

Viatges abalisats i aventures garantides



Frank Michel
Centre de recerca sobre el viatge.
Estrasburg (França)

A hores d'ara, els periples turístics es calculen de manera meticulosa, fins al punt que l'aventura a la fi del món està minuciosament programada, i els viatges de risc —països en guerra, turisme sexual— també esdevenen objecte d'entusiasme per part del "gran públic viatger". En aquest sentit, l'article vol reflexionar sobre el que significa avui l'aventura i el sentit del viatge amb relació al turisme organitzat i la indústria turística i, en definitiva, sobre les seves conseqüències en les relacions entre el nord i el sud.

Touristic routes today are calculated in a meticulous fashion, to the point that even adventures at the end of the world are minutely programmed, to the point that high-risk travel—countries at war, sexual tourism—also become objects of the enthusiasm of the "great travelling public." In this context, the article reflects on what adventure means today, and the meaning of travel in relation to organized tourism and the tourist industry and, above all, on its consequences for North-South relations.

«Celebrem l'equilibri de les coses: un món dissenyat a la mesura de l'home, construït de complicitat amb la natura, font inesgotable d'experiències i de somnis»'

Què queda avui dia d'aquestes "experiències" i d'aquests "somnis", a l'època del turisme organitzat a gran escala? L'itinerari dels periples es calcula tan meticulosament que l'aventura a la fi del món està minuciosament programada. I si, d'una banda, l'evolució actual implica que es multipliquin els intercanvis, les migracions, les comunicacions i, és clar, els viatges, d'altra banda, les oscil·lacions del turisme, la saturació de destinacions, la degradació dels llocs "de visita obligada", la comercialització, en tots els aspectes, del patrimoni cultural, el turisme sexual, els viatges de risc, a països en guerra, per exemple, també són objecte d'un entusiasme sense precedents per part del "gran públic viatger". Cal, per això, prescindir d'aquests perills? Un perill-risc que es convertirà més tard en la columna vertebral dels millors records de les nostres vacances exòtiques. Caldria sacrificar el viatge espontani o improvisat —que també inclou inexorablement una dosi de risc— a favor del viatge amb garantia, fins i tot "fet segur" i, sobretot, avorrit i asèptic? No, però...

A la primavera del 2002, Tony Wheeler, fundador de les conegudes guies *Lonely Planet* —considerades pels rodamons com "la" Bíblia del viatger, tot un símbol— va haver de demanar als seus lectors, sense tenir por de caure en la paradoxa, que no respectessin al peu de la lletra les recomanacions i les orientacions de les guies, per tal de conservar una porta oberta per on pogués penetrar un últim perfum d'autenticitat on encara fos possible. Caldria, llavors, cremar les guies? No, però...

La nebulosa viatgera i els seus avatars

Els venedors de viatges venen un somni sobre paper cuixé, somni que queda després confirmat —i confinat— en guetos exoticoturístics, en lloc de vendre espais de supervivència o de lluita política. Les magnífiques fotografies dels catàlegs lloen platges, ètnies "coloristes" o monuments de re-

La indústria turística ha arribat a un grau de saturació de l'experiència turística que, en molts moments, esdevé el principal agent de l'antiturisme. Fotografia: Montparnasse (París).



