



Canary antecessors

Canary adaptativus

Canary pithecus

Rasta habilis

Rasta sapiens



Platanus sedentarius

Sterlitzia erectus

FERNANDO ESTÉVEZ GONZÁLEZ

Souvenir, souvenir
 Un antropólogo ante el turismo

**CON
 CRE
 TA**

PRÓLOGO DE DEAN MACCANNELL

FERNANDO ESTÉVEZ GONZÁLEZ



Primera edición, mayo 2019

SERIE ARTE Y TURISMO

Dirección:

José Díaz Cuyás

Souvenir, souvenir.

Un antropólogo ante el turismo,

Fernando Estévez González

Edición:

José Díaz Cuyás

Pablo Estévez Hernández

Ilustración de la portada:

María Teresa Henríquez Sánchez

y Fernando Estévez González

Traducción del prólogo:

Carlos García

CONCRETA TEXTOS

Equipo editorial:

Nuria Enguita Mayo

y Laura Vallés Vilchez

info@editorialconcreta.org

www.editorialconcreta.org

Diseño y maquetación:

Jaume Marco

Con la colaboración del grupo TURICOM

La experiencia turística: Imagen, cuerpo y muerte
en la cultura del ocio. <https://turicom.es>

Vinculado al Proyecto de I+D de Generación
de Conocimiento PGC2018-093422-B-I00.

© de las imágenes sus autores.

© de la edición Editorial Concreta.

Se han hecho todas las gestiones posibles para identificar a los propietarios de los derechos de autor. En caso de error u omisión por favor contacten con Editorial Concreta a través de info@editorialconcreta.org.

Esta publicación y sus contenidos se publican bajo la protección, los términos y las condiciones de la licencia Creative Commons «Reconocimiento-SinObraDerivada (by-nd)». Por lo tanto se permite la copia en cualquier formato, mecánico y digital, siempre y cuando no esté destinada a usos comerciales, no se modifique el contenido de los textos, se respete su autoría y se mantenga esta nota. Cualquier uso que no sea descrito en la licencia antes mencionada requiere aprobación expresa del autor.



Consejería de Turismo, Cultura y Deportes
Dirección General de
Patrimonio Cultural



Impreso en Castellón

ISBN: 978-84-946891-2-3

Depósito Legal: CS475-2019

Índice

<i>Prólogo</i>	08
Gracias, Fernando Dean MacCannell	
<i>Introducción</i>	14
« Todos idiotas, todos diferentes ». La mirada (caleidoscópica) turística de Fernando Estévez Pablo Estévez Hernández	
01	30
Curiosidades, especímenes, <i>souvenirs</i> : Las momias como objetos-viajeros en el tráfico Canarias-Europa	
02	44
Narrativas de seducción, apropiación y muerte o el <i>souvenir</i> en la época de la reproductibilidad turística	
03	64
<i>Souvenir, souvenir</i> : la colección de (los) turistas	
04	84
La mirada turística y lo dado a ver en los museos	

05	94
Cho Vito: lo que no está en los mapas Pablo Estévez Hernández	
Pieles, pliegues, paisajes. Un panorama desde el poblado marinero de Cho Vito, Candelaria, Tenerife	98
06	138
Las poses de los que miran. Texturas de la moda, performatividad y micropolítica en la ecúmene turística	
07	160
Una maldición para el turismo rural	
08	170
<i>Traditour</i> . Tradiciones y turismo en los tiempos posmodernos	
09	180
<i>Mar de Arena de Mar</i>	
<i>Bibliografía</i>	200

DEAN MACCANNELL

Gracias, Fernando

Tengo en la mano un *souvenir* que es una bola de nieve. Pero cuando se agita no hay nieve artificial, sino arena de verdad. Es un regalo de Fernando Estévez González. Me lo trajo a California un amigo común desde más de 10.000 kilómetros de distancia. José Díaz Cuyás me explica el regalo cuando me lo da. Me dice que Fernando ha fallecido, pero que quería que yo tuviese este *souvenir*. Imaginen la confusión que sentí al recibir esta muestra de amistad de alguien a quien nunca había conocido. Me vinieron a la cabeza unas palabras que atribuyo a Marcel Mauss: «Si puedes responder a la pregunta “quién da qué a quién, y cuál es la obligación de corresponder”, puedes reconstruir una cultura en su totalidad». El regalo de Fernando era una petición de trabajo mental, el regalo más valioso que se puede recibir.

