



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Filosofia i Lletres

Memòria del Treball de Fi de Grau

La performativitat turística des del gènere i la globalitat. El cas de *Tsunami*, d'Albert Pijuan

Francisca Aina Cifre Calvó
Grau en Llengua i Literatura Catalanes

Any acadèmic 2021-2022

Treball tutelat per Marta Puxan Oliva
Departament de Filologia Catalana i Lingüística General

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paraules clau del treball: *Tsunami*, performativitat turística, performativitat de gènere, escenes, sexualització, masclisme, empresa, rols, poder

AGRAÏMENTS

A la meva padrina jove, per ser i haver estat la meva segona mare i ensenyar-me a estimar la nostra llengua i la nostra cultura. Sense ella no seria aquí.

A la meva germana Maria de Lluç per ser la meva millor amiga i aguantar-me cada dia. A la meva família en general, sense vosaltres no hauria estat possible arribar fins aquí.

A tu, Josep, per ser el meu pilar fonamental que m'ha sostingut cada vegada que queia, que m'ha escoltat sempre i m'ha donat suport. Sense tu aquests quatre anys no haurien estat tan especials. Gràcies de tot cor, estic molt orgullosa de veure fins on has arribat.

A tots els companys de classe que s'han convertit en família, en especial a na Neus, na Maria Magdalena i n'Elisa. Quin gust haver-vos conegut i quin orgull que sent cap a vosaltres quan mir enrere i veig fins allà on hem arribat. Sou els millors i us n'estaré sempre agraïda.

Als professors que m'han ensenyat a estimar la literatura, Jesús i Margalida, gràcies i gràcies sobretot per confiar en mi.

I sobretot gràcies a la meva tutora de TFG que m'ha acompanyat durant tot aquest procés. Sempre diré que per a mi ha estat un plaer conèixer-te. Marta, gràcies per ajudar-me en tot moment, per ser tan dolça i per ensenyar-me tant en poc temps. Gràcies per tot, aquest treball no hauria estat possible sense tu.

És d'idiota perdut anar en un viatge d'aquests de tot inclòs, amb cada puto minut del dia programat, la gent paga per sortir d'un règim autoritari disfressat de democràcia liberal per entregar-se a un totalitarisme postfeixista.

Tsunami, d'Albert Pijuan

Taula de contingut

1. Introducció i justificació del tema	5
2. Marc teòric.....	8
3. Anàlisi de Tsunami, d'Albert Pijuan	19
3.1. <i>L'escenografia turística</i>	19
3.2. <i>Performativitat de gènere</i>	26
3.3. <i>L'empresa turística des del gènere</i>	33
4. Conclusions.....	39
5. Referències bibliogràfiques	42

1. Introducció i justificació del tema

La literatura catalana consta d'un gran ventall d'autors que han parlat sobre turisme, sobretot enfocat en el turisme local. Això és especialment notori en la literatura mallorquina, que s'ha preocupat de com afectava l'illa. Pilar Arnau diu: "L'aproximació que feren a aquest nucli temàtic evidencia el pessimisme i la crítica pròpia dels intel·lectuals que perceben en les transformacions econòmiques, culturals, lingüístiques i socials, un esdeveniment múltiple amb corol·laris contradictoris i sovint molt negatius". (Arnau, 1999:219). D'entre aquests podríem parlar de l'anomenada Generació del 70 on destaquen autors mallorquins: Maria Antònia Oliver amb obres com *Cròniques d'un mig estiu* o *Cròniques de la molt anomenada Ciutat de Montcarrà*; Gabriel Frontera amb *Els carnisseres*; Gabriel Tomàs amb *Corbs afamegats*, d'entre d'altres. Tots ells escrivien sobre la seva pròpia experiència, d'allò que veien i del canvi que patien tant de sobte.

No obstant això, actualment hi ha un gran gir de perspectiva dins la literatura catalana en què els autors comencen a escriure sobre un turisme global, un turisme de masses que ve de fora. Amb tot això, a part de tractar sobre la globalitat, també és central en aquestes noves obres, la decadència de la burgesia hotelera i la destrucció del territori, així com la crítica i la ironia. Són llibres molt recents d'autors joves, però en podríem destacar: *La mar rodona* de Sebastià Perelló o *Ràbia* de Sebastià Alzamora.

A nosaltres, en concret, ens interessa veure com la literatura catalana contemporània tracta el turisme global, posant èmfasi en la performativitat turística des del gènere. I entenem performativitat com totes aquelles actuacions que hom fa a un lloc i en un moment concret. Parlarem de la performativitat turística i performativitat de gènere perquè, tot i que no es defineixin igual, els dos conflueixen en el punt d'actuació, sigui voluntari o involuntari i amb els comportaments construïts per la societat, en el cas del turisme, per la indústria turística. A més, la performativitat de gènere ajuda a crear unes imatges específiques del turisme així com veure que les empreses estan liderades per homes. Aquest tema no s'ha tractat en la literatura catalana des de la mirada global i la nostra intenció amb aquest treball és contribuir a l'estudi d'aquesta nova perspectiva.

La novel·la d'Albert Pijuan, *Tsunami*, n'és un clar exemple. Albert Pijuan i Hereu va néixer a Calafell (Catalunya) l'any 1985. És llicenciat en Ciències Polítiques i en Filosofia. També té un postgrau en Correcció Lingüística. Ha publicat i estrenat més d'una desena d'obres

teatral, algunes de les quals ha tengut trajectòria internacional, per exemple, *Escola de gossos* (2012) o *Nix tu, Simona* (2011). També ha escrit narrativa i poesia. Alguns exemples són: *El franc tirador* del 2014, *Ramon Llull. Ara i aquí* del 2016, *Seguràs el ritme del fantasma jamaicà* de l'any 2017, entre d'altres. També ha traduït autors com Evelyn Waugh, Dalton Trumbo, H.G. Wells o Robert W. Chambers.

El llibre que tractarem és la novel·la *Tsunami* de l'any 2020, obra guanyadora del premi Ciutat de Tarragona de Novel·la Pin i Soler. Pijuan narra la vida dels tres hereus d'una empresa turística familiar que tenen accions arreu del món, en un recorregut per episodis de la seva vida que van des de que tenen devuit anys fins que han d'afrontar-se a totes les responsabilitats de l'empresa. Mitjançant catàstrofes naturals que no poden controlar, l'autor ens contarà la decadència de l'empresa i l'autodestrucció dels protagonistes. Això no obstant, som molt conscients que no partim de cap treball crític sobre la novel·la, no en tenim cap referència acadèmica. El que tenim disponible són articles d'opinió a diferents diaris: *Tsunami de fills de p***** del diari Nacional; *Negocis, cocaïna i 'resorts': la caiguda d'una nissaga*, del diari Ara; Albert Pijuan: «*Els cacics locals estan condemnats a desaparèixer*», de Catalunya diari; Albert Pijuan: «*Treball per negociació de l'obra anterior*», diari El Temps; *El Tsunami d'Albert Pijuan*, de Núvol. Aquests breus articles són entrevistes i, per tant, són testimonis del propi autor.

L'analitzarem, mitjançant la lectura atenta, des de la performativitat turística i de gènere. Tot i que és un estudi interdisciplinari, sobretot emprarem els camps dels estudis de turisme i els estudis de gènere i ho encabirem dins la novel·la global. D'una banda, els estudis sobre turisme ens ajudaran a analitzar els turistes, és a dir, de quina forma es mouen, actuen i quin patró segueixen i els llocs on es mouen, és a dir, els escenaris com els hotels, les piscines o les platges. Això ho reforçarem amb els estudis de gènere i en concret, ens centrarem amb el concepte de la performativitat de gènere segons Judith Butler, que ens ajudarà a entendre com la performativitat turística actua a partir de la performativitat de gènere, és a dir, com la performativitat de gènere ajuda a crear actituds, comportaments i escenaris concrets pels turistes. A aquesta novel·la entendrem el gènere també en la seva dimensió de masculinitat i no només en estudis sobre dones i obres femenines. A més, la novel·la és molt clara amb el tipus de discurs que ofereix, que és masculista, grotesc i agressiu i també convida a estar en desacord amb les veus narratives perquè opten per un discurs totalment diferent de la veu central. A més,

els Estudis de Gènere també ens serviran per veure com en el sector empresarial hi ha una gran discriminació de gènere.

Amb tot, aquesta és una novel·la que s'interessa per la perspectiva i el negoci turístic global, i reuneix característiques pròpies de la novel·la global perquè ens explica el cas d'una família que té una cadena hotelera, hi surten diverses llengües i els personatges estan hiperconnectats tot el temps. Per tant, el treball es planteja les preguntes de recerca següents: com es representa en la narrativa contemporània la performativitat de gènere dins el món turístic global? Quins elements escènics hi intervenen? Com s'estructuren els rols de gènere dins l'empresa hotelera? *Tsunami* mostra com la performativitat turística s'alimenta de la performativitat de gènere per crear uns llocs i uns comportaments en uns destins hotelers de sol i platja. Aquesta performativitat es genera mitjançant un model empresarial global de turisme liderat per homes que dissenyen i organitzen la indústria turística que volen vendre.

L'estructura del treball és senzilla. En primer lloc, hi ha la introducció i la justificació de la tria del tema, una breu explicació de l'autor, del llibre, l'estat de la qüestió i els objectius que ens hem marcat. Seguidament, hi ha el marc teòric en què explicam els conceptes que hem considerat essencials per al desenvolupament del treball, com la performativitat turística, la performativitat de gènere, masculinitat, dones emprenedores i la novel·la global.

Després, l'anàlisi de la novel·la, la qual es divideix en tres apartats. El primer, l'escenografia, en què hi explicarem de forma detallada i minuciosa els diferents llocs en què els turistes actuen. Aquestes diferents escenes les dividirem en espais interiors dels hotels i espais exteriors, en què destaquen la platja, la piscina i les excursions, uns llocs on el cos està exposat sempre. Seguidament, hi ha una part sobre performativitat de gènere que està explicada seguint el model dels escenaris. Aquesta part és cabdal per al treball, hi veurem els comportaments dels personatges de la novel·la i com s'estructuren envers els escenaris. Finalment, l'empresa turística. A *Tsunami* un dels temes més importants és el món de l'empresa familiar, on també hi haurà qüestions d'herències i conflictes familiars. Finalment, les conclusions en què recollirem tot allò que consideram important i rellevant, descriurem com els conceptes que hem analitzat es compleixen a la novel·la i totes aquelles qüestions que s'haguessin pogut mirar, però que deix obertes per a investigacions futures.

2. Marc teòric

Per poder dur a terme el treball sobre literatura, turisme i gènere, necessitarem el concepte de la performativitat perquè sobretot ens centrarem amb les actuacions i comportaments dels turistes relacionats amb el gènere. Això, ho trobam tant en els estudis de turisme com en els estudis de Gènere, amb significats diferents, però tots dos interessants en la combinació que proposa *Tsunami*. Si més no, veurem com molts d'aquests estudis parteixen de la sociologia, car els conceptes que ens interessin a nosaltres n'estan molt relacionats, Erving Goffman, per exemple. D'altra banda, tractarem tota la qüestió dels estudis de gènere, veurem, sobretot, Butler i el concepte de performativitat. He de destacar que la interdisciplinarietat és necessària per a aquest breu estudi sobre el cos, el turisme i el gènere des d'una perspectiva global. Tot això ens ajudarà a fer una lectura pròpia de l'obra. Així doncs, en primer lloc tractarem el concepte de performativitat, relacionat amb el cos i ho farem des de la sociologia, des dels seus inicis.

Partirem del teòric del turisme Tim Edensor, el qual serà un dels referents principals per aquest treball. És un dels estudiosos que més ha tractat la performativitat turística. En un dels seus articles cita l'obra d'Erving Goffman com a un dels primers autors en parlar de performativitat individual és a dir, de com actua l'individu. Així doncs, la performativitat turística encara beu, d'entre d'altres, dels primer estudis de la performativitat individual que el sociòleg va desenvolupar en *The Presentation of Self in Everyday Life*¹ de l'any 1959. Hem de tenir en compte, primer de tot, que el món ha canviat molt, però aquest llibre ens serveix per a situar els orígens del concepte i per veure com els autors actuals han tractat el tema des del punt de vista del turisme.

Així doncs, Goffman esmenta que una persona qualsevol és un actor quotidià, és a dir, que hom cada dia fa una actuació "He estado usando el término «actuación» para referirme a toda actividad de un individuo que tiene lugar durante un período señalado por su presencia continua ante un conjunto particular de observadores y posee cierta influencia sobre ellos" (Goffman, 1959:33). No obstant això, per aquests canvis d'època, Edensor observa que la proposta de Goffman és una mica pobra pel que fa a l'agència² i la motivació humana (Edensor, 2009:2). És cert que és important veure quins conceptes emprà el sociòleg per analitzar aquesta actuació quotidiana perquè, per al nostre treball, ens pot ser útil perquè els estudiosos del

¹ He fet servir una traducció en espanyol (Torres i Setaro, 1989). En aquest estudi he decidit no traduir les cites per tal de no fer-lo més farragós i perquè he assumit que els meus lectors tenen una competència lectora de les llengües emprades.

² Entenem el concepte «agència» com capacitat de les persones d'actuar de manera autònoma, amb criteri propi i sense subordinació a ningú. (Olid, 2017: 123).

turisme es guien molt a partir de Goffman. A més, els turistes no deixen de ser persones que visiten un altre lloc i, en molts de casos, hi ha actuacions quotidianes però marcades per aquest desplaçament.

