



**POSTAL
GERUNDENSE**

El verdadero rostro de una tierra

Por JORGE DALMAU

Un Congreso de esperantistas hizo que se editara una Guía de Gerona en aquella lengua.

Nuestra tierra lleva el sino de ser enclave internacional, por lo visto. En el año 1921 había ya fuerzas para llevar eso adelante. Para que nos creamos que ha sido 1900 el gran madrugador...

Pero el idioma, ciertamente, no importa cuando los hombres quieren entenderse de verdad.

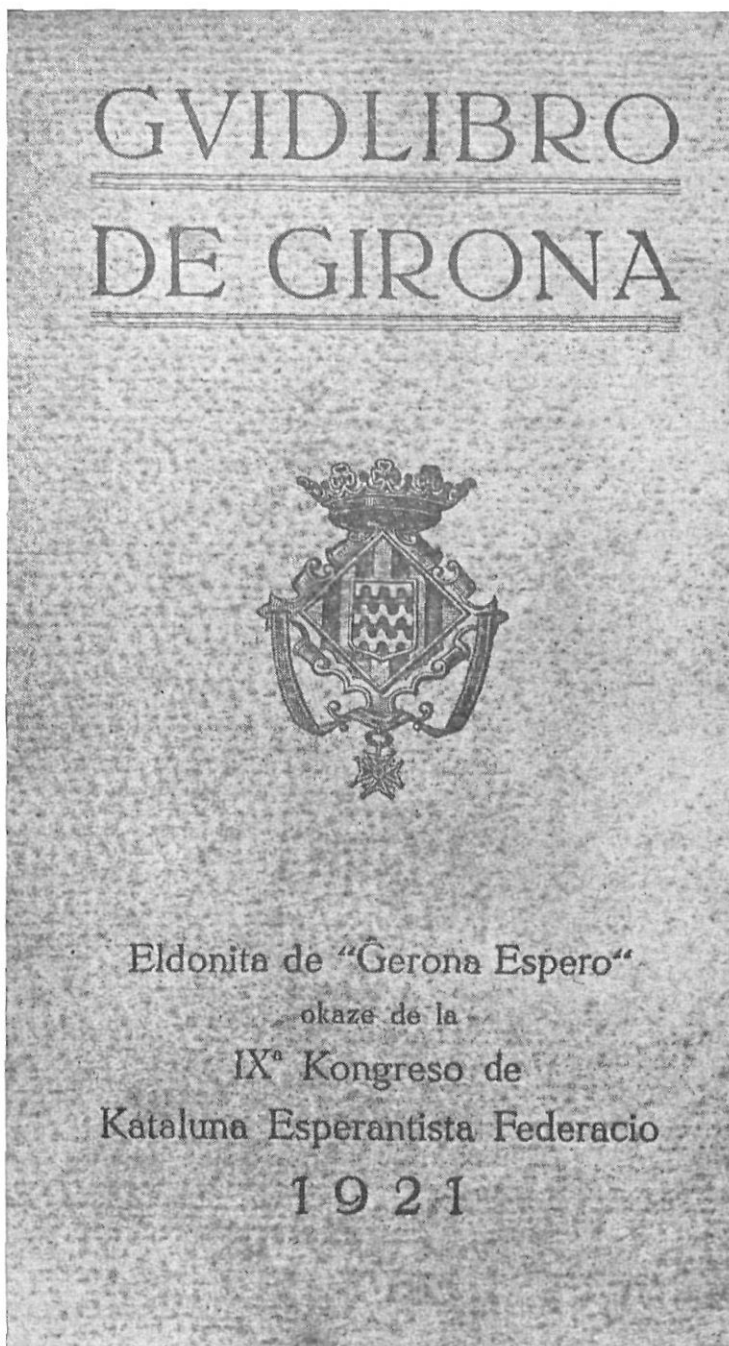
Nuestros padres madrugaron mucho en sus intentos esperantistas, pero hasta que ha llegado la Babel del turismo no se había visto el verdadero rostro de Gerona.

Lo que el esperanto no logró, lo está logrando el turismo. Nosotros no hemos madrugado tanto, pero está ya amaneciendo, que es lo importante.