La *bola de arena* que me envió es un objeto tan reflexivo, tan *meta*, que elude los sistemas de clasificación existentes. Sin duda no se trata de un recuerdo de las Islas Canarias, no hay ningún mapa o topónimo bajo la arena. Lo que hay escrito es «*SOUVENIR SOUVENIR!* La Colección de [los] turistas». ¿Puede siquiera existir un *souvenir* de *souvenirs*? ¿Acaso me reta Fernando a establecer una correspondencia entre las colecciones *kitsch* que hacen los turistas y las propias concentraciones de turistas?

Tuve la suerte de ser uno de los primeros lectores en lengua inglesa de los ensayos de Fernando recogidos en este libro, *Souvenir, souvenir: Un Antropólogo ante el turismo*. Nos ofrece sabias respuestas a muchas de las contradicciones, paradojas y antinomias a las que no solo se enfrenta la antropología, sino cualquier ciudadano global informado. Incluso me ofrece amables consejos sobre cómo ser su amigo después de que él nos haya dejado.

Estas son algunas de las cosas que he aprendido y que Fernando conocía, con esa peculiar sabiduría que hace que los muchos regalos que nos ha dado sean tan importantes. Se encuentra entre el pequeño número de antropólogos que descubrieron que *la cultura* no existe como tal. Que las maneras en que todos los grupos humanos hablan, visten, cuentan historias, trabajan, cantan, bailan, dibujan, comen, cortejan, construyen, cultivan el campo, etcétera, son promiscuas y perversas hasta tal punto que nunca ha habido un sistema de normas lo suficientemente definidas como para congelarlas en algo que pudiera denominarse «una cultura». Incluso entre las denominadas «primitivas», la condición natural de la cultura es un estado de flujo. Las sociedades más *tradicionales* evolucionan ante nosotros mientras insisten en que siguen haciéndolo todo exactamente igual a como siempre se ha hecho. Fernando fue también de los primeros en ver que el turismo no es simplemente un conjunto de intercambios económicos al uso en el seno de lo que hoy día es la mayor industria del planeta. Lo veía como un profundo motor de cambio cultural que crece rápidamente junto a los demás aspectos de la globalización, redefiniendo lo que significa ser persona tanto para los visitantes como para los visitados. Veía que el turismo es más grande que el capitalismo y que al final este tendrá que adaptarse al turismo, y no al revés. Incluso llegó a sugerir que el turismo exige la creación de nuevas ontologías.

En el núcleo de su penetrante visión, Fernando observó que la evolución y el cambio cultural a nivel local podían reflejar los deseos de los turistas más que los de la población local. Su experiencia

como antropólogo en las Islas Canarias lo situó en las dos posiciones de sujeto, como observador y como observado. A lo largo de su vida fue testigo directo de la transformación de lugares etnológicos a complejos turísticos. Tenía miedo de que las Canarias, o cualquier otro lugar del mundo con la suerte de tener playas bonitas, pudieran convertirse exclusivamente en aquello que los turistas quieren que sean. Vio cómo pueblos pequeños se maquillaban para agradar a los turistas. Vio con consternación que algunos lugares fueron declarados antiestéticos y se programó su eliminación para purificar unas vistas turísticas estereotipadas. A causa de todo lo que presenciaba, Fernando no podía separar su antropología de su activismo y de su ciudadanía. Cuando las nuevas políticas y la nueva legislación a favor del desarrollo turístico se pusieron en práctica para destruir comunidades enteras y las vidas de sus ciudadanos, se alió firmemente con la gente: alto al desarrollo turístico agresivo. Algunos de sus artículos se leen como escritos legales o incluso planes de batalla.

Fernando sabía que el cambio cultural es inevitable. Lo que no sabía es si las tradiciones humanas serían capaces de tomar en el futuro sus propios pasos ante la presencia de turistas.

Sigue habiendo mucho en juego en las batallas que libró Fernando. Por un lado, está lo que él llamaba «el extendido y subjetivo sentido de insuficiencia que caracteriza la vida moderna», la creencia marcadamente moderna de que «el precio del progreso es la pérdida de la autenticidad». Esto se traduce en la horrorosa idea de que somos nosotros, los modernos, las víctimas de nuestra propia complejidad, no los pueblos primitivos o agrícolas que convertimos en objetos de museo a medida que los empujamos hacia la extinción. Fernando vio claramente que la dialéctica de la *insuficiencia* y de la *pérdida*, se había cargado de mala fe en manos de la industria del turismo. «Si crees que tu vida es un asco, ven a las Canarias, donde la vida es una playa y podrás ver estampas [cuidadosamente seleccionadas e higienizadas] de la vida

de los pueblos que todavía parecen auténticas». He aquí el lado horrible de la dialéctica de la autenticidad. La propia cualidad de «no autenticidad» de la modernidad, del capitalismo tardío, de la globalización, se convierte en la fuente de su poder, su espíritu de conquista. Los políticos y los promotores aluden reiteradamente a la libido de los turistas como justificación para sofocar la discrepancia, para demoler barrios enteros y crear monstruosidades turísticas. Fernando vio cómo todo esto sucedía a su alrededor, sabía que no podía derrotarlo y no obstante luchó contra ello porque claramente era un ser extraordinario.

