

Furgo Mondo

Juliol i Agost és sinònim de vacances. A l'hemisferi nord coincideix amb l'estiu, el bon temps, el sol, la platja i la festa. En aquesta època, les empreses vinculades al sector serveis fan el seu agost. A les antípodes dels viatges-tot-inclòs, en l'últim quinquenni, s'ha produït l'auge d'un altre tipus de turisme: el Furgo Mondo.

Per Furgo Mondo s'entén viatjar en furgoneta camper. I tot el que l'envolta. Aquesta forma de viatjar ha existit des del moment en què les ciutats van prendre el protagonisme al camp i des que l'automòbil va ser accessible a tots els estrats de població. Els inicis com a activitat de lleure se situen a mitjans segle XX, a la dècada dels 50s i 60s, amb l'aparició del primer model T. Sis dècades més tard, és una tendència a l'alça.

[FURGO]: Xifres invisibles

«Imagino que es pot trobar alguna cosa però és sumament difícil» afirma Luis Gómez del Departament Econòmic d'ANFAC (Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones). L'inconvenient d'aquest fenomen és l'absència de xifres oficials. És a dir, no existeix cap categoria específica per a automòbils camperitzats. Gómez explica que «no disposem de dades d'aquest tipus de vehicles. En les xifres d'ANFAC, estan globalment incloses en comercials lleugers i furgons. La classificació que fa l'associació és per PMA (pes màxim autoritzat). Aquests vehicles s'encarreguen sota comanda a la marca o es compra el xassís i, llavors, en algun taller específic, es munta la carrosseria al gust de cadascú».

Però no és l'únic problema. La fitxa tècnica del sector comercials lleugers i furgons distingeix diverses subdivisions: furgó de càrrega, furgoneta vivenda, mixta, adaptable, etc. Fins i tot, segons quin model, es pot catalogar com a turisme i passa a comptabilitzar en aquest segment. També existeix la incògnita de l'ús que se'n farà: si com a vehicle comercial, per viatjar, ambdós o altres. En alguns casos, el propietari acondiciona el seu automòbil, sigui del segment que sigui, per viatjar. Això fa que sigui realment difícil discernir els vehicles camper de les estadístiques i quantificar el nombre exacte.

Si recorrem a xifres oficials, ens hem de basar en estimacions. A Europa no hi ha cap cens oficial de vehicles camper. Però sí un per autocaravanes: l'European Caravan Federation (ECF), amb seu a Alemanya. A l'estat espanyol, el teixit associatiu és força ric pel que fa a autocaravanes. Hi trobem l'Asociación Española de Fabricantes de Caravanas, Remolques, Avances Tiendas, Accesorios y Similares (AFACAT) ubicada a Barcelona, la Federación Española de Asociaciones de Autocaravanas (FEAA), a Madrid i l'ICA, Industrias del Caravanning Asociadas, emplaçada a Saragossa.

Segons dades oficials de l'ECF, l'any 2006 a Europa hi havia un parc mòbil de 1.146.500 autocaravanes, el que representa 3,4 milions de persones (es compta de mitjana 3 persones per vehicle). La tendència apuntava que pel 2008 s'arribés gairebé a 1.400.000 d'autocaravanes. En el cas espanyol, no

només no hi ha cens de furgonetes camper sinó que tampoc n'hi ha d'autocaravanes. Les estimacions que fa l'ECF per Espanya és que al 2009 hi havia un total de 31.500 autocaravanes, cosa que suposa unes 94.500 persones.

En una notícia publicada al portal de l'Agència Europa Press el març del 2010, el portaveu del PSOE de Cantàbria, José Emilio Gómez, advertia que *«s'estima que a España existeixen prop de 50.000 autocaravanes, una xifra que dóna una idea del negoci que es mou entorn aquesta modalitat turística»*. La qüestió rau en què el teletip no parlava de xifres, sinó de l'habilitació de zones per autocaravanes inexistents a Santander. Així doncs, entre les 31.500 que estima l'ECF i les 50.000 del portaveu del PSOE deu haver-hi la xifra real d'autocaravanes.

