

Desde París

ALFREDO BRYCE
ECHENIQUE

NOTAS SOBRE UNAS VACACIONES CRÍTICAS

Ha llegado el otoño a Francia, y se empiezan ya a conocer cifras que son el resultado de mil y una encuestas destinadas a averiguar cuál fue el comportamiento de los franceses durante el último verano. Se empiezan también a poner en práctica las medidas destinadas a corregir o a hacer más soportable el duro invierno que deberá soportar el consumidor. Por su parte, los sindicatos tratan de concertar acciones con miras a defender el poder adquisitivo de trabajadores y empleados. Las primeras huelgas han tenido ya lugar.

Todo esto se podía prever desde antes del verano, pero nada impidió que veintiocho millones de franceses partieran de vacaciones durante este período. Un millón y medio más que el año pasado, a pesar de la crisis, y a pesar de que España, lugar preferido por una gran parte de los *vaccanciers*, no se presentaba tan hospitalaria como en años anteriores. La ETA militar había anunciado un "verano caliente", es decir, atentados y bombas en estaciones de ferrocarril, en aeropuertos, en puntos altamente turísticos de la Costa Brava o de la Costa del Sol. Algunos de estos atentados tuvieron, en efecto, lugar, obligando en un primer momento a los turistas a alterar proyectos establecidos con meses de anticipación. De España llegaban quejas: los hoteleros comprobaban, sin saber muy bien qué hacer, que las reservaciones iban siendo canceladas y que sus hoteles alcanzaban a llenarse a duras penas hasta la mitad. Algo no muy diferente ocurría en Italia y, además, los pre-

cios, sobre todo en España, estaban por las nubes; ciudades como Barcelona o San Sebastián le resultaban al angustiado turista francés casi tan caras como su propio país.

Muchos optaron pues, por no atravesar fronteras. Muchos cambiaron el tan ansiado descanso en la playa, por simples excursiones al campo, donde siempre hay algún familiar o amigo. Otros optaron por las playas del norte del país, o por las grandes playas del oeste. Pero aquel mes largo que solía tomarse la mayor parte de los franceses para sus vacaciones, se vio reducido en muchos casos a tres semanas, e incluso a dos.

El francés, aun cuando está de vacaciones, escucha puntualmente las informaciones que le proporciona la radio. Y lee atentamente sus periódicos favoritos. Día a día las noticias iban presentándole un panorama poco alentador para el día de su retorno a casa. Vertiginosas alzas en los precios de algunos productos alimenticios, nuevas alzas en los precios de la gasolina, de las bebidas alcohólicas, de los cigarrillos. Nuevos impuestos, alza de la cotización por seguridad social. Nada de esto era tan nuevo, en realidad, y todos sabían a qué atribuirlo, por lo menos en buena parte: al precio nuevamente encarecido del petróleo. Sin embargo, el Ministro de Economía, Raymond Barré, tuvo que acudir con espíritu especialmente deportivo a las cámaras de televisión, ante la andanada de críticas recibidas de casi todos los sectores, al cumplir tres años en sus funciones. Según las encuestas realizadas, la mayoría de los franceses consideraba que había fracasado en su lucha contra la inflación y el desempleo.

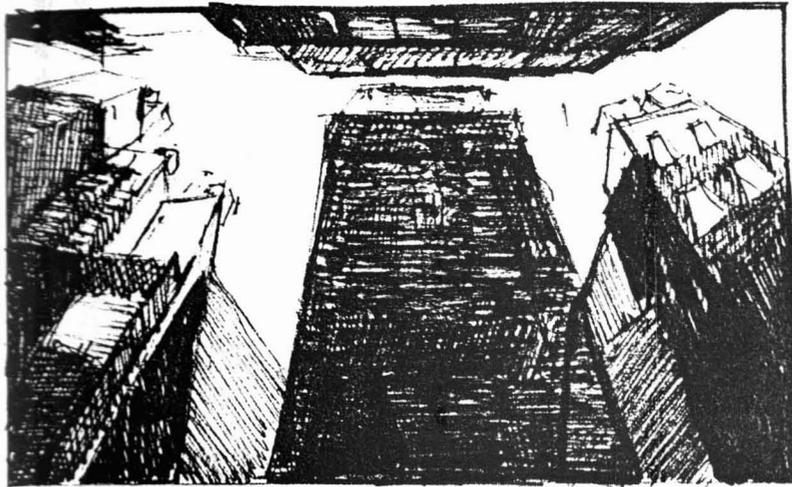
Esas eran las cosas que, diariamente, afirmaban la prensa, y la radio y la televisión. Y todo ello parecía ir repercutiendo nuevamente sobre el comportamiento del francés en vacaciones, verdadera e intocable institución nacional, desde los años de León Blum. Ya no había la seguridad que trae una billetera llena, y aun cuando ésta estuviese bastante llena, los precios eran tales que había que arreglárselas para gastar menos. Las primeras víctimas fueron los propietarios de restaurantes. La gente simplemente se salteaba el almuerzo. Y de noche, a menudo, se limitaba a comer una pizza. Y lo que es peor, una pizza para dos. La gente que antes iba a hoteles de tres estrellas, iba ahora a hoteles de dos. Y los de dos a los de una. Y los de una terminaban incomodísimos en campings repletos como nunca, a los que acudían en camionetas vendedores ambulantes de

