

Ahora que (aún no) estás leyendo una guía de viaje. Realismo turístico y la ética del turismo.

Sergio Monje

Una guía de viaje es un texto práctico, un documento que acompaña al turista durante y antes del viaje. Su propósito es sencillo: está destinado a responder las posibles dudas del viajero y a guiar sus acciones. Contiene información útil que nos permite estar mejor preparados, tomar mejores decisiones. Cuando me propusieron escribir un texto para una publicación sobre guías de viaje alternativas, me planteé: ¿qué duda puede tener un viajero que nunca vaya a aparecer en una guía de viaje? Por definición, hay una cuestión que siempre se obvia: la propia decisión de viajar. Ninguna guía de viaje va a cuestionar el hecho de viajar, mucho menos intentar persuadirnos de no hacerlo, sería contrario a su propósito, absurdo. Al contrario, una guía de viaje es una invitación a viajar, que forma parte del ritual del turismo, donde la expectativa del viaje es tan relevante como el acto en sí. La decisión de viajar es, pues, una no-decisión, un por defecto. Hacer turismo se revela como una obviedad, no es algo que haya que debatir. Es más, resulta incluso un imperativo social, el significante de una vida plena, y su incumplimiento puede llegar a ser sospechoso o vergonzante. La práctica del turismo está integrada de manera profunda en los modos de vida del sujeto moderno: hacer turismo es ser moderno.¹

Sin embargo, a la luz de la crisis climática y de la creciente conciencia sobre los impactos negativos del turismo en algunas localizaciones, el turismo y el volar son objeto de un mayor escrutinio social, que va a la contra de la naturalización de la que hablamos. La aparición de términos como *Flyers' dilemma* o *flight shame* es significativa de estos cambios culturales. Los potenciales viajeros se preocupan más por las consecuencias de sus viajes, o quizá por cómo sus prácticas pueden ser percibidas. También han surgido innumerables comités y códigos éticos dentro de la industria. Cada vez más, el turismo comprende, por tanto, una dimensión ética. De todos modos, esto no ha impedido que siga creciendo y expandiéndose en nuevas formas y lugares, agravando la situación. La irrupción de la ética no nos ha empujado a viajar menos ni con menor impacto.

Tampoco yo pretendo persuadir a nadie de no hacer turismo (aunque como habitante de un lugar extremadamente turistificado sería fantástico que así fuera): este no es un texto prescriptivo ni deontológico (como lo sería una guía de viaje), y, como veremos, todo apunta a que esta sería una tarea espuria. En su lugar, quiero plantear la cuestión de por qué es tan complicado tomar la decisión de no participar del turismo, aun siendo plenamente conscientes de su impacto en el medio ambiente y en la sociedad. Y quizá más crucialmente, de esclarecer cuál es la función del despliegue de la ética en este campo.

Esta cuestión se halla en el centro de lo que llamo «realismo turístico», un concepto que empleo como eje vertebrador de una investigación más amplia: es esa dificultad de concebir y articular modelos sociales distintos al turismo, en un sentido cultural y económico. Es también lo que nos lleva a considerar que no hay ninguna decisión que tomar respecto a hacer turismo. Aun con la ética de por medio, hacer turismo es hoy más «realista» que nunca, debido a la llamada democratización del turismo (relativa, cabe decir), la institución de las vacaciones pagadas y, ante todo, el abaratamiento de los viajes en avión. El concepto de realismo turístico se deriva, por supuesto, del *realismo capitalista*² que describe Mark Fisher: ese clima cultural que se instaura con el neoliberalismo y que implica una incapacidad generalizada de imaginar modelos alternativos al capitalismo, esa sensación de que «no hay alternativa», como sentenció Margaret Thatcher, que reverbera hoy en las apologías del turismo en lugares como Baleares. Como se ha

estudiado extensivamente, la expansión económica y cultural del capitalismo está intrínsecamente ligada a la del turismo, pasando este a ocupar una posición de relevancia en el sostenimiento y en los modos de sentir y desear del primero. Por ese motivo, muchos de los elementos que Fisher identifica en el Reino Unido neoliberal encuentran su equivalencia en el campo global y específico de lo turístico. No nos extenderemos aquí en definir el realismo turístico ni el realismo capitalista, pues basta con señalarlos como el marco sobre el que construir nuestra reflexión.