En la representació literària del turisme sovint apareix la idea d'un espectacle o d'un escenari on succeeix l'actuació del turista. Erving Goffman ho identifica amb el que ell anomena "façana" de l'espectacle, és a dir, tot allò que compon el rerefons de l'actuació de les persones. A més, n'identifica diferents nivells. Primerament, el d'enmig (setting) que per a ell seria el mobiliari, decorat, equips i altres fons propis d'una escena. Amb qüestions geogràfiques, diu, sol ser fixa aquesta façana perquè "[...] no pueden comenzar a actuar hasta haber llegado al lugar conveniente, y deben terminar su actuación cuando lo abandonan" (Goffman, 1959:34). En segon lloc, hi ha el que ell anomenaria "façana personal" on inclou els elements pròpiament de "l'actor": la vestimenta, el sexe, l'edat, el llenguatge, etc. En aquesta "façana" hi inclou el que seria l'aparença (appearance) i els modals (manner). Edensor recupera aquestes idees amb el concepte d'*habitus* que, en certa manera el sociòleg també en fa referència "Cuando el individuo se presenta ante otros, su actuación tenderá a incorporar y ejemplificar los valores oficialmente acreditados de la Sociedad, tanto más, en realidad, de lo que lo hace su conducta general" (1959: 47).

Els estudis de turisme han adoptat tots aquests conceptes i els han emprat per analitzar el turisme, en concret, el turista. Recuperam el que abans he dit de la diferència temporal entre el sociòleg i l'actualitat. Pel que fa als estudis de turisme, més en concret a l'estudi de la performativitat turística emprarem els estudis de Tim Edensor, que ja he citat abans, i Pau Obrador. Així doncs, començaré, primer de tot, per allò que Edensor entén com a performativitat turística.

I want to stress that tourist performances comprise a great range of different enactions in different cultural contexts, spaces and times. They move between the habitual and the selfware, may be improvisional, critical, carnivalesque, conformist and unreflexive, collective or individual, and indeed may be staged or performed by the tourist industry (Edensor, 2009: 4).

Veiem una diferència de perspectiva. Si recordam el parer de Goffman, Edensor diu que aquestes actuacions poden ser individuals, una persona actua de certa manera per ella sola, o produïdes per la indústria turística, és a dir, pels escenaris turístics, per tant, ja hi ha un element motivador al darrere. Conseqüentment, distingeix diferents tipus de turistes que s'emmarquen per la seva actuació. Parla de les actuacions dirigides on els turistes segueixen certes normes

establertes socialment; actuacions orientades a la identitat, que són aquells turistes que cerquen una experiència diferent d'aquella a la qual estan acostumats. També parla d'actuacions turístiques inconformistes, que són aquelles que fugen de la norma sigui per voluntat o no (Edensor, 2000: 71-78).

Així doncs, en un altre treball, Tim Edensor 2000 proposa diferents performativitats en l'àmbit del turisme i com se semblen un poc als espais que proposa Goffman, però com Edensor els ha adaptat a l'àmbit que ens interessa a nosaltres. Per començar, suggereix un apartat per escenificar el turisme. Diu que les activitats turístiques es desenvolupen en diferents escenaris: la platja, la muntanya, als pobles, ciutats..., i aquests llocs estan preparats perquè el turista actui d'una determinada manera i a més, aquests estan controlats per treballadors encarregats de vigilar-los.

Seguidament, distingeix quatre formes diferents en què els turistes s'escenifiquen. En primer lloc, tenim els llocs de rituals i drames escènics que, com el nom indica, són llocs en què els turistes s'endinsen dins tradicions i rituals siguin religiosos o de commemoració històrica. No obstant això, exposa, no és necessari que sempre estiguin dins rituals seriosos, sinó que poden ser carnavalescos com també fer que els treballadors mateixos interactuïn amb els turistes i, per tant, també formin part d'aquesta *performance* i es converteixin en actors (Edensor, 2001: 64-65).

En segon lloc, parla de l'escenografia i del disseny dels escenaris i en destaca llocs com els centres comercials, festivals, barris culturals, hotels, etc., que s'encarreguen de mostrar certs ambients. Aquí és interessant perquè normalment aquests llocs estan marcats culturalment, per tant, hi podem trobar escenaris globalitzats³ amb demostracions interculturals. En tercer lloc, Edensor proposa els espais mediatitzats pels mitjans de comunicació, sigui per la televisió sigui per pel·lícules. I és que en molts de casos, el turisme està molt influït per allò que les sèries de televisió o les pel·lícules mostren. Per acabar, esmenta el paper dels treballadors com a element clau dels escenaris turístics. Ja abans ho menciona i diu que també són els encarregats de fer que les actuacions turístiques es duguin a terme. Els treballadors han d'adaptar-se a l'ambient on treballen i han d'anar vestits i han d'actuar depenent de l'escenari on es trobin. Per això, divideix aquest apartat en diferents rols del treballador, com a directors i escenògrafs que ajuden a controlar l'espai i regulen l'actuació; treballadors que s'encarreguen d'interpretar diferents cultures —que en certa manera no deixen d'actuar— i folkloritzar l'espai i, per acabar, els que

³ Del tema de globalització en parlaré més avall perquè el turisme, actualment, és global i per a l'anàlisi del llibre també ens interessa fer-ne referència.

fan d'intermediaris culturals que intercanvien aquests elements culturals amb els turistes (Edensor, 2001:66-71). Cal destacar que un dels escenaris essencials per al nostre treball seran els hotels que, segons Marc Augé, són uns no-lloc. Augé entén els no-llocs en contrast a allò que entén com a lloc. Diu: "Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no-lugar" (Augé, 1992: 83). És a dir, tots aquells llocs volgudament mancats d'identitat seran un no-lloc. D'exemple, l'autor diu que un no-lloc podrien ser les ocupacions temporals com les cadenes hoteleres (1992:83).

És essencial pel nostre treball veure com la indústria turística ven els escenaris turístics des de la perspectiva de gènere. Moltes vegades, aquestes imatges que ens mostren dels llocs turístics ens arriben mitjançant la postal. En la majoria dels casos, les postals mostren imatges o fotografies idíl·liques del paisatge, el mitifiquen perquè els interessa vendre un producte en concret i ha de ser un producte exquisit i seductor. A més, en moltes de les postals també hi ha dones amb cossos normatius. Diu Rebascall "Muy pronto los paisajes playeros, piscinas de hoteles, etc. empezarán a mostrar señoritas con bañador en primer plano, luego con bañador de dos piezas (bikini) y con actitudes sugestivas (*pin up*), después con medio bikini (*topless*) y finalmente desnudas (*naked*)" (Rebascall, 2017: 126) i afegeix "suelen ser imágenes que pueden definirse como no-lugares⁴ o espacios del anonimato: playa y señorita en primer plano, playa, palmera y puesta de sol, etc. [...]" (2017: 128). D'aquesta idea del "lloc perfecte" se sol dir quan hom es troba davant paisatges icònics «sembla una postal» i compara la realitat amb la hiperrealitat (2017:130). Aquesta concepció de «postal turística» ens servirà per a veure com Pijuan tracta el paisatge, l'escenografia turística i com aquests es troben marcats per un component de gènere. A més, la novel·la contrasta la realitat del lloc amb les postals, amb la idea d'un lloc paradisiac. És a dir, hi ha una distància entre la realitat i la imatge o postal que es produeix d'aquest lloc, com mostra Aina Vidal Pérez amb Chirbes i que nosaltres podem veure treballat d'una altra manera en *Tsunami*, de Pijuan (Vidal, 2022: 19).

El sociòleg i geògraf humà Pau Obrador també és un dels estudiosos clau per emmarcar tots aquests conceptes. Posa èmfasi en la diferència que hi ha en el tractament de la performativitat pel que fa als estudis sociològics, que se centren en la naturalesa de l'espai i comenta que els estudis de turisme han centrat el concepte en l'individu. En destaca el cos i la sociabilitat de les experiències i llocs turístics. Emfatitza que el cos és el mitjà pel qual els turistes visiten i coneixen els destins (Obrador, 2008: 13). Amb la importància del cos, Pau

⁴ En l'apartat dels escenaris veurem el concepte de no-lloc de Marc Augé quan haguem de parlar dels hotels.

Obrador treballa amb els espais de la performativitat i identifica la piscina com un dels espais centrals, un espai emblemàtic en la novel·la *Tsunami*. L'autor destaca cinc formes de veure els turistes en aquestes piscines: la convivència, la domesticitat, la mirada, l'hostilitat i l'avorriment. Pel que fa a la convivència diu que la piscina és el teatre de la sociabilitat on la gent no es coneix, però on poden riure amb els amics, beure una copa o conèixer altres turistes. D'altra banda, les piscines de l'hotel són llocs també domèstics, és a dir, són uns espais molt familiars, on operen les dinàmiques familiars, que tan centrals han estat en la configuració de les esferes de poder del gènere. A més, Obrador observa que la piscina és un lloc privilegiat per a la mirada. La piscina és un espai d'exposició del cos, és un lloc on mires i pots ser mirat. Seguidament, la piscina és un lloc on s'hi produeix hostilitat en el sentit derridà d'hospedatge i hostilitat, un lloc en el qual el turista ha de ser el millor l'hoste. Per acabar, la piscina és un lloc de relaxació, però també és un lloc de no fer res, un lloc per avorrir-se (Obrador, 2009: 91- 106).

Si tornam al concepte de performativitat, Obrador identifica tres usos diferents del tractament de la performativitat en els estudis de turisme. En primer lloc, diu que hi ha la posada en escena —recordem Goffman amb el concepte de “façana”— i esdeveniments turístics. Són tècniques pseudoteatrals pròpies del món de l'espectacle que constitueixen un element essencial de la indústria turística. Aquestes escenes construeixen un món de ficció i realitat, imatge i performativitat. En segon lloc, diu que també s'ha tractat en sentit més general per analitzar el caràcter dramàtic del turisme, esmentant, aquí, Goffman. Hi destaca la importància de les pràctiques corporals en el centre del turisme, perquè diu que s'ha d'entendre en connexió amb la vida quotidiana i no com un camp social independent. En tercer lloc, diu que el turisme no és tan sols un món de rutines i repeticions, sinó que també és un moment en què les regles, pràctiques i convencions que regeixen la vida quotidiana són incertes i negociables (Obrador, 2008:14-15).

Lligat amb el concepte de performativitat hi ha les normes, comportaments i formes d'actuar que es defineixen socialment. El concepte d'*habitus* ens ajuda a entendre com s'estructuren aquestes convencions socials. Aquest terme, com el de performativitat, també ha estat estudiat per la sociologia, de forma més remarcable per Bourdieu. Podem entendre el concepte com “los «sujetos» son agentes actuantes y cognoscentes dotados de un *sentido práctico*. Las prácticas son el producto del aprendizaje del juego social; que le permite saber al agente lo que hay que hacer en una situación determinada [...]” (Capdevielle, 2011:39). És a dir, *habitus* són totes aquelles capacitats adquirides que permeten als individus moure's en un determinat camp i interioritzen certs esquemes de conducta i pràctiques socials.

Si ho hem de relacionar amb el camp que a nosaltres ens interessa, en els estudis de turisme s'ha parlat d'actuar adequadament com a turista. Ja hem vist que molt sovint surt la idea "d'actuar com a turista" seguint unes normes ja establertes. Si més no, aquestes normes no només són importants pel que fa a com es comporta el turista sinó que, com diu Obrador, en la performativitat turística s'ha posat molt d'èmfasi a com actua el cos.

Tourist activities like sea bathing, trekking, skiing or surfing can only be fully understood if we take into account the corporal capacity to configure human experience, to open new geographies, to make new connections and assemblages and spatialize meanings and utopias. The fact is that on the beach tourists are actively savouring the embodied pleasure of being touched by the sun, and not only passively struggling to fulfil the beauty cannons that society imposes upon us [...] (Obrador, 2003: 56).

Com s'observa en aquesta cita, el turista gaudeix del cos. Més concretament, podem pensar l'actuació d'aquests cossos dins d'un habitus establert: els cossos han de seguir uns patrons, sobretot sexualitzats. El sector del turisme ha determinat de manera significativa aquests patrons de gènere en la configuració dels seus espais i les pràctiques que tenen lloc en aquests.

Però si hem de parlar de gènere i sexualitat, abans caldria parlar de què s'entén per sexe i gènere. Nosaltres ens centrarem en la performativitat de gènere segons Judith Butler que enllaça, també, amb el tema que ens interessa i que té una gran força en els estudis de gènere. Serà important entendre com funciona la performativitat en qüestions de gènere perquè també hi ha uns codis establerts als cossos. La performativitat de gènere ha servit per explicar de manera molt clara com es produeix la construcció del gènere i del sexe. És una idea que s'enllaça amb el que diu Obrador. Així doncs, parlarem de dos llibres essencials de Butler *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity* (1990)⁵ i *Bodies that Matter: on the Discursive Limits of Sex* (1993).⁶ El fet d'emprar dos llibres de la mateixa autora simplement és per reforçar la idea de performativitat. La tesi essencial de Butler és que l'orientació sexual, la identitat sexual i l'expressió del gènere és un constructe social, és a dir, és el resultat d'una construcció social, històrica i cultural. Per tant, proposa que no existeixen rols de gènere biològicament parlant sinó que es construeixen:

Dichos actos, gestos y realizaciones —por lo general interpretados— son performativos en el sentido de que la esencia o la identidad que pretenden afirmar son invenciones fabricadas y preservadas mediante signos corpóreos y otros medios discursivos. El hecho de que el cuerpo con género sea performativo

⁵ Faig servir una traducció en espanyol (Muñoz, 2007).

