

Patricia Almarcegui

Treinta mil dromedarios

H&O Editorial



H&O

Primera edición: febrero de 2026

© Del texto: Patricia Almarcegui, 2026

© De esta edición: H&O Editorial, 2026

Imagen de la cubierta: Foto Ediciones Bohigas

Diseño: Silvio García-Aguirre López-Gay

Maquetación: Fotocomposición gama, sl

Corrección: Samara Ibarra Bernal

Impresión: Arcángel Maggio

ISBN: 979-13-87914-08-0

Depósito legal: B 2009-2026

Todos los derechos reservados. Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, y el alquiler o préstamo público sin la autorización por escrito de los titulares del *copyright*, salvo las excepciones previstas por la ley.

No se permite el uso de este libro para el entrenamiento de ningún tipo de IA.

A Fina y Mercè

H&O Editorial

H&O Editorial

Si hay que vitorear a los animales salvajes porque existen, el mayor hurra sería para el momento en que los veo, pues ostentan su dignidad y prefieren no tener trato conmigo.

ANNIE DILLARD, *Pilgrim at Tinker Creek*

H&O Editorial

I

**Al animal lo recuerda
todo el mundo**

H&O Editorial

H&O Editorial

El dromedario está de perfil y ocupa la mitad de la postal. Solo un niño se fija en la escena. El animal tiene un callo grueso y firme en la parte superior del muslo trasero. Es gris, casi negro, como la sombra que proyecta en la arena, como algunos bañadores, como el pantalón del hombre que sonríe y lo agarra por la cadena del arnés.

El mar parece en calma. Hay viento del oeste y forma olas desordenadas. El azul se vuelve gris cuando rompen en la orilla. Al fondo, como una extensión del cuello del dromedario, están las montañas. Probablemente urbanizadas, no se ven bien, pero sí la forma de los contornos: dos jorobas de un camello bactriano que se estuviera recuperando de la tiña. El cielo está despejado y el viento del oeste, que empieza a soplar más fuerte, no llegará a cubrirlo de nubes. Sin embargo, todo podría ser más azul. La arena está sucia. ¡Pero ese color dorado! Como el pelaje del dromedario, la misma luz: la del sol sobre la arena tibia de la playa. Y el animal siempre en medio de la imagen.

De los dieciséis bañistas, solo un niño está vestido. Se apoya con un brazo en la arena. Ha tenido que erguir el cuerpo para ver mejor, sujetarse por el asombro de lo que ve tan cerca y ha notado en el correr de la arena dorada que se precipita hacia su brazo. Las plantas de los pies del dromedario que apenas se hunden en la arena. Un bañista se encuadra entre la boca del dromedario y el perfil del hombre. El flotador blanco que lleva el bañista está justo delante de la nariz del hombre, como si fuera a insertársela justo en medio y lo siguiera hasta el mar. Pero el animal no se mueve, tan cerca el bañista de la boca que parece que lo hubiera rumiado, regurgitado y lo devolviera al mar.

El cuello del dromedario parece una cobra a punto de atacar. Sale de los hombros, desciende, se curva, asciende y termina en la cabeza. Desde allí el salto al vacío de la mirada del observador. Todos deseando el mar.

Las patas son altas, delgadas, entreabiertas y sostienen el peso de setecientos kilos. Por fin, arriba en la cresta, está la joroba. Treinta centímetros por encima del alzado del tronco. Debería ocupar el centro de la imagen y flotar en el cielo azul, pero sin embargo no se ve. La tapan tres turistas. Están sentadas encima. Dos a los lados de la joroba, en dos asientos cubiertos por una manta roja. La joroba las sostiene y reparte su peso en el punto más alto del lomo, donde está la tercera.

