

Mundo en venta
Crítica de la sinrazón turística
RODOLPHE CHRISTIN

Traducción de Pedro Coiro

Primera edición: *Septiembre 2018*

© Éditions L'échappée, Paris, 2018

Título: *Mundo en venta*

Subtítulo: *Crítica de la sinrazón turística*

Título original: *L'usure du monde. Critique de la déraison touristique*

Autor: *Rodolphe Christin*

Traducción: *Pedro Coiro*

Diseño de la colección: *Miguel Sánchez Lindo*

Corrección ortotipográfica: *Salvador Cobo*

Impreso por: *Kadmos*

ISBN: *978-84-947647-3-8*

Depósito legal: *M-21698-2018*

Para pedidos e insultos: *revistaculdesac@gmail.com*

Índice

¿Tiene mi abuelo un porvenir?.....	13
Dromomanía	19
La movilidad, motor auxiliar del capitalismo	23
¿Libertad o reclutamiento?	27
El imperativo de la movilidad	31
Sin raíces ni cualidades.....	35
La normalización turística del tiempo libre	41
El rentista como ideal turístico.....	47
El turismo en la literatura de Michel Houellebecq	55
El turismo sexual, una relación encantada (Viaje a Patpong, Bangkok).....	63
Encanto y (di)simulación.....	67
¿Turismo o revolución?.....	71
Naturaleza-objeto	75
Economía/Ecología: el control de los gestores	81
Circuitos bien cerrados	89
Subversión de la conciencia corriente.....	95
El alumbramiento	101
La fuerza de las montañas	105
La preocupación por el lugar	111



Algunos pasajes del libro que tienes entre las manos ya habían sido publicados anteriormente en periódicos y revistas (como en el periódico de ecología política *Moins!* o en la revista de la asociación Mountain Wilderness), o bien formaban parte de conferencias y seminarios del Instituto de Geografía Alpina de Grenoble, en los que participé gracias a la invitación de Philippe Bourdeau, a quien doy las gracias. Otros fragmentos pueden encontrarse en www.contrebande.org, página web que tengo el placer —intermitente— de moderar.



Mundo en venta
Crítica de la sinrazón turística



El desarraigo te desarraiga de todo, salvo de la necesidad de raíces.

Christopher Lasch, *Mass Culture Reconsidered* (1981)

Durante los años 50 y 60, la movilidad era en Francia el imperativo categórico del orden económico, el signo mismo de romper con el pasado; todo individuo debía poder desplazarse a voluntad, y estar disponible para desplazarse en función de lo que exigiera la economía. El coche representaba entonces (y sigue representando) la función más profundamente arraigada en la ideología del libre mercado: el desplazamiento. Se había convertido en el elemento fundamental para forjar una nueva y compleja imagen del «hombre disponible»: un individuo que aguanta sin quejarse que lo envíen aquí o allá. [...] Se trataba de una revolución que suponía dismantelar toda disposición previa del espacio social, el punto y final de la ciudad histórica, en una reestructuración física y social equiparable a los bulevares construidos cien años antes.

Kristin Ross, *Fast Cars, Clean Bodies. Decolonization and the Reordering of French Culture* (1995)



¿Tiene mi abuelo un porvenir?

Cuando sus hijos le preguntaban a mi abuelo, el tallador de piedras, por qué se negaba a ir de vacaciones, él respondía: «¿Para qué, si no conozco todas las piedras de mi pueblo?». Esta respuesta, que movía a la risa, solía achacarse a la edad, el miedo al cambio, las viejas costumbres y, no temamos decirlo, a la estrechez de miras propia de una época premoderna.

Sin embargo, mi abuelo, sin saberlo, formaba parte de una vanguardia. Con su comportamiento anticipaba una respuesta a los desórdenes ecológicos que en parte generan nuestros desplazamientos motorizados.

Enseñaba que hay que saber preocuparse por lo cercano. Para él, como para el sabio Confucio y para el escritor y viajero ginebrino Nicolás Bouvier, «el mundo empezaba en el umbral de casa».

Siempre por valles y montañas buscando la piedra ideal, a pie o en su furgoneta dos caballos, era simplemente un agrimensur del sotobosque, un descubridor de entornos. Veía poco

la televisión, no frecuentaba las grandes superficies para ocupar sus fines de semana. Surcaba el territorio.

Mi abuelo llevaba una vida de pueblo. Una vida de pueblo en el campo de Le Dauphiné, como la vida de barrio que había en la ciudad.

Desde entonces, la llamada al «movimiento» ha recorrido un largo camino. Los discursos en boga claman sin cesar las virtudes de la desterritorialización y del cambio permanente. El turismo vierte sus flujos en el frenesí de la movilidad que antes tuvo falsos aires emancipadores (las vacaciones pagadas, como tantos otros avances sociales, también contribuyeron a volver el capitalismo aceptable adaptando sus condiciones). El individuo hipermoderno es, si vislumbramos su representación ideal típica, un desarraigado, un «nómada» sin territorio, tecnológicamente conectado y afectivamente solo. Una entidad intercambiable y errática de composición borrosa, ambulante tanto por insatisfacción y obligación como por deseo.