⁶ Faig servir una traducció en espanyol (Bixio, 2002).

muestra que no tiene una posición ontológica distinta de los diversos actos que conforman su realidad (Butler, 2007: 266-267)

El mateix veiem a *Bodies that Matter: on the Discursive Limits of Sex* que reforça l'argument anteriorment esmentat, aquí, però, referint-se en el sexe i al cos: “El sexo no es pues sencillamente algo que uno tiene o una descripción estática de lo que uno es: será una de las normas mediante las cuales ese “uno” puede llegar a ser viable, esa norma que califica un cuerpo para toda la vida dentro de la esfera de la inteligibilidad cultural” (Butler, 2002: 19). Veiem certes diferències i igualtats amb els autors abans comentats, per a Butler, la performativitat és involuntària perquè es naturalitza a causa de les normes establertes per la societat. És una diferència productiva perquè la performativitat turística és més teatral que la performativitat de gènere, tot i que de qualque manera aconseguen una naturalització dels comportaments turístics.

A més, enllaçant totes aquestes qüestions, si adquirim el gènere de forma involuntària, la societat té un pes enorme pel que fa als cossos. Dins d'un món patriarcal, els cossos més afectats per la sexualització i les normes són els de les dones. Segons diu Rosa Cobo “El creciente proceso de sexualización de las mujeres hunde sus raíces en aquellas estructuras simbólicas que definen a las mujeres como naturaleza, biología y sexo y en aquellas estratificaciones sociales que subordinan, inferiorizan y devalúan a las mujeres” (Cabo: 2015:9). Per tant, tot i que hi hagi la voluntat de desmitificar la concepció biològica del cos, està tan assumida per la societat que és molt difícil aconseguir-ho. D'aquí venen totes les idees de cos normatiu.

No serà fins als moviments del feminisme radical que proposaran veure la dona com a subjectes i no com a objectes, intentaran canviar tota aquesta cultura patriarcal. No obstant això, el patriarcat veurà aquest moviment òptim per “colocar en el escenario simbólico un modelo normativo de feminidad sobrecargado de sexualidad a fin de satisfacer los deseos sexuales masculinos” (Cabo: 2015:12). Per tant, podem veure com totes les idees de cos normatiu que han arribat a dia d'avui no són més que premisses masculines. El problema rau en què aquesta concepció de la dona penetra molt fort en els ideals del món, ja que “[el sistema social en su conjunto, tanto el imaginario simbólico como los entramados sociales, está organizado para que el modelo hegemónico de feminidad, centrado en la sexualización de las mujeres, pueda reproducirse socialmente” (2015:13).

Totes aquestes normes, que venen d'anys enrere, s'han remarcat encara més a causa de la televisió o la publicitat. Així ho confirma Mari Luz Esteban, i cit textualment: “El cuerpo de

la publicidad y de la imagen está ligado en muchas ocasiones a la sexualidad, normativiza un determinado tipo de deseo (heterosexual) y presenta una definición de los papeles sexuales y sociales femeninos y masculinos que asocian la pasividad a las mujeres y la actividad a los hombres” (Esteban: 2004: 76). A més, aquestes imatges perfectes de les dones estan marcades per cànons estètics d’estar prim i joves, són metàfores de perfecció, atracció i èxit (Pastor: 2001:7). Aquí recuperam la idea de Rabascall i les postals turístiques, de com el cos de la dona es va exposar —i encara ara— en les postals turístiques per vendre, bàsicament, un producte.

Aquests perfils tan marcats arribaren al món del turisme. S’ha de tenir en compte que el turisme és una exposició del cos, els cossos són una de les parts més essencials, ja ho hem vist abans.⁷ Les platges són un dels llocs amb més demanda turística. La sexualització del cos femení va culminar quan es va inventar el biquini (Obrador, 2008:10). En els estudis de turisme, la qüestió del cos ha estat molt estudiada, Margaret Byrne esmenta: “Al investigar sobre el turismo, analizamos los procesos y resultados de las prácticas de alteridad, incluidos los estereotipos, los prejuicios, la autopromoción forzosa de los cuerpos” (Byrne, 2005: 30). Però es pot relacionar perfectament la relació del cos normatiu, és a dir, el seguiment del cànon de bellesa establert socialment, en el turisme.

No només hi ha cànons de bellesa per a dones. A Espanya —península— que ens és proper, durant el franquisme hi hagué les figures del *donjuán* i *el Rodríguez*, dos perfils d’homes que seguien una sèrie de normes establertes socialment, sovint masculistes i dominants. Mary Nash els descriu així: “El Rodríguez es un hombre de mediana edad, marido ejemplar y cabeza de familia, hombre profesional y único sostén económico de una familia tradicional” i afegeix “El *donjuán* del turismo, cualificado de “legión de pura raza se arroga la bandera de supremo seductor de las turistas con la necesidad constante de manifestar su hombría en público y de contar sus hazañas sexuales” (Nash, 2018: 26 i 31). D’aquí en podríem destacar el que s’ha anomenat masculinitat hegemònica:

es la configuración normativizante de prácticas sociales para los varones predominante en nuestra cultura patriarcal, con variaciones pero persistente. [...] Relacionada con la voluntad de dominio y control, es un corpus construido sociohistóricamente, de producción ideológica, resultante de los procesos de organización social de las relaciones mujer/hombre a partir de la cultura de dominación y jerarquización masculina (Bonino, 2001:9).

⁷ Els cossos són l’element essencial a l’hora de fer coses quan hom és turista perquè són els cossos que estan exposats al món tant a l’oci com al descans.

És a dir, veiem que aquest prototip d'home és masculista i dominant. Al mateix temps, es crea una figura per a la dona estrangera, *la sueca*. Mary Nash diu:

Revelaba una feminidad activa, capaz de desestabilizar las narrativas de género del régimen a través de interacciones culturales y sociales. [...] En efecto, la mirada local hacia la turista fomentó el establecimiento de una nueva representación de la feminidad que estaba fuera de lugar en los estrictos códigos morales y sexuales franquistas. [...] Ella se convirtió en todo un ejemplo de permisividad sexual, de empoderamiento femenino, además de los atributos asignados de autonomía, modernidad, belleza, juventud, blancura y ascendencia aria (Nash, 2020: 44).

Més en concret, i encara més a prop, quan el turisme arribà a Mallorca —que fou un *boom*— també es va crear una figura específica dels homes, els *picadors*. Els descriu Pilar Arnau: “Els joves mallorquins apareixen com uns masculistes desvergonyits que aprofiten qualsevol ocasió per mantenir relacions sexuals amb les estrangeres [...] Els *picadors* acostumaven a justificar el seu comportament al·ludint que «les estrangeres venen per això»” (Arnau, 1995:150). I, així com passà a la península Ibèrica, la dona estrangera també armà escàndol d'entre la societat mallorquina “La dona estrangera, malgrat ser pensada com objecte sexual, esdevé activa a la recerca de plaer, una característica que es demostra com un atractiu més enfront de la dona mallorquina de classe mitjana [...]” (Barceló, 2018: 161). Aquests models que es crearen entorn del turisme dels anys seixanta, potser ens són útils per a l'anàlisi d'aquesta novel·la, en alguns aspectes aquests patrons no han canviat gaire.

Seguidament, ens cal comentar que la performativitat de gènere també és visible en el sector empresarial turístic. En el món anglo-europeu contemporani és ben sabut que hi ha desigualtat de gènere en el món del treball força dominant, els homes fan feina, majoritàriament, en el sector de l'empresa i les dones, o s'encarreguen de casa i els fills o tenen altres treballs. Tots aquests desavantatges tenen el seu origen en les estructures de poder social del patriarcat: “Una de esas estructuras de control se ubica en la esfera del *trabajo remunerado* donde las mujeres se ven impedidas a realizar ciertos tipos de actividades y limitadas a otros, donde perciben un salario menor y la cualificación es menor o nula” (Fernández & Martínez, 2010: 132).

Situant-nos en el sector turístic, sí és cert que és viable trobar dones amb càrrecs importants dins empreses, però això genera estereotips de gènere força prudents que no permeten avançar les dones dins el món laboral. Segons Gisela Alvarez, que alhora cita Schein et al. (1996) diu: “existe una fuerte creencia (tanto en hombres como en mujeres) de que las características asociadas al éxito gerencial están presentes mayormente en el hombre” (Alvarez,

2019:31). A més, afegeix l'autora, hi ha uns estereotips que perceben les dones com a gentils, sensibles, dependents, passives i il·lògiques i, els homes, com a independents, objectius, competitius i capaços de prendre decisions (2019:32).

Aquesta concepció de les dones dins el món empresarial és semblant a la concepció que els pares tenen a l'hora de deixar una empresa a una filla. Les herències sempre han estat pensades per als fills, no per a les filles, però, com tot, les coses han anat canviant i ara és possible que una dona pugui heretar una empresa familiar o, en el nostre cas, una empresa turística. Meira i Carvalhal diuen:

Leach, citado por García (2001), relata las razones que influyeron en el ascenso de las hijas mujeres en los negocios familiares. La primera de ellas es que la relación padre-hija es mucho más tranquila y estable que la del padre-hijo, y que los padres aceptan más fácilmente los consejos y críticas sobre negocios provenientes de una hija. La segunda es que las hijas son criadas para dar apoyo a las necesidades emocionales, se preocupan por dar armonía a la familia y no tienen como único propósito la carrera (Meira & Carvalhal 2013: 861).

Aquestes premisses no són més que clixés imposats socialment cap a les dones, un cop més. A *Tsunami* molts d'ells es compleixen, és a dir, hi haurà comportaments estereotipats que s'aniran repetint un cop i un altre. Tot això deriva d'un model de família basat en la reproducció i en la genealogia que ha estudiat com a model d'orientació Sarah Ahmed a *Fenomenología Queer*. Aquest model familiar és el que estableix les herències i orienta les premisses que determinen les direccions en què funcionen. Així, els fills hereten dels pares, en aquest cas, seran herències no només de poder econòmic sinó també de conductes heterosexuales i masculistes. Diu Ahmed, sobre l'heterosexualitat que “se convierte en una herencia social así como familiar a través de ese requerimiento incesante de que el hijo vuelva a pagar la deuda de vida con su vida” (Ahmed, 2019:124). Per tant, molts dels comportaments seran herències que els fills han rebut dels seus pares. D'altra banda, també cal comentar que dins de les empreses hi ha la figura de la dona emprenedora, és a dir, de dones independents, autosuficients i capaces de dur i liderar una empresa (Águila, s.d.: 2). Moltes vegades, però, aquesta figura no pot dur a terme aquesta posició que ha estat històricament masculina, com mostra l'obra *Tsunami*.

La performativitat turística té també una dimensió específica global que nosaltres veiem en la literatura lligat a un turisme global, de grans cadenes hoteleres o de masses. Hi ha un tipus de novel·la que se centra en veure aquesta dimensió global i en veure com alguns fenòmens, com el turisme en aquest cas, tenen una dimensió global. Així, argumentarem per què consideram que *Tsunami* d'Albert Pijuan podria ser una novel·la global, quins aspectes hi

veiem. La novel·la global és, avui dia, un marc mal de definir i que sovint ha estat tractada d'anglocentrisme pur. Si és cert, que molts autors han intentat debatre-ho. Neus Rotger diu: "Por el contrario, la novel·la global es entendida como una forma de representación que abre diversas vías de interrogación sobre el mundo, y que participa, tal vez como ningún otro género contemporáneo, en el desigual juego de fuerzas del campo literario transicional" (Rotger, 2022:3). Així doncs, algunes de les característiques implicarien la traducció de la novel·la amb altres llengües diferents a l'original, l'aparició de diferents llengües al llarg de la trama o escenes on apareixen diverses cultures. És a dir, segons Rotger i Puxan la novel·la que es preocupa per la globalitat sovint implica "involving translation, multilingualism, and multicultural scenes, as well as thematic concerns [...]" (Rotger & Puxan: 2021:186).

Un altre concepte que també ens serviria per veure la globalitat en el llibre de Pijuan és la hiperconnectivitat, és a dir, la interconnexió simultània que és pròpia de la societat relacionada amb la globalització, és a dir, el constant moviment entre els personatges que, a causa de tenir els hotels lluny de casa seva, estan obligats a viatjar sempre seguit. Rotger i Puxan diuen, alhora que citen altres autors, que "from a technical standpoint, this shrinking of time and space drives novelists to represent «temporal simultaneity» and multiple geographies (Barnard, "Fictions" 207) and temporal networked structures (Edwards 16), as well as to employ more fitting narrative plot strategies" (2021: 189). Quant a la tècnica narrativa, *Tsunami* presenta una sensació d'acceleració lingüística, és a dir, l'autor no fa servir ni punts ni paràgrafs per marcar les pauses i les diferents trames i, per tant, sembla que hom quan llegeix noti que la història passa molt aviat.

3. Anàlisi de *Tsunami*, d'Albert Pijuan

Tsunami, d'Albert Pijuan conta la història de tres hereus de cadenes hoteleres d'arreu del món, Víctor, Lambert i Sebastià. La trama passa a diferents llocs i durant diferents anys. El primer capítol, any 2004 a Sri Lanka, passa quan els cosins tenen devuit anys i estan envoltats d'un ambient de riquesa, poder i luxúria, no tenen ni obligacions ni preocupacions. Però tot això els dura poc perquè tanquen el monitor de submarinisme dins un armariet just abans d'un tsunami que els marca per sempre. El segon capítol, a Mèxic, els protagonistes ja tenen trenta anys i són els responsables de l'empresa familiar. La trama mostra les problemàtiques i les dificultats que tenen per dirigir la cadena hotelera. Per acabar, l'últim capítol se situa a Sri Lanka l'any 2024. Els tres joves pateixen les conseqüències del que feren vint anys enrere, l'empresa defalleix. En aquest episodi destaca l'interès de liderar l'empresa d'una de les cosines.

Els personatges importants de l'obra són els tres cosins, en Lambert, en Sebastià i en Víctor. A més, també hem de destacar la parella d'en Lambert, na Nu i na Samanta, la germana d'en Víctor i la possible successora de l'empresa familiar. També cal destacar el monitor de submarinisme que acompanyarà els hereus Serrahima fins al final de la novel·la.