El 2009 va ser un any nefast en molts àmbits. I el sector de vehicles comercials, un dels més perjudicats per la crisi de l'automoció. L'absència d'ajudes, la difícil situació de les pimes i autònoms i l'augment de l'atur van fer caure en picat les vendes d'aquest segment. Les dues grans marques, Mercedes-Benz i Volkswagen, van registrar caigudes d'entre el 20% i el 40% respecte el 2008. Mercedes-Benz Vans es va situar en 165.000 d'unitats venudes a tot el món. Per la seva banda, la família T5 de Volkswagen (Multivan, Caravelle, Transporter i California) va vendre gairebé 120.000 unitats i més de 2.200 a l'estat espanyol. La quota de mercat de les T es va ampliar malgrat l'entorn de recessió. El 2009 quedarà gravat en la memòria com l'any negre per l'economia. La producció mundial no havia caigut des de la Segona Guerra Mundial com reflexa l'anuari del 2009 de Mercedes. Resulta paradoxal, doncs, que si les vendes del sector baixen, la tendència a viatjar amb vehicle camperitzat sigui a l'alça.

Hi ha una dada que reflecteix aquest auge. No té el pes d'una estadística institucional però és prou significativa. La web FurgoVW (furgovw.org) es va crear a principis del 2006. El Juliol d'aquell any tenia prop de 500 registrats. A Juliol del 2010, el portal i fòrum dels usuaris de furgonetes camper de la Península Ibèrica compta amb gairebé 35.000 membres. Lluny de ser turisme de baixa qualitat, el camping i el caravanning van driblar elegantment el nefast 2009. Prova d'això queda palès en les estadístiques del portal independent autocaravanista AC Pasion (acpasion.com). Fundat el 2003, a finals d'aquell any va sobrepassar els 100 usuaris, al Juny del 2008 en tenia 8.000 i a Juny del 2010 gairebé arribava als 21.000 registrats. El fòrum del camping i el caravanning Webcampista (webcampista.com) va experimentar un creixement paral·lel, més vertiginós fins i tot. Creat al 2005, al Juny d'aquell any comptava amb 500 altes, el Juny del 2009 n'eren 13.500 i a Juny de 2010 superaven els 22.000 usuaris registrats. La crisi no viatja en autocaravana.

L'any 2008, el parc mòbil de turismes a l'estat espanyol (46.500.000 habitants) era d'uns 22.000.000 de vehicles. Les xifres que publica periòdicament ANFAC indiquen que el grau de motorització se situa en els 475 turismes per mil habitants. Pel que fa a les autocaravanes, el número se situaria en 0'68 unitats/1.000 habitants. I per les furgonetes camperitzades, l'estimació oficiosa, segons el portal Movelip (movelip.com) un projecte pioner per crear la primera

xarxa social del sector del caravanning a Internet, consisteix en doblar les dades d'autocaravanes. Si l'ECF estimava 31.500 autocaravanes, hi hauria uns 63.000 vehicles camperitzats. Uns 100.000 si obeïm a la dada donada pel govern càntabre. Per tant, la ratio seria 1'35 furgonetes per mil habitants (dada ECF).

En un poble d'uns 18.000 habitants, com és el cas del meu, l'estadística de turismes d'ANFAC s'hauria de moure entorn els 9.000 cotxes. N'hi ha uns 8.900. Es compleix. Pel que fa a furgonetes camperitzades, la ratio d'1,35 dóna gairebé 25 vehicles. El meu experiment empíric de comptar les persones que sé del cert que disposen d'un automòbil vivenda també ha obeït a l'estimació. M'he aturat quan he arribat al mínim i, probablement, n'hi haurà alguna més. Per tant, les suposicions del número de furgonetes basades en doblar les estimacions de l'ECF pel que fa a autocaravanes a l'estat espanyol sembla ser que són força encertades. Però la meua ciutat podria no ser un cas del tot significatiu.

