

URBAIN, JEAN-BAPTISTE - (1993)
EL IDIOTA QUE VIAJA
ENBY MION, MADRID.

8

OR, GIMAZ
6107107

INTRODUCCION

EN BUSCA DEL MAL VIAJERO...

*Yo. Yo. Yo no existo a pesar de todas vuestras historias...
Antes habéis hablado de la maravillosa simplicidad de mi
vida de amnésico... Estadis de broma.*

JEAN ANOUILH
(*Le voyageur sans bagaje.*)

Tourist or not tourist? He aquí la cuestión, y se repite insistentemente al hilo de los viajes. Este veraneante recuerda aquel fatídico día en que, como Hamlet contemplando la calavera de Yorick, miró con perplejidad las cuencas vacías de su «reflejo». Entonces, apareció un rostro: el suyo, unas narizotas rojas abrasadas por el sol y coronadas por unos anteojos de batracio y un gorrito blanco. En tanto que estereotipo ridículo, esa imagen de sí mismo le desagradó y, de pronto, sintió una gran vergüenza. Desde aquel momento, entre ser o no ser, este turista cavila, modificando sin cesar su imagen. Es el personaje central de este libro: su héroe acompañado.

Cuba abre sus fronteras al turismo. El flujo vacacional ha sobrepasado los 4 mil millones de viajes al año¹ y, sin

¹ Según una estimación de la Organización Mundial del Turismo

embargo, la universalidad del ocio no cambia en nada la cuestión. El viajero de placer sigue siendo un personaje problemático. Peregrino indeciso, generalmente a disgusto, el turista sueña a menudo con cambiar. ¿Quién es el turista? ¿Quién es turista? Aunque hacer turismo sea una idea seductora, ser turista resulta para muchos una perspectiva insostenible. Además, ¿quién de entre nosotros, refiriéndose al extranjero de paso o incluso a su compañero de viaje, no ha empleado alguna vez el infamante epíteto de «turista»? Esta palabra se ha convertido en un mote. Es hiriente. Atenta contra la dignidad del viajero. El indígena la emplea con frecuencia en este sentido, pero lo mismo hace el turista para referirse a sus semejantes.

Turista no es, por lo tanto, una palabra sin trastienda. Peyorativa, despoja al instante al viajero de su principal cualidad: *viajar*. Sobre este punto, el prejuicio común es formal: el turista no viaja. Adepto a los «circuitos», lo único que hace es *circular*. Basta con esto para convertir al viajero en un mal viajero: un nómada de pies planos.

El nómada nunca fue bien acogido y el turista no escapa a esta regla. El nomadismo vacacional despierta en diferentes grados este mismo rechazo. El nativo desconfía de ese desconocido ocioso que se mueve sin motivo aparente. Para colmo, a la desconfianza del autóctono se le añade a menudo un sentimiento de inferioridad. Ante el turismo, el indígena sedentario descubre irremediablemente que los papeles de visitante y de visitado no son reversibles. Para ellos, pescadores del Algarve o campesinos del Yucatán, el nomadismo por placer es un lujo inaccesible. Nunca serán turistas. Si alguna vez se van, serán emigrantes abocados a otro sedentarismo: el del exilio.

Agravando aún más la incomodidad de este viajero, la sociología ha insistido mucho en el efecto negativo del turismo sobre las regiones llamadas «de acogida»: Los grados del

(O.M.T.) que, a partir de las fuentes más recientes, evalúa en 400 millones el número de viajes internacionales.

² R. Languar, *Sociologie du tourisme et des voyages*. París, P.U.F. («Que sais-je?») n.º 2.213), 1985, pp. 71 sig.

resentimiento indígena van desde la hostilidad latente hasta la agresión abierta. De esta forma, se empieza por las pintadas «Tourists go home» en Antigua o «Turistes fora» en Córcega, para seguir con las primeras bombas lanzadas contra las instalaciones turísticas. Por su parte, el sociólogo D. Nash equipara el turismo con una forma de imperialismo³. Como procedimiento de ocupación no militar, ¿no sería el turismo un restablecimiento de la división del mundo en *colonias*? Colonias de vacaciones, sin duda, pero colonias, en todo caso...⁴

J.-C. Berchet ve en el viaje hacia Oriente del siglo XIX «un sistema turístico [que] va a suponer una verdadera ideología de la colonización pacífica»⁵. Es cierto que en el marco de la política colonial en Marruecos, el turismo de montaña, como instrumento y coartada de «pacificación», fue promovido por Lyautéy para someter al montañés rebelde⁶. También las Bermudas deben en gran medida su desarrollo económico basado en el turismo, a un acuerdo militar angloamericano al que se llegó durante la Segunda Guerra Mundial. Este acuerdo permitió a la colonia británica equiparse con un campo de aviación y mejorar su red vital⁷.

