

EL TURISMO EN EUROPA, DE LA EDAD MODERNA AL SIGLO XX*

Marc Boyer
Université Lumière-Lyon II

1. La historia del turismo tiene sentido

Esta expresión no quiere decir que en el turismo se encuentra el sentido de la historia. Hago mía la distinción del filósofo M. Merleau-Ponty: «L'Histoire a non pas un sens comme la rivière, mais du sens». Mi tesis propone un hilo de Ariadna en el laberinto de los pequeños hechos que parecen ser «historias de turistas» (J.-D. Urbain) y que se organizan en un movimiento dialéctico, a saber: las invenciones de distinción (de lugares y prácticas) son seguidas de la consagración por grupos socioculturales dominantes, para ser posteriormente imitadas por las capas sociales próximas, finalizando con la apropiación. Toda la sociedad no se vio implicada en este fenómeno, ya que en el siglo XIX fueron sólo los rentistas los que practicaron el turismo. Es más, en el año 2000 se constata que el turismo es una distracción que continúa teniendo un «non-public», tal como dicen los sociólogos.

El turismo no siempre ha existido. Bajo el pretexto de delimitar una etno-historia de los viajes, no hay que mezclar las civilizaciones y las épocas. Las peregrinaciones son inmemoriales y tienen otro sentido. A través de los siglos, los peregrinos de Santiago o los de Lourdes han dado y dan los mismos pasos. El viaje fue hace tiempo una singularidad en las civilizaciones tradicionales. Desde la Antigüedad greco-romana los documentos, en especial los diarios de viaje, nos muestran hombres desplazándose sin ser obligados. Entre ellos eran muy raros los que se movían sólo por una mera curiosidad. Todas las civilizaciones indo-europeas

* Traducción del francés realizada por Carlos Larrinaga Rodríguez.

tienen castas más o menos ociosas (nobleza y clero), pero no tienen tradición de movilidad por placer. Algunas instituciones elitistas como los parlamentos o las universidades tenían largas interrupciones a las que se les llamaba «vacances» y que permitían a sus beneficiarios hacer fructificar sus rentas territoriales, supervisando precisamente la entrada de sus cosechas en sus casas de campo.

Dicho esto, y atendiendo al origen y sentido del viaje del turista, hay que decir que éste es un viajero diferente a los otros. Littré dirá que el turista es aquél que viaja por curiosidad y ociosidad. El fenómeno tiene su germen en la modernidad del siglo XVI, con la anticipación de Montaigne. El Tour, que comenzó en Inglaterra hacia 1700, es el ancestro epónimo. Para ser un «gentleman» los jóvenes aristócratas partían durante uno o dos años a recorrer toda Europa occidental, teniendo a Roma como destino último. El distinguirse era el móvil esencial del Tour, más que el valor pedagógico atribuido a los viajes.

Algunos espíritus originales, guardianes culturales, «gate-keepers», como R. Nash, Windham, Smolett, Sterne, etc. propusieron ya en el siglo XVIII prácticas de ociosidad, migraciones codificadas y lugares de excepción. Estos descubrimientos hechos por los británicos constituyen lo que yo propongo llamar la «Revolución turística», porque es contemporánea de otras grandes revoluciones que se dieron también en Gran Bretaña.

La difusión en el siglo XIX se hizo exclusivamente dentro del grupo social de los rentistas, quienes entonces en Europa podían representar del orden de la décima parte de la población.

La palabra «turista» aparece en la época romántica. En primer lugar es un adjetivo. Califica al viajero inglés rico y curioso que con su guía visita lo que debe ser visto («videnda» o «sight-seeing»). No se trata de descubrir, sino de reconocer los lugares señalados. La presencia en las estaciones calificadas «chic» (palabra que ya es utilizada desde el siglo XIX) confiere un estatus superior. Sus desplazamientos son menos una búsqueda del otro y más una huída de sí mismo, menos una curiosidad de la otra parte y más una respuesta al «spleen» (descargar bilis). «Anywhere out of this world». Así comenzaba Baudelaire su obra *Spleen de Paris*, siendo su propósito el siguiente: «la vie est un hôpital où chaque patient est occupé à changer de lit». A continuación expresaba sus preferencias: «près de la porte ou de la fenêtre, se rendre à Lisbonne, en Suède, en Hollande... N'importe où». El americano Dean McCannell ha puesto este poema de relieve en su ensayo *The tourist, a new theory of the leisure class*, obra que se sitúa en la línea del gran libro de

Thorstein Veblen *The theory of the leisure class*, publicado en 1899 y en el que denunciaba el despilfarro y el gasto ostentoso de una clase que se vanagloriaba de vivir sin restricciones y de delegar incluso la tarea de gastar.

Antes que él, en Francia, Paul Laffargue, yerno de Karl Marx, había escrito un panfleto en 1883 titulado *Le Droit à la paresse*, en el que no se contentaba con mostrar a los ricos ociosos viviendo del trabajo de los proletarios, sino que además reivindicaba para los trabajadores el derecho a parar de trabajar. En su tiempo Laffargue fue poco comprendido. Las invenciones del turismo continuaban siendo elitistas. Su apropiación por las masas es muy tardía, a partir de los «gloriosos treinta» (1950-1980), tal como lo demuestro en mi libro *Histoire du tourisme de masse*.

2. Un hilo de Ariadna

Este título nos remite al laberinto, concepto que J. Attali ha puesto de moda. En efecto, ¿cómo salir de la complejidad del turismo, del análisis de sus efectos, sin buscar sus causas? No tomando el turismo como una cifra, sino como una adquisición cultural y siguiendo el proceso de las invenciones de distinción que crean prácticas, comportamientos y lugares de turismo y son seguidos de una difusión por imitación. Primero los guardianes culturales o «gate-keepers» inventan, después los «stars» (quienes fueron hace tiempo los «grandes» de este mundo) consagran. El exceso de éxito perjudica a la distinción del lugar o de la práctica, produciéndose entonces nuevas invenciones. Son pocos los casos de estaciones de lujo que, como Cannes, San Sebastián o Deauville, han conseguido conservar prácticamente hasta nuestros días el aura de sus orígenes. Dicho esto, propongo algunos indicadores o signos.