En aquesta anàlisi tractarem tres punts importants. En primer lloc, l'escenografia turística, és a dir, descriurem detalladament els escenaris que consideram rellevants a l'hora de l'actuació del turista, tant interiors com exteriors, veurem els elements que els componen i de quina manera s'estructuren dins l'espai. Seguidament, parlarem de la performativitat de gènere, és a dir, analitzarem com actua la performativitat de gènere des de la performativitat turística, com els turistes actuen en sintonia al gènere, com es comporten. Veurem comportaments masculistes, sexistes i com la indústria turística ven imatges perfectes per obtenir benefici. Finalment, un dels eixos centrals dins de la novel·la també és el tema de l'empresa turística global i com aquesta empresa està liderada per homes. Comentarem la problemàtica que tenen les dones per liderar empreses i com es veu reflectit amb na Samanta.

3.1. L'escenografia turística

Com es mostra a la novel·la *Tsunami*, els escenaris són essencials en el disseny i la pràctica de la performativitat turística. Els llocs, els muntatges que hi pugui haver en aquests llocs, condicionen a què una persona, en aquest cas, el turista, actuï d'una determinada manera. A nosaltres ens interessa veure quins espais, quins escenaris turístics dirigeixen el turista a tenir un comportament relacionat amb qüestions de gènere. És a dir, de quina manera els espais que projecta la indústria turística generen comportaments o determinen com han d'actuar les dones o els homes. Si més no, en aquest apartat, ens interessin els escenaris i no els turistes. Per tant,

descriurem els escenaris essencials i els elements que els caracteritzen i els classificarem en espais interiors i exteriors.

Voldríem destacar els hotels, els no-lloc segons Augé, i, en concret, els interiors, per una banda, i els exteriors —la piscina i la platja.⁸ Anirem descrivint cada un dels hotels dels tres capítols fent èmfasi als elements que componen l'espai, tant interior com exterior. D'altra banda, també considerarem llocs importants, les excursions del primer i últim capítol.

El primer hotel apareix al primer capítol i, és a Sri Lanka, un estat situat a l'Àsia Meridional. L'hotel en concret pren el nom de la família Sarrahima: *Serrahima Paradise Hotel*. L'espai interior que cal destacar és l'oficina de l'hotel perquè és un lloc tan sols d'homes. El fet que hi hagi una oficina dins dels hotels és característic perquè les estructures de poder que la dominen són masculines i de possessió de capital simbòlic, en aquest cas d'una cadena hotelera. L'importància de l'oficina com a lloc masculí apareix en l'escena en la qual s'inaugura l'hotel, just a l'inici del capítol, on tots els socis s'han reunit. Sabem que a la reunió hi ha tres homes amb altres convidats:

Han vingut a passar el dia de Nadal en la inauguració institucional de l'hotel, que funciona encara no fa ni mig any, els tres socis, tres marits, tres homes de negocis, tres pares, tres germans, posen l'accent en la mostra de confiança en l'esdevenidor del país que significa aquella inversió, l'obertura d'aquell hotel, ubicat al sud de l'illa en una mansió colonial portuguesa del segle xvi de la qual n'han conservat l'estructura i la façana (Pijuan, 2020: 18).

Aquestes figures masculines que es repeteixen són les mateixes persones. Amb aquesta descripció, podem veure que és un negoci familiar. Un element que voldria ressaltar és una figura de l'elefant, una escultura que duen a l'oficina de l'hotel com a regal de benvinguda. Podríem pensar que és un escenari en què hi ha elements de tradició i rituals, però en aquest cas funciona d'eina folklòrica. Si tenim en compte el lloc en què es troba l'hotel, sabem que la figura de l'elefant és un element simbòlic i de culte perquè “la tradició local li atribueix certes propietats, servirà per protegir l'hotel, o alguna cosa així, i aquesta era la píndola de la saviesa del dia” (Pijuan, 2020:13). Amb aquesta cita, es mesclen tres conceptes interessants, el de l'especulació, el folklorisme que els homes atorguen a aquest hotel i l'aprofitament d'un territori extern que, a més, està en guerra:

⁸ Hem considerat la platja com si formàs part de l'exterior de l'hotel perquè són hotels de costa, per tant, se situen molt a prop de la mar.

Si hi ha un antídote per a un país gangrenat per la guerra és el turisme, i aquest antídote només té dos components actius, persistència i inversió, quan el món descobreixi la Perla d'Orient es necessitarà tanta mà d'obra en el sector hoteler que tots els milicians hauran d'abandonar les metralletes per aprendre a *carregar* una bona pinya colada (2020: 19).

D'altra banda, un altre escenari important pel que fa a l'hotel, és la piscina, un lloc en què hom està exposat a la mirada de tothom. Si recordam Obrador (2009), podem relacionar la piscina com a lloc de mirades i de convivència. Els tres joves, en Lambert, en Sebastià i en Víctor, es passen cada dia a les hamaques de la piscina bevent i xalant “al matí tenen programat anar a fer submarinisme, però potser val més continuar emborratxant-se i arribar a to a l'hora de dinar i, després, la segona franja, això sí que ho tenen clar, emborratxant-se com cal” (2021:18). Per tant, ja tenim una primera idea de l'espai i com es caracteritza: una piscina, hamaques, parasols i cambres que els serveixen la beguda. És un espai mediat per convencions socials.

Seguidament, el segon hotel també és un espai que cal caracteritzar i surt al segon capítol. És a Puerto Vallarta, Mèxic i es diu *Serrahima Nayarit Grand Hotel*. D'aquest hotel, en destacarem l'espai interior, el lloc on els personatges passaran més temps i, per descomptat, l'exterior, que en aquest cas, serà platja. A diferència del primer hotel, en aquest capítol l'autor en fa una mena de descripció, breu, però que ens ajudarà a situar-nos i a fer-nos una idea de com és i com s'estructura. Ho veiem aquí:

L'enèsim *detallet* que, a judici d'en Víctor, marcava la diferència de l'experiència dels Serrahima Hotels, havia instal·lat a la recepció del bloc del complex més proper a la platja una espècie de matalàs *king size* penjat del sostre, una barreja de gronxador i hamaca minat de coixins per ajudar a trobar la postura, uns ventiladors a l'interior i altaveus amagats en alguna banda que emetien interrompudament l'efecte de so d'un rierol, i per entrar-hi havies de saltar unes pedres que limitaven una bassa imaginària (2020:110).

Un hotel d'experiència, un lloc de tranquil·litat, de desconexió, de no-lloc —recuperant la idea d'Augé, en què els visitants no s'identifiquen en res ni amb ningú, simplement són allà. L'inici del capítol capgira un poc la trama perquè surt l'escena d'una habitació en què hi ha dos treballadors: el patró i una animadora. És important el fet de ser una habitació perquè és la cambra del patró, d'un home que tan sols té intencions sexuals.

Però en aquests escenaris no intervenen tan sols el mobiliari de l'hotel i com estan col·locats, sinó que els treballadors també són essencials perquè ajuden a fer que la performativitat turística es dugui a terme, segons la categorització d'Edensor. En concret, ens situam a l'arribada del primogènit Lambert i la seva al·lota, Nu. Aquests, just a l'entrada de

l'hotel són rebuts amb confeti, amb treballadors vestits de mexicans (amb el capell i la vestimenta corresponent), amb música i una conga, d'una manera o altra hi ha una posada en escena cultural, folkloritzant la cultura del país.

L'hotel de Mèxic també és un lloc intercultural i, per tant, global, d'hiperconnexió i d'un cosmopolitisme clixé. Això es plasma amb la varietat culinària que l'hotel ofereix als comensals. Just després de la benvinguda, el cosí de Lambert, en Víctor, els dirigeix cap al restaurant amb el nom *Cocinas del Mundo*, amb això ja caracteritza la globalitat que hem esmentat:

Tens el Menú Americà, que són hamburgueses, el Menú Mediterrani, que són amanides i truita de patates, el Menú Asiàtic, *noodles* amb coses, i el Menú Mexicà, qualsevol aliment triturat amb picants, l'altre restaurant de l'hotel és exclusivament de sushi, n'hi ha un altre que és per als vip [...] i l'últim és el bufet lliure. [...] I Àfrica no és el món?, i ell em respon, I tu què hi posaries, escarabats a la planxa?" 2020: 101).

Ja hem parlat de la importància de l'interior, com es caracteritza l'hotel i la diversitat global que hi ha i de com els hotels volen representar i projectar una imatge sencera del món. Passam a l'exterior, la platja. Els personatges que hi destaquen són en Víctor, na Nu, en Lambert i una jove que nom Mònica. Una «imatge de postal» seria el que caracteritzaria el lloc. Hi ha una descripció:

Quan recupero la consciència em trobo caminant per una platja de sorra cremosa, estreta com una passarel·la, la vegetació frondosa arran, de dia deu ser escandalosament verd però ara, de nit, són ombres més fosques que el cel, les muntanyes es precipiten directes al mar com si tinguessin pressa per mullar-se (2020: 162).

Els adjectius són claus per poder veure que aquesta platja sembla ideal. A més, just en aquell moment en Lambert demana matrimoni a na Nu i acaben fent l'amor darrere uns arbustos just quan surt el sol "i quan els neons blaus del mar s'han apagat i la claror del sol fa tornar els colors al paisatge i el mar s'està tan quiet que sembla que aguantí la respiració" (Pijuan, 2020:177). És un pla de postal, és a dir, en primer pla tenim els dos joves en la seva intimitat, els arbres i de fons la mar, amb aquesta idea podem recuperar Rebascall o Aina Vidal quan Pijuan mostra allò que vol vendre la indústria turística.

Per acabar els hotels, parlarem del tercer del tercer capítol que torna a ser a Sri Lanka i encara és de la família Serrahima. Aquest, però, torna a construir-se de bell nou després del

tsunami del 2004. El nom és Buddha Serrahima Grand Hotel. De fet, és molt fàcil saber com funciona el nou hotel i quina és la història perquè hi ha una llarga explicació:

però la realitat és que l’havien aixecat de zero, al mateix emplaçament, replicant l’aspecte de mansió colonial i mantenint-ne l’estructura interior a partir de fotografies més que no plànols, tots perduts en la catàstrofe, la impressió d’estar davant del mateix edifici no podia ser més errònia, i a més comptant que, des del 2021, el concepte del Serrahima Paradise Hotel havia canviat d’arrel, ara era un espai de retir espiritual a imitació dels àshrams hinduistes, de manera molt sui generis, això sí, perquè no es compromet amb cap línia religiosa en concret, sinó que s’hi ha optat per una mena de sincretisme orientalista que els clients valoren molt entusiastament [...] és el lema Vacances per al cos i la ment [...] recolliment i el retrobament amb un mateix, la dieta és vegana i l’alcohol hi està prohibit, anar descalç és obligatori i a més s’hi observa la llei del silenci (2020: 202-203).

L’hotel de l’experiència és la idea essencial d’aquesta descripció, una idea en què l’hotel s’estructura per una temàtica en concret i s’escenifica a partir dels elements que necessita per poder-ho dur a terme. És a dir, esmenta clarament que agafen elements d’una tradició en concret i la condueixen al funcionament de l’hotel. La imitació d’una religió és la representació d’una producció falsa i artificiosa d’un espai. Els comportaments obligatoris dins dels hotels, com aquí anar descalç, també són importants perquè són una mostra clara de com es dissenyen els comportaments, és a dir, la performativitat, a partir d’un espai caracteritzat i programat.⁹ A més, aquest hotel serveix per tapar la catàstrofe natural i fa veure que no ha passat res a Sri Lanka. S’exemplifica més:

Dona a la terrassa on hi ha la piscina, buida, perquè fa tres anys que a Sri Lanka no hi ha estació humida i l’aigua està racionada i han hagut de construir dessaladores a correu a les zones hoteleres i tot i així les dutxes estan restringides de set a nou del vespre [...] la sequera ha dut devastació, pillatges, fam i misèria” (2020: 211).

I en tenim més, d’exemples, quan diu: “Els terrenys que pertanyen als hotels destaquen perquè són de les poques porcions de verd que subsisteixen, ja no només a primera línia de costa, sinó en una panoràmica de tota la província” (2020: 241). Així doncs, hi ha unes grans descripcions

⁹ El turisme s’aprofita dels models de turisme cultural i de turisme ecològic o sostenible per a obtenir benefici econòmic. Alguns autors han tractat aquest tema. Vegeu: PICORNELL, Mercè & Cristina Martínez. (2022). From pleasant difference to ecological concern. Cultural imaginaries of tourism in contemporary Spain. *In Companion to Spanish Environmental Cultural Studies*. Manuscrit a cortesia de l’autora.

de com està la situació allà on tenen l'hotel la família Serrahima i com n'aprofiten tots els subministraments i la situació per generar riquesa.

Deixant de banda aquests espais, un altre escenari molt interessant en aquesta novel·la són les excursions que surten en el primer capítol i en l'últim. Les excursions són exemples de com es programen els comportaments de les persones i es determinen les experiències turístiques. La primera, del primer capítol, és amb les dues al·lotes que coneixen els tres primogènits a la piscina. Se'n van amb barca amb la companyia d'un monitor. Els hereus hotelers se senten poderosos, treuen la seva masculinitat per sorprendre les joves i deixen en ridícul al monitor "perquè el marrec deu tenir, a més estirar, catorze anys, i s'inicia la disputa per la comparació més ridiculitzant dels dos apòstrofs vellosos de la comissura dels llavis, i la broma deriva en aposta" (2020:29-30). No obstant això, no els serveix de molt quan després la barca tomba. L'escenari s'emmarca dins un ambient poderós, masculí i de possessió simbòlica, encara que només els serveix per burlar-se del monitor.