La turista de delante es morena y mira a la cámara. Lleva un biquini de rayas rojas y estira las puntas de los pies con una tensión casi nerviosa. El perfil de su cuerpo al sol inunda la imagen. Las piernas desnudas y doradas cuelgan en el aire. Si el dromedario no estuviera allí solo para la foto y siguiera caminando por la arena de otras playas, Dahab, Agadir o Boujdour, las extremidades de la turista se balancearían en el aire al ritmo del animal.

La turista del centro lleva un sombrero cónico de lunares que toca el cielo y tapa las nubes. Sonríe, no sabe aún cómo se ha dejado convencer para estar en el punto más alto del dromedario y de la postal. Presiona el muslo izquierdo contra el calor de la joroba y tiene el derecho tan invertido que parece ya lomo y piel.

La del fondo tiene el pelo rubio. El mismo amarillo pajizo que el sombrero mexicano que le han puesto al dromedario. Un reclamo intercambiable, a veces lo lleva el animal, a veces los turistas, y que se ve desde lejos, la carretera o el mar. La joroba tapa prácticamente a la turista y solo se le ven los brazos. Mira hacia abajo. No se atreve a levantar los ojos desde los 1'85 metros de altura, imbuida aún por el movimiento extremo que ha hecho el dromedario para ponerse de pie. Y dieciséis hombres, mujeres, niños tumbados, nadando, hablando en el mar del fondo de la postal.

Pero a pesar de todo, el dromedario no se mueve. La oreja es pequeña; el ojo es grande; el párpado está entreabierto y la fosa nasal no se ve bien. La tapa el bozal y el arnés. Los labios y los treinta y cuatro dientes tampoco se ven bien. Los tapa el bozal y el arnés. La cabeza mira hacia el mar. Una mujer diría que mira hacia oriente.

H&O Editorial

En 1954 un joven llegaba a las islas Baleares desde Cataluña para cumplir con el servicio militar. Tenía veinte años e iba acompañado por su familia. Dos años después, inauguró la primera de las veintiuna tiendas fotográficas que con el tiempo conformarían su empresa, avión y helicóptero incluidos. Su llegada coincidió con el impulso del turismo, iniciado en los años treinta del pasado siglo y con una expansión notable entre principios de los cincuenta y finales de los sesenta. Este crecimiento estuvo respaldado por la bonanza económica europea, que transformó el modelo turístico elitista y dio paso al democrático universal: el llamado turismo masivo hasta hace muy poco, hoy *turistificación y extractivismo*.

El joven que llegó para cumplir con el servicio militar era el fotógrafo Josep Planas i Muntanyà. Confianza en la capitalización económica del turismo que buscaba nuevos lugares para el ocio y las vacaciones, fruto del derecho a la felicidad defendido tras la Segunda Guerra Mundial, puso su empresa

fotográfica, Casa Planas, para fomentar su desarrollo. De tal forma que, mientras impulsaba su negocio, contribuía a la creación de un modelo.

Durante casi cincuenta años, Planas se encargó de registrar uno de los mayores crecimientos urbanísticos, industriales y hoteleros de Europa. Fotografió las transformaciones y evoluciones arquitectónicas de la capital balear y de otros núcleos urbanos, la expansión de las poblaciones costeras y el aumento de las colonias turísticas.

En total fueron tres millones de imágenes que recogieron la memoria visual y colectiva de la segunda mitad del siglo XX. Postales, murales, películas, folletos publicitarios, guías de viaje, calendarios, agendas, etc. Objetos que compraron los turistas nacionales e internacionales y que exportaron y difundieron la imagen de las islas, del mediterráneo y de Europa. Se fotografió y documentó la transformación de unos espacios vacíos que comenzaban a cambiar y que debían *ser ocupados*. Se activaron los deseos de los turistas a través de las imágenes y los imaginarios que querían venderse dentro y fuera del país. Se sentaron las bases de la turistificación y se controló su discurso.

Las postales fueron el objeto más importante para construir dicho imaginario. Estas son objetos cargados de deseos. Espacios ideales para crear metáforas y generar fantasías que escapaban más fácilmente a la