1.º *El turismo no es algo propio de todos los tiempos*

El turismo fue algo inventado, por lo que hay que ponerse en guardia de esa tendencia de los historiadores aficionados a hacer remontar el turismo hasta la época romana. La permanencia geográfica no es una prueba. La historia regresiva y anecdótica no instituye una continuidad. Durante siglos los viajeros han utilizado los mismos caminos y atravesado los mismos collados para acercarse a Italia, los enfermos han ido

a beber las mismas aguas, los creyentes han caminado hacia los mismos lugares de culto que fueron paganos en un primer momento y después se convirtieron en centros de peregrinaje cristianos. Es, pues, un abuso del lenguaje calificarlos como turistas. A. Siegfried tenía razón cuando afirmaba que «c'est le mobil qui fait le touriste». Los motivos de las personas que se desplazaban antes del siglo XVI, o incluso en el XVIII, eran diferentes.

2.º El s. XVI ha producido sorprendentes anticipaciones turísticas

Renacimiento y tiempos modernos son vocablos «fuertes» para calificar la gran innovación del siglo XVI, cuya fecha de nacimiento la podemos situar en 1492, con todo lo que de valor simbólico tiene. Al mismo tiempo que Cristóbal Colón partía hacia el oeste para llegar a la India, Carlos VIII iba a guerrear a Italia. Esta expedición, seguida de otras, no tenía más que objetivos estrictamente militares, pero ir a Italia era partir hacia el descubrimiento de la Antigüedad y del renacer. La curiosidad de Carlos VIII se manifestó desde el Delfinado, puesto que el rey fue a ver la Grande Chartreuse (la gran cartuja) y emprendió la ascensión del monte Aiguille. Hasta nuestros días la Grande Chartreuse ha quedado como un gran atractivo, cosa que no ocurrió, sin embargo, con la ascensión al Mont Inaccessibilis, algo que no se hizo hasta 1832 y no atenuó en nada el miedo a los montes.

La invención de la imprenta fue decisiva. Con ella aparecieron las guías para viajeros, de las cuales podemos señalar como prototipo la de Ch. Etienne (1551), la guía Baedeker de la época, según Ch. Dedeyan. Sus cualidades prácticas y su erudición simple se impusieron en este género. Con su guía en la mano, los viajeros curiosos escribían sus diarios de viaje, la mayoría de los cuales se han perdido, aunque algunos han podido ser recuperados tras la muerte de sus autores y generalmente por azar. Es el caso, por ejemplo, del diario de viaje de Montaigne, cuyo espíritu es muy característico del siglo XVI. O incluso los diarios de los hermanos Platter, quienes se trasladaron a Montpellier con treinta años de diferencia en el tiempo. Las guías publicadas y los diarios personales indican las cosas que hay que ver, los lugares y monumentos vistos, de manera que podemos pensar en una apropiación que nos recuerda a la de los peregrinos al tocar las reliquias. El viejero del XVI y, enseguida, el de los tiempos modernos y el turista de los siglos XIX y XX se sienten obligados a ver lo que debe ser visto, a anotarlo, a respetarlo. En fin, el «sight-seeing» nació en el siglo XVI. Como la naturaleza hu-

mana es perezosa, el viajero copia en su diario lo que pone en la guía. Es lo que hizo el mismo Montaigne con los pasajes de la guía de Etienne. Los jóvenes ingleses del Gran Tour hicieron lo mismo con Nugent o Dutens.

Entre lo que debe ser visto, el siglo xvi situó a Italia en el primer lugar, debido, sobre todo, a sus monumentos romanos. Esta primacía de Italia perdurará durante más de tres siglos. Aunque Italia no es el único destino. Los viajeros elitistas querían conocer Francia y aprender el francés, lengua universal de los tiempos modernos. Visitaban París y el valle del Loira. La curiosidad de los viajeros pronto se extendió a los Países Bajos y al valle del Rin, pero en los tiempos modernos rara vez fueron más allá del Elba o de los Pirineos.

3.º El corto siglo xvii no fue tan negativo como se cree

El xvii clásico es sedentario, aunque este período es breve, ya que no comienza hasta 1660, con la llegada al poder real de Luis XIV, acabándose incluso antes de su muerte, con esa generación de 1680-1715 que vio la crisis de la conciencia europea, en la línea de lo apuntado por P. Hazard. Entonces todo alejamiento de la Corte fue considerado como un exilio. No cuenta en el viaje más que lo que se ha abandonado, los chismes o cotilleos de la Corte, siendo tal el éxito del viaje jocoso de Chapelle que incluso en el siglo xviii fue imitado. En este viaje se hacían versos, como en la Corte, o se comía mucho y este siglo xvii inauguró, en parte, la literatura gastronómica de viajes, la cual tuvo gran éxito.

El «hombre honesto» del siglo xvii, poco viajero, no olvidó las anticipaciones del xvi. Se apasionó por la Antigüedad, llegando a coleccionar medallas, y leía las «Descriptio» u otras «Deliciae» que le permitían viajar en su habitación y reencontrarse con los romanos. La pintura también ayudaba, sobre todo, la de Poussin y Claudio Lorena sobre campiñas romanas. Este último, de hecho, pasa por ser el intérprete visionario del paisaje virgiliano. Su influencia en el siglo xviii en los grandes propietarios ingleses fue considerable. Después de Lorena se puede hablar de una «visión claudiana» del paisaje, visto y admirado por los viajeros no tal como era, sino como a través de una bola mágica, transfigurado por lo que decían los autores de las guías y como los mostraban los pintores de acuarela. Nada será visto «in situ» que previamente no haya sido admirado en pintura. Consecuencia de ello fue para los británicos la «the Italian mania».