Para tratar de responder a la cuestión que nos ocupa (la del dilema del turista³ y la función de la ética del turismo), parece necesario realizar en primer lugar un análisis de los discursos éticos del turismo, entre los que debemos distinguir dos niveles o contextos enunciativos: el del discurso institucional y el del turista como individuo. Podríamos decir que, en esencia, ambos convergen (pues el primero adquiere la forma de una propaganda sumamente efectiva) y se sintetizan en el posicionamiento de que el turismo es bueno y necesario, pero puede tener impactos negativos que hay que tener en cuenta. En este «pero» reside la clave de la emergencia de la ética del turismo.

La ética no-performativa del desarrollo turístico

Resulta interesante la fijación por la ética en las instituciones del desarrollo turístico, habiéndose promovido numerosos congresos, compromisos y códigos alrededor de esta cuestión. Estos códigos, al igual que las guías de viaje, encierran una vocación práctica: definen unos estándares de comportamiento y acción. El investigador David A. Fennell considera que su enfoque es deontológico, es decir: «Dicen a los actores lo que hay que hacer y lo que no sin discutir las implicaciones de sus acciones».⁴ Es una ética aplicada que surge como reacción a la preocupación de los consumidores y que está supeditada a los intereses de la industria. De ahí que posean la misma limitación fundamental: son incapaces de cuestionar la turistificación capitalista en sí, de encarar la meta-pregunta que la subyace, la del axioma del crecimiento ilimitado que se sitúa en el centro de la lógica capitalista. No se trata, conforme a este planteamiento, de poner límites al crecimiento (es decir, cuestionar el modelo), sino de gestionar su impacto, de reducir sus consecuencias. La ética queda reducida a los conceptos de impacto y gestión (aunque la mejora en estos aspectos sea a todas luces insuficiente).⁵ No es sorprendente, como se ha podido constatar, que este tipo de compromisos fracasen a la hora de afrontar los retos que supuestamente deben abordar (la crisis ecosocial del modelo turístico).

Estos códigos éticos, como, por ejemplo, la *Convención Marco sobre Ética del Turismo* de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO), pueden caracterizarse como lo que la filósofa Sara Ahmed describe, en su análisis del discurso institucional, como «habla no-performativa» (*nonperformative speech*): enuncian un compromiso, pero «no hacen lo que dicen que hacen», sino que «funcionan» precisamente al no producir los efectos que nombran». «El fracaso del acto de habla -sostiene Ahmed- a hacer lo que dice no es un fallo de intención ni de circunstancia, sino que es realmente lo que el acto de habla está haciendo». Fennell señala que los códigos de conducta «son voluntarios, frecuentemente autoimpuestos y por tanto diseñados para ser autorregulatorios».⁷ Esta proliferación de códigos éticos, entonces, supone una estrategia que evita y sustituye a la regulación: la autorregulación es en realidad un mecanismo de desregulación, que diluye la

responsabilidad y perpetúa el modelo. El apartado en el que se definen los medios de aplicación de la *Convención Marco* es convenientemente difuso: propone de forma ambigua la «formulación de políticas coherentes con los principios éticos» y utiliza términos como «impulsar», «respetar» y «promover».⁸

Existe, por tanto, una desconexión entre el discurso y la acción, y esta desconexión es instrumental para el *statu quo*. El turismo, que tiene una imagen que mantener, es un sector con un fuerte incentivo para ocultar sus impactos, y la adopción de la perspectiva ética supone una estrategia más para ello: la elaboración de códigos y compromisos opera como un modo de ocultación, de dar a entender que los impactos se tienen en cuenta y se están tratando, de manera que se consiga evitar la implantación de reformas efectivas que necesariamente repercutirían en los beneficios de la industria. La *Convención Marco* de la UNWTO dedica un artículo al «turismo como factor de sostenibilidad ambiental» que invita a los agentes del desarrollo turístico a «salvaguardar el entorno natural, en la perspectiva de un crecimiento económico sólido, constante y sostenible»,⁹ al tiempo que, notablemente, no hace mención al cambio climático ni a las emisiones de la aviación.

Cabe señalar que «Las aerolíneas han estado operando en un mundo donde no pagan impuestos sobre el combustible, gozan de una exención del IVA, no están sujetas a ningún requisito que sea impuesto por ley en cuanto a rendimiento de combustible, y no tienen restricciones en sus emisiones de CO₂».¹⁰ Los compromisos de Kyoto en el 97 y de París en 2015 no especifican objetivos de emisiones para la aviación ni qué políticas ecológicas se deben adoptar, de manera que esta decisión queda a cargo de la Organización de Aviación Civil Internacional (ICAO), un organismo que durante décadas se ha mostrado incapaz de actuar de manera efectiva en la mitigación,¹¹ pues las medidas que promueve son funcionalmente voluntarias además de insuficientes.