nom (elogiats o etiquetats com "de visita obligada") que tothom ja ha vist d'una manera o d'una altra. Alguns queden decebutos des que arriben al paradís: "un antic indicador rovellat. Antananarivo. La tia de l'agència, és per agafar-la i... Què m'interessa a mi d'aquests barris superpoblats, d'aquesta gentada bulliciosa i miserable? Per què aquesta ciutat sòrdida, bruta, fastigosa, deteriorada després de set mesos de vaga? Es pot enumerar la misèria i tot allò que desprèn. El tràfic de drogues, el joc brut, la prostitució. A les parets, un *patchwork* ben estrany de pintades marxistes descolorides, cartells militants apagats i anuncis rutilants de productes que no hi ha manera de trobar. Trànsit sorollós, espetegadís, contaminant, de llambordes sobre les quals es projecta, molt de tant en tant, el reflex obscè d'un BMW."² I com que les desgràcies no vénen mai soles, el nostre viatger, de camí cap a Tamatave, queda ràpidament pres per la història de la França tropical: "el vell mètode Haussmann, repetit fins a la sacietat en totes les possessions franceses. Àmplies avingudes per afavorir les càrregues de cavalleria en cas d'aldarulls i les desfilades triomfals posteriors. Encara es distingeixen aquí i allà les restes d'una antiga esplendor, en la disposició d'una vella mansió amb marquesina, de pati decrepít. Igual que passa en totes les ciutats malgaixes, l'avinguda Joffre és l'espina dorsal del comerç i de la vida. Qui era aquest Joffre? Cop d'ull a la guia. Sí, no hi ha dubte, és el nostre: l'heroi de la guerra del 1914. En la seva biografia s'indica púdica-ment que va ser "destacat" a Tonkin, Sudan i Madagascar. Descobreixo, a l'atzar de les meves pas-

ses, l'altra cara de la història de França. Les columnes infernals de Voyron i de Combes, les de Lyautey, adjunt de Gallieni. Ironia de la història, que em fa desembarcar en aquesta illa gairebé cent anys després que ells, ara que els països de l'Est desmunten algunes de les meves estàtues. La fuga dels records. Del Berlín de les concentracions de joventut als exclosos esdevinguts caps de premsa, filòsofs partidaris de De Gaulle, ministres o scouts humanitaris."³ Que es banalitzin els horitzons no vol dir que no es pugui tornar a la història que es transparenta quan es poden recórrer els altres llocs. Els venedors de viatges, igual que els mitjans de comunicació, multipliquen les proeses per tal d'encoratjar-nos a posar-nos en marxa o treure'ns del sofà per pujar a un avió... En la ideologia imperant en aquest segle XXI que acaba de començar, l'arquetip del "bon vivant" no pot prescindir del viatge: s'ha de "bellugar", "ser un belluguet" no és, o ja no és, una expressió pejorativa...

La indústria del viatge ha fet seu el discurs antiturístic, clarament majoritari entre les clientele viatgeres. El descrèdit de la "cosa turística" ve de lluny. Dos exemples trets de la premsa: el primer ha sortit publicat en el *Nouvel Observateur*, es titula "Les marchands de vacances (Els venedors de vacances)" i el signa Christian Hebert. El segon va sortir

1. BUREAU, Luc. *L'Idiosphère. De Babel au village universel*. Montréal: L'Hexagone, 2001, p. 196.

2. MERCADO, P. *Itinéraire d'un fuyard*. París: Alpha blue, 1998, p. 14-15.

3. *Ibidem*, p. 24-25.



La literatura turística afavoreix l'aparició de les mitologies dels paradisos turístics, fins a crear veritables ficcions turístiques en les quals tot està previst per evadir-se de la crua realitat. Fotografia: turistes a París.

de la ploma d'Eric Pasquier a *Grands Reportages*, es titula "*Princesses d'argent (Princeses d'argent)*" i tracta de les dones Miao de la Xina. Encara que els separin trenta anys, encara que el context sigui diferent i el to hagi canviat, el contingut segueix essent gairebé el mateix: "El turista no desenvolupa sentiments. Egoista, només es preocupa per la seva seguretat, el seu benestar i la realització dels seus somnis. El turisme –ens en podem alegrar o penedir, però s'ha de reconèixer– són les vacances de la política" (*Nouvel Observateur*, 27 de juliol de 1970). "Des de fa un mes i després de 4.000 quilòmetres recorreguts pel sud i el sud-est del Ghizhu, als turons i a les muntanyes esculpides amb cultius en feixes no m'he trobat ni un sol turista. Qui es voldria endinsar en aquestes planícies, certament magnífiques pel seu esclat de colors verds, grocs i fúcsies, desolades alhora, i en aquests pobles rurals que els mapes i les carreteres han oblidat? Ningú" (*Grands Reportages*, maig de 1999). En definitiva, qui viatja bé, és a dir, lluny de les hordes, no és mai el turista! D'aquest discurs recurrent, els professionals del turisme n'han conservat els termes de "viatge" i "viatger" per enganxar-los a sobre dels, menys gloriosos, "turisme" i "turista". Però això no fa res més que desplaçar el problema sense modificar gens ni mica l'art i la manera de viatjar de la massa de turistes-viatgers... En aquest cas, els periodistes s'assemblen a alguns grans viatgers –que també són grans reporters– que, com diu el cantant

francès de rock Bashung, "provoquen maldecaps amb les seves narracions captivadores".