4.º *El turismo nació con la «civilización industrial»*

Se puede observar una concordancia temporal entre el desarrollo de la «civilización industrial» y los grandes descubrimientos del viaje, ambos fenómenos británicos, lo que da pie a poder hablar de una «Revolución turística». Las diferentes fases del pre-turismo primero y del turismo después son contemporáneas de las eras paleo y neo-industriales. De hecho, la palabra turista apareció en los años treinta del siglo XIX, aunque el fenómeno existía con anterioridad. Desde finales del siglo XVII la expresión «The Tour» había adquirido en Gran Bretaña un sentido nuevo y durante casi un siglo sólo los jóvenes británicos ricos hicieron el Gran Tour de Europa. La Revolución de Bath data del principio del siglo XVIII. Richard Nash transformó la antigua prestación personal de «tomar las aguas» en un placer mundano bajo el decorado realizado por los arquitectos Wood. Todos los grandes descubrimientos del viaje que se dieron en el siglo XVIII fueron británicos en su origen, tal como las diversas revoluciones: industrial, agrícola, demográfica, bancaria y náutica.

El hecho de que todo esto haya comenzado en Gran Bretaña no es fortuito. ¿Cómo se produjo? Los grandes trabajos de ciertos historiadores y economistas han puesto de manifiesto la dificultad de la respuesta. ¿No haría falta dejar un lugar al Gran Tour y a la Revolución de Bath? ¿Y si se formula la hipótesis de que en su origen se encuentra un progreso en la educación de la elite? El modelo educativo británico, a finales del siglo XVII y principios del XVIII, se disoció de las didácticas continentales. El viaje vino a ser un elemento fundamental de una educación abierta que formaba al «gentleman». Bath, con el pretexto de tomar las aguas, permitía el contacto entre la aristocracia de nacimiento y las nuevas capas enriquecidas gracias al comercio. De esta manera la sociedad comenzaba a abrirse.

Por consiguiente, ¿fue el Tour anterior a la máquina de vapor? ¿Por qué no?

5.º *Los grandes descubrimientos británicos del siglo XVIII tuvieron gran difusión*

El Tour fue imitado en el continente por jóvenes aristócratas que, a partir de finales del siglo XVIII, comenzaron a hacer los mismos periplos educativos. El destino era Roma. Los descubrimientos fortuitos de Pompeya, después de 1750, reforzaron la corriente que, con las teorías de Winckelmann, llegó a constituir el neoclasicismo.

Por otro lado, la temporada termal mundana nacida en Bath a principios del siglo XVIII alentó a otras localidades británicas. Hacia 1740 el modelo fue trasladado a las orillas del mar, con la creación de Brighton, localidad que, a su vez, encontró nuevas competidoras en otros lugares de baño igualmente ingleses. Tan fuerte era el «deseo de la orilla», según expresión de Alain Corbin, que los británicos se trasladaron al otro lado del mar del Norte en el litoral continental. Tan mundano era el modelo de la gran estación estival que los mismos ingleses consideraron que se realizaría mejor en las aguas continentales. Así, desde finales del siglo XVIII, Spa, en Bélgica, había destronado a Bath. «Spa» se convirtió en el nombre genérico del agua mineral. A la vez, pequeños príncipes europeos se fijaron en el modelo de Bath para transformar sus aguas en estaciones de lujo, tal como sucedió en Baden, Hombourg, Montecatini o Aix-en-Savoie. La época romántica fue la que las consagró.

Además, la estancia estival en la campiña no estuvo ligada solamente a la obligación de visitar sus tierras. Los ingleses del siglo XVIII hicieron de ello un placer. De sus propiedades reservaron una parte para hacer parques, dieron forma a su «campiña inglesa» y construyeron sus mansiones. Se impuso, en fin, una nueva sensibilidad de inspiración virgiliana. Una sociabilidad aristocrática con cacerías, juegos y deportes codificados marcó el verano en Gran Bretaña. Y esta novedad británica fue imitada por los continentales, imbuidos de esta «anglomanía». Pero la copia no alcanzó al modelo, ya que los jardines románticos del continente parecen pobres. Los europeos mezclaron el modelo inglés con sus propias referencias, imitando así a la villa italiana.

La Naturaleza se ve de manera distinta en el siglo XVIII. Su amor suscita nuevos viajes. Los lugares adquirieron reputación porque hacían derramar lágrimas. Pero los británicos no fueron los únicos inventores, puesto que los suizos también jugaron un importante papel. Conocemos, en este sentido, la influencia de Rousseau. Se impusieron entonces nuevos temas: la exaltación de la montaña, el escalofrío de las gargantas y, sobre todo, la Suiza mítica. Se consagraron entonces nuevos lugares, visitándose los lagos de montaña, las cascadas y los circos, en particular de los Pirineos, cuya atracción aumentó desde finales del siglo XVIII. Los valles del Rin y del Ródano se convirtieron en nuevos atractivos. Otros lugares, que antiguamente ya habían llamado la atención, volvieron a resurgir con fuerza, como Vaucluse o la Grande Chartreuse. No se trataba, por supuesto, de una naturaleza salvaje, de suerte que la naturaleza de los viajeros del siglo XVIII está toda ella impregnada de cultura. Los viajeros paseaban por el lago Léman con la guía Ju-

lie en la mano, declamaban versos y disfrutaban de las sensaciones esperadas después de tantas lecturas y dibujos vistos. Usaban los mismos epítetos: pintoresco (digno de ser pintado), sublime, grandioso, encantador, bucólico y, a finales del XVIII, romántico.

El descubrimiento de los glaciares y la invención del Mont-Blanc fueron novedades esenciales. No temiendo ya a los montes horribles, los viajeros se sintieron atraídos por sus cimas. Esta transformación, que debemos datarla entre 1741 y 1787, debe mucho a los ingleses, pero también a los suizos de Ginebra y de Zurich. Por su parte, el «deseo de la orilla» reemplazó, a partir de 1740, al «temor del vacío». Este cambio de concepción, de origen británico, coincidió con la revolución de la sensibilidad montañera.