De aquí a pensar que el turismo es parte integrante del imperialismo occidental no hay más que un paso, que algunos dan no sin razón⁸. Pero se deben por ello imputar al turista

³ D. Nash, «Tourism as a form of Imperialism», en V.L. Smith, *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press, 1977. (Edición española: *Antifitones e invitados*. Madrid, Endymion, 1992).

⁴ G. Cazes, *Les Nouvelles colonies de vacances? Le tourisme international à la conquête du Tiers Monde*. París, L'Harmattan, 1989.

⁵ J.-C. Berchet, *Le Voyage en Orient. Anthropologie des voyageurs français dans le Levant au XIX^e siècle*. París, R. Laffont, 1985.

⁶ M. Naciri, «Una política colonial», en «Dominar: mapas y cuadrículas», en *Hérodote*, n.º 13. París, Maspéro, 1979, pp. 55-56.

⁷ E. de Kadit, *Tourisme, passeport pour le développement?* París, Unesco/Economica, 1980, p. 159. (Edición española: *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?*, Madrid, Endymion, 1991).

⁸ Ver, por ejemplo, J.-L. Boutillier, y al., *Le Tourisme en Afrique de l'Ouest. Penacée ou nouvelle traite?* París, Maspéro, 1978.

los daños de una política que le supera o de un comercio que lo manipula? Regionalista, nacionalista, ecologista o tercermundista, la condena del turismo arrastra a menudo la del turista. Este proceso obliga entonces al viajero a entrar en el juego de los prejuicios y avala el estereotipo secular del turista intruso. Turismo y turista no son sin embargo realidades equivalentes; y la condena del viajero mete en el mismo saco los daños de un sistema y las fantasías de un hombre.

Después de todo, las cosas no están tan claras. La imagen de un mundo partido en dos por el turismo, con, por un lado, los países proveedores de «turistas-colonos» y, por otro, las «colonias turísticas», es una imagen simplista. Los países proveedores son también grandes anfitriones. América del Norte y Europa totalizan cerca del 80 por 100 de la acogida mundial de turistas⁹. Recordemos con este motivo que Francia, quinto país proveedor de turistas del mundo, es al mismo tiempo el primer país receptor¹⁰. Ya en 1910 se calculaba que Francia ganaba 350 millones de francos gracias al turismo, frente a los 200 millones de Suiza y 318 de Italia». En 1929, «a excepción de Suiza, que contó con 2.154.000 visitantes, Francia recibió más que todo el resto de los países»¹¹.

En estas circunstancias —y sin negar, sobre todo en el Tercer Mundo, los efectos devastadores de determinado tipo de turismo—, mantener la imagen de un mundo partido en dos por la industria turística sería una caricatura de la realidad. El turismo es también un intercambio. *A fortiori*, pensar que el desprecio antiturstico encuentra su origen exclusivamente en el encuentro entre Occidente y el resto del mundo sería una conclusión precipitada. *Este desprecio viene*

⁹ G. Cazes, *Le Tourisme international. Mirage ou stratégie d'avenir?* París, Hatier, 1989, p. 26.

¹⁰ G. Cazes, *Ibid.*, pp. 23 y 28-29: 36.748.000 llegadas de turistas a Francia en 1985 frente, por ejemplo, a 12.686.000 a la RFA, 6.574.000 a Grecia o solamente 241.000 al Senegal, destinos considerados sin embargo como muy turísticos...

¹¹ Th. Zeldin, *Histoire des passions françaises (1848-1945)*. T. 2: *Orgueil et intelligence*. París, Le Seuil, 1980, pp. 99-100.

de otro terreno. O por lo menos no es el propio del indígena de las antipodas en respuesta a la ostentación del viajero norteamericano o europeo.

El desprecio antiturstico está presente en Europa ya desde el siglo XIX. En Francia, en Suiza, en Italia, es el viajero inglés el principal objetivo de este desprecio. Muy lejos de las colonias, la imagen negativa del turista entró, ya desde aquella época, en las costumbres. Esta imagen no dejará de fortalecerse y la oposición que inspirará será tan fuerte que el rechazo del turista prevalecerá sobre la conciencia del interés económico de su llegada. Preocupados por desarrollar el turismo, es muy significativo que algunos gobiernos, aún hoy, sientan la necesidad de lanzar campañas de «concienciación turística» tendientes a mejorar la calidad humana de la acogida. Recordamos ese eslogan de una reciente campaña publicitaria de la Secretaría del Turismo en Francia:

«NO SEA UN EXTRANJERO PARA EL TURISTA!»