La simple ullada als fullets turístics i als catàlegs d'agències de viatges, amb imatges enlluernadores plenes de promeses seductores, ja ens transporta al cor mateix d'un viatge a un món imaginari. Allò que hom somia dona seguretat i no pas maldecaps, fa donar més importància a la mort que a la vida, a l'objecte que al subjecte, al passat que al present, a la prehistòria que a la història, al que és irreal que al real, etc. No és tan sols una qüestió de facilitat, sinó més aviat d'una *necessitat vital d'imaginar un altre món* que, contràriament al nostre, seria idíl·lic. Igualment, en aquesta literatura turística del "prêt-à-partir", no hi ha cap il·lustració d'una fàbrica o d'una manifestació, cap imatge de barris de barraques o el retrat de tal dictador o tal altre... Tot està previst per evadir-se de la influència d'allò que és real. La ficció supera la realitat, embellint-la i transformant-la. Només a la tornada, quan es tanca el catàleg o es fa el balanç del periple, la realitat més crua ens torna a agredir... fins al proper viatge!

La mitologia del paradís s'evoca una i una altra vegada, amb formes diverses, els dos extrems de les quals són la publicitat turística i la literatura de viatges. Encara que les dues somiïn amb paradisos i facin al·lusió a altres terres, tota semblança s'acaba aquí. Com passa amb els tròpics, alguns paradisos semblen més aviat tristos. Peter M. Burns cita dues descripcions –una del viatger Vir-

giu Holidays i l'altra de l'escriptor Paul Thérroux— d'un mateix indret imaginari, la ciutat d'Apia, a les illes Samoa: el viatger la descriu com la ciutat "més bonica i més preservada de tota la Polinèsia", mentre que Thérroux només hi veu desolació, carreteres esfondrades, cases de fusta atroïnades i fins i tot habitants rudes que només citen la Bíblia per escurar millor les butxaques!⁴ La percepció dels altres espais difereix tant com el tipus de viatge que facin els uns o els altres.

Actualment se'ns venen els viatges en tots els àmbits: roba, cuina, oci, hàbitat, espiritualitat, música, lectura, etc. Els més escèptics afirmen que acabarem no tenint ganes de marxar si tot allò que hi ha fora ho tenim al nostre abast —i a l'abast del nostre portamonedes—. També en aquest cas, com per al viatge "de veritat", qui té menys recursos —comptant que pugui sobreviure al seu propi viatge— és qui menys viatjarà. Materialment si més no, atès que la societat no ens pot prohibir de somiar... De moment, encara ens venen paradisos pertot arreu, tot i que no existeixen més paradisos que els que tenim al nostre cap esbojarrat o en els nostres imaginaris sol·licitats. Mitjançant el tafaner turístic Roger Scheldrake, personatge clau de la seva novel·la *Paradise News*, David Lodge entela considerablement la imatge paradisiàca del món que se'ns voldria servir sense comptar i sota totes les costures: "El viatge de plaer és un substitut dels rituals religiosos. L'estada turística una peregrinació secular. Una acumulació de gràcia per la visita a les altes esferes de cultura. Les guies de viatge, ajudes divines... Aplicaré al turisme el mateix que Marx ha fet amb el capitalisme i Freud amb la vida de família: la desconstrucció."⁵ Això no treu la creixent comercialització dels somnis per a aquells que s'ho puguin permetre. L'anàlisi dels fulls és, en aquest punt, eloqüent i molt reveladora. El cas de la promoció turística del país Toraja, a Indonèsia, ens ha cridat l'atenció: els antics "salvatges que tallaven caps" han esdevingut amb el temps i el turisme "reis celestes".⁶ Els temes de la indústria turística freguen els dels nostres imaginaris del viatge, són recurrents i, de moment, encara no semblen gaire gastats: natura, cultura i aventura en són les paraules clau. Però les múltiples