El invierno en el Midi fue una invención esencialmente británica, que puede datarse del último tercio del siglo XVIII. La podemos situar en Niza y en Hyères. Se acompañó, además, del encanto por el espectáculo de la vegetación aclimatada, siendo el naranjo el árbol emblemático del Edén. De octubre a abril el invierno en el Midi se convirtió en la gran temporada, la que atraía a los rentistas más ricos. Así, las estaciones invernales se multiplicaron por la Riviera: Cannes, Menton, Gras, San Remo, etc. Otras se crearon en el Sudoeste (Pau, Arcachon, etc.), en la costa italiana y más lejos aún (al oeste Mallorca, Málaga, Estoril y Madeira; al sur Córcega, Malta y Argelia; y al este Corfú y Egipto).

6.º *El viaje desinteresado representa la cultura separada de la «leisure class»*

La Revolución turística del siglo XVIII es contemporánea de la Revolución industrial. No es, por tanto, su hija. Los descubrimientos turísticos de esa centuria no derivan de los progresos técnicos de esa época, ya que no fueron hechos por clases ascendentes que entonces se enriquecieron en los negocios y en la política. Al contrario, las invenciones del turismo fueron hechas por privilegiados de nacimiento y también de la cultura. La antigua superioridad de los nobles se manifestó en la guerra y en los torneos, como lo recordaba oportunamente el sociólogo americano Thorstein Veblen. Esta preeminencia no desapareció con los tiempos modernos, aunque se impusieron otros criterios de distinción, valorando más la cultura y el ingenio que la fuerza. El conocimiento de la Antigüedad, el amor a las Artes y el gusto por el viaje desinteresado se completaron desde finales del siglo XVII con la práctica de una equi-

tación lúdica, con deportes delicados, con el Tour que realizaba el «gentleman» y con desplazamientos temporales por placer (el invierno en el Midi y el verano en las estaciones termales y balnearias).

7.º El siglo XIX difunde las invenciones del siglo precedente

En efecto, el XIX fue el siglo en el que se difundieron las invenciones del siglo XVIII, dándoles una mayor amplitud, aunque aún es preciso hablar de unos privilegiados únicamente. Desde el XVIII hasta aproximadamente 1930, como poco, las estaciones tuvieron una clientela de rentistas. En las listas de visitantes de las diversas estaciones, el 80 e incluso el 85% eran rentistas o propietarios. Eran de edad muy diversa y jamás indicaban actividad profesional alguna. Una décima parte estaba formada por clérigos, hombres de leyes y oficiales. Se observa, pues, que esta composición de los turistas estaba muy unida a la antigua división de la sociedad en estamentos. De hecho, el turismo no era practicado por quienes daban a la economía su dinamismo industrial capitalista, de suerte que comerciantes e industriales son raros en estas listas.

Los rentistas son «el mundo», «la sociedad». Hasta Zola representaban la mayor parte de los héroes de la novela. Los regímenes censitarios del siglo XIX reservaban el poder no a los que tenían dinero (la patente en Francia no daba derecho de voto), sino a los que tenían el tiempo disponible para ocuparse desinteresadamente de la cosa pública. Pero poco a poco el derecho de sufragio se extendió hasta llegar a ser universal. Desposeídos de sus privilegios y privados del poder, los rentistas experimentaron una situación alienante.

Para mantener su «establishment», los rentistas valorizaron el ocio, el deporte (la práctica aficionada según la concepción del barón de Coubertin) y el turismo, que era a la vez respuesta al «spleen» y gasto ostentoso. Prácticas todas ellas que los distinguían.

8.º Una sucesión de temporadas y una yuxtaposición de estaciones, tal era el sistema turístico del siglo XIX

La Revolución de Bath inauguró la gran temporada estival alrededor de las aguas y los baños. Después de 1763, el invierno en el Midi vino a ser la otra sesión, pronto la más larga, pero que terminaba imperativamente en mayo. Para la «gente del mundo» no era conveniente ni concebible pasar el verano en Niza, Hyères o Cannes.

La estación estival del siglo XIX se divide entre varias fórmulas. La estancia en la casa de campo permaneció como un clásico. Podía efectuarse de primavera a otoño y estar dividida por sesiones termales o balnearias. Las estancias más prestigiosas se hacían en las localidades termales o balnearias de moda, progresivamente más numerosas. Para el termalismo primaban los macizos hercinianos de Alemania, mientras que para la toma de aguas marinas las estaciones más reputadas se encontraban en las orillas del Báltico, del mar del Norte, de la Mancha y del Atlántico, hasta San Sebastián. Las estancias a pie de las más altas cumbres interesaban a un número cada vez mayor de turistas que iban a estaciones de fama sólidamente establecida, porque dependía de la altitud y dificultad de acceso a las cumbres. Chamonix se convirtió en la verdadera meca del alpinismo, no teniendo en el siglo XIX más rival que Zermatt. Un grupo muy reducido de alpinistas «coleccionaba» cimas y escalaba con guía entre junio y octubre. La gran mayoría eran turistas o excursionistas que, desde la época romántica, se dedicaban a subir al Montanvers o al circo de la Gavarne.

Aparecieron sesiones intermedias que reforzaron el carácter temporal de la migración del turismo. Un grupo de grandes ociosos tomó la costumbre, en primavera y en otoño, en su ida al Midi o en su retorno, de pararse en el camino, surgiendo así nuevas estaciones principalmente situadas en las orillas de los lagos montañosos, siendo las de mayor notoriedad las de los lagos italianos. Aunque las estaciones del lago Léman, como Montreux y Vevey, de los lagos suizos de Interlaken o Bregenz y la misma Annecy llegaron a tener también su propio rango.

9.º *El touring-club, el velocípedo y el automóvil*

La invención de la bicicleta a finales del siglo XIX revolucionó las prácticas del turismo, liberado por fin de los transportes públicos y de los horarios de los ferrocarriles y pataches. Al principio, el velocípedo, como se le llamaba entonces, era muy costoso, ya que valía el salario de un año del obrero de St.-Etienne que lo fabricaba. No era accesible más que a los ricos, que lo convirtieron en una práctica de distinción. Los británicos crearon el «The British Touring Club» y en 1891 los nobles y grandes burgueses fundaron el Touring Club de Francia, que, en algunos años, se convirtió en un verdadero poder turístico que, mediante sus comités, intervino por todas partes. En 1895 una cincuentena de personalidades, de las cuales la mitad eran nobles, fundó el Automóvil Club de Francia. La bicicleta y el automóvil aumentaron notablemente

lo que debía ser visto y dieron un interés propiamente turístico a la residencia de verano. Se paseaba o se hacían visitas en bicicleta o en automóvil. Los adeptos de un medio u otro, a menudo los mismos, alababan las posibilidades turísticas de estas invenciones.

