

Contra el turismo
¿Podemos seguir viajando?

RODOLPHE CHRISTIN

Edición, traducción y notas de Salvador Cobo

Colección Casus Belli, 15

Índice

CONTRA EL TURISMO

Te guste o no, en vacaciones siempre serás un turista.....	9
Turistas o viajeros de Instagram, ya no descubrimos el mundo, lo consumimos.....	16
El turismo ha acabado con el espíritu del viaje.....	20
Viajamos para olvidar el mundo más que para descubrirlo.....	23
Por qué el turismo se ha convertido en un sector económico tóxico.....	30
El turismo es una industria compensatoria.....	36
¡Detengamos el saqueo turístico del planeta!.....	45
El turismo es el antiviaje.....	49
El antiturismo es una dimensión del anticapitalismo.....	54
Airbnb expulsa a los habitantes a las periferias de la ciudad.....	66
La industria del turismo se ha convertido en una actividad casi totalitaria.....	69
¿Cambiará el coronavirus el futuro del turismo?.....	73
El turismo es una industria tóxica.....	79
El deseo de viajar refleja que el mundo se vuelve cada vez más invivible.....	84
¡No vayamos nunca más a Venecia!.....	88

CÓMO SEGUIR VIAJANDO
PARA ACERCARNOS AL MUNDO

¿Podemos seguir viajando?.....	95
El mundo de después: el de antes, sólo que peor.....	99
Las aparentes victorias de la ecología y la tiranía de las normas.....	102
El devenir-parque de la Tierra.....	109
<i>El mito del Antropoceno</i>	109
<i>Una bomba en el permafrost</i>	113
<i>Ingeniería del Pleistoceno</i>	115
<i>Un mundo salvaje ordenado y explotado</i>	118
<i>Cercar los últimos espacios abiertos</i>	120
Actuar y no actuar en la raíz.....	123
¿Por qué irse de vacaciones?.....	129
La expansión de lo invivable.....	132
Esbozo de una teoría de los refugios.....	140
Todo-Mundo: catalizar el universo.....	146
Acercarse al aquí: hacia una gran convivencialidad.....	152
Viajes ecosóficos.....	158
ORIGEN DE LOS TEXTOS.....	169

Salir del capitalismo y de la sociedad de consumo significa salir del turismo. Significa avanzar hacia una sociedad del buen vivir, respetuosa con la vida humana y no humana.

¡Detengamos el saqueo turístico del planeta!

Es la primera vez: el 20 de abril de 2018, el capitán del Azura, un crucero atracado en el puerto de Marsella, fue interrogado por incumplir las normas de contaminación. «La compañía P&O Cruises, propietaria del barco y filial del grupo Carnival, no se ha mostrado muy preocupada por el momento», según la Agencia Francesa de Prensa. La responsabilidad recae sobre un individuo y no sobre su empresa, en lugar de apuntar a toda una industria que seguirá pronunciando discursos éticos sobre el respeto al medioambiente.

En pleno auge (pese a una caída de casi el 10% en el número de pasajeros franceses en 2017), el turismo de cruceros es una plaga cuyas prisiones flotantes emiten de media, en un día, tantas partículas finas como un millón de coches, con el azufre añadido. Evidentemente, residentes y pasajeros son los primeros en dejarse destrozarse los bronquios, con una sonrisa ingenua. Pero cada vez son más las asociaciones y ONG que expresan su descontento con las hordas de turistas y gases tóxicos que escupen los barcos. La industria de los cruceros se recrea mientras asfixia el

planeta y la vida local. Luego se habla de «democratización» de los viajes, como si el hecho de que todos estemos en disposición de devorar el mundo fuera una garantía de una mayor libertad para decidir y actuar. Ese tipo de democracia hace tiempo que se disolvió en el consumismo, señal de que la economía ha sometido la vida social a su imperativo de beneficio sin límites.