Mientras en la práctica no se lleva a cabo la acción urgentemente necesaria, estos compromisos no-performativos cumplen su función de dotar de una pátina ética a la industria, al estilo del capitalismo verde. En este sentido, la ética llega a operar como incentivo de consumo: algunos estudios de mercado señalan que «el 45 por ciento de los turistas considera más probable contratar unas vacaciones con un tour operador que disponga de un compromiso ético por escrito», y más de la mitad «están dispuestos a pagar un 5 por ciento más por ello». También las aerolíneas ofertan, como otro complemento para nuestro vuelo, la posibilidad de adquirir bonos de compensación de carbono (de efectividad cuestionable)¹² para contrarrestar el impacto estimado del viaje, en una suerte de exvoto ecológico. La ética se configura como otra vía de desarrollo para la industria, que resulta en la expansión del turismo a nuevos ámbitos, a nuevos productos, como el turismo alternativo o el ecoturismo (que no conllevan necesariamente un menor impacto). Así, el contexto de crisis ecosocial y la preocupación que despierta entre los consumidores son capitalizados, ofreciendo una oportunidad de reactualización para el sector sin cambiar su lógica fundamental.

El catedrático Dean MacCannell señala que «las reglas de conducta para turistas no son fines en sí mismas» sino «pasos en el camino a una experiencia deseada».¹³ En *Consejos prácticos para el viajero responsable*, una pequeña guía publicada por la UNWTO como síntesis de su *Convención Marco*, se asegura a los viajeros que seguir sus sencillas directrices mejorará su experiencia.¹⁴ Si los turistas obedecen una serie de pequeñas recomendaciones, se garantiza que el turismo sea una experiencia ética, sostenible, responsable y satisfactoria. La publicación

de un documento como este (que en esencia no dice nada que no sea un cliché banal) ocupa el lugar de la actuación ética, distribuyendo la responsabilidad de la estructura al tiempo que la deposita en el sujeto individual. A su vez, las preocupaciones de este pueden ser apaciguadas, al convencerse de que, con este pequeño esfuerzo, ya ha hecho su parte. Es, como dice Fisher, la «fantasía de que el consumismo occidental, lejos de estar intrínsecamente implicado en la desigualdad global sistémica, puede más bien contribuir a resolverla».¹⁵

Todo esto nos lleva a considerar que Fisher está en lo cierto cuando afirma que «la catástrofe ambiental aparece en la cultura capitalista solo como una forma de simulacro; sus implicaciones reales son demasiado traumáticas para que el sistema pueda asimilarlas».¹⁶ Por eso la ética del turismo se instrumentaliza, se reduce a pequeños gestos y a compromisos no-performativos, mientras que la responsabilidad se diluye en multitud de agentes (incluidas las poblaciones huésped,¹⁷ que son las más afectadas) y se desvía al sujeto individual, pues «lo que hay en el centro (del capitalismo) es algo incapaz de ejercer responsabilidad».¹⁸ Fisher considera que «el mandato de la responsabilidad ética individual nunca fue más fuerte que hoy en día».¹⁹ Sin embargo, el modelo basado en la responsabilidad individual es a todas luces incapaz de abordar un problema de tal escala y complejidad, que requiere una amplia coordinación en múltiples niveles.²⁰ De la misma manera, el turista individual se ve constantemente interpelado por la ética: de ahí surge el dilema del turista, quien, en un contexto de emergencia climática, sigue deseando viajar.

El turismo como (falso) dilema

El *lyers' dilemma* puede definirse como «la tensión que existe entre la percepción de los beneficios personales de las profundamente integradas prácticas de viaje aéreo y las consecuencias colectivas del cambio climático de tales prácticas».²¹ Si bien el término apunta a un cambio de sensibilidades (volar ahora supone un dilema), la investigación sobre el tema concluye que realmente no produce cambios sustanciales en el comportamiento, al contrario, existe una «profunda reticencia a comprometer los apetitos individuales por los viajes de ocio».²² Incluso quienes en su vida cotidiana incorporan cambios por motivos ecológicos (como reciclar o realizar un consumo local) son incapaces o reacios a cambiar sus hábitos de viaje,²³ que están profundamente integrados culturalmente.