Segons es desprèn dels portals d'usuaris de furgonetes, les zones amb més penetració són les del nord de la Península. Aquestes regions coincideixen amb les àrees que van impulsar la industrialització, els moviments obrers i els nacionalismes, amb Euskadi i Catalunya al capdavant, i han estat habitualment més permeables a les corrents de l'altra banda dels Pirineus i Europa en general. A partir dels nuclis basco-catalans, tota la cornisa cantàbrica (Cantàbria, Astúries i Gal·lícia) més els Països Catalans i zones d'Andalusia i Canàries han esdevingut focus tant d'emissors, però sobretot, de receptors de viatgers motoritzats.

La Península Ibèrica és receptora de turistes. L'Organització Mundial del Turisme (OMT) fa anys que situa a Espanya en el podi mundial de receptors. Del massiu (sol-platja-festa) i també de turistes itinerants, entre molts tipus de turisme. En aquest sentit, l'ECF calcula que cada any entren pels Pirineus al voltant d'unes 200.000 autocaravanes provinents d'Europa. Unes 600.000 persones que vénen davant les 31.500 caravanes i els gairebé 100.000 autòctons que practiquen caravanning. Si aquesta és la proporció per persones que viatgen amb autocaravanes, en l'estimació per furgonetes, la relació hauria d'esdevenir més abismal. Com en molts altres aspectes, és fàcil arribar a la conclusió que anem a remolc.

Anem a remolc estadísticament. Anem a remolc legislativament. I anem a remolc socialment i cultural. Els campistes afirmen que només travessar la frontera francesa, gairebé cada poble, sobretot de costa i als grans eixos de comunicació, té una àrea destinada a autocaravanes. «*Aquí som països tercer-mundistes amb aquest aspecte*» es queixa Albert Tarradellas, enginyer de telecomunicacions de 39 anys. La passivitat governamental en matèria legislativa suposa un greuge pels practicants d'aquest turisme, reconeixen. La Joana Guerra, advocadessa de 28 anys, dedueix que «*si no hi ha zones habilitades és perquè no els interessa aquest tipus de turista*». El mateix Tarradellas segueix dient que «*la gent no veu bé que es pugui viatjar amb furgoneta ja que és la manera més econòmica de viatjar i a la qual tothom s'està passant*». Josep Ballell, de 31 anys, diu que «*aquí hem d'aprendre molt*

d'altres llocs. L'únic que empenya és que per quatre bruts i incívics se'ns inclogui tots al mateix sac» i Pau Coma, jardiner de 27 anys i president de l'Associació Furgó Festa de les Masies de Roda, pensa que «encara falta molta cultura camper en el nostre país».

[MONDO]: Llibertat, economia, paisatge i comunitat

«No depens de res. Fas el que vols i quan vols» afirma el tarragoní Aleix Elias, bomber de 30 anys. Eduard Mir, tècnic informàtic de 24 anys, manifesta: «ho tens tot, no necessites res més, pots parar on vols, dormir on et vingui de gust i, el que més m'agrada, és que et sents realment lliure». L'autonomia que proporciona un automòbil camperitzat permet realitzar un turisme que es caracteritza per la llibertat. Johan Morbihan, fuster francès de Bretanya de 35 anys, relata que en un dels seus viatges «vaig dormir a 2.255 metres a Sierra Nevada (Granada) envoltat de neu. Al dia següent, em divertia banyant-me indistintament a l'Oceà Atlàntic o al Mar Mediterrani a la minúscula península de la Punta de Tarifa».