La segona excursió ens servirà per veure la situació en què es troben els protagonistes, és a dir, serà una mostra historiogràfica del que va passar l'any 2004, aquella suposada guerra. Som en el tercer capítol a Sri Lanka, un museu amb el nom de *Civil War X-perience*. El mateix autor ens explica en què consisteix exactament aquest lloc:

Es visita un antic centre d'interpretació del conflicte armat [...] no és històricament precís, que es diu així perquè la museïtzació es va fer amb els fons d'un programa de la UNESCO i que els van *imposar* el terme, que el que va passar de veritat, va ser un brot terrorista que va sobreviure durant gairebé trenta anys, però que no hi havia cap conflicte legitimitat pel territori, que és el que implica el concepte guerra civil, els Tigres Tàmils eren un grup terrorista i res més (2020:224-225).

Amb aquesta descripció es pot entendre el que va passar l'any 2004, però també veure com se n'aprofiten el fet succeït per treure doblers en una experiència turística. A més, clarament hi ha una manipulació de la informació dient que hi va haver una Guerra Civil quan realment va ser un atac terrorista. A més, aquesta representació de la història no és més que una performance descriptiva i escènica, una simulació i explicació d'una cosa del passat. Per tant, aquesta excursió remet el lector a entendre què passava en el primer capítol mentre s'inaugurava l'hotel. Més endavant, hi ha una breu descripció d'alguna de les sales del museu:

A la prestatgeria que hi ha encaixada en una de les parets s'hi exhibeixen tot d'estris metàl·lics i de tortura com també podrien ser mostres de les eines tradicionals de la pagesia local, a terra, a costat de la taula, hi ha un petit bidó de gasolina, i una mica més enllà, una muntanya de roba donant a entendre que aquest

espai acumula una enorme quantitat de cadàvers, Si eres pres pels tàmls, engega la guia, Ja et podies donar per mort, no van respectar ni un sol dels tractats i convencions internacionals en matèria bèl·lica [...] I si no deixaven supervivents com és que teniu tanta informació sobre el tema? (2020: 238-239).

Amb tot això, podem intuir que el que expliquen no és més que una fal·làcia per vendre una concepció d'un passat fals.

Així doncs, els escenaris que hem descrit en aquesta part ens permetran veure com es manifesta la performativitat de gènere mitjançant els personatges de la novel·la. Pel que fa als hotels, els interiors més o menys funcionen per l'estil. El lloc que la indústria turística proporciona en les oficines dels hotels és clarament una actuació, un rol social de gènere en què l'home és el gerent i l'encarregat de gestionar l'empresa i les respectives mullers, no. En aquest cas veiem com els hotelers segueixen unes normes i una sèrie de conductes establertes per la societat —si recordam la caracterització turística que fa Edensor—, una societat, podem entendre, masculina. De fet, tractarem aquest tema en un apartat específic perquè genera una gran importància al llarg de la novel·la.

Dels espais interiors també ens interessen com estan preparats els hotels per generar públics concrets depenent dels interessos. Sobretot es veu molt clar quan parlen del segon hotel, el qual proporciona una varietat intercultural enorme o a l'últim en què, clarament, es caracteritza per un hotel de l'experiència. És a dir, amb la temàtica budista, cerquen un públic tranquil, vegà i apte per a les normes que exigeixen. També es veu molt clar el muntatge performatiu de cadascun dels llocs descrits anteriorment.

Seguidament, els espais exteriors. Clarament, són diferents dels interiors, els turistes, en aquest cas els personatges, prenen el control de la seva pròpia actuació encara que en algun moment podem dubtar de si ho tenen controlat o els fuig de les mans. És a dir, el seu ego els juga una mala passada, sobretot a la primera excursió. Els escenaris són diferents i, per tant, les actuacions també ho seran. En primer lloc, hi ha la piscina, clarament és un lloc molt estereotipat i sexualitzat i molt més si tenim en compte que la piscina surt al primer capítol quan els protagonistes tenen devuit anys. No obstant això, en el segon capítol, la platja és un lloc que, com ja hem dit, sembla de postal i és la sensació que fa perquè tot sembla ser molt romàntic. Aquesta part la voldria destacar perquè Albert Pijuan sembla, al principi del capítol, desconstruir el romanticisme de la parella, però al final cau a la història de sempre amb un final feliç.

Per acabar, les excursions semblen rompre amb totes les normes establertes perquè els protagonistes fan el que volen i els fuig de les mans. Els treballadors aquí tendran un paper

essencial i si pensam amb els tipus d'escenificació, els treballadors són els encarregats de fer que l'actuació dels turistes es duguin a terme. En aquest cas, estam davant uns turistes inconformistes que fugen de la norma i actuen com volen. Pel que fa a la darrera excursió, al museu de la memòria, veiem com la indústria turística s'aprofita de la mentida i de la falsa informació per vendre un producte erroni al consumidor.

Resumint, doncs, els escenaris interiors i exteriors funcionen de manera diferent, regits per normes establertes socialment i que hom sap que les ha de complir. No obstant això, les actuacions variaran al llarg de la novel·la depenent de l'edat dels primogènits Serrahima.

3.2. Performativitat de gènere

La performativitat dels llocs turístics ve en molts de casos determinada pels comportaments que s'hi preveuen i assumeixen en termes de gènere, per tant, una performativitat de gènere. En aquest apartat seguirem el mateix patró que hem seguit abans per comentar els diferents escenaris turístics. Aquí ens centrarem més en els comportaments dels turistes —dels personatges— des de la perspectiva de gènere. Tractarem com s'hi reflecteix la performativitat de gènere, quins patrons i quines conductes hi ha.

Per recordar-ho un poc, en el primer episodi, any 2004, els tres fundadors de la cadena d'hotels Serrahima s'han reunit a Sri Lanka per a la inauguració d'un hotel. Així doncs, del primer hotel en destacam l'oficina com a espai interior. Ja hem esmentat que les oficines són uns espais liderats per homes i difícilment hi trobarem dones que, o en formin part, o en siguin les caps. Així, a aquesta cadena d'hotels qui manen són els homes “[...] tots tres són els primogènits dels tres fundadors, germans, d'una cadena d'hotels [...]” (Pijuan, 2020: 14). Però no ens endinsarem en aquest tema perquè ho tractarem a l'apartat següent de manera específica.

Així doncs, per tractar la performativitat de gènere, del primer hotel, i, per tant, del primer capítol, destacarem l'exterior, en aquest cas, la piscina en què els fills dels caps dels hotels en seran els protagonistes. Els tres joves tenen devuit anys, són a un lloc on fa calor per Nadal i, a més, no s'han de preocupar de res perquè els negocis els duen els seus pares. L'expressió de màxima joventut i poder econòmic és molt clara perquè poden permetre's no fer res:

perquè ells només han de preocupar-se, en aquest moment, de com començar el dia, si amb cafès, cervesa o còctel, els tres nois, atlètics, els tres nois, amb bronzejat natural en ple desembre, guarnits d'una tofa de cabell castany fosc quasi betum retallat i decantat per les mans del mateix barber cap a la mateixa banda (2020:15).

Amb aquesta breu descripció que Pijuan fa al principi, n'extraïem una imatge masculina molt evident: joves, atletes, bronzejats. Semblen tenir una imatge perfecta, canònica sense complexos, un cos que, socialment, està acceptat i valorat. A més, és una espècie de cos que, en molts de casos, només es poden permetre gent amb recursos, com és el cas dels tres hereus. Així doncs, la idea del cos és important quan parlem de performativitat perquè moltes de les conductes s'hi relacionen. La superioritat dels tres nois, no només es veu quant al gènere, sinó també en la seva posició en relació als treballadors “els tres nois se'n foten dels guardes que els vigilen des del porxo de fusta de l'hotel, se suposa que són adults, però tenen l'alçada d'un nen d'onze anys” (2020: 20). Podríem relacionar els nois amb les figures que es crearen durant el franquisme dins el món del turisme? Seria estrany relacionar un tipus de comportament de l'època franquista si, més o menys, ens situam en l'actualitat, però és que tampoc han passat tants d'anys, el que passa és que tot ha canviat molt aviat. Quan un sistema de creença i pensament penetra tan fort dins la societat és molt difícil sortir-ne i és el que ha passat amb el masclisme i amb la concepció d'una diferència sexual biològica, d'una banda, els homes i, de l'altra, les dones. Podríem caracteritzar aquests al·lots com a *donjuans*, si tenim en compte la figura espanyola o de *picadors*, pel que fa a Mallorca. Si més no, els comportaments són molt semblants, són virils i tenen un clar objectiu, la conquesta sexual de les dues noies.

La figura del *donjuán* o dels *picadors* es veu molt clara a la piscina. Els protagonistes tenen un encontre amb dues noies que prenen el sol i els crida molt l'atenció, no poden estar-se de no fer comentaris o d'actuar de certa manera “dues morenes aclofades a les gandules de la piscina amb ulleres de sol i posat indiferent, apàtic, un posat que ells identifiquen com un senyal de disponibilitat vaginal” (2020:21). El fet que els tres homes es pensin que perquè les dues dones no els fan cas és perquè reclamen atenció masculina i, en concret, que pensin que és “un senyal de disponibilitat vaginal” és una mostra, encara més evident, de masculinitat en tots els seus sentits, fet que, si tenim en compte Butler, és una actitud performativa naturalitzada a causa de les normes socials preestablertes. A més, el llenguatge, a part d'estar sexualitzat, és agressiu i, a més, és una conducta tan interioritzada que ni tan sols es verbalitza, ho pensen i apareix en el text com a pensament. La tècnica narrativa de l'autor, l'estil indirecte lliure, permet desenvolupar aquest punt de vista masclista perquè es focalitza en la mirada i en el pensament dels protagonistes masculins. Però aquest comportament no acaba aquí. Els nois decideixen convidar-les a l'excursió amb barca amb la clara intenció de lligar amb elles, clar i, a més, no deixen de tirar-los floretes: “Heu vist les profunditats de l'Índic?, so beautiful, like your eyes” (2020:21). Aquí, l'actuació de les al·lotes és interessant perquè es burlen d'ells, però alhora s'aprofiten del luxe i de la innocència dels adolescents, per exemple: “Cava, what's that?,

s'interessen les noies, i ells, Like a champagne very expensive, very tasty, lots of bubbles, very cold i tan carregat de bubbles que s'hi apunten, With champagne, we're in" (2020:23). Aquesta actitud de burla per part de les noies es pot veure un poc abans quan, mitjançant el joc i la vacil·lació, repton els nois a endevinar d'on són elles: "British?, American?, Australian?, i elles, Cold, Cold" (2020:22).

Els nois aconseguixen que les dues estrangeres vagin amb ells, però ara encara ens trobam a la piscina. No surt cap nom en cap moment del capítol i els hereus decideixen anomenar-les "Cava" i "Xampany", però, així com surt a la novel·la, té una connotació sexual, ja que com observa la veu narrativa, "encara que el que els fa més gràcia d'aquest bateig són les implicacions perversament sexuals que imaginem i aquell biquini de triangle menut i el fil de les calces que només aguanta per un llacet" (2020: 25). Aquesta idea ens duu a l'observació d'Obrador (2008:10) que els cossos femenins se sexualitzaren, encara més, dins l'àmbit del turisme a causa de la invenció del biquini i això n'és una clara mostra. A més, veiem com pel simple fet d'anar en biquini sembla que hi ha una intenció i és que, com tothom, simplement duen un tipus de roba de bany, sense cap altra implicació. Podem relacionar aquest fet amb allò que la indústria turística ha volgut vendre sempre amb les imatges de postal, en concret, la imatge de dues al·lotes amb biquini amb una piscina de fons.

Els entrebancs per no poder aconseguir la beguda que els han promès a les noies fa que passin més temps a la piscina. De mentre, neden i, per descomptat, els nois aprofiten l'espai per abusar de les noies:

salten a la piscina i juguen a esquitjar-se i a fer castells i a enfonsar-se i qualsevol argúcia és bona per buscar el rec de pell o el xoc contra mamella o la mà despistada al cul a veure si així es desfà aquest llacet, quina protecció tan pobra per un tresor tan desorbitat, els banyadors de flors dels nois s'inflen i es desinflen, les tremperes van i venen... (2020:29).

S'aprofiten de qualsevol moviment que veuen accessible per tocar les noies sense permís. L'espai afavoreix la sexualització dels cossos i els nois es comporten dins d'aquests paràmetres en clau absolutament masculista.

Seguidament, del segon capítol destacam l'interior per tot allò que passa i també, l'exterior, en concret, la platja. Els capdavanters de la performativitat de gènere ja no són els tres primogènits Serrahima, sinó que hi trobam treballadors, en Lambert i la seva parella, na Nu i en Víctor. L'inici del capítol comença amb el patró de l'hotel i una treballadora, que pel que veiem, és animadora. Aquí, ja d'entrada, veiem com el patró té un càrrec molt més alt que no

pas l'animadora i com aquest és un home. Recordant la performativitat de gènere i tenint en compte que tots els rols establerts són convencions socials, aquí, un cop més, es compleixen: el càrrec de més poder és un home i l'altre és una dona. La relació entre els dos treballadors és sexual "la Mireia no s'ha mogut de lloc, continua al marge del llit amb les cames alçades i obertes, rígides, bona i poderosa cuixa" (2020:82). Sembla ser una escena de submissió de la dona a l'home, ho veiem en aquesta cita: "Ets una presses, i això fa explotar la noia, Què m'expliques de presses, des de les set que li estem fotent, malparit, i ell intenta jugar la carta del boss" (2020:83). Poder, masculinitat i submissió.

