Tropez pueden producirse contrastes como el que aparece a la izquierda: la elegancia refinada junto a la desidia vagabunda.



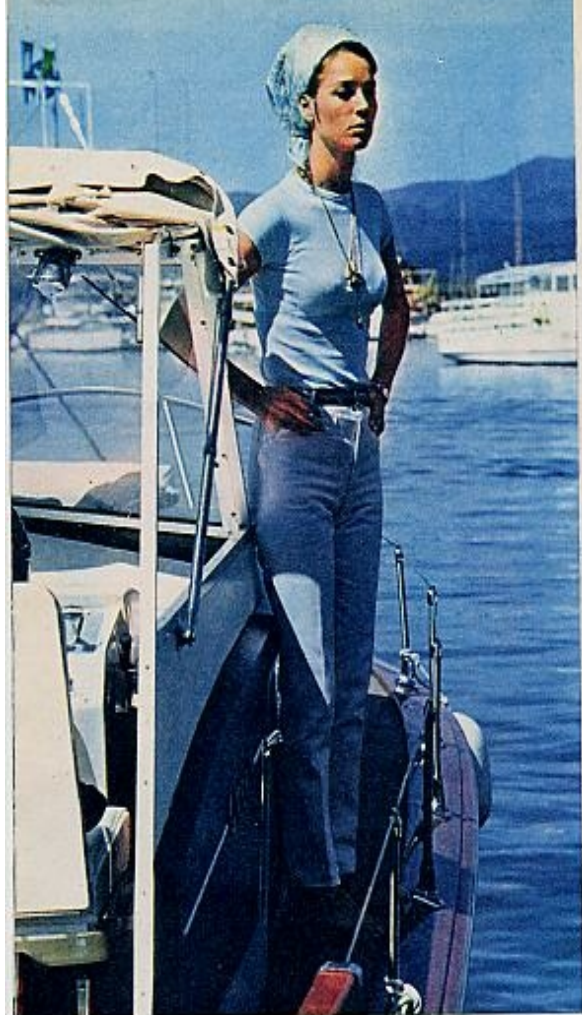
EL MEDITERRANEO, MAR DE VACACIONES ③

SAINT-TROPEZ

PROMOCION B. B.

La más típica y tónica de las playas mediterráneas. Lanzada a bombo y platillo hace unos años, con el concurso voluntario o involuntario de personalidades de esa "generación perdida" francesa





A la izquierda, Elsa Martinelli en su yate, anclado en Saint-Tropez. A la derecha, un aspecto del puerto, siempre pleno de embarcaciones. Abajo, los inevitables pintores callejeros exponen sus obras al público, que las contempla entre curioso y divertido. Otro espectáculo de la famosa ciudad.



SAINT-TROPEZ



Una vista general de Saint-Tropez, la ciudad que debe una buena parte de su celebridad a B.B. y que dicta la moda estival a Europa. Abajo, guapa y pescador.

compuesta por los adolescentes retardados que son Bardot, Sagan o Günther Sachs, Saint-Tropez se ha convertido en el símbolo de una cierta forma de concebir las vacaciones y, a su vez, la vida. Claro es que sólo en ciertas condiciones puede adoptarse el régimen de vida de Saint-Tropez; condiciones, sobre todo, económicas. Hasta hace relativamente pocos años, el veraneo se concebía sólo a orillas del Atlántico. Fue la gran época de Deauville, de Biarritz... Luego vino la boga del Mediterráneo. Y surgieron Cannes y Niza. Pero la vida en estas dos playas se parecía demasiado a la de la ciudad. Los grandes hoteles, los casinos, los salones de té tenían las mismas características que los de la capital. En la posguerra, los jóvenes especialmente pensaron que aquello no era para ellos. Cuanto más habituados estuvieran a los establecimientos de gran lujo, más sentían la necesidad de engañarse a sí mismos —porque a los demás no podían pretender engañarlos— jugando a «encanallarse», a beber tinto en los mostradores, a ir en alpargatas y a jugar a los bolos. Así surgió Saint-Tropez como escenario de unas vacaciones en las que se presumía de una libertad y de un contacto con lo auténtico que no eran sino fachadas. Y el «boom» sobrevino cuando Brigitte Bardot, convertida en símbolo sexual primero de toda Francia y de toda Europa poco más tarde, decidió escoger el pequeño puerto como cuartel general.

La ciudad de 6.000 habitantes empezó a contar durante los meses de julio y agosto con 90.000. Toda su organización económica se transformó. Cualquiera que tuviera un **SIGUE**



Tres escenas de la vida callejera de Saint-Tropez: la monja que pide para los niños asilados; el empleado que, al final de la tarde, recoge de la playa las colchonetas de alquiler; una princesa asidua de la ciudad: Paole de Lleja. Artistas y aristócratas forman la mayoría de la colonia veraniega del celeberrimo puertecito.



apartamento decente lo abandonaba a los veraneantes durante los dos meses de verano y se arreglaba de cualquier manera, en un desván o en un garaje. El comercio rudimentario se encontraba con una insospechada expansión. Los restaurantes eran insuficientes a todas luces. Incluso hubo épocas en que escasearon los alimentos. La gente joven, que encontraba excelentes puestos de trabajo en bares, restaurantes, tiendas, etc., se quedaba en la calle al final del verano... Pero, indudablemente, el turismo deja sus beneficios. Y los habitantes del pueblecito no se quejan de él.