Uno de los motivos clave para entender esta dificultad es la manera en que el turismo está fuertemente conceptualizado como necesidad, tanto a nivel económico (el turismo como sector clave de desarrollo), social (el turismo como derecho universal) y personal (el turismo como modo de realización personal), por lo que desbancan toda consideración ética. Se presenta como un «factor insustituible» para la realización individual y colectiva, en palabras de la UNWTO.²⁴ Necesitamos el turismo porque responde a nuestra necesidad de sentido y de recuperación, en un contexto cargado de presiones. El turismo funciona como un «arreglo psicológico»,²⁵ un «antídoto» a la alienación capitalista.²⁶ Es la vía que nos ofrece el sistema para -a través del consumo- remediar la brecha metabólica que produce el capitalismo, para soportar el malestar psíquico generalizado: a esto nos referimos cuando decimos *necesito unas vacaciones*. El turismo se presenta a sí mismo como un afuera en la interioridad del capitalismo, un fugaz oasis frente a sus lógicas letales, que paradójicamente es fundamental para sostenerlas. Es

un espacio de excepción, donde las normas (y malestares) de la vida cotidiana se suspenden de manera momentánea. Por eso resulta más sencillo adoptar cambios éticos en el espacio normativo de la cotidianeidad, el del deber, que en el tiempo de excepción, libre de responsabilidades, del turismo. El turista busca escapar de todo, también de la ética.²⁷ Y, podríamos añadir, de la ansiedad climática.

En vista del rol simultáneo del turismo como reverso y sustento del trabajo capitalista, parece que los beneficios personales del turismo (directos, concretos, constatables, experimentables) pesan más que los posibles impactos colectivos (indirectos, abstractos, difusos, distribuidos, difíciles de identificar y correlacionar, individualmente no experimentables). Para Fisher, el realismo capitalista implica una «ontología de los negocios», donde todo pasa a ser gestionado como una empresa, incluido el yo. En este sentido, el turismo resulta «económicamente» realista, lógico, pues nos ofrece, individualmente, un percibido balance positivo entre costes y beneficios. Los estudios sobre el *flyers' dilemma* señalan que los factores más determinantes a la hora de guiar el comportamiento de los viajeros, por encima de la conciencia ecológica, son el coste y la conveniencia²⁸ (por ejemplo, volar es más rápido y económico que ir en tren, lo que desbancan al resto de consideraciones). El coste colectivo de unos impactos externalizados es aceptable respecto de la conveniencia del turismo como mecanismo de recuperación.

Aún así, el *flyers' dilemma* produce efectos, y hoy nos sentimos culpables o avergonzados por el acto de viajar. Así pues, aquí también encontramos una desconexión, un hueco entre valores y comportamiento, que se revela fundamental para el sostenimiento de las prácticas turísticas. Esta desconexión genera una disonancia cognitiva que requiere de justificaciones morales para resolverse, como modo de gestionar la tensión entre el deseo irrefrenable de viajar y la conciencia del impacto que conlleva. ¿Cómo se configura entonces el discurso ético desde la perspectiva del viajero?

Según un estudio, frente al *flyers' dilemma* los viajeros utilizan estrategias de «desvinculación moral» (*moral disengagement*). Estas justificaciones a veces pueden ser contradictorias entre sí, y presentan diferentes niveles de interacción con la reflexión ética. No son, por tanto, posicionamientos morales sólidos sino retóricas inestables que coexisten en diferentes instancias superpuestas. A menudo se transita discursivamente entre ellas sin dificultad, según resulta conveniente. La primera de ellas es la «comparación exonerativa». Consiste en establecer distinciones comparativas entre unas y otras prácticas turísticas que se consideran justificadas o injustificadas según ciertas características más o menos afectivas. Las prácticas relacionadas con el turismo masivo, de sol y playa, o asociadas al placer banal y al consumo, son valoradas negativamente. Por otra parte, se consideran justificadas las prácticas que implican una mayor planificación o esfuerzo, que están más individualizadas, que incluyen un componente formativo o de crecimiento personal, que tienen «significado», que son de interés cultural o que responden a modelos de turismo alternativo.²⁹ El foco de la discusión pasa así del «viajar o no», al «cómo viajar», de nuevo reforzando la obiedad del turismo, su realismo. La evaluación normativa no se refiere ya a la práctica en sí sino a nuevas y sutiles diferencias en su desempeño. Esto resulta problemático desde la perspectiva ecológica: no solo no se reducen los viajes, sino que algunas prácticas que se consideran justificables tienen en realidad un mayor impacto (por ejemplo, implican desplazamientos más largos) que las que no se perciben como aceptables. Esta estrategia, por supuesto, tiene un componente elitista: la reflexividad