En Lambert i na Nu seran els personatges que més intervendran en aquest segon capítol perquè, després de molts d'anys, els tres cosins s'havien dividit les accions i en Lambert era qui havia d'informar el seu cosí Víctor que el Consell el volia enviar a oficines. Bàsicament, havia de dir-li que el feien fora de l'hotel mexicà. Així doncs, l'arribada de la parella és performativa, com ja hem vist a l'apartat anterior perquè els treballadors de l'hotel els esperen a l'entrada vestits amb la vestimenta mexicana i cantant. Però, si hem de parlar de performativitat de gènere, destacaria la figura de na Nu, la qual crea una imatge totalment contrària del món hoteler i, de fet, se'n fot, els critica i surt ella, en primera persona i conta la vida dels Serrahima com si es tractàs d'una pel·lícula:

La pel·lícula va d'una família que dirigeix una cadena d'hotels, que és un sector que sintetitza a la perfecció la dinàmica fagocitadora de la classe dominant, la qual, sota la política de terra cremada, extreu tot el bé d'un lloc per emportar-se'l a casa i que té l'habilitat, mentre dura l'espòli, de crear a ulls de les seves víctimes un miratge de benestar, la clau de la seva supervivència [...] Lambert Serrahima Urgel, llicenciat en empresariatura a ESADE, màster de l'univers en direcció hotelera, general manager of polles en vinagre de la cadena hotelera l'Hòstia en Patinet" (2020:120-121).

Sembla un monòleg irònic, és a dir, realment és la parella de Lambert, però no aguanta tot aquest món de negocis ni el domini masculí d'aquest, ho detesta. Posa damunt la taula el sector hoteler i diu que s'aprofita del terreny on construeixen i fan, d'aquest lloc, una imatge de benestar, venen, bàsicament, una imatge falsa del turisme per obtenir benefici. A més, també parla malament de la seva parella que també ha seguit la tradició familiar d'endinsar-se dins aquest món. Na Nu és un personatge que desconcerta i, a més, posa les banyes a la seva parella amb una dona i sembla que no vulgui tornar amb ell: "li estic llepant el turmell, llis i torrat, i vaig resseguint la corba del peu amb tota la superfície de la meua llengua [...] i la núvia passa el pestell i, de sobte, rodolem per terra i això no serveix per sadollar la meua set]" (2020: 136-137). Trenca les normes, els cànons, les convencions socials de gènere, i és interessant com,

dins de tot aquest món obscur de la burgesia hotelera, hi ha persones que mostren la realitat tal com és.

Canviant d'escenari, ara ja cap a un escenari exterior: la platja que, com ja hem dit, és un dels altres llocs claus d'aquesta part de la novel·la. En concret, el moment que ens interessa comentar a nosaltres és quan hi ha en Víctor, na Mònica —una argentina—, en Lambert i na Nu. Si ens fixam, hi ha unes estructures heterosexuales molt clares, dos homes amb dues dones. En Víctor, que no ha destacat gaire en aquest apartat, aquí pren força perquè fa un comentari relacionat amb el gènere. En un moment donat diu: “Això no treu que les pijes argentines siguin les més guarres de totes, i explica que l'última amb qui va estar només volia follar” (2021:166). Com hem vist, al llarg de la història s'han creat clixés sobre dones, sexualitzant-les. Aquest comentari d'en Víctor, n'és un clar exemple pel simple fet que ell està amb una dona argentina i que, per casualitat, només volgués tenir sexe, ja totes les argentines han de ser igual.

D'altra banda, la platja també simbolitzarà l'espai en què en Lambert explica a la seva parella el que va passar a Sri Lanka, és a dir, que varen tancar el monitor de submarinisme i no varen saber, ni saben, si és viu o mort a causa del tsunami que els va obligar a fugir d'allà. És una confessió molt important perquè els cosins Sarahima perfectament poden ser tractats d'assassins. No obstant això, ja hem dit que na Nu desconcerta molt per tot el que hem vist fins ara: romp amb el patriarcat, romp amb la tradició heterosexual i es queixa i critica la burgesia hotelera..., però just aquí accepta casar-se amb en Lambert. Aquí desmunta tota la teoria i concepció que hom pot tenir de la jove. Aquest fet el classificaria com a imatge de postal, la platja, una parella a la mar, la serenor del moment, allò de «sembla una postal»: “Has dit que, i les boques tornen a buscar-se i acaben fent l'amor, però no al mar, tot i que ho intenten, van darrere la cabana, entre els arbusts...” (2020:177).

Tot i això, després d'aquest moment esplèndid, la relació entre en Lambert i na Nu no canvia gaire, sembla que na Nu està amb ell per compromís perquè realment mostra actituds de rebuig cap a ell, actituds que no li agraden. Desconcerta molt:

Nu li diu que si a més de les trenetes ara serà un gilipolles que es foti l'anell de compromís pel cul i quan arriben a la taula que els han reservat la Nu li demana a en Lambert que no sigui al seu costat, sisplau, que deixi una cadira buida al mig, que no vol que ningú pensi que es coneixen, i menys que estan promesos”. (2020:180).

Amb tot això, tot i que na Nu sigui una clara mostra de performativitat turística, no podem dir que ho sigui sobre la performativitat de gènere. Sembla que veu molt clar com actua tot el món

del turisme, els burgesos que tenen cadenes hoteleres i s'aprofiten del terreny, dels treballadors, de la riquesa que generen per vendre una imatge modificada de tot plegat. El que passa és que sembla que la Nu té molt naturalitzada la performativitat de gènere, és a dir, creu i sap que el que ha de fer —i el que és correcte— és casar-se amb en Lambert.

Finalment, canviant de perspectiva, observem un comportament de superioritat per part d'en Lambert i confirmem que aquesta actitud prepotent del primer capítol quan tenien devuit anys, no ha canviat. Vegem-ho aquí: “i en Lambert diu, ¿Sabes quién soy yo?, Soy Lamberto Serrahima, i li diu al capità de pacotilla que està acomiadat” (2020:180). I és que realment quan hom es cria dins un ambient de poder, envoltat de gent important i poderosa, que viu unes estructures, quasi sempre patriarcals, molt marcades, aprèn que això és el correcte i aquí és on recuperem Ahmed i la idea de l'herència heterosexual. Ja per acabar amb els hotels, el tercer capítol és molt interessant per poder confirmar, un cop més, que els sistemes de poder estan clarament submergits dins un masclisme molt potent. Ens endinsam dins un escenari que ja ha estat protagonista de la novel·la, Sri Lanka. El que passa, però, és que, a causa del tsunami, hagueren de construir un edifici de nou: Buddha Serrahima Grand Hotel. La performativitat de gènere es veu, un altre cop, a la relació entre na Nu i en Lambert. Tornam a veure un matrimoni distanciat a causa de la feina, sense gens d'interès l'un amb l'altre. Ho veiem aquí:

La Nu, que havia entrat l'any 2018 al departament de comunicació no havent acabat cap estudi superior i que al 2022 havia estat nomenada gerent del Buddah Serrahima Grand Hotel [...] havia enrarit la relació amb en Lambert fins a empenye'ls al límit de la ruptura, i si no havia passat era perquè ella va decidit instal·lar-se a Sri Lanka per dirigir l'hotel in situ [...] i aquesta va ser la solució als seus problemes sentimentals (2020:204).

En Lambert, en aquest episodi, s'ha convertit en la figura del *Rodríguez* que, si ho recordam, és un home de mitjana edat, casat i professional. És a dir, és un home casat, està dins el món dels negocis, posseeix, juntament amb els seus cosins, una cadena hotelera i, resulta, que té una amant: “En Lambert l'aprofita per dir, Tinc una amant a Barcelona [...] No sé què faig perquè tampoc m'agrada massa” (2020:234). Per tant, veiem una actitud d'home lliure que pot fer el que vol quan, alhora, està casat.

Deixant de banda els hotels, parlarem de l'excursió del primer capítol. Cal recordar, que fou quan els joves tenien devuit anys i conegueren unes al·lotes estrangeres. Tots ells, parteixen amb barca, juntament amb un monitor que, pel que sembla, és més petit que ells i, per no ser menys, es burlen d'ell per la diferència d'edat, i perquè no entén gaire bé l'anglès, que és la

llengua en què es comuniquen. Aquí la performativitat de gènere va més relacionada amb la dicotomia del comportament dels nois. Per una banda, fins ara teníem tres homes de devuit anys apoderats, que es creien ser els millors perquè posseeixen un gran capital econòmic i perquè demostrin una masculinitat més aviat hegemònica i heteronormativa, d'homes blancs heterosexuais, i, d'altra banda, en aquesta excursió acaben essent tres joves que han de ser salvats pel monitor quan cauen a l'aigua perquè no són capaços de fer res al respecte ni d'ajudar a ningú. Per part de l'autor, aquí veig una mica de deconstrucció d'aquesta idea de masculinitat poderosa, encara que no se soluciona perquè quan veuen que ells no poden salvar les noies i les ha de salvar el monitor, s'ofenen. Per consolar-se el que fan és ajudar al monitor de submarinisme a dur les coses a la caseta de materials i allà el tanquen dins d'un armariet:

fins que un dels tres nois va arribar a engrapar-li el coll i entre tots tres tenien dificultats per reduir aquella criatura que els igualava en força, o almenys sabia moure's de manera que ridiculitzava la força de tots tres, i després de clavar algun cop i de rebre'n algun altre, el nou que el tenia agafat pel coll va poder fer anella amb tot el braç i estrenye'l per darrere, i va fer més força i aquesta va ser la manera de fer que obeís [...] el van poder encabir a dins l'armari i el van engabiar i van tancar el cadenat i allà va quedar (2020:73).

Podríem pensar que aquest fet és perquè 'volien fer-li una broma', però realment les bromes són tan cruels? Ho feren perquè segurament no pogueren consentir que aquest nin més petit que ells, fos l'heroi de l'excursió i havien de demostrar que els poderosos eren ells. Aquesta acció, però, els durà certes conseqüències.

Així doncs, la performativitat de gènere es veu molt clara en aquesta novel·la, sobretot amb les figures masculines (en aquest cas dels tres protagonistes) tot i que també hem vist que els treballadors també en formen part, d'aquestes estructures dominants. Els tres hereus encaixen dins d'una societat patriarcal, tenen uns cossos normatius i entren dins el cànon de bellesa establert com a norma intrínseca. A més, la possessió de béns econòmics i materials, com és el cas de la cadena hotelera, influeix a què aquesta actitud estigui molt més reforçada. Potser relacionar els hereus amb les figures d'homes que es crearen durant el franquisme és un poc arriscat, però, com ja hem dit, moltes de les actituds o formes de ser, s'aprenen. Les estructures heterosexuais, marcades per actituds sexistes i masclistes, han penetrat molt dins la societat, per tant, no seria tan estrany parlar de *donjuáns* i de *Rodríguez*. Aquestes actituds van regides per l'edat, és a dir, quan els tres joves tenen devuit anys —el primer capítol—, se semblen més a la figura dels *donjuán* i quan ja són més grans, sobretot al tercer capítol, a la de *Rodríguez*.

D'altra banda, i com ja hem dit, la figura de la Nu desconcerta molt encara que ens permet veure la gran ambivalència en la qual es mou l'obra en generar una crítica a la performativitat turística i en canvi, una distància molt menor amb la discriminació i la performativitat de gènere. És qui destapa els interessos del sector turístic, allò que pretenen mostrar, l'apropiació de diferents terrenys els quals exploten per construir hotels i generar riquesa, aconsegueixen mostrar «imatges de postals». Però, pel que fa a la performativitat de gènere, veiem que també té les convencions socials molt marcades perquè, tot i que sap que no vol formar part d'aquest món, s'acaba casant amb en Lambert i fent feina a la cadena d'hotels de la família Serrahima. Per tant, veiem que la performativitat de gènere aquí està més naturalitzada que la turística.

Com a conclusió, *Tsunami* mostra un turisme global desenvolupa a aquests escenaris que hem vist en aquesta novel·la, una clara definició de performativitat de gènere, que reproduïx els patrons de sexualització del cos femení i sexualitzat i de les convencions de gènere dins de les relacions heterosexuals normatives i les institucions respectives, especialment el matrimoni, com seria el cas de na Nu.

3.3. L'empresa turística des del gènere

En aquest apartat ens endinsam dins la performativitat de gènere el món de l'empresa turística des del punt de vista de l'empresari. En la novel·la d'Albert Pijuan, aquesta qüestió és central perquè, bàsicament, la trama gira al voltant d'una empresa familiar d'hotels. Fins ara, però, hem vist que els personatges, tot i ser empresaris, també poden ser turistes, és a dir, experimenten i conviuen amb el món que han creat i es converteixen en turistes. Això ho diu Xavier Canalis al llibre *Turisme i turistes. De l'hospitalitat a l'hostilitat* (2019):

Per justificar-se aquestes persones diuen que no van a fer turisme, perquè ells en realitat són «viatgers». Així doncs, en contraposició amb el «turista» (el qual veuen com un ésser gregari, banal i irresponsable), el «viatger» es considera a si mateix com una persona culta, refinada, respectuosa, exploradora, descobridora de llocs secrets i que s'integra amb l'entorn (Canalis, 2019:191).

Que remarca dient: “Doncs, tinc una notícia per als «viatgers». En realitat, vosaltres també sou turistes. De fet, també és un turista l'executiu d'una multinacional que arriba a Barcelona per assistir a una reunió de negocis” (2019:192). Així doncs, tots els personatges de la novel·la seran turistes, tant els pares quan fan gestions empresarials, com els fills o les respectives dones.

Per tant, tots ells entren dins la performativitat turística, tot ells entren en joc amb un escenari i formen part d'uns rols establerts.