Nunca culpó a los turistas. Comprendía que están atrapados por las mismas fuerzas colosales y que también ellos son víctimas del desarrollo turístico. ¿Qué es lo que sacan los turistas de todo ese desarrollo que se hace en su nombre? Nada tangible. Nada que tenga un valor útil. Nada que pueda ser revendido. Lo único que obtienen los turistas son recuerdos ingravidos y fugaces encarnados en colecciones de *souvenirs*, algunos caros, pero en su mayoría baratos.

Tal vez el procedimiento metodológico más hábil de Fernando fuera el de concentrarse en el *souvenir*. Si se analiza con suficiente detalle, en este humilde objeto puede hallarse la mayor parte de las contradicciones y de la dialéctica del turismo. El *souvenir* conecta al turista con un lugar o atracción que este ha visitado de un modo que nos dice más sobre el turista que sobre la atracción. El *souvenir* es el sustituto tangible de unos recuerdos que carecen de materialidad. Tiene que estar producido en masa, ser barato, o de algún modo «inferior», para marcar la experiencia que representa como única, especial o «superior» al mero *souvenir*.

Fernando relacionaba el *souvenir* con la muerte. El *souvenir* representa la experiencia turística exactamente del mismo modo que una lápida de cementerio representa la vida de la persona allí enterrada. Deficientemente. Es muy posible que el turismo en su curso actual acabe con esas mismas cosas que el turista quiere experimentar. Fernando observó que el impulso turístico de trascender

el aquí y ahora ya nos ha llevado a una falsa trascendencia de la muerte: los lugares de visita equivalen a la historia detenida en ámbar —todo el turismo se dedica a los fósiles— la experiencia turística como negación del «momento de la muerte al imponer la estasis de una muerte eterna».

¡Ay, Fernando! Me gustaría que estuvieras aquí para que pudiéramos hablar. Construiría un potente argumento para demostrar que las cosas no tienen por qué ser así. Sí que estoy de acuerdo con que así es como son las cosas ahora. Por lo general. Pero tengo que agarrarme a otra posibilidad. En el interior de todos los seres humanos, de cada turista, encontramos dos deseos en conflicto: el deseo de saber y el deseo de no saber. Algunos turistas han cedido claramente al deseo de no saber, a la pulsión de la muerte, como tú apuntas sagazmente, y gran parte del turismo comercial atiende exclusivamente a este deseo. Estos turistas quieren «escapar de todo», que sus experiencias estén programadas y con todo incluido, evitar las restricciones de las normas, ser tratados a cuerpo de rey, tener encuentros sexuales con desconocidos en una playa llena de basura después de una *rave* animada por drogas. Quieren tomar «un crucero a ninguna parte». Exactamente como un ataúd que se introduce en una tumba. Tenías toda la razón en esto.

Pero igualmente poderoso, y más importante para nuestra supervivencia colectiva, es el deseo de saber. Y todas las vistas, los sonidos, las experiencias y atracciones del mundo pueden ser afrontados con este deseo contrapuesto, incluso —o especialmente— por los turistas, por turistas éticos. Hay turistas, entre los que me encuentro, que no estarían demasiado interesados en caminar por la playa hasta esa espantosa central eléctrica. Pero me hubiera encantado tener una oportunidad para ver Cho Vito y su arquitectura vernácula, y hablar con sus habitantes sobre cómo y por qué vivían juntos de ese modo tan especial. Hay turistas que son testigos del pasado para ver cómo este puede informar el presente y el futuro, que están a favor de la vida y del cambio, no de la muerte.

Las tradiciones humanas *son* capaces de dar su siguiente paso ante la presencia de estos turistas. De hecho, puede que la tradición no sea capaz de dar su siguiente paso sin ellos.

Cómo me hubiera gustado tener esta conversación contigo, Fernando. Ahora lo único que tengo es este maldito *SOUVENIR SOUVENIR!*