del *flyers' dilemma* sirve como mecanismo de distinción social (entre uno mismo y otros turistas, y respecto a versiones pasadas de uno mismo). «La confesión de culpabilidad en sí puede volverse una virtud cuando es contrastada con otros que desempeñan comportamientos similares sin reflexión o la necesidad de justificarse». ³⁰ Irónicamente, en lugar de cuestionar el turismo, la reflexión ética actúa como mecanismo de legitimación para participar en él. Es «una herramienta para mantener prácticas que se han vuelto cuestionables desde la perspectiva de las normas medioambientales». ³¹ Es decir, se asemeja también a los discursos no-performativos que describe Ahmed.

En otros casos, los viajeros se apoyan en el escepticismo para justificar sus viajes, en una sentida incognoscibilidad del problema. Como hemos señalado antes, los impactos del turismo son algo abstractos, difíciles de concretar a nivel individual en una relación causal directa: es complicado evaluar el impacto de la propia participación, o del propio rechazo a participar, en el cómputo global, aun disponiendo de cifras. Si no podemos saberlo (si los beneficios colectivos de mi acto de renuncia no son constatables), es fácil de desestimar. Al mismo tiempo, los beneficios del turismo para uno mismo son mucho más tangibles. Es una especie de «ignorancia voluntaria» ³² que resulta conveniente para sostener unas prácticas culturalmente establecidas: no puedo saberlo y, en el fondo, no quiero saberlo, pues eso implicaría adoptar una posición ética de autocuestionamiento que resulta inconveniente. En esta lógica llevada al extremo se incluyen posicionamientos de negacionismo climático. O, peor aún, una ética que asume el colapso como inevitable, un escenario que anula la necesidad de acción en favor de un consumo «desacomplejado», hastiado por el imperativo de la justificación ética que resulta imposible de satisfacer. Si no hay consumo ético bajo el capitalismo, solo queda el consumo.

En este planteamiento «desacomplejado», la irresolubilidad (individual) del dilema es instrumental para el rechazo de la ética. Esto es lo que subyace a fenómenos como el *last chance tourism*, en el que «los individuos «se apresuran» a «destinaciones en peligro» para ver y experimentar diversas atracciones y paisajes antes de que se perciba que disminuyen o que desaparecen», ³³ como, por ejemplo, el Ártico, la Antártida o la gran barrera de coral, pero también entornos contruidos o culturas en vías de desaparición o transformación. Por supuesto, este tipo de turismo posee una paradoja fundamental en sus implicaciones ecosociales, pues, aunque esté motivado por una percibida vulnerabilidad, contribuye al cambio climático y a la deterioración de los destinos visitados. En el contexto de emergencia climática global, quizá no sea desventurado afirmar que todas las formas de turismo están impregnadas de este *last chance tourism*. Si el mundo, o todos los mundos, están abocados a desaparecer, mejor disfrutarlos ahora que aún existen. Si no podemos hacer nada, ¿qué mejor que rendirse al goce?

En las justificaciones de los viajeros respecto al *flyers' dilemma* aparece como una constante el sentimiento de impotencia individual (*powerlessness*), una sensación de falta de control sobre los propios actos ³⁴ y sobre el problema más amplio. Esta resulta, a mi juicio, la justificación más sincera y vulnerable que se ofrece, y creo que en ella está la clave del asunto. Esta sensación recuerda a la «impotencia reflexiva» del realismo capitalista que describe Fisher: los viajeros son «conscientes de que las cosas andan mal, pero más aún son conscientes de que ellos no pueden hacer nada al respecto. Sin embargo, este «conocimiento», esta reflexividad, no es resultado de la observación pasiva de un estado de cosas previamente

existente. Es más bien una suerte de profecía autocumplida». ³⁵ Al fin y al cabo, nuestra participación es lo que, en última instancia, sostiene el modelo turístico y sus consecuencias. Por eso la expresión de esta impotencia, en forma de reflexión ética, resulta una justificación tan potente para mantener las prácticas turísticas: el realismo desemboca en una postura desesperanzada, depresiva; el cambio es «irreal»; incluso en un contexto encaminado al desastre, no hay alternativa. Fisher identifica también una especie de «hedonia depresiva» que perfectamente puede aplicarse a la figura del turista: una «incapacidad para hacer cualquier cosa que no sea buscar placer». ³⁶ Ambos elementos (la impotencia reflexiva y la hedonia depresiva) se configuran en la ética del dilema del turista en el núcleo del realismo turístico.