Desconfianza latente o xenofobia activa, resistencia manifiesta u oposición pasiva, el desprecio antiturstico no tiene al fin y al cabo ni fronteras ni territorios establecidos. Próximo o lejano, ese desprecio está por doquier, en mí como en el otro. No hay ninguna necesidad de ir al trópico para encontrarlo: hasta tal punto esto es así que un sociólogo, hace unos años, cuando hacía una encuesta sobre la actitud del turista respecto al turismo, se vio obligado a disimular el objeto de su estudio a los que interrogaba: «de ser el turismo una actividad muy discutida, al menos bajo esa denominación, el tema anunciado a los entrevistados era el de las vacaciones»¹².

Con una cierta perspectiva, los hechos aparecen mucho más complejos. El desprecio antiturstico no es patrimonio de los indígenas extra-occidentales y de sus defensores. ¡Se encuentra en el mismo turista! En la mayoría de los casos, *el desprecio del turista es de origen interno*. Emana tanto de

¹² O. Burgelin, «El turismo a juicio», en «Vacaciones y Turismo», en *Communications*, n.º 10. París, Le Seuil, 1967, p. 76.

nuestra cultura como de su encuentro con otras, y procede de un desgarrón en la conciencia occidental que puede resumirse así: si bien Europa inventó el turismo a principios del siglo XIX, muy pronto renegaría de él y, desde entonces, parece que no puede dejar de arrepentirse. Entre la creación de la «moda» turística y su reprobarse casi inmediata, tenemos al turista de hoy, heredero despreciado de esta contradicción, instalado de forma nada ventajosa en el centro de una interminable polémica nacida del encuentro de dos puntos de vista contrarios.

Para unos, el turismo es un principio de vida y desarrollo. El título de un artículo de M. Eyrolles, entonces presidente del desaparecido Touring Club de France, «El turismo... una necesidad vital», constata esta afirmación: «La difusión del turismo [...] debe permitir a muchas de nuestras regiones encontrar una nueva vocación, en una época que preconiza el declive de las actividades tradicionales. Debe permitir el fin de su desastrosa despoblación, la vuelta de la vida y el asentamiento de una juventud que sin ello estaría condenada al exilio»¹³. Esta reflexión afirma, por tanto, que el turismo es una fuente múltiple de revitalización: demográfica, económica, patrimonial y cultural¹⁴. Sesenta años antes, a propósito de Córcega, se comparaban ya los efectos benéficos del turismo con una resurrección: «Se han fundado Centros de Atracción y Turismo en Ajaccio, Bastia, Calvi, Corte, Sartène, que organizarán la región y que empiezan a levantar la losa sepulcral bajo la que dormía el alma entumecida de la Córcega heroica. Lázaro ha salido de su sepulcro y las energías resucitadas y coligadas van a hacer de la isla perfumeada y verde, cuyo esplendor no se ve apagado por ninguna fábrica humeante; lo que debería haber sido hace tiempo: un Edén de vacaciones y el Paraíso del turismo»¹⁵.

¹³ M. Eyrolles, «El turismo... una necesidad vital», en *La Terre et les voyages*. París, Cercle Européen du livre, 1974, pp. 14-15.

¹⁴ R. Mahou, «Nuestro patrimonio artístico al servicio del turismo», en *La Protection du patrimoine culturel de l'humanité*. París, Unesco, 1969.

¹⁵ H. Boland, *Excursions en France*. París, Hachette («Biblioteca de las escuelas y de las familias»), 1909, pp. 313-314. Señalemos con respecto

Hoy, al evocar el caso de California o de España, se hace hincapié en que el turismo es por lo demás una industria inicial que atrae otras. El turismo despierta, estimula o despliega las economías nacionales y conduce a las sociedades hacia un segundo estado de prosperidad post-turística. En cuanto a los efectos sociales o políticos, se insiste en el hecho de que el turismo saca de su aislamiento a muchas regiones, suscita la creación de instituciones sociales (escuelas, maternidades, servicios administrativos, hospitales), desarrolla los medios de comunicación y de información, valora los parajes, mejora la higiene, el alojamiento e incluso las prácticas alimentarias. Puede, en última instancia, modernizar la familia, liberar a la mujer y al niño de costumbres opresoras y contribuir en fin a la afirmación de las identidades culturales.

Para otros, en contraposición, el turismo es un principio de muerte y de destrucción que aniquila parajes y culturas. Al optimismo sucede un canto de duelo dramatizado por los títulos de algunas obras de los años 70, como por ejemplo *La Côte d'Azur assassinée*¹⁶, *La Montagne colonisée*¹⁷, *La Neige empoisonnée*¹⁸ o también *Les Dévoreurs de paysage*¹⁹. Esta última obra lleva por subtítulo: «¿El turismo debe destruir los parajes que le dan vida?». Tal es la conclusión: «Allá en donde se instala de forma masiva, el turismo no hace más que aniquilar aquello que lo había atraído»²⁰. Lejos de ser vitalizador, el turismo se vuelve en este caso mortífero.