sandwichs y bebidas de todo tipo, a menudo sin garantía alguna de higiene. Increíblemente, el verano, época en la que antes se gastaba a manos llenas, es hoy una oportunidad incluso para ahorrar, pues al regresar a París, Burdeos, a Lyon, etc., todo habrá subido de precio. Y todo ello a pesar de que, como señaláramos antes, muchos acortaron sus vacaciones.

En esto, los franceses no sólo estaban cambiando de comportamiento, sino que además se estaban alejando de sus deseos. En efecto, cuando estuvo en el tapete la discusión sobre la semana laboral de treinta y cinco horas (en vez de cuarenta), los líderes sindicales, en una primera reunión preparatoria realizada en Alemania occidental, constataron con pavor que la gente prefería acumular esas horas a lo largo de un año, para poder luego tomarse vacaciones más largas lejos de casa. Preferían eso a regresar cada día una hora más temprano a casa. Triste constatación del aburrimiento que predomina en las sociedades altamente industrializadas, y de la incapacidad a la que ha sido reducido el hombre para organizar por cuenta propia sus horas de ocio.

Incendios y magnates árabes en la Costa Azul

Mis andanzas veraniegas por la Costa Azul me permitieron comprobar que, si dejáramos de lado los frecuentes incendios de bosques y la frecuente presencia de los inenarrables magnates provenientes de los emiratos árabes, poco es lo que ha cambiado. Nada en Montecarlo, en todo caso, donde si uno tiene menos de setenta años, poco o nada tiene que hacer. Igual en Mónaco, donde si uno no tiene setenta millones de dólares, poco o nada tiene que hacer, tampoco. En Saint Tropez sí hay cambios. Y no me refiero a los que introdujeron hace unos veinte años personajes como Françoise Sagan o Brigitte Bardot y la andanada de actores o actrices de cine que, siguiendo su ejemplo, empezaron a instalarse en lo que hasta entonces había sido un pacífico puerto de pescadores. No; ahora de lo que se trata es de una invasión de gente de todas las edades, fortunas, y orígenes. A lo largo de un par de meses, Saint Tropez se convierte en una especie de *democracia desesperada*. A ella llega gente que quiere ver gente, que quiere ser vista por la gente, y que necesita darse la ilusión de ser como la gente que le dio su reputación actual al lugar. Comer o pasar hambre ya no es el



problema. El problema para muchos es simplemente estar en ese exparaiso inventado por unos cuantos afortunados que, a su vez, atraeron a más afortunados. Y que ahora, juntos, atraen a cualquiera.

Los grandes restaurantes ya no se llenan como antes y ha decaído además la calidad de su cocina. El famoso *Papagayo* anda medio de capa caída. Qué importa. La gente acude y se mezcla tanto y se aplica a sí misma tanto la moda, que resulta prácticamente imposible distinguir a un millonario, con yate anclado en el puerto, de un estudiante que, para poder sobrevivir, vende todo tipo de baratijas. Las boutiques abren, prosperan, o quiebran. Vuelven siempre a abrir, con otro nombre. A un lado del puerto, mil pintores le ofrecen a uno hacerle un cuadro o tratan de venderle uno ya listo. Exactamente igual que en la *Place du Tertre*, en *Montmartre*, justo antes de que empiece el verano de *Saint Tropez*.