«Aux plaisirs dispendieux, très relatifs, mais non sans danger de l'équitation et de la navigation de plaisance comme moyen de voyage... la vélocipédie, véritable reine des sports oppose sa complète indépendance, son charme séducteur», escribía el marqués de Baroncelli, uno de los primeros en calificar de «reina» a la bicicleta¹. Y Baudry de Saunier daba en 1894 una nueva definición de turismo, a saber: «permission de se promener et de vagabonder à son aire..., que la bicyclette peut seule octroyer... le vrai touriste ne sait d'avance où il mangera, ni où il couchera... A peine connaît-il sa direction et toujours prêt à être détourné par les sollicitations d'une vieille église»².

10.º *La invención de los deportes de invierno, sobre todo del esquí alpino*

El sentimiento y el amor hacia la montaña son invenciones del final del siglo XVIII. Los Alpes, mucho más que los Pirineos y otros montes, se convirtieron en un gran destino, pero sólo en verano. Antes de 1880 ningún turista tuvo la idea de pasar el invierno en la montaña. Al contrario de lo que sucede hoy en día, cuando las montañas, y en particular los Alpes, son percibidas como el destino turístico privilegiado para el invierno y son asimiladas o reducidas a espacios de deslizamiento, de deportes de invierno. Se trata de un auténtico cambio que permite formular la pregunta de cuándo y cómo se ha producido.

No hay que confundir los materiales y el contenido. Desde tiempo inmemorial los pueblos nórdicos sabían desplazarse en invierno, cuando los ríos y los lagos estaban helados y la tierra cubierta de nieve. Pinturas y objetos dan testimonio de ello para el Neolítico.

Estos hombres no se amedrentaban ante el invierno. Podían dedicarse a numerosas ocupaciones, sin gran dificultad, aunque no sin peligros, usando esquíes (los escandinavos), patines (los lapones), raquetas (los inuits), patines de hielo (en los países germánicos) o trineos (los eslavos del este). Incluso hacían grandes juegos y tenemos pruebas de

¹ Marqués H. DE BARONCELLI, *Velocipédie pratique*, París, 1883, p. 55.

² Louis BAUDRY DE SAUNIER, *Le Cyclisme théorique et pratique*, Librairie illustrée, París, 1893, p. 449.

la antigüedad de los concursos de salto de Oslo o de las carreras de esquí en Telemark o en Vasalopet. Esto era algo tan propio de sus formas de vida que los inmigrantes escandinavos del siglo XIX llevaron estos juegos más allá de los océanos.

Por su parte, la Europa civilizada, la del oeste, desconocía estos medios de vencer a la nieve. Esta Europa creía que en invierno lo único que había fuera de las ciudades era la reclusión forzosa. En cambio, a finales del s. XIX, no se pensó en poner fin a los enclaves invernales de los hombres de la montaña, sino en la invención de un nuevo juego, el esquí alpino. Esta invención inglesa y elitista tuvo por cuna Suiza. Los «gate-keepers» fueron varios ricos británicos en busca de un placer nuevo, de una estancia en invierno más distinguida que la que suponían las ciudades de invierno del Midi. Con material noruego, en las estaciones ya renombradas por el climatismo o el alpinismo, algunas personas ociosas encontraron el gusto por el deslizamiento. Con el tiempo a esta práctica se le denominó esquí alpino. Rápidamente se unieron a estos mismos lugares los placeres más fuertes del salto o del «bobsleigh», los más tradicionales del patinaje o los más simples del trineo. Pero nada como el esquí nórdico.

Se pueden dar algunas fechas y algunos datos como pruebas. El británico Fox introdujo el esquí en Grindelwald en 1891. En 1893 Sir Conan Doyle esquió en Davos, estación climática de los Grisones que pronto fue escogida por los Lunn, el obispo metodista Dr. Henri Lunn y su hijo Arnold, gran deportista ennoblecido por el rey de Inglaterra por los servicios prestados al esquí británico y a las relaciones anglo-suizas. Sir Arnold Lunn, en efecto, hizo mucho por este deporte, llegando a escribir manuales de esquí, inventando técnicas de descenso de largos virajes (los «slaloms») y fundando en 1902 el «Davos British Ski Club». Sólo tenía una pasión, el descenso que denominó Kandahar. Fue el creador de esta competición que trasladó a Arlberg, llamándola Arlberg-Kandahar. De carácter anual, esta prueba llegó a ser una prestigiosa repetición del campeonato del mundo. Hasta 1953 los grandes progresos del esquí alpino se dieron en Arlberg de la mano de Lunn y de los monitores austriacos.

Los Lunn y sus amigos impulsaron Davos, llamada a ser hasta nuestros días la estación de referencia de los ricos liberales. Pero difundieron su invención turística a otras estaciones suizas, tales como Grindelwald, Zermatt, Montana, St. Moritz o Mürren, St. Antón en el Tirolo, Innsbruck, situada en una línea transeuropea, o Chamonix.

Los deportes de invierno se distinguieron rápido de las otras prácticas de montaña y afirmaron una especificidad lúdica y elitista que los

años ha revalidado. Los aficionados al esquí alpino utilizaban el mismo material que los esquiadores nórdicos y efectuaban sus descensos en las montañas que frecuentaban en verano los alpinistas. Sin embargo, se diferenciaban siempre los unos de los otros. No respondían al mismo estímulo. Los esquiadores nórdicos tenían el reto de la distancia, cubriéndola con su balanceo y encontrando placer en su esfuerzo al alcanzar lugares solitarios cubiertos de nieve. El objetivo de los alpinistas era escalar una cumbre. El vencer las dificultades del ascenso es su recompensa, acompañada por el deleite de la vista panorámica. Para ellos el descenso no es más que fatiga. Los esquiadores alpinos, hasta 1935-50, maldecían la penosa subida, incluso si era menos dura con pieles de foca. No dirigen apenas sus miradas hacia las cumbres lejanas, ya que tienen ganas de descender cuanto antes. Su arte y su disfrute están en la velocidad y en la elegancia de sus trazos. Para ellos nada es jamás demasiado distinguido. Desde 1900 adoptaron colores visibles, reflectantes en la nieve. En el 2000 es aún así.