Expansión, conquista, inmenso movimiento de ocupación y de degradación del mundo físico y humano: tal es la visión del turismo que se aprecia desde esta perspectiva. Es una invasión. Con sus hordas bárbaras y sus mareas caníbales, devora, envenena, coloniza, asesina los espacios y las tradiciones. Como un importante congreso, en junio de 1989, en Rotterdam, tuvo como tema: «El papel del ocio y del turismo en el proceso de revitalización». Desde hace ochenta años, el turismo-resurrección sigue siendo una idea sugestiva...

¹⁶ R. Ruchard y C. Bartol, París, Roudil, 1971.

¹⁷ B. Cognat, París, Cerf, 1973.

¹⁸ D. Arnaud, París, A. Moreau, 1975.

¹⁹ J. Krippendorf, Lausana, ed. 24 heures, 1975.

²⁰ A. Laurent, *Libérer les vacances?*, París, Le Seuil, 1973, p. 229.

ciones. Es una ola que rompe e invade los pueblos, los bosques, las montañas, los desiertos. Durante la temporada alta se instala en las orillas con sus papeles grasientos y sus cremas solares. Lejos del litoral, en invierno y en verano, viola los rincones más apartados: Amazonia, Sahara, Tíbet o Cévennes. Se infiltra incluso en regiones consideradas como las más inaccesibles. Es un flujo indiscreto y rapaz que se difunde desde los países ricos hacia los países pobres. Este flujo va de las ciudades al campo, de Occidente al Tercer Mundo, de Europa y de América del Norte hacia las antiguas colonias, del Canadá al Caribe, de Londres a Nairobi, de Escandinavia hacia el Mediterráneo, de Holanda a la Alta Provenza. Nada escapa a esta ola: ni las costas, ni las regiones profundas, ni las islas lejanas. Todo lo cubre con su espuma. Después de haber bordeado las orillas del Senegal y de haber remontado el Nilo, la ola turística rebota, y enseguida alcanza el Pacífico, desembarca en Hawái, en Bora Bora o en la Isla de Pascua. Además está el Oriente próximo, medio o lejano. Está Asia, toda Asia. «Asia de la A a la Z», como proclamaba hace poco un anuncio ilustrado con un buda sonriente²¹. Están Ceylán, Bali, Tailandia, Malasia. Incluso, rizando el rizo, el «Extremo Occidente»: Japón.

A todo esto habrá que añadir que el turismo provoca también paro, que suscita penurias y aumenta la delincuencia, el alcoholismo y la prostitución. Desencadena la especulación y favorece la inflación sufrida por las poblaciones locales²². Así, «la gente humilde de las Seychelles ya no puede comprar el pescado para salarlo y conservarlo según la tradición, al precio al que se ha puesto por culpa de los hoteles»²³. A la vista de todas estas realidades, ¿cómo seguir conservando el optimismo que evocábamos más arriba?

Catálogo del verano de 1981, el lema del mayorista Cruise Air es:

«GRECIA NOS PERTENECE»

²¹ Eslogan de la agencia Pacific Holidays en 1988, especializada en los viajes orientales.

²² R. Languar, *Op. cit.*, pp. 77 sig.

²³ G. Cazes, *Op. cit.*, p. 100.

En 1989, cambio de «propietarios». El lema se transformó en:

«GRECIA OS PERTENECE. CHIPRE TAMBIÉN»

Pero de «nos» a «vos» el verbo no cambia. Sigue siendo el mismo fantasma de posesión del mundo, y Chipre por añadidura. El equívoco de tales fórmulas justifica todas las dudas. ¿Es aquí donde se encuentra el significado del turismo? ¿No se trataría en el fondo de una simple apropiación, «captura del visitado por el visitante»?²⁴.

Este dramatismo puede conducir a una verdadera forma de psicosis antiturística. El historiador citado justifica tal actitud argumentando que las guías turísticas proceden básicamente de un rudimentario censo de lugares y parajes acorde con la concupiscencia militar y sus deseos de conquista. La prueba vendría dada por las supuestas instrucciones que Hermann Goering dio a la Luftwaffe en 1944, ordenando destruir en Inglaterra «cualquier monumento histórico y cualquier lugar señalados con un asterisco en la Baedeker». Estas incursiones aéreas fueron llamadas en alguna ocasión: «las incursiones Baedeker»²⁵, nombre del autor Karl Baedeker, que publicó, en 1832, en Coblenza, su primera guía turística.

El turismo, ¿una forma de belicismo camuflado? Según G. Aznar, sin lugar a dudas²⁶. Los grupos de turistas alemanes son para él unas «hordas teutonas» y el turismo un verdadero cataclismo con resabios guerreros: «En treinta años, incluidos, medidos y evaluados todos los factores, la industria del ocio ha devastado más el planeta que cuatro guerras mundiales, diez seísmos y mil inundaciones». Desbordando los límites de la crítica, nos acercamos a la paranoia.