A causa de esta incapacidad, los viajeros apelan a la responsabilidad de una instancia superior: las expresiones de impotencia vienen acompañadas de llamamientos a una mayor regulación, ³⁷ a que sea otro el que ponga límites al deseo que nosotros nos sentimos incapaces de controlar. Pero ese «otro» también es incapaz de lidiar con los límites (y quizás este sea un perverso secreto a voces, reconocido implícitamente por ambas partes). Al tiempo que la industria desvía la responsabilidad a una instancia individual, los turistas delegan de nuevo el conflicto ético en la responsabilidad de la estructura. Así, la forma que toma el problema de la responsabilidad es la del bucle. Es un uróboro que -no sin cierto patetismo- se engulle a sí mismo, mientras gira inexorablemente alrededor de un centro vacío, hasta desaparecer del todo. La responsabilidad fluye junto al capital, y nunca se asienta. Esta estructura circular, cerrada, es una expresión del realismo turístico. Es la tópica de la impotencia. Fisher dice: «En lugar de afirmar que todos, es decir cada uno, somos responsables del cambio climático, podríamos decir que nadie en verdad lo es y que ese es el problema. La causa de la catástrofe ecológica está en una estructura impersonal que, aunque es capaz de producir todo tipo de efectos, no es capaz de quedar sujeta a responsabilidad». ³⁸

Afrontando el dilema

Por supuesto, esto supone un problema de cara a una acción transformadora. Para Fisher, «buscar posibilidades reales para la acción política implica, primero que nada, que aceptemos nuestra inserción en el nivel del deseo en la picadora de carne del capitalismo». Esto es también lo que hay tras la confesión de impotencia que expresan los viajeros, pero esta aceptación de la que habla Fisher tiene implicaciones distintas a las de una justificación moral, que nos exime de toda responsabilidad. Y añade: «Lo que queda sin decir en el rechazo del mal y la ignorancia dentro de un Otro fantasmático es nuestra propia complicidad en las redes planetarias de la opresión. Lo que debemos tener en mente es tanto que el capitalismo es una estructura impersonal hiperabstracta como que no sería nada sin nuestra cooperación». ³⁹ Es decir, lo que Fisher trata de describir es una vía para reformular la topología circular de la responsabilidad que hemos mencionado, que pueda suponer una superación del sentimiento de impotencia. La responsabilidad, desde esta perspectiva, ya no es simplemente individual, ni de un Otro, sino que se enmarca en una red de corresponsabilidad que forma una estructura, lo que abre posibilidades para la transformación.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, ¿cómo podemos abordar el problema del dilema del turista? Como hemos explicado, el dilema del turista resulta irresoluble desde una perspectiva individual (y esta irresolubilidad es instrumental para el sistema). La perspectiva ética de la responsabilidad individual se ve limitada al considerar únicamente los actos individuales, no los grupos de actos, que tienen una lógica moral distinta.⁴⁰ Esto no implica que el individuo deba arrojarle a un rechazo de la ética (pues el comportamiento de los individuos no deja de ser un factor que produce efectos), sino que debemos considerar el problema desde una perspectiva colectiva y estructural, con soluciones colectivas (muy distintas a los compromisos no-performativos de los que hablábamos). No se trata de valorar cada viaje puntual de cada viajero individual como un hecho exclusivo (como sucede en las justificaciones de los viajeros), sino el conjunto de prácticas del turismo, lo cual no simplemente diluye la responsabilidad, sino que la inserta en un contexto de acción colectiva. La acción coordinada cortocircuita la lógica del dilema, que se basa en el aislamiento y la individualización. No se trata meramente de proponer límites voluntarios a los impactos, de ofrecer una mejor gestión ni de promover la responsabilidad individual. Se trata, en su lugar, de crear, colectivamente, alternativas al turismo (en un sentido cultural y económico) como elemento central de los modos de vida y de producción del capitalismo. Esto es, de redirigir los flujos del deseo en los que estamos insertos. Este es un proyecto de ambición prometeica, que precisa de una imaginación que excede tanto el realismo turístico como el capitalista. Las estrategias para ello son múltiples, complementarias y, en su mayoría, todavía por esbozar, algo que escapa al propósito de este texto.