Los turistas esquiadores fueron pronto a la búsqueda de subidas más cómodas y de estaciones más adaptadas. Desde 1910 contamos con funiculares y trenes de montaña. En 1934 Pomagalski inventó el telesquí. Le siguieron los telesillas y los teleféricos. Después de una búsqueda sistemática, la baronesa Rothschild echó el ojo a Megève, abierta en 1921 y pronto frecuentada por la elite (Alberto I, por ejemplo).

La historia de los desarrollos turísticos de montaña continuó su recorrido elitista. Lo prueban la creación de todos los elementos de la estación italiana Sestrières a partir de 1931 bajo la iniciativa de ricos aristócratas nacionales o la llegada de lord Linsay, quien, a partir de 1937, creó Méribel-les-Allues, una estación elegante de chalés. Por su parte, los inicios del Val d'Isère, antes de 1939, fueron debidos a capitalistas parisinos (Moufflier) y los proyectos referidos a Vars al banquero Maurice Pestche.

11.º *La invención del verano mediterráneo*

En los siglos XVIII, XIX e incluso principios del XX los baños se tomaban en los mares considerados fríos, como era, por ejemplo, el Báltico, no en el Mediterráneo. Los ricos abandonaban el Midi durante el verano. Por ello, las preguntas se suceden: ¿cuándo, cómo y por qué este cambio de atracción por el Midi también durante la época estival?

Desde aproximadamente 1900 un interés nuevo por la natación favoreció las aguas más templadas. Sin embargo, se podría hablar de una

especie de bloqueo que impedía un gran desarrollo del Mediterráneo en verano. Efectivamente, antes de 1925 los inicios fueron muy modestos: Bandol hacia 1881 y más tarde La Ciotat e Hyères-Plage. A continuación Cannes, donde dos o tres hoteles empezaron a abrir en verano, y el cabo de Antibes, donde Antonio Sella fue el primer gran hostelero que creyó en la posibilidad de una sesión balnearia de verano. En definitiva, los progresos fueron muy claros desde 1900 y así se pueden seguir en las guías. Se pasó de una decena de lugares citados hacia 1900 a una treintena hacia 1925. Se trataba, en cualquier caso, de pequeñas estaciones con uno o dos hoteles.

A partir de 1925 la aparición de Juan les Pins fue un éxito. Con anterioridad este nombre jamás se mencionaba, pero en algunos años la Pinède se convirtió en una estación balnearia. Las guías hablaban de ella más que de ninguna otra playa mediterránea, no teniendo aún rival. Tenía una decena de hoteles, entre los que destacaba, sin duda, el «Porvençal», con 250 habitaciones; bellas villas y, sobre todo, un flamante casino nuevo. Descubierta por algunos americanos de la «lost-generation», Juan les Pins fue desarrollado en tres años (1925-1927) por sus amigos, los Gould, millonarios instalados en París durante temporadas. Su grupo, la «Société Immobilière et les Bains de Mer de Juan les Pins», había juntado capitales considerables. La nueva estación sedujo rápido, ya que era original y ofrecía diversas distracciones. Artistas de renombre internacional, con acento americano u oriental, animaban las interminables noches en las que se podían admirar mujeres con vestidos extravagantes y en las que el público llegaba incluso a participar. Entre estos veraneantes noctámbulos sobresalieron reyes (los de Grecia), príncipes (el duque de Windsor), escritores y muchas estrellas de Hollywood.

Megève y Juan les Pins fueron invenciones casi contemporáneas. En ambos casos la creación tuvo mucho que ver con la promoción de un gran capitalista. En el primer caso hablamos de la familia Rothschild y en el segundo de Gould. El desarrollo de Megève fue un éxito gracias a la presencia de Alberto y de Astrid y de la muy alta sociedad. En Juan les Pins contamos con las estrellas, las «vedettes» y los escritores que organizaron escándalos. Como quiera que fuera, en ambos casos se siguió un proceso elitista de invención.

¿Por qué fueron los americanos quienes lo eligieron como un lugar de fiesta estival? Sus novelas nos dan la respuesta. A ellos les gusta el relumbrón de la Côte, todo lo que es postizo y rico a la vez. Y el clima mediterráneo les convenía. Hacia 1920 los norteamericanos, salvo una pequeña minoría que vivía en la región del Pacífico, conocían veranos

bochornosos. O bien, al final de la guerra, 1918-1919, muchos soldados americanos, heridos o enfermos, se alojaron en hoteles de la Côte requisados, habiendo podido constatar que, en comparación con sus climas semicontinentales o subtropicales, el verano mediterráneo era más llevadero.

Todo se unió, por tanto, para un rápido desarrollo: un lugar preservado, grandes medios y el nuevo prestigio de América, pues el faro cultural del mundo ya no estaba en Londres, sino en Estados Unidos. La América que domina culturalmente el mundo del siglo xx no es sólo Nueva York, adonde llegaba el europeo, sino también los estados especializados en distracciones o diversiones, como California o Florida.