¡Han nacido los nuevos nómadas! Haciendo del viaje su morada, eligen el desarraigo y rechazan el sedentarismo: «Un modo de vida que se une al cambio y al movimiento para abrirse al encuentro día tras día¹».

Este retrato del «nómada» en la versión de *Nature et Découverte*² resulta elocuente. Refleja la generalización de un vademécum aplicable a muchos registros de lo cotidiano.

La retórica de la elección de vida esconde hasta qué punto los «cambios» y el «movimiento» en realidad son dictados por normas difusas. Su carácter obligatorio es suavizado por el recurso habitual a la ética del encuentro y del respeto a la naturaleza, que aparece ella misma marcada —si bien de manera un

1. Catálogo de *Nature et Découvertes*, primavera, 2013.

2. Cadena de tiendas comerciales relacionada con el bienestar, la naturaleza, los viajes y la pedagogía. (*N. del T.*)

poco interesada— por el placer que constituye disfrutar en un bello decorado. En este lugar, donde proliferan los *nómada-bobos*³, la «naturaleza» ha sido transformada en algo tan artificial que aparece disfrazada de comercio (¿o a la inversa?), donde se supone que cada objeto contribuye al aprovisionamiento del *cliente-nómada* que deambula por el camino de «lo esencial». El turista termina siempre donde comenzó: pasando por caja. Como siempre puede pagar, se cree libre de ir y venir a su antojo, sin limitaciones aparentes.

En la sociedad capitalista, estar «emancipado» termina equivaliendo a vivir como un *turista* allá donde se va, como un *flâneur* sin responsabilidad movido por una personalidad flotante, caprichosa e impulsiva. El turista es el arquetipo de individuo moderno «liberal», la versión del tecno-nómada profesional en su tiempo libre.

Liberado de la tradición y del sentido de la solidaridad local, herencia juzgada opresiva por no ser el resultado de una elección individual, el individuo narcisista de la modernidad se ha transformado en un átomo sin hogar cuyas relaciones se sitúan, lo quiera o no, en un contexto comercial que parasita la esfera del tiempo libre y la esfera profesional. En este plano donde la ilusión del libre albedrío prima sobre su realidad efectiva, resulta más fácil a un temperamento hipermoderno dejarse conmover por la pobreza en la otra punta del planeta, que tiene pocas consecuencias en su vida cotidiana, que por los problemas de su vecino de enfrente. Éste podría perturbar la tranquilidad e independencia de aquél, y los dos están obnubilados por la búsqueda de una felicidad privada que los aísla, al tiempo que ese aislamiento nutre su malestar.

3. *Bobo* es una contracción derivada de las palabras burgués y bohemio, en francés *bourgeois* y *bohème*. (N. del T.)

Así, el turismo ofrece su gama de destinos a todo aquel que quiera gestionar la geografía de su entretenimiento en este inmenso centro comercial en el que se ha convertido el planeta. Aquellos que esperen curar su malestar a golpe de desarrollo personal y desquitarse a costa de adquirir bienes, en algunos casos sostenibles o de comercio justo, preferirán cambiar de entorno por un tiempo en vez de actuar de manera sostenible en el lugar donde viven. Podemos experimentar la compasión durante nuestras vacaciones en Camboya y comportarnos como verdaderos cretinos en el terreno de nuestra vida cotidiana. La contradicción es sólo aparente para el individuo que cree ejercer su libertad y llevar una vida «como él la siente», a ser posible residiendo del lado que está a salvo del dolor.

El ámbito de la proximidad, que demasiado a menudo comporta deberes indeseados, es abandonado por el turista con la confusa esperanza de encontrar en otra parte lo que le falta aquí: el placer de llevar una existencia convivencial en un territorio rebosante de sentido y de vitalidad.

Sin embargo, saber quedarse en casa para explorar y crear, a una escala vecinal considerada en toda su *diversidad*, las huellas de una vida cotidiana alegre y llevadera representa un acto verdaderamente popular. Acto *popular* no porque contribuya a la buena reputación de quien lo realiza, sino porque permite reanudar relaciones humanas con un sentido auténtico: dar, recibir, devolver. En definitiva, se trata de cooperar y de infundir hospitalidad en nuestro entorno más cercano con el fin de crear espacios donde sea agradable vivir y donde no sólo busquemos estar de paso. Esta es la vía para la reterritorialización del tiempo libre que cambiaría la vida de forma concreta, sin declaraciones hipócritas ni buenos sentimientos cargados de exotismo.

Está claro que este tipo de consideraciones podrán parecer poco acordes a los cánones de un nivel alto de vida tal como los

expresa la mitología publicitaria; la apología del movimiento es parte integrante del consumo de un mundo que la tecnología no cesa de volver más pequeño. Richard Branson, el *playboy* ultraliberal presidente y fundador de Virgin, quiere abrir el espacio al turismo. En sus primeros pasos, el *business model* es elitista en lo económico: ¿Acabará por extenderse a las masas? A fuerza de ampliar los horizontes, ¿terminará la hipermovilidad cerrando el mundo a cal y canto, aprisionándonos con el subterfugio de una compensación tecnológica en los espejismos de universos virtuales que han sustituido la geografía de una realidad desprovista ahora de hospitalidad? ¿Seguiremos hablando de realidad aumentada sin que nos asome una sonrisa a la cara? Son cuestiones que parece razonable plantearse.