A la independència inherent d'un vehicle a motor s'hi ha d'afegir l'avantatge propi dels camper: l'espai. Espai que es tradueix en comoditat. Per Ramon Franch, mecànic de 28 anys, el confort rau en el llit: «estava fart de dormir malament al cotxe». La capacitat espacial atrau a nombrosos esportistes que practiquen activitats relacionades amb l'aigua o les dues rodes. Windsurfistes, surfistes, ciclistes, piragüistes, submarinistes, etc. opten per aquests vehicles per un simple tema d'espai. «Poso la bici a dintre sense desmontar res de la furgoneta ni de la bici» explica Jonas Janela, un triatleta portuguès de 22 anys. Per les parelles amb fills, l'espai també esdevé un punt clau en els seus viatges familiars. Per Albert Soriano, membre de la junta directiva del Club Camper, «els motoristes es passen a la furgoneta en el moment en què comencen a procrear. L'alternativa a les dues rodes se supleix amb un vehicle de quatre camperitzat. La filosofia és molt similar».

De la fusió de llibertat i espai en resulta que un vehicle camperitzat es transforma en una 'casa mòbil'. Pau Coma ho resumeix dient: «ho portes tot a sobre, hi cap tot i pots fer vida a dintre». Per Joan Borrissier, estudiant de 20 anys que ha adquirit una furgoneta recentment, tenia clar que «des de sempre m'ha agradat viatjar i amb la furgoneta puc tenir el meu espai propi, íntim i mòbil». «Vas amb la casa al damunt. Amb menjar i gasolina n'hi ha prou per començar a improvisar» reconeix el basc Gorka Zolabarrieta. L'Anna Calvet, metgessa de 28 anys, s'ha adonat que «guanyes molt en comoditat, ets més lliure a l'hora de viatjar, pots fer parades on creguis necessari. Passes de tenir un mitjà de transport a tenir un semi-sostre».

La casa ambulat és la raó per la qual el Furgó Mondo té l'etiqueta de ser una de les modalitats turístiques més econòmiques. Tothom coincideix en que una de les principals avantatges és «no pagar hotel». «És una manera ben maca de viatjar per la gent que no tenim possibilitats d'anar a hotels, fer grans viatges o senzillament hem escollit aquesta manera de viatjar» diu Gerard Jiménez, químic de 29 anys. «Des d'excursions de dos dies a viatges d'un mes o més, les despeses no es disparen excessivament» afirma el madrileny Federico

Zamorano qui segueix explicant que *«quinze dies, tres persones, a l'agost, fent la ruta per Normandia ens va sortir per uns 350 euros per persona, tot inclòs: els menjars, dormir i gasolina i sense trampes ni asteriscs»*.

El Furgó Mondo també es distingeix d'altres formes de viatjar per l'enorme consum de paisatges. La llibertat de moviments i la itinerància comporta un major contacte amb la naturalesa i una conscienciació respecte el medi ambient. Laia Sardà, de 29 anys, apunta que una de les millors experiències *«són les vistes. De tant en tant, tens sorpreses en forma de paisatges espectaculars. Pots tenir un despertar o una posta de sol impressionants»*. La predilecció universal pels paisatges amb arbres (verds), terra (marró) i aigua (blaus) es podria deure, com afirma l'assagista neozelandès Dennis Dutton en el seu llibre 'El instinto del arte' on exposa que el gust estètic és un tret evolutiu marcat per la selecció natural i no l'entorn social, a la similitud amb les savanes africanes, bressol de l'espècie humana.

«El paisatge és un concepte que té una forta dualitat» destaca Arnau Urgell a la web sostenible.es que recull el portal de l'Observatori del Paisatge de Catalunya (OPC). La dicotomia rau en la diferenciació de les vessants objectiva i subjectiva. Una, la dels partidaris de l'existència objectiva del paisatge com a objecte físic i real, i l'altre, els defensors d'una visió artística que es construeix socialment a partir de la interacció amb la mirada de l'ésser humà. A l'article d'Urgell, la síntesi la dóna Albert Pèlachs en *«l'anomenada visió geogràfica. Es tracta d'una aproximació que integra la dualitat com un valor afegit»*. Segons ell, els geògrafs gals George i Claude Bertran *«van enunciar el paradigma GTP: geosistema (medi biòtic i abiòtic), territori (antropització del medi) i paisatge (percepció artística i espiritual del territori)»*.