«¿Después de todo, qué es lo que los turistas vienen a

²⁴ Expresión de J. Viard, ver «Las vacaciones», en *Aurement*, enero 1990, p. 92.

²⁵ D.J. Boorstin, «Del viajero al turista: el perdido arte de viajar», en *L'image - ou ce qu'il advint du Rêve américain*, cap. 3. París. R. Julliard, 1963, p. 139.

²⁶ G. Aznar, *Non aux loisirs, non à la retraite*. París, Galilée, 1978, pp. 27-29.

hacer aquí? ¡No tienen más que quedarse en su casa a hacer turismo!», declara sin pestañear el xenófobo de turno. Esta forma de ostracismo cotidiano no teme ni a la contradicción ni al ridículo: «A mí ya me conoces; yo no tengo nada contra los extranjeros; algunos de mis mejores amigos son extranjeros. Pero estos extranjeros no son de los nuestros», dice Agecanonix, decano del pueblecito galo que «sigue resistiendo ante el invasor»²⁷.

¿Quiénes son los turistas? ¿Unos intrusos? ¿Unos invasores? ¿Viajeros inocentes o espías? «se sabe con seguridad que la mayoría de los turistas alemanes en París, en los años que precedieron a la Segunda Guerra Mundial, eran espías. Al localizar los lugares, sus fotografías preparaban la invasión de la capital». Y la desconfianza hacia los turistas japoneses era, aún no hace mucho, un comportamiento muy extendido entre los indígenas parisinos. «Disfrazados» de turistas, periodistas occidentales lograron introducirse en Polonia en las horas difíciles. Mientras las fronteras se cerraban a la información internacional, ¡el turista seguía pasando!

Desde el desprecio propio del rechazo militante, desde las pintadas a las primeras bombas, las ideas homicidas con respecto al turista siguen ahí. ¿Hay que matar a los turistas? Aunque sea de broma, esta cuestión ha llegado a plantearse²⁸. Atestigua un estado de espíritu ambiental, evidente entre los opositores declarados, pero, en el fondo, presente también entre los defensores del turismo vital, que apenas analizan los deseos del viajero, cuyos sueños no interesan. No es el hombre lo que ven, sino el comercio, un nuevo campo abierto a la industria: una demanda por satisfacer, unas necesidades que hay que explotar; ni sueños que comprender ni ilusiones que descifrar.

Condenado o manipulado, el turista es por tanto ignorado y, en cierto modo, siempre asesinado. Sólo cuenta el turismo, fuente de destrucción para unos, plusvalía para otros. Se

²⁷ R. Goscinny y A. Ulderzo, *Les aventures d'Asstérix. Le Cadeau de César*. París, Dargaud, 1974, p. 16.

²⁸ P. Francés, «¿Hay que matar al turista?», en «Las vacaciones», en *Autrement*, p. 91.

impone esta constatación: la pregunta *¿quién es el turista?*, es una cuestión que nunca se plantea realmente. He aquí por qué el turista aparece hoy como un nómade problemático, un peregrino ignorado cuya circulación se inscribe en un concierto de opiniones contradictorias que sólo olvidan una cosa: *¡el sentido del viaje para ese viajero!*

Antes de matarlo, tratemos primero de entender un poco al turista. «Demasiados juicios imperiosos o afirmaciones perentorias han emanado de diferentes autores y organismos, lo que, por su mismo exceso, indica más bien una toma de postura ideológica que una búsqueda ponderada y profunda»²⁹. Distanciémonos un poco. Comprender al turista es en el fondo comprenderse uno mismo. «La cultura oculta más de lo que revela; y es extraño comprobar que sus secretos son mucho más misteriosos para aquéllos a los que condiciona. Después de años de estudio, estoy convencido de que el objetivo está en alcanzar la comprensión, no ya de las culturas extranjeras, sino más bien de la nuestra»³⁰.

Nomadismo gigante, el turismo, por muy común que sea, sigue resultando un acontecimiento misterioso. De la burla al rechazo, un desprecio multiforme lo recubre y oscurece su sentido. Muy lejos de aclararlo, muchos moralistas se han dedicado a envolver este sentido bajo una constante avalancha de prejuicios, de esquematizaciones y otras ideas heredadas. «Los que han tomado como una obligación, a menudo a través de las humanidades, la reflexión sobre las vacaciones, hablan de vacaciones ajenas más que de las propias». Lo que se plantea entonces, es que «hay que defender una toma de postura»³¹. Estas posturas dejan obstinadamente a la sombra los grandes sueños de ese pequeño viajero innumerable al que he llamado «El Idiota que viaja»...

²⁹ R. Languar, *Op. cit.*, p. 63.