Creo necesario apuntar que en este texto se ha obviado el papel del anfitrión, del habitante de una localización turística. No es él el destinatario de una guía de viaje, y no es él quien se ve interpelado por el dilema del turista, al menos en principio. El anfitrión es, según parece, un actor invisibilizado, relegado a un *backstage*,⁴¹ que a menudo carece de voz y de voto, atrapado entre los intereses de los turistas y los de la industria. En los códigos de la UNWTO se le exhorta a ser un anfitrión abierto y voluntarioso, mientras que la única consideración que recibe se resume en que los turistas deberían tratarlo con respeto. A menudo es utilizado también como justificación, señalando los beneficios económicos que el turismo reporta a la población local (aunque esté demostrado que genera desigualdad). Sin embargo, es una figura que resulta crucial para afrontar el problema que nos ocupa, no solo por ser la más directamente afectada por el turismo, sino por su capacidad política. El economista Salvatore Bimonte, en su análisis de lo que llama la «tragedia del turismo», considera que «además de estar en su interés, es la responsabilidad de los residentes el definir el conjunto de normas al que someterse. De hecho, es la población estable la que tendrá que vivir y hacer frente a lo que sea que quede, mientras que los turistas tienen la posibilidad de pasar a una nueva destinación».⁴²

De cualquier modo, podemos concluir que, de igual manera que Mallorca ha sido un laboratorio para el desarrollo del turismo global, tiene el potencial de serlo también para la construcción de alternativas.

El turismo, en su papel cultural, es un *proxy*: de la autenticidad, del sentido, de la recuperación, de la realización personal. No es necesariamente un fin en sí mismo, una panacea, ni mucho menos el sentido de la vida. Si el turismo es una vía

para sanar la alienación capitalista, debemos, por una parte, encontrar otras vías de recuperación menos destructivas, que no tienen porqué ir ligadas necesariamente al hecho de viajar, y, por otra, abordar el problema de la alienación en sí, lo que genera la necesidad del turismo. Si el coste y la conveniencia dirigen nuestro comportamiento, debemos construir alternativas al turismo igual de convenientes y deseables, «realistas». Pero también abordar el problema de fondo, a saber, las causas de que estos factores determinen nuestro comportamiento (falta de tiempo, escasez de recursos). Abordar el problema del turismo implica hacerlo en un contexto de múltiples crisis: no solamente en relación a la crisis ecológica o social, sino también a la crisis de las temporalidades capitalistas. Si la temporalidad capitalista se estructura en la división entre el tiempo de trabajo y el de ocio, en un movimiento cíclico perpetuo y acelerado que sirve a la productividad, debemos encontrar vías para superar esta estructura (que es en la que se basa el turismo). Si el tiempo del trabajo nos consume y nos aliena, debemos encontrar modos de vivir que no estén basados simplemente en establecerle una contraparte como el turismo. ¿Existiría el turismo como lo conocemos si no estuviéramos ligados a esta temporalidad? ¿Seguiríamos sintiéndolo con la misma intensidad como una necesidad si no existiera la brecha metabólica que nos separa de la naturaleza, de los otros y de nosotros mismos?

