

Un cap de setmana al pitjor hotel de Lloret

Dos periodistes editen un llibre sobre la seva estada

Un periodista i un fotoperiodista barcelonins han volgut retratar els comportaments dels joves turistes que busquen festa, alcohol i platja. Per fer-ho, van buscar a Internet l'establiment amb pitjors valoracions i van decidir passar-hi un cap de setmana. El resultat ha estat el llibre Lloret Paradise que qüestiona aquest model de turisme que es troba en nombrosos punts de l'Estat

DAVID JIMÉNEZ LLORET DE MAR

Què fan els joves turistes a Lloret? Per què es produeix el "balconing"? Quin és el model de turisme? Aquestes són algunes de les preguntes que s'han fet els barcelonins Jesús Martínez (periodista) i Marc Javierre (fotògraf professional) i que han intentat traslladar al llibre Lloret Paradise (ediciones Carena). Per fer-ho, van rastrejar les xarxes socials i van buscar l'hotel amb pitjors valoracions, van reservar dues habitacions i van passar-hi un cap de setmana, en concret, el 12 i 13 de juliol de 2013.

El seu treball sorgeix com a continuació d'un altre llibre, BCN Tourist, on feien un recorregut per les parades de l'autobús turístic per seguir al turista. En paraules de Martínez, es tracta d'un projecte periodístic basat en un treball "antropològic" que "no mostra el que la ciutat ofereix, sinó el que els turistes fan". En el nou llibre, "agafem una de les modes que hi ha, com és el "balconing" per posar en entredit quina política de turisme estem duent a terme, no només a Lloret, si no a la costa catalana i a Espanya", relata Martínez. Un turisme que "no és cultural", per posar un exemple, sinó que és el del "diners pels diners", afirma.

El llibre està estructurat en una primera part amb grans imatges. En la segona, una descripció de què s'hi van trobant, escrit en format de "prospecte de medicament": la "malaltia del balconing", la seva definició, una localització del focus, les fases, un pronòstic, el tractament i finalment els consells de prevenció.

L'hotel l'anomenen "Montgomery" (el nom no és el real), amb comentaris a Internet com: "Era sorollós, no tenia aire condicionat, televisió ni telèfon. Vam tenir les portes obertes tota la nit, ja que estava tan calent... No vam dormir fins a les sis del matí, perquè els alemanys corrien pels passadissos i picaven a les portes. Espantós per a la meva filla de 13 anys".

Així, es van dirigir fins a l'hotel, que disposa d'unes normes. Els dos periodistes asseguren que al final de la seva estada "cap s'ha complert". El primer contacte els serveix per veure els fulletons de la recepció amb tot tipus de promocions, discoteques, xous...

A continuació, es disposen a visitar els recorreguts que els joves fan pel municipi. Segons Martínez, "vam seguir els nois i noies, en una espècie d'observació de camp" i puntualitza que han intentat "fugir de les visions preestablertes. A vegades el periodista corre el perill de construir una història concreta abans d'anar al lloc dels fets". Durant el recorregut, descriuen els aparadors, els locals per menjar, les botigues de souvenirs, la platja i l'ambient que es viu al carrer.

Cap a les set de la tarda, té lloc el que descriuen com la "peregrinació al supermercat" on es carreguen grans quantitats d'alcohol i s'organitzen les primeres festes als hotels i, més en concret, als balcons. Després de la "prefesta", es traslladen al centre i als locals. Cap a les tres de la matinada, arriben a l'hotel els primers grups i constaten que la festa torna als balcons. "Una festa continuada, fins i tots els mobles anaven d'una habitació a l'altra". "No és que anéssim a veure si algú es llançava, però sí que vam veure que és molt fàcil fer el que els dona la gana", relata Martínez. Pels periodistes, "els joves es comporten així perquè van en grup" i, tot i que hi ha unes normes, "no es compleixen" i "tampoc es fan complir". En aquest punt, descriuen la situació als balcons, la brutícia que cau d'ells i els comentaris dels joves embriagats. "Vaig "parlar" amb un que assegurava haver-se pres 20 "cubates", i tenia 20 anys...", recorda Martínez d'una d'aquelles nits.

La segona tongada de joves arriba cap a les 5 o 6 del matí, quan tanquen les discoteques. En aquest cas, "van directament al lliit". Al dia següent, pocs esmorzen a l'hora (de 8 a 10 del matí), "van a la piscina, passen la ressaca i a les set del vespre tornen a començar" el mateix procés, diu Martínez.

El llibre recull tot tipus de detalls i després dels dos dies constaten que la imatge que "ens vam trobar a Lloret és un "fes el que vulguis"". "Veus que és fàcil fer el que et dona la gana" i "ens va cridar l'agressivitat" dels joves. "S'ha de fer alguna cosa", diuen, perquè "com que paguen, i el turista és el client, no es diu res".

Els periodistes, diferencien el "turista" del "viatger". Aquest últim és el que "explora" i surt dels recorreguts habituals. Per això, consideren que cal un canvi de model turístic, tot i que hi hauria "un llarg debat sobre què és el turisme". Conscients que perillan negocis, afegixen que són els polítics els que han de vetllar pel bé col·lectiu. Veuen bones les mesures com l'última campanya de l'Ajuntament #ViuLloret, que mostra els atractius naturals, culturals i esportius del municipi. Amb tot, creuen que han d'anar acompanyades de mesures per evitar actituds "fora de lloc", aplicant la llei, i evitar que les ciutats es converteixin totes en iguals: "mateixes botigues, souvenirs, comportaments...". "L'emoció de veure, compartir i descobrir s'està perdent", sentencien.

Font del document:

http://www.diaridegirona.cat/selva/2014/07/20/cap-setmana-al-pitjor-hotel/679474.html?utm_source=rss