

El año negro del turismo

"La mejor prueba de que hay poca gente es el hecho de que nosotros podíamos charlar ahora con usted en lugar de estar trabajando", me decía la dueña de un restaurante de Oropesa del Mar. Salí de Madrid para Valencia con la intención de recorrer la costa hasta Barcelona deteniéndome en los pueblos y playas de verano con el fin de recoger personalmente una impresión sobre la evidente disminución, este verano, del número de turistas extranjeros con respecto a los años anteriores. Saliendo de Valencia, tomé la autopista a Castellón, luego la carretera que va hacia el Norte a través de Benicàssim, Oropesa, Torres-Blancas, Peñíscola y Benicarló. Esta costa, y su continuación por las provincias de Tarragona y Barcelona, me pareció suficientemente representativa. La situación no es, al parecer, muy diferente en la costa alicantina, en la Costa del Sol o en las Baleares. En mi viaje observé ante todo una cosa: que apenas es necesario preguntar a la gente sobre esta cuestión del turismo. Ese es tema del cual habla todo el mundo. La conversación surge espontáneamente y casi sin esfuerzo, sea con el empleado de la gasolinera, con el camarero del bar o con la señorita del club nocturno. En la terraza del café uno oye a los vecinos de mesa hablando con el camarero y tratando de determinar el porcentaje de turistas que ha venido este año. "Entonces, ¿qué calculan ustedes?, ¿un 40 por 100 menos?". "Algo así", contesta el camarero y luego empieza a contar el caso de un hotel que iban a inaugurar en el pueblo, pero que ya no inauguran como consecuencia de la mala situación turística y al cual él tenía que haber ido a trabajar. Pero ya no, y le han dicho, "lo siento, chico, ya te avisaremos".

Hay una expresión o frase hecha con que todo el mundo contesta cuando uno pregunta sobre la situación del turismo. Esta expresión es "se nota".

"¿Parece que han venido menos turistas que el año pasado?", y el preguntado contesta: "Si señor, se nota mucho". "Se nota muchísimo", dijo un muchacho que atendía el mostrador de un restaurante de Benicàssim tan pronto como di muestras de interesarme por el tema. "Yo lo sé, dijo, porque el dueño de este restaurante, que es alemán, tiene un hotel y dice que andan muy flojas las reservas de plaza, tanto para julio como para agosto".

Me contó que, en una playa cerca de allí, acababan de inaugurar un hotel "de cinco o seis o no sé cuántas estrellas" hablan tenido que poner la pensión completa a cuatrocientas pesetas para que fuera gente. "Imagínese usted, cuatrocientas pesetas, que es lo que cobran en cualquier hotel", comentó y dijo luego: "Pregunte usted, pregunte en los hoteles de la costa y verá".

Me detuve en algunos hoteles de varios tipos y comprobé que, en efecto, sobraban plazas en casi todos ellos. Había también muchos apartamentos libres ("A LOUER, TO RENT, ZU VERMIETUNT"), cosa bastante infrecuente en esta época del año. Todos los camareros y dueños de restaurantes con los cuales hablé, me dijeron que

había disminuido mucho el servicio en relación con el mes de julio del año pasado. En Peñíscola un chico me contó que, en otros años, trabajan sin parar de dos a cinco de la tarde y que este verano, sólo de tres a cuatro. El dueño de un restaurante de Oropesa me dijo que este año "han fallado" incluso los españoles, que constituyen los principales clientes de su establecimiento. Ha venido mucha gente a Oropesa, dijo, pero no vienen a comer. Yo no sé lo que ocurre, comen en su casa o se compran algún bocadillo y a vivir".

Una investigación como la que yo estaba realizando constituye un campo ideal para la práctica de lo que podría llamarse la "sociología artística", una especialidad que, en lugar de manejar datos y estadísticas, trabaja simplemente a ojo. En mi viaje he oído con mucha frecuencia afirmaciones sociológicas-artísticas, tales como "este año han fallado los alemanes", o "han venido menos franceses", o "hay menos holandeses que otros años". El empleado de un camping próximo a Hospitalet del Infant



me decía que "lo que nosotros mayormente trabajamos es con alemanes, y, claro, como ha habido el Mundial del fútbol, pues resulta que tenemos menos gente. El dueño de un restaurante de Salou me dijo: "No es que falte turismo, turismo hay como siempre. Lo que pasa es que ha faltado aquella invasión de franceses de otros veranos. Y ya sabe usted que al francés le gusta comer bien".