³⁰ E.T. Hall, *Le langage silencieux*. París, Le Seuil, 1984, p. 48.

³¹ J. Viard, *Penser les vacances*. Actas Sud-H Nysseu, 1984, p. 86.

*No se desprecia a todo aquel que tiene vicios,
pero se desprecia a todo aquel que no posee
ninguna virtud.*

F. DE LA ROCHEFOUCAULD
(*Maximes et écrits divers*)

No se trata de investir al turista de un conjunto de cualidades injustamente ignoradas, sino de comprender primero las causas de su discriminación.

¿Es el turista tan diferente? El marqués de Custine, gran viajero, escribió en 1839: «Es preciso viajar para saber en qué medida influyen sobre la opinión las consideraciones acerca de los diferentes pueblos que hacen los viajeros, muchas veces frívolas en sus juicios por pereza de espíritu»¹. Viajar uno mismo: esto es precisamente lo que hace el turista, para hacerse, también él, una idea y tener sus propias opiniones. ¡Pero ya se levanta la voz del desprecio replicando que ese viajero sólo puede hacerse una idea falsa y emitir juicios erróneos!

El turista tiene la fama de interesarse solamente por los museos, los monumentos y el paisaje: «El turista trata de acumular en su viaje el mayor número posible de monumentos; es por esto por lo que privilegia la imagen sobre el

¹ Marqués de Custine, *Letres de Russie*. París, Gallimard, 1975. Carta del 4 de julio de 1839.

lenguaje, con su máquina de fotos como instrumento emblemático»². Así, el turismo se convierte en «un gran viaje-espectáculo a través de un universo de paisajes, monumentos y museos»³. Chateaubriand, en 1791, remontando la costa Este de los Estados Unidos, escribe: «Filadelfia tiene un aspecto frío y monótono. Por lo general, a las ciudades de los Estados Unidos les faltan monumentos y sobre todo monumentos antiguos»⁴. Viniendo de este gran viajero, esta crítica implica ya una *demande turística*! Ciento cincuenta años más tarde, en 1942, volveremos a encontrar la misma exigencia en Jules Romains: «Sigo sin comprender cómo este país, que al fin y al cabo cuenta ya con tres siglos de antigüedad, no logra tener ciudades antiguas, viejas aldeas, aunque sólo fueran unos modestos cascos históricos con sus monumentos de época»⁵.

No es tan clara la diferencia entre el turista y algunos viajeros del siglo pasado. Se puede constatar, por ejemplo, una similitud chocante entre el comportamiento vacacional contemporáneo y el de ese viajero romántico que fue Gérard de Nerval. El autor del *Voyage en Orient*, en una carta del 2 de mayo de 1843, resume así su visita a Egipto: «Me quedé, más o menos, el tiempo preciso para hacerme una idea bastante completa de este bello y famoso país; ya he visitado Alejandría, Lafté, El Cairo, Fostat, Helópolis, Gisé, Schoubra, Las Pirámides: me queda por ver Mansourah y Damiette, y la parte más bella del delta al bajar el Nilo; por tanto, en lo que se refiere a Egipto, lo tendré al completo; me hubiera gustado mucho remontar hasta las cataratas para ver Tebas, pero la estación estaba ya demasiado avanzada para realizar ese viaje cuando nos lo propusimos: las barcas habrían tardado dos o tres meses, algo demasiado lento y demasiado

fatigoso para ver unas simples ruinas, de las que podemos hacernos una idea bastante buena por medio de los dibujos. Las costumbres de las ciudades, que nos fueron descubiertas gracias a una serie de circunstancias [...], son más curiosas de observar que las ruinas de ciudades muertas. Hemos podido asistir, cada una en su momento, a la Pascua Copta y Griega, a la fiesta turca del nacimiento del Profeta y a las de la vuelta de los peregrinos de La Meca»⁶.

Este viajero reúne todas las condiciones para hacer de él un turista: su gusto por la imagen, el espectáculo, los lugares acumulados: ciudades, paisajes y monumentos. Incluso hay en Nerval una cierta prisa y algo de superficial en su comportamiento... Pero también es verdad que «en aquellos tiempos excepcionales, los escritores viajeros no sintieron ninguna vergüenza en proclamarse turistas [...]. Incluso Nerval —romántico absoluto— emplea sin ningún reparo el término, libre aún de toda connotación injuriosa»⁷. Las actitudes cambiarán un poco más tarde, cuando proliferen las críticas antituristicas.