Como casi todos los lugares del mismo corte, Saint-Tropez no tiene playa. Para bañarse hay que trasladarse a unos kilómetros y amontonarse en playas artificiales, Tahiti o Epi. Amontonamiento que es el signo distintivo de la jornada tropeziana, se trate de desayunar en Sénéquier, de tomar una copa en L'Escale o de bailar, por la noche, el ritmo de última moda. Pero el poder mítico del lugar ha llegado a tal extremo que, en los últimos años, todo un sector de la población —el que, francés o no, constituye el «tout Paris» pretendidamente inconformista— se cree en la obligación de, aunque sea sólo durante unos días, haber estado allí. Y, naturalmente, por mimetismo, todo otro núcleo social acude al reclamo de las celebridades, a fin de crearse la ilusión de que, al menos durante el período de vacaciones, las diferencias se borran. Evidentemente, es posible que una mecanógrafa cene en la mesa de al lado de la que ocupa Soraya, pero no es esto lo que las hará iguales. Aparte de que lo que para la mecanógrafa habrá supuesto la privación de todo durante el año, para los tropezianos es, simplemente, una costumbre o casi un rito molesto que hay que cumplir, sacrificando a la moda.

La moda es otra de las grandes invenciones de Saint-Tropez. Hace muchos años, cuando apenas algún familiar de los habitantes de la ciudad o algún inglés ansioso de sol se acercaba hasta allí, Madame Vachon era la única proveedora de vestuario y artículos de playa. Cuando llegó el «boom», su pequeña tienda, de apenas cincuenta metros cuadrados de superficie, se convirtió en el ombligo del mundo en lo que se refiere a tal especialidad. De allí salían los modelos que, al año siguiente, se veían en todas las playas del mundo. Madame Vachon conservó su pequeña tienda, por un afán de plegarse a la especie de tradición que exige que todo en el pequeño puerto conserve su carácter de autenticidad, pero instaló toda una serie de sucursales en los puntos de veraneo más estratégicos. Su muerte, la primavera

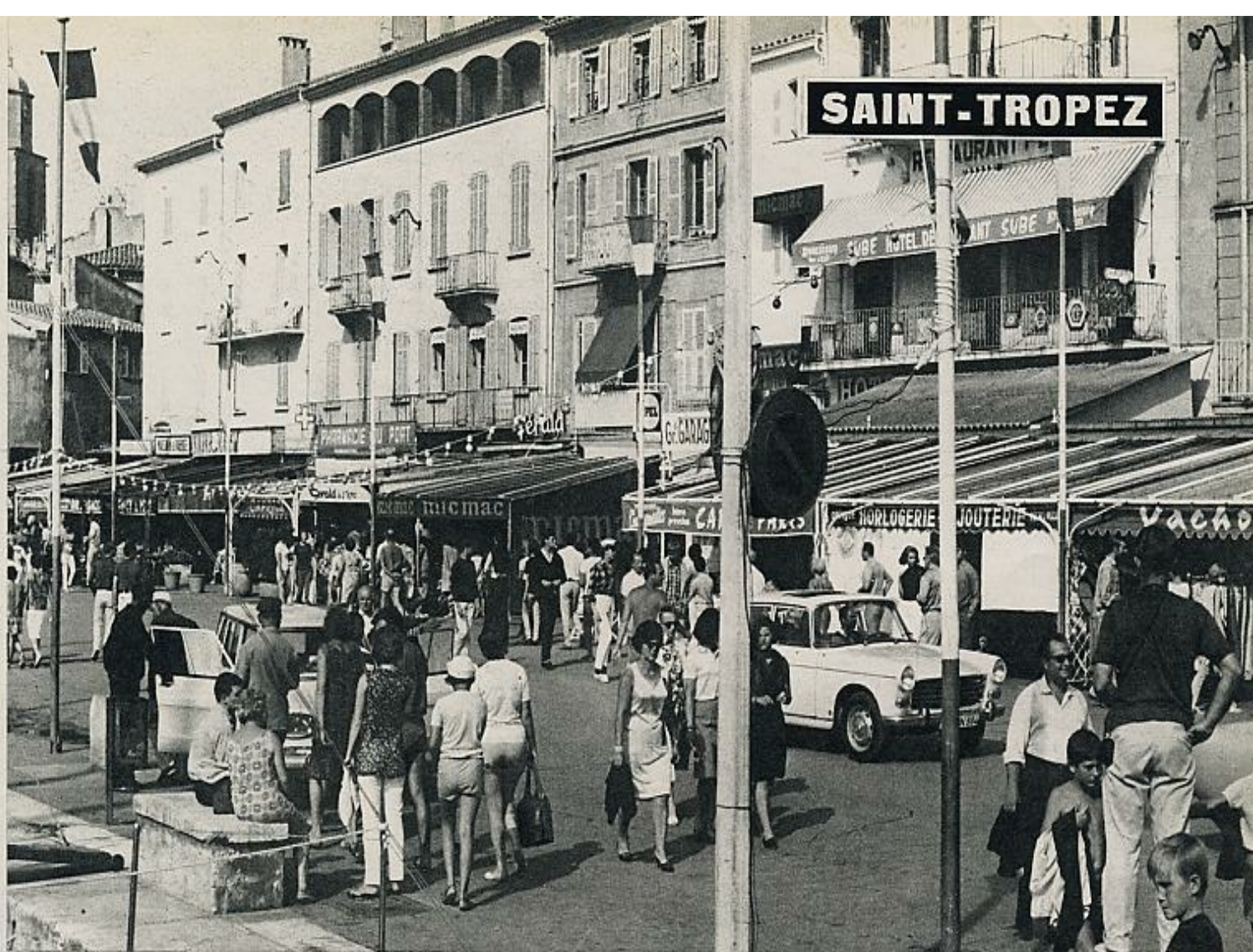
pasada, no ha disminuido en absoluto el prestigio de la tienda, que, a pesar de la competencia directísima que le hace «Chez Choses», sigue siendo el primer lugar donde se dirigen todas las mujeres que llegan a la ciudad, antes de lanzarse a cumplir el ceremonial de la vida en ella. Recientemente las eternas rivales se han encontrado con un nuevo competidor, el «Mic-Mac» de Günther Sachs, el famoso «play-boy» convertido en creador de modas veraniegas. Y desde el jersey de hilo al pantalón de seda, cada año los tropezianos se uniforman y logran que, con arreglo al criterio de estos tres dictadores —que obtienen de ello pingües beneficios— se uniformen al año siguiente todos los veraneantes.