Aunque la crisis afecta a todos, por lo que he podido ver, los establecimientos más cuidados y mejor servidos son los menos perjudicados por la actual recesión. Los que más parecen sufrir sus efectos son los establecimientos tipo "standard" de turismo masivo y despersonalizado, que no se han preocupado en estos años de asegurarse una clientela fija y que son los establecimientos más característicos del sistema turístico español. No sin cierto legítimo orgullo, algunos dueños de restaurantes y pequeños hoteles aseguran que este año está siendo para ellos un año normal o con escasa diferencia respecto a los años anteriores. Lo mismo puede decirse de los campings y de cualquier otro tipo de instalaciones turísticas. De la presente crisis parece desprenderse alguna lección en este sentido.

Benicarló, Vinaroz, Casas de Alcanar, San Carlos de la Rápita, Ampolla, Ametlla de Mar, Hospitalet, Cambrils, Salou, y más

arriba, desde las playas de Tarragona, Torredembarra, Comarruga, Calafell o Sitges, por todas partes se obtiene la misma impresión, especialmente en los lugares dedicados exclusivamente al turismo, o en aquellos que, por haber sido recientemente desarrollados para esta industria, no tienen siquiera un antiguo veraneo que los sostenga. La creencia más generalizada es que este año ha venido un 60 por 100 del turismo del año pasado. Muchas de las personas con quienes hablé se inclinaban, mirando las cosas como suele decirse, a ojo de buen cubero, y a falta de estadísticas fidedignas, por esta cifra. Otros más pesimistas hablaban del 50 por 100, y el optimismo se manifestaba en la confianza de que la situación mejorara un poco a fines de julio y principios de agosto. La imagen más dramática de la situación la obtuve en mi conversación con el dueño de un puesto de "souvenirs" instalado en la carretera, en las proximidades del Delta del Ebro. Me detuve junto al puesto y estuve largo rato charlando con el dueño y con su mujer. Habrá pocas cosas tan tristes en el mundo como un puesto de "souvenirs" del turismo. Es como una caricatura del país, y lo que allí se vende ya no lo representan. Hay muchos puestos de este tipo en la costa mediterránea, uno de carácter turístico-agrícola, con ristra de ajos y grandes bolsas de naranjas y limones colgadas formando banderas. En los de lo que se llaman "artesanía" no hay más que objetos de loza sin gloria, desde platos y jarros de vino hasta paragüeros, cestería, objetos industrializados de madera o cueros y un sinfín de baratijas. Es posible que, buscando atentamente, por las largas estanterías pueda encontrarse una pieza bonita. Pero la impresión de conjunto es deplorable y da la sensación de que se ha quemado todo lo más feo que se produce en el país para destinarlo a la venta turística.

Pues el dueño de este puesto, apenas le dije a lo que iba y que tenía interés en conocer la situación del turismo, se llevó muy aparatadamente las manos a la cabeza y empezó a lamentarse: "¡Ay!, no se hace usted una idea de lo que es esto". Miraba su loza con expresión nostálgica y decía: "Antes vendíamos estos platos continuamente. No parábamos un momento y todo esto estaba lleno de coches aparcados. Y ahora...". En un momento dado me hizo una exhibición de "estadística-artística" (que es el género de estadística más ampliamente practicado en el país) y empezó a contar los coches que pasaban por la carretera: "Ve usted, diez coches españoles y dos extranjeros". Y añadía bajando la cabeza: está fotut aixó, noi; decía que por las noches no podía dormir y que se enfurecía viendo la televisión cuando afirmaba que habían mejorado las perspectivas del turismo. Su mujer intentaba tranquilizarle, pero él, volviéndose a mí y señalando los coches extranjeros que pasaban velozmente por la carretera en dirección a Barcelona, y, decía: "Mírela, mírela cómo se marcha sin comprar ni un triste plato". Y repetía: Està fotut aixó, noi. ■ LUIS CARANDELL.