Entre estas críticas, se encuentra el reproche que se hace al turista de deteriorar los parajes que visita. Pero en esto, también, ¿qué hace Chateaubriand al visitar la Acrópolis? Naturalmente crítica a Lord Eliu, que «ha perdido el mérito de sus loables empresas al devastar el Partenón»⁸. Este «Caledonio que, hace cincuenta años, destruyó tu templo a golpe de martillo para llevarselo a Tule»⁹, se dedicó efectivamente a un pillaje grosero del lugar. Elgin era «un arqueólogo» inglés que arrancó pura y simplemente una de las cariátides del Erectión en la Acrópolis [...] y que asaltó como un bandolero el frontón oeste del Partenón»¹⁰. Y, después de haber denunciado en un gesto noble tal vanda-

² T. Todorov, *Nous et les autres (La réflexion française sur la diversité humaine)*. París, Le Seuil, 1989, p. 378.

³ E. Morin, *L'Esprit du temps*. París, Grasset, 1983 (1.ª ed. 1963), p. 82.

⁴ Citado por M. Grasset, en «U.S.A.-Retour», en «Espacios americanos», en *Cahiers Charles, V*, n.º 5, Universidad de París, VII, 1983, p. 175. Cf. F. de Chateaubriand, *Voyage en Amérique, 1791-1792*.

⁵ J. Romains, *Salsette découvre l'Amérique*. París, Flammarion, 1950.

⁶ Texto reproducido en J. Richer, *Nerval, expérience et création*. París, Hachette, 1970, pp. 359-360.

⁷ P. Bruckner y A. Kinklikraut, *Au coin de la rue, l'aventure*. París, Le Seuil, 1979, p. 42.

⁸ F. de Chateaubriand, *Itinéraire de Paris à Jérusalem*. 1811.

⁹ E. Renan, *Prière sur l'Acropole*. 1876.

¹⁰ J. Lacarrière, «Introducción», en *La Grèce retrouvée (Artistes et voyageurs des années romantiques)*. París, Seghers, 1984, p. XIV.

lismo, Chateaubriand confiesa: «Al bajar de la ciudadela, tomé un trozo de mármol del Partenón. Había recogido además un fragmento de la losa sepulcral de Agamenón y desde entonces, siempre he arrebatado algo a los monumentos por los que he pasado. No son unos recuerdos tan bellos como los que se llevaron M. de Choiseul y Lord Elin, pero me bastan».

Le bastan: ¡qué suerte! Desde la visita de Chateaubriand, si cada turista hubiera continuado haciendo lo mismo, hoy no existirían ni el Partenón, ni siquiera la Acrópolis.

El gusto por el espectáculo y por la imagen, los lugares acumulados y la tendencia al vandalismo no agotan la lista de los prejuicios comunes. Al turista, visitante apresurado y superficial, se le reprocha además el hecho de preferir «los monumentos a los seres humanos»¹¹. Sin embargo, podemos oponernos a esta crítica tradicional alegando que la diferencia actual entre el viajero profesional (antropólogo o gran reportero) y el turista ya no es de temperamento: es de grado. Perfectible, la mirada turística se vuelve cada vez más hacia los pueblos extranjeros y, como a la mirada etnológica, le atraen curiosidades parecidas. El turista contemporáneo está cada vez más comprometido en ese movimiento de exploración de los espacios y *de los hombres*¹². Da testimonio de ello el desarrollo actual del turismo internacional, del cultural, del étnico o incluso del turismo participativo, al estilo «vacaciones en la granja».

De todos modos, este replanteamiento de la *distinción entre turista y viajero* va a contrarcorriente de las mentalidades dominantes. Es un lema que se toma a broma. Hay que añadir que este cambio brusco de perspectiva sobre el viaje turístico nos llega del otro lado del Atlántico, de un país enfrentado desde siempre al problema de las minorías culturales —un contexto en el que el turismo étnico es tanto más importante cuanto que aparece como un factor de identidad y de integración¹³—. En Europa, la distinción entre turista y

¹¹ T. Todorov, *Op. cit.*, p. 378.

¹² D. MacCannell, *The Tourist. A New Theory of Leisure Class*. New York, Schocken Books, 1976, p. 5.

¹³ D. MacCannell, «Turismo e identidad cultural», en «La encrucijada

viajero se mantiene en la opinión como una inquebrantable *diferencia de naturaleza*. En esta diferencia está la clave de una mitología moderna del viaje.

El paso histórico del orgullo a la vergüenza de ser turista fue extremadamente brusco. *Después, nada cambió en las mentalidades*. En algunos años, como precipitada en una grotesca metamorfosis, la imagen del turista cayó en la caricatura. El turista Stendhal¹⁴ se convirtió en el Señor Perichon¹⁵ e incluso, antes de esto, encontró un doble burlesco en la persona de un andarrín: el señor Töpffer¹⁶. *El estereotipo del mal viajero había nacido*.