Nadie parece ser realmente feliz en la *democracia desesperada* de *Saint Tropez*, donde una frivolidad bastante imbécil y angustiada parece ser el común denominador entre personas con medios económicos muy diferentes. Sí, puede resultar divertido "autoengañarse confundiéndose y dejándose confundir con el millonario del yate que preferimos, pero tanta y tan imbécil frivolidad debe resultar muy entristecedora al comprobar que todo acceso a ese yate está vedado. Y también puede parecer fantástico eso de poseer su propio yate y de haber llegado en él al mundano *Saint Tropez*. No lo es así, sin embargo, porque los propietarios no parecen conformarse con su buena suerte. Necesitan exhibirse, exhibir su buena suerte, exhibirse

con su buena suerte. Necesitan todos, por ejemplo, encontrar el mejor lugar posible para anclar su embarcación. Un lugar en el puerto donde pueda vérselos desde las terrazas de los cafés y restaurantes de moda. La mesa se instala en la parte posterior del yate. Aquí estamos. Mírennos, por favor. Y observen que el ramo de azáleas que adorna nuestra mesa es más bello que el del yate vecino. Este verano, estaban de moda las azáleas. Es sabido que el hombre más empropinado de la *Costa Azul*, desde hace algunos años, es el encargado de ubicar los yates en el puerto de *Saint Tropez*. Hace unos veinte años, aquel hombre jamás habría soñado lo rentable que iba a resultarle su humilde cargo.

Por *Saint Tropez*, por el puerto, nadie ve a *Françoise Sagan*, nadie ve a *Brigitte Bardot*, y a tantos otros personajes que años atrás fabricaron el mito de *Saint Tropez*. Esa gente prácticamente no acude al puerto. Permanece encerrada con sus amistades en las maravillosas villas de los alrededores. De ello se entera la gente por las revistas que se ocupan de aquella gente. Pero en los estúpidos sueños de los veraneantes siempre cabe la posibilidad de encontrarla en las callejuelas del puerto, realizando sus compras cotidianas. Y si no, si no se le logra ver, pues se sabe que ahí está, que ha venido como siempre (como "nosotros") a *Saint Tropez*. Uno se parece a aquella gente. Bastante triste el asunto, en el fondo. Y no dejaba de tener razón un buen amigo francés, gran conocedor de los secretos de la *Costa Azul*, cuando me decía: "Hace unos quince años que nadie se divierte en *Saint Tropez*."

Playas superpobladas contrastan indudablemente con el aislamiento lujoso que representan las grandes villas de la *Costa Azul*, escondidas a menudo entre bosques o acantila-

dos. En alguna de ellas está el Presidente de la República, en otra tal Ministro de Estado, en otra algún gran señor de las finanzas. No se les ve. Se sabe de ellos por los periódicos, pero todo el mundo respeta la vida privada de estos hombres públicos en vacaciones.

Claro, no dejan de faltarle a uno oportunidades para ver a los "niños reales" en sus lúdicas y extenuantes excursiones nocturnas. *Caroline de Mónaco* y su *Philippe* esposo, por ejemplo, que con sus festejos, que terminaron con la tradicional volada en pedazos de toda la vajilla, alteran la tranquilidad de nuestra mesa en aquel sensacional restaurant-night club "acuático" que es *La Siesta*. *Ida* y *ya* "la pareja real" con sus amigos de turno, tornamos a nuestra conversación, y una vez más me doy cuenta de que los franceses, este verano, no andaban tan tranquilos. Demasiados incendios. Accidentales algunos, criminales otros, de origen no establecido muchos. Pero en toda conversación, en toda elocución sobre el problema, surge el fantasma de poderosas inmobiliarias. En efecto, cuando no se trata de un loco o de un delincuente, a quién más le va a interesar que un hermoso bosque de la *Costa Azul* sea devorado por las llamas. El Fantasma de las inmobiliarias se hace presente no bien empieza a comentarse el último incendio.

Bueno, terminemos nuestro paseo por la *Costa Azul* tomando un aperitivo en el *Carlton* de *Cannes*, símbolo de una época que la crisis se ha llevado en muchos casos directamente a los bolsillos de los inenarrables emires del Golfo Pérsico. No cesan de hablar los periódicos de grandes ventas en las que grandes hoteles y cafés de toda Francia (*Carlton*, *Ritz*, *George V*, *Café de la Paix*), pasan directamente a manos de estos magnates, o son adquiridos por compañías inglesas tras cuya fachada apenas se esconden los mismos magnates, muchas veces. El fin del mundo, para algunos. Sí, el fin del mundo, efectivamente: ya estaba estacionado el automóvil de la amiga que me llevaba a gozar de las delicias del bar del *Carlton*, y al atravesar la calle, vimos abrirse de par en par una de las grandes ventanas blancas del hermoso edificio blanco. Por ella aparecían al aire algo así como unas enormes sábanas blancas, que de pronto dejaron entrever los rasgos de un magnate árabe cuyos ojos se ocultaban como siempre tras enormes anteojos oscurísimos.

— ¡No puede ser! — exclamó mi amiga—. Bueno, creo que puedo morir-me ya. Lo he visto ya todo.