- 1 John Urry y Jonas Larsen, *The Tourist Gaze 3.0* (Londres: Sage Publications, 2011), pg. 4.
- 2 Mark Fisher, *Realismo Capitalista: ¿No hay alternativa?* (Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2016). Traducción de Claudio Iglesias.
- 3 A lo que me refiero cuando hablo del «dilema del turista» no es exactamente a lo mismo que se plantea en el *flyers' dilemma*, que está centrado en el problema ecológico de las emisiones de la aviación. El turismo, no obstante, supone un problema que no se reduce a lo ecológico sino que también incorpora una dimensión de justicia social (derechos laborales, derecho a la ciudad, a la vivienda, etc.), por eso prefiero referirme al «dilema del turista». De todos modos, para nuestra reflexión, los términos resultan mayormente intercambiables pues su lógica moral es la misma.
- 4 David A. Fennell, *Tourism Ethics* (Bristol: Channel View Publications, 2006), pg. 75.
- 5 James Higham, Elisabeth Ellis y James Maclaurin, «Tourist Aviation Emissions: A Problem of Collective Action», *Journal of Travel Research* 58, Núm. 4 (Abril, 2019).
- 6 Sara Ahmed, «The Nonperformativity of Antiracism», *Meridians* 7, núm. 1 (2006), 104-126.
- 7 Fennell, *Tourism Ethics*, 227.
- 8 Organización Mundial del Turismo (UNWTO), *Convención Marco sobre Ética del Turismo* (Madrid: UNWTO, 2020): pg. 11.
- 9 *ibidem*, pg. 14.
- 10 Eickhout y Taylor, citado en: James Higham, Elisabeth Ellis y James Maclaurin, «Tourist Aviation Emissions: A Problem of Collective Action», *Journal of Travel Research* 58, Núm. 4 (Abril, 2019): pg. 8.
- 11 Higham, Ellis y Maclaurin, «Tourist Aviation Emissions», pg. 8.
- 12 *ibidem*, pg. 8.
- 13 Dean McCannell, *The Ethics of Sightseeing* (Berkeley: University of California Press, 2011), pg. 49.
- 14 UNWTO, «Tips for the Responsible Traveler», *The Responsible Tourist* (2020), <https://www.unwto.org/responsible-tourist>
- 15 Fisher, *Realismo Capitalista*, pg. 25.
- 16 *ibidem*, pg. 28.
- 17 UNWTO, *Convención Marco sobre Ética del Turismo*, pg. 10.
- 18 Fisher, *Realismo Capitalista*, pg. 70.
- 19 *ibidem*, pg. 70.
- 20 Higham, Ellis y Maclaurin, «Tourist Aviation Emissions», pg. 9.
- 21 James E.S. Higham, Scott A. Cohen y Christina T. Cavaliere, «Climate Change, Discretionary Air Travel, and the Flyers' Dilemma», *Journal of Travel Research* 52, Núm. 4 (Julio, 2014): 462-475.

- 22 Higham, Cohen y Cavaliere, «Climate Change, Discretionary Air Travel, and the Flyers' Dilemma», pg. 5.
- 23 *ibidem*, pg. 14.
- 24 UNWTO, *Convención Marco sobre Ética del Turismo*, pg. 13.
- 25 Robert Fletcher y Katja Neves, «Contradictions in Tourism: The Promise and Pitfalls of Ecotourism as a Manifold Capitalist Fix», *Environment and Society: Advances in Research* 3 (2012): pg. 66.
- 26 Ellen Furlough, «Packaging Pleasures: Club Méditerranée and French Consumer Culture, 1950-1968», *French Historical Studies* 18, Núm. 1 (Primavera, 1993): pg. 65.
- 27 McCannell, *The Ethics of Sightseeing*, pg. 46.
- 28 Higham, Cohen y Cavaliere, «Climate Change, Discretionary Air Travel, and the Flyers' Dilemma», pg. 25.
- 29 Filip Schmidt, Agustina Sidders et al., «I am not a typical flyer»: narratives about the justified or excessive character of international flights in a highly mobile society», *Journal of Sustainable Tourism* (Mayo, 2023), pg. 10.
- 30 Schmidt, Sidders et al., «I am not a typical flyer», pg. 16.
- 31 *ibidem*, pg. 16.
- 32 Higham, Cohen y Cavaliere, «Climate Change, Discretionary Air Travel, and the Flyers' Dilemma», pg. 26.
- 33 Dawson, Lemieux et al., «Ethical considerations of last chance tourism», pg. 251.
- 34 Higham, Cohen y Cavaliere, «Climate Change, Discretionary Air Travel, and the Flyers' Dilemma», pg. 12.
- 35 Fisher, *Realismo Capitalista*, pg. 31.
- 36 *ibidem*, pg. 32.
- 37 Higham, Cohen y Cavaliere, «Climate Change, Discretionary Air Travel, and the Flyers' Dilemma», pg. 22.
- 38 Fisher, *Realismo Capitalista*, pg. 71.
- 39 *ibidem*, pg. 24.
- 40 James Higham, Elisabeth Ellis y James Maclaurin, «Tourist Aviation Emissions: A Problem of Collective Action», *Journal of Travel Research* 58, Núm. 4 (Abril, 2019): pg. 6.
- 41 Dean MacCannell, «Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings», *American Journal of Sociology* 79, Núm. 3 (1973): 589-603.
- 42 Salvatore Bimonte, «The «tragedy of tourism resources» as the outcome of a strategic game. A new analytical framework», *Ecological Economics* 67, Núm. 3 (Octubre, 2008): pg. 462.