La manía definatoria hace estragos, a veces. Porque hay cosas que son de mal definir o que, una vez definidas provocan el desacuerdo. Ahora se realizan esfuerzos por definir las ciudades. Se les "cuelga" una slogan y ya está todo dispuesto para recibir turismo, el río más dinámico de la economía nacional. Algo así como ponerle un buen cebo al anzuelo del pescador: Queremos que os detengáis, haced un buen stop. Los indicadores de entrada a las ciudades con slogan recuerdan

aquel sistema tan práctico cuando uno se dirige a una masa numerosa o infantil —lo masivo y lo infantil tienen muchos parecidos: el que desee alguna cosa que levante la mano, la mano derecha. Y así a la entrada de algunas ciudades, en la cuneta derecha, se han levantado indicadores —tamaños grandes sí, tamaño pequeño abstenerse— que desean hacer parar turistas. Como una presa bien alta, para embalsar más y mejor.

Pero el encasillar demasiado es peligroso.



En primera enseñanza nos dieron junto a nombres de ciudades del mundo unas como definiciones; una ciudad se distinguía por su cerveza, otra por su catedral, otra por sus flores, otra me parece que por su niebla; luego uno descubre que aquello no era todo e incluso que aquello no era mucho. Sirvió, eso sí, para que no almacenásemos un montón de nombres sin sentido, sino que cada uno podía tener una cara humana, adornada y viva. El intento de definir es bueno como avanzadilla, o comando intelectual. El verdadero rostro de una ciudad se va conociendo después.

Sí, a veces es peligroso encasillar demasiado. Barcelona plantó en sus entradas: "Ciudad de Fiestas y Congresos". Mucha definición. Equivocada, dijo alguien, porque Barcelona es algo más, no vayan a creer los turistas que aquí nos pasamos el año en fiestas, tumbándonos en la comodidad, o que no les queremos enseñar lo gótico y lo funcional, y las calles estrechas y los oficios de siempre, y el ambiente y el secreto de nuestra burguesía, y etcétera. Cuidado en definir demasiado, que hay turistas a quienes les gustará definir por sí mismos los paisajes y las ciudades. ¿No conocéis la impresionante miranda del Santuario del Far? Sería pueril clavarle un slogan en la baranda: "Hermoso paisaje de montañas"; si acaso se agradecería un mapa de la panorámica con nombres concretos de las sierras divisadas. Queremos decir, ni más ni menos, que en asunto de turismo hay que aceptar el consejo antiguo: o se hace literatura, o se hace precisión o se calla uno.

Sensibilidad no le falta a quien se lanza a recorrer caminos nuevos. Bien está el lazarillo de los guías, se entiende hechas con honradez, pero no creamos ingenuamente que el turista por el hecho de serlo venga a crérselo todo. No tampoco creamos que lo mejor de lo mejor que tenemos es "eso" que hemos definido en un letrado, porque a veces los árboles

de la costumbre no nos dejan ver el bosque de la realidad, y unos ojos forasteros pueden ver cómo es una ciudad mejor que unos ojos acostumbrados.

El indicador con definición facilita algo al turista, quiere darle una síntesis porque se cuenta de antemano con que el turista dispone de días contados y se le facilita así el descubrimiento del verdadero rostro de una tierra visitada. Se le supone que lleva prisa, y casi siempre es cierto. Pero no estaría de más en preparar unos miradores naturales que sin slogan prefabricado sirvieran al visitante la sinceridad del lugar. Que mire sin prisa. El sentido común de Bañolas, por ejemplo, construyó el Mirador del Lago aun antes de que en España entrasen 8.668.772 turistas, que esta es la lectura del contador oficial 1962.

Hay que humanizar o, más exactamente, naturalizar el turismo. Sobran letrados que nos autodefinen demasiado por el lado que nos conviene más. Dejemos que sean ellos quienes dibujen y retraten nuestro verdadero rostro. Magnífica idea ha tenido el Club de la Publicidad, de Barcelona: ha convocado un concurso de reportajes sobre la ciudad, sólo para periodistas extranjeros. Así, valientemente, que nos digan algo nuevo, que se alumbran nuestras cosas escondidas y no anunciadas.

Se ha asegurado que en un solo día del verano 1962 salieron de la provincia de Gerona 125.000 tarjetas postales. No sabremos nunca todas las cosas que se decían de nuestra tierra. Es posible que algo hermoso diría de Gerona alguien que se detuvo gracias a haber leído que ésta es "Ciudad de Historia y de Arte, centro comercial y turístico".

Porque realmente nuestro slogan no es estridente.

No exageramos. Y si a pesar de eso dejan de visitarnos, ellos se lo pierden.