En los discursos que justifican el turismo, el argumentario económico defiende el rápido crecimiento de la industria turística, seguido del argumento social del derecho de que todo el mundo pueda irse de vacaciones, y luego el pretexto folclórico-ecológico que pretende convencernos de que el patrimonio natural y cultural de los territorios se ha convertido en un «valor» y que el turismo contribuirá a preservarlo. Los defensores de la industria turística no son ni amigos de los pueblos ni de la naturaleza. Al contrario, refuerzan la influencia de los *lobbies* del turismo, sean quienes sean, grandes proveedores de daños sociales y medioambientales. A sus ojos, el único turismo que vale la pena es el turismo de masas, porque toda actividad económica rentable debe desarrollarse al máximo.

El turismo es una dimensión esencial de nuestro modo de vida, metódicamente devastador. Un mundo en transición tendrá que aprender a deshacerse del reflejo turístico. Cambiar de paradigma implicaría lógicamente eliminar el turismo, o al menos reducirlo drásticamente, mucho más que cambiar la forma en que lo practicamos.

Por supuesto, el derecho a vacaciones pagadas fue un avance social que aflojó el yugo del trabajo asalariado, permitiendo tiempo libre en una vida estructurada por las obligaciones del trabajo. Hasta ese momento, las vacaciones eran un bien escaso, del que sólo disfrutaba la aristocracia y luego la burguesía. Pero la población asalariada se vio muy pronto cautiva de diversas instituciones que se encargaron de organizar su libertad, en nombre de su bienestar, su cultura y su educación. El turismo, el acto de irse de vacaciones, se convirtió, como una marea que se extiende en el tiempo y en el espacio, en una norma de comportamiento que ya no estaba reservada a unos pocos privilegiados.

¿Progreso? Así nació el turismo social, que duró muy poco tiempo, el del desarrollo de la demanda y el inicio de una oferta que el capitalismo, tanto público como privado, asumió con su eficacia habitual. Nació así un mercado floreciente que se beneficiaba de los efectos del crecimiento, de la distribución —aunque desigual— de la riqueza y de la transformación de la sociedad industrial en sociedad de consumo. En otras palabras, una sociedad en la que consumir no es sólo una necesidad sino, sobre todo, un placer. Y el turismo se convirtió en una forma de relajarse consumiendo un mundo organizado con este fin.

Las lógicas de la planificación y ordenación del territorio se guiaron por el imperativo de desarrollar el turismo en todas direcciones. Así es como valles y montañas,

costas e interior, pueblos y zonas turísticas de ciudades se transforman en centros comerciales al aire libre en temporada alta. Así es como el hormigón ha recubierto la tierra para levantar edificios destinados a albergar ocupantes temporales con la piel bronceada, embadurnados de protector solar, ociosos durante largas horas bajo la corola de una sombrilla, o precipitándose por pendientes cubiertas de nieve cada vez más artificial. El turismo es todo flujos y atascos, olas y mareas.

Francia lo sabe muy bien. Según el último informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT), continúa siendo el primer destino turístico mundial, con 84,5 millones de visitantes internacionales en 2015. En 2016, 1.235 millones de visitantes recorrieron el planeta. Europa es el primer continente de acogida, con 615 millones de turistas recibidos, por delante de las Américas (200 millones, de los cuales 77,5 millones corresponden a Estados Unidos). En 2016, los cinco países que más gastaron fueron, por orden decreciente, los chinos, seguidos de los norteamericanos, los alemanes, los británicos y, por último, los franceses. Aunque el sector está en auge (+4% anual en los últimos siete años), crece más en los países desarrollados (+5%) que en los países en desarrollo (+2%).

Casi dan ganas de refugiarse en Suiza. No para hacer crecer tu capital a la sombra de un banco en un paraíso fiscal que protege tus secretos, sino más bien con la esperanza de hacer realidad la fantasía de un valle remoto, sin