El marqués de Custine escribía: «La curiosidad triunfa sobre todo lo demás; es el deber primordial de todo viajero»¹⁷. Tal prejuicio conduce, de ahora en adelante, a otro postulado: *Donde el viajero era curioso, el turista es hoy indiscreto*. Y si aún existe el viajero —estatuto heroico reivindicado por esos «nuevos aventureros» que se lanzan en ala delta desde un monasterio nepalí, atraviesan en bicicleta los arrozales chinos, hacen *rafting* a modo de Barco Embriagado o *trekking* experimental en el Takla-makan—, cuidado con el simple mortal que quiera hacer lo mismo. Si invade la ruta del «viajero», será tratado como un «turista ávido de sensaciones fuertes» y señalado con el dedo como un inoportuno extraviado en el espacio sagrado del viaje...

Útil para la defensa de los privilegios de algunos o para la buena conciencia de todos, el desprecio del turista significa ante todo un malestar profundo. El humor parece alejar este malestar de toda acritud, pero al final la sátira colabora más a la difusión y trivialización del prejuicio que a su disipación. En el inmenso patrimonio de las caricaturas que tienen al turista como tema, se encuentra el bosquejo hecho por Mayor Thompson de ese «Francés de Crucero» que compara el estadio de Delfos con el estadio Jean-Bouin; o el del

de las culturas», en *Communications*, n.º 43, París, Le Seuil, 1986, pp. 169-185.

¹⁴ Stendhal, *Mémoires d'un touriste*. 1838.

¹⁵ E. Labiche y E. Martin, *Le voyage de M. Perrichon*. 1860.

¹⁶ R. Töpffer, *Voyages en zigzag*. 1844.

¹⁷ Marqués de Custine, *Op. cit.*

turista británico, viajero que «ha aprendido por fin que el mundo se compone de los ingleses y de unos cuantos pueblos primitivos»¹⁸. Aquí, el turista sigue siendo un viajero ridículo, una mirada estúpida, un error de moda. Pero, en cuanto se dobla el cabo de la ironía indulgente, el tono se endurece. De pronto, ser turista ya no es un error: es un delito. Las acusaciones, los insultos y las condenas aplastan sin piedad al nómada de vacaciones.

La historia nos enseña que el triunfo de la «turistofobia», convertida en norma de comportamiento, no es una respuesta al nacimiento de las vacaciones populares, ya que no esperó a 1936 ni al desarrollo de los viajes turísticos hacia destinos lejanos. El desprecio hacia el turista precede al turismo de masas y al choque de culturas suscitado por el desarrollo de los transportes internacionales. Antes incluso de que el turismo se convirtiera en un acontecimiento colectivo e intercultural, este desprecio había dividido ya la opinión pública, como el asunto Dreyfus. Dos bandos aparecieron desde la segunda mitad del siglo XIX: el del turista y el del viajero.

Muy pronto este enfrentamiento entre turista y viajero provocó una fuerte competencia. Por ejemplo, este turista de los años treinta no teme la paradoja, aunque en el fondo piensa que pertenece al otro bando; a primera vista aparece abierto a la democratización del viaje de placer. ¡Nada de eso! Al publicar en 1936 su viaje al Hoggar, este turista empieza efectivamente por dedicar su relato «A los franceses, muy numerosos, que podrían viajar, y que nunca viajan...». Y el relato concluye con esta escena en el museo del Bardo, en Argel; una escena que lo dice todo:

«La puerta de la sala había sido empujada violentamente. El vigilante del Bardo había entrado ¡arrastrando una caravana de turistas espantosos!»¹⁹.

Vemos llegar el desprecio y el odio. El turista proclama su repulsa hacia esos dobles siempre «demasiado numerosos»: el rechazo de sí mismo.

¹⁸ P. Daninos, *Les cahiers du Major Thompson*. Paris, Hachette, 1954, pp. 169 y 175.

¹⁹ E. Grevin, *Voyage au Hoggar (Tourisme au Sahara)*. Paris, Stock, 1936, p. 209.

CAPITULO PRIMERO EL TURISTA Y LAS PALABRAS

Toda la historia del pensamiento moderno y los principales logros de la cultura intelectual en el mundo occidental están ligados a la creación y a la manipulación de una docena de palabras esenciales.

E. BENVENISTE
(*Problemas de lingüística general*)

El lenguaje cotidiano es un espacio de difusión inmediata de los estereotipos. Hay en él todo un vocabulario e, incluso, en forma de chistes sobre ello, toda una literatura oral que atestigüa y propaga la imagen del mal viajero.

Una turista pregunta a un orfebre navajo: «¿Tiene usted un anillo, uno grande?». El orfebre le pregunta: «¿Para qué dedo?». Ella responde: «Para éste», levantando el corazón y doblando los otros en un gesto equívoco (*the fuck you sign*)... Y el orfebre concluye: «¿Sabes? ¡No se dan cuenta de lo que hacen!»¹.

¹ Historia recogida por D. Evans-Pritchard, «How they see us. Native