

# SEAMOS HONRADOS

Hace días que llevábamos la intención de escribir algo sobre lo mucho que este año dice sobre turismo la «vox populi» y también sobre lo mucho que no dice. Porque bien es verdad que hogaño han ocurrido muchas cosas y todas ellas dignas del más jugoso comentario. Veamos:

**La temporada empezó mal.**— Realmente los meses de mayo y junio fueron para crispar los nervios de la persona más templada. Los más exagerados tomaron la posesión de los aguafiestas y, desprovistos del catalejo y radar que usan en su pronóstico los documentados, auguraban para el turismo un fin tan triste y desolador como hoy sería, para nuestra economía toda, el hundimiento y desaparición de nuestra ciudad flotante. Muchos fueron los motivos, que a la suma de sus diversas parciales, arrojaron en su inicio aquel saldo tan deplorable. Pero visto está que la más solemne y principal radicaba en las pésimas condiciones de un tiempo desaparecible. Y prueba de ello ha sido que a la hora de la cáncula registramos de nuevo el completo de los años anteriores, sin que la cuestión argelina, ni la regia admonición para el ahorro de divisas, hayan tenido a la hora de la verdad la importancia que se les atribuyó en un principio. Pero esta mengua ha sido un hecho real y, aunque salvada más tarde, por lo menos ha servido para que cada cual desde su puesto recapacitara sobre el valor e importancia del turismo y del retroceso que para la ciudad sería el que algún día pudiera desaparecer una de las industrias de mayor enjundia y riqueza.

**Las cosas, como son.**— Puede que el día de mañana consigamos el título por derecho propio. Pero hoy por hoy, no podemos olvidar que el turis-

mo todavía en gran parte se nos acerca por la ventaja que tiene su divisa sobre el precio a que le facturamos sus estancias. Basta una simple mirada para convencernos de que en el ochenta por ciento de los casos los turistas nos llegan en plan de ahorro porque a lo sumo no pasan de figurar en la clase media. Por tanto nuestra política debiera ser muy distinta de como la venimos practicando.

Según nuestros informes, y para resarcirse de las ganancias que se perdieron al iniciarse la temporada, hay quien ha facturado artículos y servicios a mayor precio de lo debido. El que verdaderamente quiera acabar con el turismo no tiene más que echar mano de tan nefasta medida. Pero como el turismo debe entenderse patrimonio colectivo, no podemos en buena lógica tolerar que nuestra herencia quede a la merced y albedrío de unos cuantos desaprensivos. Leyes y medidas represivas existen para ello. Pero nos parece que la más práctica y contundente sería la que vamos a tratar en el capítulo siguiente.

**Dos palabras.**— Hay que ver el efecto que pueden producir dos palabras, cuando además de ser precisas, son bien administradas. Ejemplo:

La Junta Local de Turismo que hoy por hoy es la más directa encargada de velar por nuestro prestigio turístico, debería editar unas placas con el escudo de la ciudad coronando una leyenda que dijera: «Establecimiento recomendado». Estas placas, en el momento de su creación, deberían ser expedidas a todos los establecimientos que las solicitaran para colocarlas junto a la puerta de su acceso. Sería como un brindis a la confianza que a todos y sin distinción otorgaría el organismo rector para en un principio dar a todo el mundo patente de honradez y seguridad de que el compromiso que la Junta adquiere ante el turista va a ser muy bien administrado. La pulcritud entonces se impondría como nunca, porque el castigo de cualquier infracción representaría la retirada de la placa, que podría ser por una temporada o a perpetuidad según fuera el calibre y naturaleza de la falta.

Si esto a ustedes no les parece bien, saben que humildemente y de antemano estamos dispuestos a retirar esta iniciativa. Con lo que no vamos a transigir es con el error y la mala fe que suponen tales desmanes, desmanes que casi siempre —y fíjense ustedes en el detalle— suelen partir o cometerlos quienes nada dan o nada hicieron por el turismo.

**Suma y sigue.**— Ya sabemos que existen personas superdotadas. Sobre todo cuando se trata de hacer el listo (¿) creyendo que el turista es un personaje muy tonto o que anda con los ojos vendados como van por este mundo los más solemnes despistados.

En más de una ocasión llevamos dicho que el turismo es una ciencia como cualquier

otra y que en ella no hay que fiar de los que a la misma se arriman como a un banderín de enganche y sin la más elemental preparación ni el más mínimo sentido de honradez que precisa toda labor al servicio de una causa pública.

Quienquiera que haya viajado sabe que en país extraño toda información resulta tan precisa como preciosa. En nuestra ciudad, las recepciones de los Hoteles se van llenando de carteles y anuncios programando salidas y excursiones todas ellas muy amenas y excelentes. Pero falta la Cartelera de los actos y fiestas que se celebran en la jornada, información que el turista agradecería muy de veras. ¿Quién tiene que componer esta Cartelera y en tantos ejemplares como lugares existen? Ignoramos si la cosa sería ya de renta comercial, en cual caso es posible que ya a estas alturas existieran más de cuatro editoras, porque no hay que olvidar que el copismo en este país lleva ya batidos todos los récords imaginables. Pero lo cierto es que el turista sigue acusando la falta de esta modalidad informativa, y con lo que sin darnos cuenta se contribuye a que con el turista se especule en otros varios sentidos, todos igualmente reprobables.

El día que en la ciudad se inauguró el coso taurino — día que, turísticamente hablando, fué de una gran solemnidad — hubo una gran porción de «misters» que con el señuelo de que iban a presenciar la fiesta brava fueron sin más información embarcados destino Barcelona. Los comentarios a su regreso, y al enterarse de que el mismo espectáculo aquí se había dado sin la paliza que supone el recorrido de doscientos y pico de kilómetros, eran como para ruborizar la cara más bronceada.

Otros varios festivales y audiciones de sardanas, incluyendo el ya célebre Concurso de nuestra Danza en S'Agaró, no han obtenido tampoco la debida publicidad entre los turistas extraños al país y a nuestro idioma.

Por eso entendemos que no sería mucho pedir el que alguien, calificado para una tal misión, procediera a publicar en la próxima campaña la Cartelera de la Semana. Es una cosa sencilla y hasta cierto punto trivial. Pero no hay que olvidar que unas buenas vacaciones, como la felicidad en la vida, dependen también de los pequeños detalles.

**Punto y aparte es.**— solo lo que hoy ponemos al presente comentario. Porque toda una serie estamos preparando y a cual más divertido. Por ejemplo, el siguiente lleva el título de «Servicios Públicos», título que debe ya bastarnos para prometérmolas felices.

*ancora*