El Consell d'Europa, mitjançant el Conveni Europeu del Paisatge signat a Florència (Itàlia) el 20 d'octubre del 2000, va posar de manifest una voluntat conceptual integradora i va defensar la importància de la protecció, gestió i ordenació del paisatge. A nivell econòmic: *«el paisatge desenvolupa un paper important d'interès general en els camps cultural, ecològic, medi ambiental i social, que constitueix un recurs favorable per l'activitat econòmica i que [...] pot contribuir a la creació de llocs de treball»*. O a nivell de benestar: *«el paisatge és un element important de la qualitat de vida de les poblacions [...] i és un element clau del benestar individual i social i la seva protecció, gestió i ordenació impliquen drets i responsabilitats per tots»*.

Ricard Rigall, professor d'economia de la UdG (Universitat de Girona) i col·laborador de la FOEG (Federació d'Organitzacions Empresariales de Girona), en un article publicat a l'abril del 2010 al Diari de Girona qüestionava la sostenibilitat del model turístic de sol-platja-festa. La notícia girava entorn la reducció de l'estacionalitat turística i els elements que poden influir en el preu. Entre els que considerava positius, hi havia des de ports esportius a restaurants passant per la seguretat ciutadana i la qualitat de l'entorn natural. En aquest sentit, Joan Nogué, director de l'OPC, destaca que *«cada cop es valora més un paisatge ben conservat i amb vida. De fet, és un dels principals indicadors de la bona o mala salut d'un territori»*. Nogué, però, adverteix que *«la contemplació del paisatge no és només una qüestió estètica, sinó que*

també és un element d'equilibri emocional i de benestar personal».

I és que com reconeix Gerard Jiménez *«tens l'obligació de relacionar-te amb les persones, encara que sigui perquè no disposes de cap pantalla»*. Ester Tomàs, publicitària de 25 anys, apunta que *«t'adones de com depenem de l'electricitat. En les primeres excursions, quan es ponia el sol, encara que tinguéssim petites llanternes i espelmes, la falta de llum provocava un xoc. No sabíem què fer. Acostumats a un oci vinculat a la recepció d'imatges, al vespre semblava que ja havies d'anar a dormir, però el teu sistema intern està habituat a anar a dormir més tard. Al principi costa, però es va trencant el gel i comences a conèixer facetes noves dels teus acompanyants i realitzes activitats diferents»*. Exactament com experimenta Josep Ballell: *«fas coses estranyes i divertides com buscar dutxes, analitzar la flama d'una vela, jugar jocs de cartes inventats perquè sempre en falta alguna, et fixes en les olors i els sons de tot, etc»*. *«Va bé tenir una brúixola per orientar-te perquè dependent de l'estació t'interessa que et toqui el sol de bon matí o no»* exposa Isabel Robirola, fisioterapeuta de 27 anys. Els usuaris congreguen en què s'interessen més per temes geogràfics i passen a seguir un horari solar molt saludable.

El paisatge implica la reconciliació amb la natura. En una societat eminentment urbana, els viatgers destaquen que preferiblement fugen de les ciutats i 'els paisatges híbrids i no-llocs', conceptes emprats per Joan Nogué al seu text 'Entre paisatges'. El geògraf també diferencia el contrast entre el paisatge quotidià i el paisatge no-quotidià. Les necessitats ínfimes d'infraestructures que té el Furgó Mondo i el poc consum de formigó el converteixen en una pràctica que incideix en la preservació i sostenibilitat del paisatge. De la mateixa manera que desestacionalitza aquest tipus de turisme gràcies a una oferta infinita i consciència als practicants sobre la conservació del medi ambient.