3. El proceso de invención y de difusión

Las invenciones del turismo, como las del arte, la moda, el deporte y en general de todo lo que se sale de lo común no siguen unas reglas generales. Las invenciones son imprevisibles y obedecen a procesos de distinción. Las difusiones, por el contrario, reflejan la sociedad en la que se producen. Una capilaridad social hace «descender» la práctica entre las capas sociales próximas. La imagen de un brillo cultural es bastante satisfactoria, siempre que añadamos que en un momento determinado éste se detiene en un estrato impermeable. Ahí comienza lo no público. En esa época, así como en la mayor parte del siglo xix, el turismo quedaba fuera del horizonte cultural de la burguesía manufacturera y comercial. Las clases menos pudientes en la jerarquía social imitaban a las clases superiores, sin inventar formas propias de turismo. Los rentistas hacían lo mismo que la aristocracia. Alrededor de 1900 los burgueses comenzaron a copiar a las clases ociosas. Nacieron entonces las nuevas clases sociales, formadas por una parte de los asalariados. Otros, como los profesores (cuyas vacaciones son más largas) o las personas empleadas en el ferrocarril (quienes no pagan sus desplazamientos en tren) estaban mejor situados que los demás para apropiarse de lugares y prácticas de turismo de elite. Entonces los lugares más célebres fueron «invadidos» y las prácticas «snobs» se volvieron comunes. Fueron, pues, necesarias nuevas invenciones.

Los inventores son individuos originales, pudiendo citar varios para los siglos xviii y xix, todos ellos británicos. Nos referimos a R. Nash, Windham, Smolett, Brougham, A. Lunn, etc. Estaban muy próximos a lo más alto de la pirámide social. Estos «marginal seccants» abrieron vías culturales. Eran los «gate-keepers». El desarrollo de las estaciones

y de las prácticas turísticas fue posible gracias a personalidades de las clases sociales pudientes: primero miembros de las familias reales y de la alta aristocracia; desde aproximadamente 1930 estrellas del «show-biz» y de la «jet-society», quienes a menudo eran norteamericanos.

Toda la historia del turismo europeo se hizo con estaciones, sesiones y prácticas lúdicas víctimas de su éxito, ya que demasiada afluencia perjudica a la distinción. Bath, pionera de la estación termal mundana, antes de finales del siglo XVIII perdió su primacía en beneficio de estaciones de lujo continentales (Spa) o de nuevos centros balnearios como Brighton. En el siglo XIX la invención de Cannes, la más mundana de las ciudades de invierno, después de Menton, hizo perder a Niza y a Hyères su primacía. Alrededor de 1900, la poderosa «Société des Bains de Mer» (S.B.M.) de Montecarlo se quejaba de que «la Côte d'Azur s'encanille». Los «trenes de placer» traían invernantes menos ricos y los viajes de boda se beneficiaban de precios reducidos. La ostentación consistió en la invención de destinos más lejanos, tales como Estoril y Madeira, Málaga, el sur de Italia y Sicilia, Corfú o Egipto.

Invención norteamericana de los años 1925-1930 es el Mediterráneo estival. La «lost generation» descubrió Juan les Pins. En la novela de Scott Fitzgerald *Tender in the night* se habla del nuevo placer de broncearse. Así, los veranos mediterráneos fueron una invención elitista. En verdad, no fueron las vacaciones pagadas de 1936 las que iniciaron la moda del broncearse. Además, en 1936 no tuvo lugar la gran conquista de las vacaciones, como se suele decir. El nuevo placer del sol de verano al que los cuerpos se exponen es anterior. Fue algo inventado fuera de las ciudades de invierno de la Costa Azul, en la pineda de Juan, en los puertos de pesca (St.-Tropez, Collioure...) o en los pueblos del traspais (Cagnes, Vence, Vallauris...), escogidos por los escritores o pintores que buscaban la luz. Después de haber abandonado el corsé (principios del s. XX) y rechazado el puritanismo victoriano, las mujeres descubrieron sus cuerpos en todos los sentidos del término y los expusieron al sol y a las miradas. La historia del turismo europeo implica, a su vez, esta revolución copernicana. Dunoyer de Segonzac, el primer pintor que escogió St.-Tropez, se dedicó a pintar las llamadas «Côtes rôties», un álbum de mujeres bronceadas en la costa bañada por el sol. El escritor Léon-Paul Fargue comentaba con inspiración:

«Le corps humaine a traversé des siècles de vêtements avant de se déshabiller à nouveau depuis la fin de la guerre de 1914-1918»

«Que d'heures cuisent angéliquement sous les loupes du soleil sans qu'un dos ne bouge...»

«L'odeur de la mer flotte dans l'air comme une bonne nouvelle. On reconnaît les amies dont on ne savait pas les cuisses aussi longues, les seins aussi écartés. Le slip, nouvelle feuille de vigne, ne cache que des biens qui sont communs à tous, comme disait Anatole France. C'est la silhouette qui est importante. On se demande seulement ce qui peut bien traverser l'esprit de ceux qui sont arrivés à l'âge du gros ventre, de la calvitie, des varices, du derrière en forme de piano, et qui montrent cependant ces horreurs en plein vent... Mais ici le ridicule ne tue plus; on oublie les monstres pour se consacrer exclusivement aux beaux spécimens... Et il y en a de plus en plus; les temps modernes ont beaucoup fait pour la beauté des corps et ils ont gagné»³.

El siglo xx ha multiplicado las invenciones de distinción y ha apresurado su difusión entre capas sociales cada vez más amplias. Las clases cultas de Europa han descubierto el valor de su patrimonio, de suerte que las visitas de iglesias, castillos o museos constituyen una de las grandes actividades turísticas, pudiéndose añadir igualmente los festivales y la artesanía lúdica. No olvidemos tampoco los deportes al aire libre y todas las prácticas ligadas a la naturaleza, sacrificada desde principios del siglo xx. El mundo germánico desarrolló rápidamente las formas más variadas de turismo de naturaleza, de caminatas o «wandern». No es exagerado hablar aquí de «Weltanschauung», con su propio eslogan: «Frei natur, Frei Messechen», o de asociaciones que, como Los Amigos de la Naturaleza, se crearon a principios del siglo xx en Viana y crecieron rápidamente. La naturaleza volvió a ser visitada, descubierta como salvaje, querida como libre. El siglo xviii había operado una primera inversión de valores, arrebatando a la ciudad el monopolio de la civilización en beneficio de un campo más o menos mítico. El siglo xx, por su parte, ha exaltado el bosque, los lagos, los montes, las landas y las dunas, como si fueran una naturaleza prestada que sólo el hombre puede recrear. Los clubes de excursionistas y campistas recomiendan la vida al aire libre en todo momento, el endurecimiento por el frío y rechazan el confort. Extremistas, algunos incluso rechazan «el textil». En sus inicios germánicos el naturismo fue ascético. Su difusión en Francia fue relativamente lenta, pero la instalación en 1926 de un campo de nudistas en una parte de la isla del Levante favoreció esta práctica. Las formas vacacionales al borde del Mediterráneo adquirieron así un tono hedonista, cuando no erótico, como en el Cabo de Agde descrito por Michel Houellebecq.