Altrament, el que ens interessa a nosaltres és analitzar com aquests personatges prenen rols de poder i com es manifesta a la performativitat turística. Veurem com els rols, patrons i conductes socials són molt visibles en el món de l'empresa, en concret, de l'empresa turística. A més, també podem veure la problemàtica de les herències i com, sembla, que han de ser exclusivament dels homes. Una àrea d'atenció important dins els estudis de gènere és la configuració de les esferes de poder que deixen l'àmbit dels negocis a mans d'homes. Aquesta novel·la, tracta aquest aspecte dins el sector turístic a escala global.

Per analitzar aquestes qüestions ens situarem, sobretot, dins els escenaris interiors dels hotels, en concret, als despatxos. Això no vol dir que en qualche moment no hi hagi actituds de poder fora de les empreses, veurem com sí que n'hi ha. L'herència serà el concepte clau en aquesta escena. Així doncs, el primer capítol comença als despatxos, dins l'hotel, on els tres germans, els pares dels protagonistes, estan reunits “els pares de tots tres els han fet anar amb l'estómac buit i els ulls lleganyosos al despatx principal de l'hotel” (Pijuan, 2020:12). En aquest punt de la narració hi ha una qüestió d'herència, clarament els hereus són homes i lamenten que si hi ha una errada amb el funcionament de la cadena hotelera o amb la logística, aquesta pugui acabar amb el nom de les seves esposes:

sigui com sigui implicaria la desaparició del seu llinatge, Serrahima, dels cartells dels seus hotels, o, Déu no ho vulgui, el nom Serrahima podria acabar degradat en el lloc del cognom d'una esposa qualsevol, Hotels Barceló-Serrahima o Hotels Riu-Serrahima, el recordatori més cruel de la derrota (2020:15).

El poder masculí en aquestes paraules és molt clar, creuen que si per qüestions metodològiques o, simplement per poder salvar l'empresa, la cadena hotelera familiar hagués de canviar de nom i adoptar algun cognom de les esposes, seria una derrota familiar. La diferència de gènere i el poder de l'home es remarca quan, en un moment donat, les mares surten que cuiden dels fills petits de mentre els homes estan reunits:

La salutació de les tres mares des del balcó negre de l'edifici blanc, a la segona planta, els interromp, elles branden un braç a l'aire, bon diaaaa, i ells els tornen la salutació amb el discret gest d'alçar la copa, les mares saluden amb una mà a l'aire perquè amb l'altra agafen la mà d'un nen o sostenen un nadó, n'hi ha una, només, que saluda el seu únic fill amb totes dues mans, agiten els braços mentre els tres marits, en el despatx del pis superior, encaixen de mans amb ambaixadors, delegats econòmics, polítics locals, proveïdors (2020:18).

Les traces generacionals són evidents. A aquest tema ho podem relacionar amb el que diu Sara Ahmed sobre el constructe social familiar, és a dir, de com la societat, forçosament, fa que les famílies segueixin una estructura genalògica. Aquesta estructura, a més, és heterosexual en què hi ha un pare i una mare que tenen fills i que, suposadament, els fills han d'ajuntar-se amb algú del sexe oposat per poder tenir fills i així successivament, dibuixant un arbre genealògic, unes línies de descendència molt marcades que estableixen qui se situa al centre i qui roman als marges. Això orienta els comportaments en l'orientació sexual, que queda lligada a les línies de poder i herència. Moltes d'aquestes convencions són cap a les dones “cada una de las que he enunciado contribuye al conjunto de fuerzas dentro de las cuales las mujeres han sido convencidas de que el matrimonio y la orientación sexual hacia los hombres son componentes inevitables de sus vidas, aunque sean insatisfactorios u opresivos” (Ahmed, 2019:121-122, que cita Rich). Això ho podem relacionar amb el paper de la dona dins d'aquest món empresarial. És més que evident que el paper de les mares dels protagonistes és de cuidar els infants.

Quan uns joves creuen tenir poder sobre les dones o tracten opressorament els treballadors, és perquè tenen referents i solen ser propers. En aquest cas, els comportaments de superioritat per adquisició de capital econòmic va sortint al llarg de l'obra. La manera de tractar els treballadors per part dels tres primogènits és terrible: “Em temo que el pilot no està de servei, avui, és cristià i té el dia de festa, i el David, que ha passat del vermell vergonya al vermell fúria se li planta al davant, s'encorba i tocant gairebé front amb front, Te'n fots de mi?, Què vols dir cristià si aquí tots són negres?” (2020:26). Aquestes actituds de poder es veuen referenciades als seus pares, tenen el poder de fer el que volen i així com volen “[...] i en veu baixa, el pare li diu si el submarinista depèn de l'hotel, i li respon que sí, i el pare li diu, “Molt bé, que l'acomiadin, i cap dels singalesos que ho sent replica, tot i que n'hi ha algun que se'n sent temptat” (2020:45). En aquest punt hi ha també una mostra de colonialisme, en què els blancs són els empresaris, els que tenen el poder absolut damunt els treballadors. A més, també es podria pensar que pel simple fet de ser un treballador negre, l'empresari el tracta d'una certa manera. I, potser, si hagués estat blanc, no l'haguera acomiadat. És, bàsicament, la superposició de classe i aspectes racials a la qüestió del gènere, a la definició mateixa del poder masculí. Durant tota la novel·la es pot presenciar la prepotència dels personatges adinerats. Però a nosaltres ens interessa el paper de l'empresa i la dona, els rols de poder i com condicionen les dones. Si hem de parlar d'això, ens hem de situar, sobretot, al darrer episodi. La germana d'en Víctor, na Samanta, serà la protagonista d'aquest apartat. La noia era l'única dels descendents que era dona i, si més no, l'única que després de tot seguia al capdavant de la cadena hotelera:

La Samanta, qui després de l'experiment fallit d'en Lambert amb l'empresa de serveis per a hotels, després de la desgràcia d'en Miquel i l'ensorrament d'en Víctor i després que el mateix Sebastià ho hagués deixat tot per dedicar-se a voltar món buscant noves causes que necessitessin dues mans i bons donatius, era l'única que es mantenia a la direcció del Grup Serrahima hotels (2020:188).

Albert Pijuan torna a mostrar una dona apoderada capaç de liderar una gran empresa. El que passa, però, és que ens mostra com funcionen les empreses a la vida real i quin tipus de problemes solen tenir les dones quan les lideren bé, qui diu una empresa diu qualsevol cosa, el lideratge se sol considerar masculí. L'autor ens confirma que na Samanta entrà dins la direcció perquè no hi havia més descendents masculins, però ja feia feina dins l'empresa: “des del 2023, amb trenta anys acabats de fer, que formava part del Consell d'Administració del grup com a cap de departament legal, bàsicament perquè era l'única dels deu del consell que tenia nocions de dret” (2020:188). Així doncs, però, ella fou la darrera opció. Ho veiem: “la Samanta era allà, esperant el seu torn, acumulant prou crèdit perquè la consideressin una successora vàlida” (2020: 189). La validesa tan sols es qüestiona perquè ella és una dona, i les dones no són vàlides per elles soles sense haver de passar per cap ment masculina? Però el coratge de la noia anava molt més enllà i serà molt més viva que els homes, prepararà tot un pla estratègic ideal pels hotels encara que no ho durà a terme perquè un dels seus cosins fa coses d'amagat i aconsegueix que la seva proposta no funcioni. Un altre cop més, els homes volen demostrar que són millor que les dones i mouen fils perquè na Samanta no pugui fer res. Per sort no es rendeix, va a cercar els seus cosins i ells, després d'una altra catàstrofe, cedeixen el poder a Samanta.

Ja hem comentat que na Samanta, la germana d'en Víctor, intenta aconseguir ser qui s'encarregui de la cadena hotelera Serrahima. Per poder-ho obtenir, na Samanta va haver de preparar un pla específic perquè la situació de l'empresa familiar era crítica i era, o presentar un bon pla, o vendre-la a una multinacional. En Checho, un dels encarregats de la direcció de l'hotel, l'avisava que sigui ràpida en plantejar qualque cosa vàlida per poder governar l'empresa. Així doncs, la noia va redactar el “memoràndum 30x30, Trena accions per sanejar Grup Serrahima hotels per al 2030” (2020:190). El fet que una multinacional vulgui comprar l'empresa ens remet a pensar amb la idea de globalitat turística, és a dir, ja de per si els hotels no són locals, i amb aquest fet, encara estaran més globalitzats. Que surti l'any 2030 és una mostra de la ironia de la novel·la perquè l'Agenda 2030 fa referència a uns valors globals que no tenen res a veure amb els valors neoliberals que pretenen els hereus Serrahima.

Samanta es va implicar molt per poder dur a terme aquest pla “han estat quatre mesos de feina intensa, malaltissa, per arribar a presentar el memoràndum a l’últim consell de l’any, perquè l’aprovin i l’elevin a la junta d’accionistes” (2020:190). És un clar exemple de dona emprenedora, capaç de preparar un pla per gestionar una empresa, autosuficient i independent. Quan arriba l’hora de presentar tot el que ha preparat, comença l’estructura, el plantejament del nou funcionament dels hotels en qüestions econòmiques, però percep que els accionistes no l’escolten:

La Samanta veu que la vicepresidenta, la filla d’en Checho, està remenant el mòbil, i que el cap d’operacions i el cap executiu, que tot i ser els més panxuts de la sala són els responsables dels dos departaments de més acció, fan gargots en uns blocs de paper [...] Passa alguna cosa?, diu la Samanta aturant la presentació (2020:192).

Sembla que els encarregats del consell no escolten, que els és igual, demostren una actitud passiva a la presentació de la jove, no se sap si és perquè és dona o per què realment tot el que explica no els agrada. Però el menyspreu no acaba aquí. L’home que en teoria l’ajuda, en Checho, arriba tard, interromp la reunió: “i és en aquest moment que apareix en Checho i tothom es recol·loca a la seva cadira, Perdoneu, diu discordant-se l’americana” (2020:192). Fins aleshores tothom havia tengut una actitud de desinterès fins que arriba l’home, pareix que es pot justificar la indiferència que tenen perquè qui presenta el nou pla és una dona i no creuen que una dona pugui tenir èxit, que aquest concepte està lligat a l’home.

Però això no acaba aquí, ella segueix la reunió i en Checho l’interromp “fins que Checho li diu que pari, que s’aturi aquí, Samanta, millor després, i ella es queda amb el bolígraf làser a la mà, indecisa entre seure i callar o alliçonar-los sobre com s’han de comportar quan algú fa una presentació pública, i és aleshores quan en Checho pronuncia la paraula maleïda, “Hi haurà una oferta” (2020:193). Hem de recordar que fou en Checho qui l’animà a fer que preparés qualche cosa el més ràpid possible i que també és ell qui l’interromp, la fa callar, seure i presenta una nova oferta. Amb aquests actes, invaliden la feina de na Samanta amb un tres i no res. Aquesta nova oferta promet que en Checho sigui president de la secció internacional d’hotels i volen que na Samanta també en formi part. Ella descobreix, però, que tot això ho han acceptat els seus cosins sense dir-li res, tot i ser conscients que ella preparava un memoràndum.

Òbviament, na Samanta no es rendeix i va a la trobada de cosins a Sri Lanka per parlar amb ells i exigir explicacions. Quan els troba, s’adona que hi ha hagut un altre tsunami a Sri Lanka. Els cosins, amb por, quan la veuen arribar cedeixen les accions i tots els hotels a na

Samanta “Samanta! Samanta!, massa lluny, Samanta, tot teu, fes el que vulguis amb els hotels, nosaltres dimitim, tenim altres assumptes per atendre, no sé si ens sent, esperem que sí, fins ara, Samanta” (202:258). I aquí, és una mostra més de com aquests tres joves han actuat per ells mateixos sense tenir en compte els altres, en aquest cas la seva cosina, i com, quan s’han vist en males condicions, han cedit sense cap problema. Aquí podem veure el final feliç de na Samanta després de la decadència dels seus cosins que no són capaços de mantenir l’empresa familiar.

Albert Pijuan ens confirma, amb ajuda de Canalis, que tots els empresaris i treballadors, quan han de fugir de casa seva, es converteixen en turistes. Els personatges de *Tsunami* experimenten les emocions, segueixen les regles i acuten com si fossin turistes. A més, el tema de l’empresariat és essencial en tota la novel·la, des de l’inici del capítol quan estan els pares reunits fins al final amb la lluita de na Samanta.

Així, en la novel·la s’ha plasmat molt bé la funcionalitat de les famílies empresàries de cadenes hoteleres globals, de quines funcions tenen cada un dels membres que componen la família: els homes fan gestions dels hotels i les dones cuiden els fills petits. A més, també s’ha manifestat molt bé la diferència entre la classe dominant i la classe dominada, en aquest cas, els treballadors. També s’ha vist molt clar com aquests hotelers van arreu del món com a colonitzadors de terres, és a dir, ara ja no reben els turistes a casa sinó que van a crear cadenes hoteleres a llocs aliens. Així doncs, es converteixen en empresaris, o com diu Xavier Canalis, turistes globals.

Finalment, cal destacar la confiança i el coratge que demostra na Samanta tot i saber les condicions del món on entrava, és la mostra perfecta de dona emprenedora i del no defalliment. Així doncs, les diferències de gènere, la performativitat en aquest cas, ha actuat així com hom esperava: un món empresarial amb un lideratge masculí i la demostració que les dones tenen molts de problemes a l’hora d’empendre’s.

4. Conclusions

Al començament del treball hem exposat que volíem veure com la performativitat turística s'alimentava de la performativitat de gènere per crear llocs i comportaments a uns destins hotelers de sol i platja a la novel·la *Tsunami*, d'Albert Pijuan. A més, el nostre objectiu també era observar com aquesta performativitat es genera mitjançant un model empresarial global de turisme liderat per homes que dissenyen i organitzen la indústria turística que volen vendre. Per dur-ho a terme, hem fet servir els Estudis de Turisme i els Estudis de Gènere, sobretot, i els hem emmarcat dins el concepte de novel·la global.