La mentalitat és la que influeix en la sensació de pertànyer a un grup selecte. Una col·lectivitat que aglutina els conceptes com llibertat, independència, mobilitat, ecologia, austeritat, naturalesa, solidaritat o, fins i tot, certa anarquia. El sentiment comunitari ha provocat que els últims anys hagin aparegut com bolets llocs web, portals o fòrums relacionats amb aquest món. Un altre sentiment immaterial és el de devoció a una marca. Sobretot amb els fabricants alemanys Volkswagen i, en menys mesura, Mercedes. Són molts els que el motiu de tenir un d'aquests automòbils rau en el romanticisme de la firma. *«M'encanten els clàssics Volkswagen i aquesta -model T- era la que em semblava més adient per les meves necessitats»* confessa Eduard Mir.

La comunitat 'furgonetaire' s'ha coordinat fins el punt d'organitzar activitats que són un èxit. És el cas de l'Associació Furgó Festa de les Masies de Roda, el portal FurgóVW amb seva Trobada Nacional de Furgonetes Camper o el català Club Camper fundat el 1998 que compta amb més de 100 socis i és l'únic federat a la FEAA. Enguany, els osonencs van celebrar la V Furgofesta batent el rècord de participació. Més de 200 furgonetes – unes 700 persones- es van aplegar a les ribes del Ter al seu pas per Roda. Pau Coma, president de l'associació, relatava que *«és una festa que funciona amb el bon rotllo que es crea i la complicitat dels participants en les diferents activitats com concerts, tallers o atraccions. Tothom va marxar content i amb ganes de repetir»*. Les

marques, veient l'èxit del Furgó Mondo, s'han afanyat a endegar més estratègies de màrketing. En el cas de Volkswagen amb la col·laboració d'Alesport i RPM, la seva 7a concentració FurgóVolkswagen també va assolir un nou rècord d'inscrits. El càmping la Ballena Alegre de Sant Pere Pescador ha aprofitat la disputa d'una prova de la Copa del Món de Windsurf a la Badia de Roses per celebrar anualment la trobada la segona setmana de juliol. De les 150 furgonetes el 2004 l'evolució ha estat 243, 250, 357, 427, 433 i 523 furgonetes i més de 3.000 persones aquest 2010.

No tot són flors i violes en l'ídíl·lica i utòpica percepció del Furgó Mondo. Començant per tractar-se d'un giny de propulsió antic, moltes vegades de més de 15, 20 o 30 anys, *«pot donar problemes mecànics»* com coincideixen el mateix Coma, Mir i Franch. D'altres com Joan Borrissier troben un aspecte negatiu en *«aparcar-la. De vegades pot resultar una odissea segons el lloc»*. Aleix Elias apunta als inconvenients de *«climes extrems»*. *«Una vegada a París ens vam despertar a -15°C amb el vaho de l'interior de la furgoneta congelat. A l'estiu, a dins, el termòmetre pot arribar a marcar +40°C entre les 9:00 i les 10:00 del matí»*. Són molts els que dormen intranquils i els passen paranoies pel cap degut a la inseguretat de certs llocs. Calvet recalca que *«és molt important trobar un bon indret per descansar»*. *«No es pot ser hipòcrita ja que també contaminem»* manifesta Ruth Costa, dependenta de 24 anys, qui continua dient que *«les furgonetes gasten bastanta gasolina, més que els turismes d'última generació»*. Resulta comuna la queixa de la majoria d'usuaris pel que fa a les prohibicions per quedar-se a dormir a segons quins llocs i alguns han ressaltat que viatjar amb massa gent o tenir friccions insalvables amb els altres tripulants els ha perjudicat per tot el viatge. Ramon Franch i Josep Ballell adverteixen respectivament que *«la calefacció estàtica pot ser perillosa»* i *«si vas amb 'furgó' et coneixen fàcilment»*.