³ Léon-Paul FARGUE, *Côtes rôties*, album pintado por Dunoyer de Ségonzac, Textes prétextes, Paris, 1949, p. 84.

Las invenciones han sido también muy numerosas en lo que se refiere a los deportes lúdicos, caracterizados más por la ligereza que por la resistencia, pero con una gran cantidad de seguidores. A menudo California ha sido la región que los ha promovido, difundiéndose en Europa rápidamente. Así, en la década de 1980 la «mountain bike» o bicicletas todo-terreno dieron una nueva juventud a la «pequeña reina». Hoy en día se «surfea» sobre la nieve como sobre las olas del mar y Biarritz se asemeja a Hawai. En los ríos de Europa se desciende en canoa, se practica el «rafting» y el descenso de cañones como en el oeste americano. Además, desde que en 1878 los Estados Unidos crearon el Parque Nacional de Yellowstone, todos los países de Europa han querido tener sus propios parques naturales y sus zonas de naturaleza protegida y mostrada a la vez mediante centros y senderos de «interpretación de la naturaleza», como dicen todos los europeos que no desdeñan los americanismos.

El balance del turismo europeo no puede establecerse en algunas líneas. Se ve la superposición de estratos históricos. La mayor parte de las estaciones del turismo aristocrático de Europa están todavía ahí, si bien muchas guardan un encanto que podríamos calificar de anticuado. Algunas claramente tienen la necesidad de ser renovadas, si eso es posible. Raros son los centros que, después de sus orígenes, han podido conservar su carácter y su atractivo elitista.

Todos los habitantes de los países europeos disponen de unas vacaciones pagadas de una duración más larga que la de los americanos, pudiendo alcanzar incluso las cinco semanas, lo cual ha facilitado la difusión del turismo. La mayor parte del flujo turístico europeo se dirige hacia la misma Europa. Franceses, italianos, españoles, portugueses y griegos, mayoritariamente (cuatro quintas partes), no abandonan su país en vacaciones.

El movimiento es intra-europeo de manera casi exclusiva en lo que se refiere a las vacaciones de deportes de invierno; al turismo urbano, donde Londres, París y Roma (ciudades atractivas desde hace mucho tiempo) vienen a ser preponderantes; y al turismo termal, dado que en Europa existe una gama muy rica y porque el proceso elitista juega aún su papel. Para el turismo balneario las distinciones elitistas establecidas en el siglo XIX perviven aún como elegantes estaciones: desde Ostende a San Sebastián o desde Deauville a Portofino. El campo como destino turístico durante largo tiempo tuvo una clientela regional, si bien hoy en día se ha extendido a otros turistas, aunque siempre europeos. El Périgord y la Gascuña, los campos del sur de Francia, el Drome provenzal, Luberon o la Toscana son zonas requeridas por los británicos, los suizos, los alemanes y los ciudadanos del Benelux.

El contenido simplista de unas vacaciones en la fina arena a la orilla de un mar cálido se impuso en los años sesenta con el Caribe y las tres S, que eran en verdad cuatro, «sea, sand, sun and sex». Dieron lugar a nuevas «colonias de vacaciones» (G. Cazes) alineadas en lotes rápidamente fijados, con planes de urbanización promovidos por los gobiernos. Cuando Franco lanzó sus «costas» (Brava, del Sol, etc.), enseguida fue imitado, surgiendo el Languedoc-Roussillon, la costa oriental corsa, las costas adriáticas, la costa del Mar Negro (Bulgaria y Rumanía), etc., cundiendo el ejemplo incluso más allá de Europa, en Túnez, Turquía o en el golfo de Arabia. Incluso más lejos aún, en las zonas tropicales. Europa ha logrado mantener en su espacio político o de influencia una parte de esta nueva corriente, gracias a sus posesiones de ultramar. Es el caso de las Canarias en España, Madeira en Portugal y las pequeñas Antillas.

A principios del siglo XXI se puede constatar que el sistema turístico europeo sigue siendo intra-europeo, sitúandose en la misma Europa. No hay, por lo tanto, un «fin de la historia» para el turismo. Se persigue un proceso de invención, que es siempre el motor.

Bibliografía

- BARTHES, Roland (1957): *Mythologie*, Le Seuil, Paris.
- BOYER, Marc (1972, 1982, 1983): *Le tourisme*, Le Seuil, Paris.
- , (1996): *L'invention du tourisme*, Gallimard-Découvertes, Paris.
- , (1997): *L'invention du tourisme. Origine et développement du tourisme dans le Sud-Est de la France du xv^e siècle à la fin du Second Empire*, ed. du Centurión, Université de Lille III, Lille.
- , (1997): *Il turismo dal Grand Tour ai viaggi organizzati*, Universale Electa & Gallimard, Torino.
- , (1999): *Histoire du tourisme du masse*, QSJ, Paris.
- , (1999): *Le tourisme de l'an 2000*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon.
- , (2000): *Histoire de l'invention du tourisme dans le Sud-est, xv^e-xix^e siècles*, Ed. de l'Aube, Paris.
- , y VIALON, P.: *La communication touristique*, QSJ, Paris.
- CORBIN, Alain (1988): *Le territoire du vide. L'occident et le decir du rivage, 1750-1840*, Flammarion, Paris.
- MACCANNELL, Dean (1976): *The tourist, a new theory of the leisure class*, Schocker Books, New York.
- RAUCH, André (1996): *Vacances en France de 1830 à nos jours*, Hachette, Paris.
- SIEGFRIED, André (1995): *Aspects du xx^e*, Hachette, Paris.