En primer lloc, amb l'anàlisi de *Tsunami* hem volgut mostrar que s'està produint un canvi de perspectiva amb el tracte del turisme en la literatura catalana contemporània que té a veure amb el turisme fora del territori de parla catalana i que es planteja des d'una òptica global. Aquest fet es deu a causa de la hiperconnexió massiva del món que funciona mitjançant les cadenes hoteleres que s'estableixen a diferents llocs, és a dir, el fet que aquests hotels siguin a fora, exigeix anar d'un lloc a un altre de qui els dirigeix i de qui les habita. A tot això ho hem vist amb el moviment constant dels personatges de la novel·la analitzada, de Sri Lanka a Catalunya o cap a Mèxic. També, la globalitat s'ha pronunciat, en aquesta novel·la, amb les diferents llengües que els personatges parlen durant tota la trama: anglès, català, castellà..., i mitjançant la diversitat culinària que els hotels ofereixen als clients. Finalment, la tècnica d'escriptura d'Albert Pijuan provoca la sensació d'acceleració, és a dir, no hi ha ni punts ni paràgrafs que marquin les pauses adients. Aquesta sensació d'anar de pressa, ràpid, constata la concepció de globalitat. Tots aquests factors fan de *Tsunami* una novel·la que retrata de manera crítica aquest tipus de turisme hotelier global.

Seguidament, tal com hem dit i hem vist a l'anàlisi, la indústria turística global crea un tipus de performativitat turística emprant la performativitat de gènere per poder vendre un producte concret. Aquest, a més, resulta ser sexista i masclista perquè s'aprofiten de la sexualitat femenina, d'exhibició d'un cos normatiu, per atreure el turisme i, a més, idealitzen els espais, és a dir, creen el que hem anomenat «imatges de postals». Aquestes imatges són molt més freqüents als destins de costa, als no-llocs segons Augé, en què l'interès rau en el sol, la piscina i la platja, en què els cossos estan totalment exposats al món, a les mirades de la societat.

Cal dir també, que en el cas del turisme global, aquestes idees ja no només es veuen a contextos locals sinó a altres contextos més exòtics o d'herències colonials, com és en el cas dels nostres protagonistes. Tot això, ho hem vist amb els tres joves Serrahima al primer capítol, en què l'interès era la platja i les dones estrangeres. A més, els hotels de la família són fora del

seu context local i se situen en països històricament colonitzats. Hem constatat que els hotels de la família estan creats i pensats per a un tipus concret de turisme, per tant, construeixen un producte per ser venut. També és de rellevant importància la forma en què els hereus intenten tapar la realitat del lloc on es troben els hotels amb les imatges.

D'altra banda, la novel·la mostra un lideratge d'aquest tipus d'empresa que és quasi sempre masculí i, en molts casos, hereditari. A *Tsunami* aquestes estructures de poder es poden veure molt clarament, els tres germans tenen tres fills que seran els hereus de la cadena hotelera i no els passa pel cap que aquests hereus puguin ser dones. Pijuan deixa plasmada la problemàtica de la dona a l'hora de formar part d'una empresa o de poder liderar-la. A això, ho veim en el cas de la Samanta que romp amb tots els esquemes tot i tenir complicacions, ja sigui perquè ningú mostra interès pel pla que ella prepara o perquè els seus cosins volen vendre la cadena a una multinacional sense haver-ho consultat amb ella, per tant, rep menyspreu per tot un sector masculí.

Així doncs, Albert Pijuan posa en evidència el món de la indústria turística, tota la problemàtica que hi ha amagada sota una imatge idíl·lica i preparada per vendre. La novel·la és una crítica, a parer meu, de la burgesia hotelera perquè a poc a poc es pot veure la deterioració dels béns que posseeixen i l'autodestrucció dels protagonistes per haver comès una errada quan tenien devuit anys. A més, a *Tsunami* hi ha diverses veus narratives que acompanyen a diferents personatges que trenquen amb la idea central i ajuden a veure aquesta crítica que l'autor fa mitjançant l'ús de la ironia, d'allò grotesc, penós, de la focalització, de la perspectiva narrativa, d'allò que pensen i diuen els personatges. Aquest seria el cas de la Nu amb el monòleg de quan critica la seva parella, en Lambert, i quan posa en manifest que el món del turisme és fosc i cruel. Amb ella, veiem que la performativitat turística és molt clara, interioritza que es construeixen i operen sobre imatges falses per a actuacions específiques. Però, tot i això, la consciència de la performativitat de gènere per part dels personatges no és tan clara. És una altra mostra de realitat, la Nu, tot i criticar fortament aquest món, s'acaba adherint-hi i formant-hi part perquè és el model que la societat ha creat, allò que s'ha de fer, les normes que s'han de seguir, casar-se i fer feina.

Un altre personatge que romp amb el tema central de l'obra és na Samanta, una jove que intenta liderar la cadena hotelera amb molts de problemes al davant. És més que evident que les esferes de control empresàries són liderades per homes. Amb això, l'autor també critica l'empoderament de l'home blanc envers els treballadors de Sri Lanka i Mèxic, bàsicament mostra el racisme i abús cap als colonitzats. Això es pot veure amb el tractament dels protagonistes envers els treballadors o monitors dels hotels.

El tema que hem tractat en aquest treball, com ja hem dit, no ha estat estudiat. Sí és cert que s'ha mirat el turisme i el gènere, perquè és un tema obvi i que ha afectat molt a la nostra societat. Però no s'ha tractat la performativitat de gènere i turística des del punt de vista de la globalitat, molt recurrent avui en dia, i molt menys en el camp de la literatura catalana contemporània. Així doncs, aquesta breu anàlisi ha pretès exposar el canvi de perspectiva que alguns autors ja han plasmat en les seves obres i contribuir-hi breument, des del gènere i aquest nou tipus de gènere novel·lístic: la novel·la global.

Amb aquesta anàlisi hem pogut arribar a una tesi molt contundent i es podria continuar la investigació a partir de l'anàlisi d'altres novel·les de la literatura catalana contemporània amb temes com l'especulació, la importància de l'hotel, aprofundir en qüestions de gènere, el colonialisme, racisme, destrucció del territori o el canvi climàtic; o a la literatura comparada, comparant-ho amb altres novel·les com *En la orilla* de Rafael Chirbes, *Arrecife* de Juan Villoro o *Les possessions* de Lluïcia Ramis. Fins i tot es podrien fer comparacions de perspectives, veure les dicotomies entre la mirada d'un turisme local i del turisme global. El que queda clar, però, és que hi ha molts aspectes per investigar i aquest creuement entre performativitat turística, de gènere i novel·la global sembla ser un terreny nou i molt productiu del qual es podrien fer recerques futures molt més àmplies.

5. Referències bibliogràfiques

ÁGUILA, Francisco José et Al. (s.d). Análisis narrativo de la identidad laboral en contexto de emprendimiento social. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 1-31.(en línia) http://opac.pucv.cl/pucv_txt/Txt-2000/UCC2288_01.pdf

AHMED, Sarah. (2019). Llegar a ser homosexual. Dins *Fenomenología queer: orientaciones, objetos, otros*. Bellaterra.

ALVAREZ, Gisela. (2020). Mujeres en posiciones de dirección: diferencias en actitud por género y situación laboral. *Revista de Dirección y Administración de empresas*, nº 26, 30-44. (en línia) <https://ojs.ehu.eus/index.php/rdae/article/view/21505>

ARNAU, Pilar. (1999). *El turisme com a motiu de creació literaria: la narrativa mallorquina (1968-1980)*. Edicions Documenta Balear S. L.

AUGÉ, Marc. (1992). *Los «no lugares». Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa editorial.

BARCELÓ, Xavier Miquel. (2018). *La mirada sobre l'altre: representació dels subjectes transfronterers en la novel·la mallorquina contemporània (1968-2008)* [Tesi doctoral, Universitat de les Illes Balears].

BONINO, Luis. (2001). Masculinidad hegemónica e identidad masculina. *Dossiers feministes*, nº5, 5-20. (en línia) <https://raco.cat/index.php/DossiersFeministes/article/view/102434/153629>

BUTLER, Judith. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. (Trad. Maria Antonia Muñoz). Paidós. (Obra original publicada l'any 1990).

BUTLER, Judith. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"*. (Trad. Alcira Bixio). Paidós. (Obra original publicada l'any 2002).

BYRNE, Margaret. (2005). Las dimensiones de género en la investigación sobre turismo: Temas globales, perspectivas locales. *Política y sociedad*, vol. 42, nº. 1, 25-37. (en línea) <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505130025A/22990>

CANALIS, Xavier. (2019). Odi al turisme. Dins *Turisme i turistes. De l'hospitalitat a l'hostilitat*. Magma. Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

CAPDEVIELLE, Julieta. (2011). El concepto de habitus: “Con Bourdieu y contra Bourdieu”. *Anduli. Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, nº10, 31-45. (en línea) https://institucional.us.es/revistas/anduli/10/art_3.pdf

COBO, Rosa. (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad. *Investigaciones feministas*, vol. 6, 7-19. (en línea) http://jmporquer.com/wp-content/uploads/2016/04/Cobo_El-cuerpo-de-las-mujeres.pdf

EDENSOR, Tim. (2009). Tourism and performance. *Handbook of Tourism Studies*, 1-22. (en línea) https://www.researchgate.net/publication/287902055_Tourism_and_performance

EDENSOR, Tim. (2001). Staging Tourism: tourists as performers. *Annals of Tourism Research*, vol. 27, 59-81. (en línea) https://www.researchgate.net/publication/223270851_Staging_tourism_tourists_as_performers

ESTEBAN, Mari Luz. (2004). Cuerpo, apariencia y diferencias de género. Dins *Antropología del cuerpo: género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Edicions Bellaterra.

FERNÁNDEZ, María José & Luz Adriana Martínez. (2010). Participación de las mujeres en las empresas turísticas privadas y comunitarias de Bahías de Huatulco, México. ¿Hacia un cambio en el rol de género?. *Cudernos de Turismo*, nº 26, 129-151. (en línea) <https://revistas.um.es/turismo/article/view/116311/110071>

GOFFMAN, Erving. (1989). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. (Trad. Hildegard B. Torres Perrén y Flora Setaro). Amorrortu editores. (Obra original publicada l'any 1959). (en línia) <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/Goffman-E.-La-presentacion-de-la-persona-en-la-vida-cotidiana.-1-47.pdf>

MEIRA, Rivanda & Felipe Carvalhal. (2013). Sucesión y conflictos en empresas familiares. Estudio de casos múltiples en pequeñas empresas hoteleras. *Estudios y Perspectivas en turismo*, v. 22, 854-874. (en línia) <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v22n5/v22n5a03.pdf>

NASH, Mary. (2016). Masculinidades vacacionales y veraniegas el Rodríguez y el donjuán en el turismo de masas. *Rúbrica contemporánea*, vol. 7, nº 13, 23-39. (en línia) <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6499382>

NASH, Mary. (2020). Turismo, género y neocolonialismo: la sueca y el donjuán y la erosión de arquetipos culturales franquistas en los 60. *Historia Social*, nº96, 41-62. (en línia) https://www.jstor.org/stable/26863343?casa_token=SjBPjiw9vmsAAAAA%3A42zcpWFQLBKuYgk50bpXTDWoJbF1J-yRVTXL420GcYhWQ1bwjdfMT3TKcGdEp4nt2C3erhC5fX6N9nR2djyMqbQ-WSBQTQe4o0Z_Z6wKYpOCbT3ViSvD&seq=1

OLID, Bel. (2017). Minivocabulari feminista. En *Feminisme de butxaca*, 123-124. Angle Editorial.

OBRADOR, Pau. (2008). Turismo y Cuerpo: Un 'tour' por la teoría contemporánea del turismo. *La Ortiga: Revista quadrimestral de arte, literatura y pensamiento*, 1-21. (en línia) https://www.researchgate.net/profile/Pau-Obrador/publication/305279296_Turismo_y_Cuerpo_Un_'tour'_por_la_teoría_contemporánea_del_turismo/links/57865acc08aec5c2e4e2e998/Turismo-y-Cuerpo-Un-tour-por-la-teoría-contemporánea-del-turismo.pdf

OBRADOR, Pau. (2009). The Mediterranean Pool: Cultivating Hospitality in the Coastal Hotel. Dins P. Obrador Pons, Mike Crang i Penny Travlou (Ed.), *Cultures of Mass Tourism. Doing the Mediterranean in the Age of Banal Mobilities* (91-109). Ashgate Publishing Company.

PASTOR, Rosa. (2001). Violencia de género: construcción del cuerpo e identidad. *Dossiers feministes*, n°5, 5-20. (en línea)
<https://raco.cat/index.php/DossiersFeministes/article/view/102392>

PIJUAN, Albert. (2020). *Tsunami*. Angle Editorial.

RABASCALL, Joana. (2017). Tarjeta postal y postal turística: «Spain is different». *SOBRE: Prácticas artísticas y políticas de la edición*, n°. 5, 2019, p. 113-132. (en línea)
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6959212>

ROTGER, Neus & Marta Puxan. (2021). The Novel after the Global Turn: Decentered Perspectives from the Spanish Literary Field. *Studies in the Novel*, n° 3, 185-305. (en línea)
<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/135426>

ROTGER, Neus et al. (2022). Novela global: perspectivas des del campo literario. *Ínsula*, n°903, 2-5.

VIDAL, Aina. (2022). La novela del Mediterráneo Global: una lectura de Rafael Chirbes. *Ínsula*, n°903, 19-23.