En el que absolutament tothom està d'acord, indispensable per una bona convivència i un correcte benestar interior i exterior és en l'aspecte de la higiene. *«L'únic problema és el WC... si tens una apretada d'emergència hi ha cops que és difícil solucionar-ho»*, *«per mi el tema de la dutxa i el lavabo és un problema, perquè si bé fas parades estratègiques per fer les funcions fisiològiques, sovint no tens més remei que fer-ho al voltant de les zones on fas nit i si és un lloc concorregut de furgonetes et trobes que és un camp minat amb els paperets blancs. I pel tema dutxa també és complicat perquè tot i que pots rentar-te en dutxes públiques, no m'agrada haver-me de dutxar amb sabó a la platja, colar-me a algun gimnàs, pavelló o càmping per netejar-me. El problema és que les carreteres i les ciutats no estan preparades per aquest tipus de turisme i no faciliten zones gratuïtes per lavabo i dutxa»*, *«s'ha de tenir molt de valor per dutxar-te quan fa fred»* confessen anònimament diversos enquestats.

Pels seus incondicionals, els vehicles camperitzats representen no només una manera de viatjar, sinó una filosofia de viure. I quan es parla de conceptes com llibertat, economia, paisatge i comunitat és inevitable remetre's als moviments contraculturals de la dècada dels 60s. La generació beat i el moviment hippy van convertir aquests vehicles en un dels seus símbols. Obres com la mítica 'On the road' de Jack Kerouac van amalgamar valors com l'amor, el pensament

oriental o la mística per justificar el nomadisme i veure en el viatge un trajecte cap a l'autodescobriment. La relació intrínseca de la psicodèlia amb les drogues i l'alcohol va facilitar l'absorció per part de la classe mitja provocant la massificació del moviment. Als 80s i 90s va revifar amb els 'New Age Travellers' que compartien ideari amb els hippies i viatjaven a fires i festivals musicals principalment a la Gran Bretanya amb ramificacions a altres indrets 'Commonwealth' com Nova Zelanda.

Mahatma Gandhi, un dels referents orientals, va donar l'exemple de viure amb l'essencial. En una entrevista a la contra de 'La Vanguardia', Lluís Amigué entrevistava a Hervé Kempf. El pioner del decreixement econòmic explicava que *«les necessitats del nostre cos són limitades, però les del nostre ego no es colmen mai»*. Kempf es preguntava què ha fet el capitalisme exacerbat per nosaltres i les respostes més factibles que trobava eren que s'ha doblat l'esperança de vida, s'ha reduït la mortalitat infantil i s'ha acabat amb la fam a Occident. Tot això a costa d'agredir els països no-Occidentals i el medi ambient. *«En dues generacions el planeta està al límit»* aventura Kempf, el qual es basa amb Thornstein Veblen per exposar que *«les classes altes necessiten exhibir i competir per demostrar el seu èxit. I les baixes, per sentir-se ascendides socialment, han fet el mateix (o ho han intentat). Amb els territoris ha passat el mateix, s'han malgastant tots els recursos»*. El Furgó Mondo és proper a les teories del decreixement econòmic.

El s.XX va ser el segle de la velocitat sense límits. El gas a fons, les cilindrades opulentes i la contaminació descontrolada. El s.XXI ha heretat el problema de l'escalfament global, l'imperialisme contrarrestat amb terrorisme, la putrefacció del capitalisme i la cultura de la façana. Cal una pedagogia educativa que marqui que tenir una piscina al jardí o viatjar a l'altra punta del món per no sortir d'un recinte estigui passat de moda i sigui un sacrilegi ambiental. Un pensament que conscienciï que la veritable riquesa consisteixi en la preservació de la natura i el seu gaudi. En algun moment serà l'hora d'aixecar el peu de l'accelerador. Pel que es desprèn dels practicants del Furgó Mondo, ells ja han començat a fer-ho.

Jordi Robirola

jordi.robirola@gmail.com