Este año, parece ser que Saint-Tropez tiene problemas. Problemas, naturalmente, mínimos, pe-

ro que parecen preocupar mucho a sus habitantes, fijos o estacionales. De un lado, el prefecto se ha decidido a dar, tímidamente, la batalla de los precios. Y los expendedores de bebidas y dueños de restaurantes, descontentos, se han manifestado en contra por escrito, dirigiendo más de setecientas cartas a la Prefectura en este sentido. Por otra parte, y por primera vez en su historia, Saint-Tropez ha conocido la implantación de la «zona azul». Y los automovilistas se quejan de que ya no pueden dejar, como antes, sus coches en cualquier sitio, para cogerlos al cabo de unos días o de unas horas. El tercer motivo de disgusto para los tropezianos lo ha constituido el encontrarse, a la hora de llegar, con que la plaza de Lices, donde habitualmente se jugaba a las bolas, se ha convertido en un espacio perfectamente ur-

Otro personaje asiduo de Saint-Tropez es el director cinematográfico Vadim, creador de B. B., que aquí aparece en charla con un viejo amigo: el patrón de uno de los restaurantes más conocidos de la ciudad, el «Tahiti».





La luz mediterránea ilumina las calles de Saint-Tropez, siempre llenas por una multitud compuesta por gentes de todos los países, vestidas con las más variadas indumentarias. En ellas puede uno encontrarse con los personajes más inesperados. Aquí está Günter Sachs, célebre «play-boy» y actualmente creador de modas.

banizado, prohibido para los vehículos y rodeado por una acera. Ello no ha impedido que se siga jugando a las bolas, ni que la gente haga cola para cenar en el colindante Café des Arts, pero parece haber sido considerado una desgracia local por los habituales.

Sin embargo, el tema de todas las conversaciones lo proporciona la vecina playa de Pampelonne. Reducto durante mucho tiempo de los naturistas, los bien-pensantes han alzado en los últimos días sus voces contra ella y sus pobladores y la Policía ha iniciado una activa campaña para impedirles que sigan practicando sus costumbres. Hasta ahora podía hablarse de «match» nulo. Los aviones servían para localizar a los infractores de la ley, pero cuando los tripulantes llegaban a tierra no podían demostrar lo que habían visto. Con las lanchas de cabotaje ocurría otro tanto. Y ni que decir tiene que el hecho de que una patrulla pudiera aproximarse en uniforme y encontrar algo que no fueran honestos bañistas enfundados en su albornoces era algo imposible, gracias a la permanente vigilancia de los naturistas. Pero cuando las autoridades se han decidido a dar la batalla con sus propias armas, las cosas han empezado a cambiar. Lo que sirve de agradable diversión en los cafés del puerto, junto con el regreso triunfal de la musa titular de la ciudad, instalada de nuevo en «La Madrague» al lado de su inseparable Zaguri...

(Reportaje gráfico DALMAS)



En el próximo número: **BEIRUT**