recerques de les nostres robinsonades es fan més precises i posen de manifest una veritable nostàlgia colonial: paradisiàca, salvatge, tradicional, autèntic, sagrat. Resumint, tot allò —pensem erròniament— que s'allunya de nosaltres o que ens resulta estrany! L'evasió, el somni o l'espiritualitat van afinant les nocions primordials de descoberta i d'aventura, ara massa comunes. En el seu desig insaciable i mai satisfet de comprendre-ho tot, d'analitzar-ho tot, de racionalitzar-ho tot, de saber-ho tot, els occidentals tot sovint han "oblidat" que allò que és real no es pot copsar de cap altra manera que experimentant, lentament i modestament, els altres i d'altres indrets. Generalment, això és el contrari d'allò que ens ensenya la història. Volent comprendre-ho tot, hem conservat només el fet de prendre-ho tot...

Allò que és i no allò que sembla, per a una ètica del viatge

Les convencions del viatge encara s'allunyen una mica més d'allò que li dona el seu autèntic sentit: l'espontaneïtat, l'obertura, allò que és accidental, excepcional, la trobada, etc. Allò que és i no allò que sembla durant el viatge. En què es convertiria si pogués resumir-se en un desplaçament de persones a la fi del món que cerquen imatges preconsumides? El perill de veritat consisteix a suprimir definitivament el món real, a ocultar "en un altre lloc" (on?) les realitats socials, polítiques i econòmiques dels altres, perquè arriba l'hora de les vacances. En aquest sentit, és molt significatiu constatar que els turistes que passen una setmana o un mes a l'Índia o al Senegal, arriben tranquil·lament a *oblidar el soroll del món* que acaben de deixar i a perdre l'interès, de cop, per les con-

4. BURNS, P. M. *An Introduction to Tourism & Anthropology*. Londres: Routledge, 1999, p. 110-111.

5. LODGE, David. *Paradise News*. Londres: Penguin, 1991, p. 74-75.

6. Cf. MICHEL, Franck. *Tourisme, culture et modernité en pays Toraja, Sulawesi-Sud, Indonésie*. París: L'Harmattan, 1997, p. 33-85, i « Hello Mister ! Quand les autochtones rencontrent les touristes en Indonésie ». *Ethnologie Française*, París, Vol. XXXII, núm. 3, 2002, p. 475-487.

vulsions de l'actualitat. Fins i tot reivindiquen aquest desinterès: "Ara que sóc aquí, tant me fa què pugui passar fora d'aquí; ja pot esclatar la guerra, que ni tan sols me n'assabentaria"... És d'allò més cert que es viatja en l'espai i en el temps, però un interès per l'home dintre de la seva diversitat cultural, la seva situació política, les seves condicions econòmiques, obririen horitzons nòmades molt més propicis a l'intercanvi i a la trobada. I també a un turisme durador. Per a nosaltres, no hi ha cap mena de dubte que el *refús de la part política* a les polítiques turístiques constitueix un dels problemes crucials del futur del viatge: més ben dit, resulta un fre a qualsevol evolució constructiva que tothom en pugui aprofitar. Resulta impensable avui dia parlar de turisme durador fent abstracció de la qüestió primordial de la part política. Hem d'admetre que, tant en aquest aspecte com en d'altres, la majoria de fabricants i venedors de viatges no comparteixen la nostra opinió. D'altra banda, encara que ho fessin, això faria pinta d'estratègia comercial suplementària i mai no afavoriria accions concretes que fossin útils tant als viatgers d'aquí com als hostes d'allà. Per sort, comptem amb algunes iniciatives i empreses turístiques, tant alternatives com responsables –per a les quals l'ètica del viatge continua intacta (o quasi!) i la mirada al món tan humanista com mercantil– que intenten, dins la desprietada marea econòmica, propagar una idea del viatge diferent d'aquella que difon la indústria clàssica, que consisteix a abocar a cada racó del planeta un deversall de turistes cada vegada més important... Un viatge que no només seria un desplaçament en l'espai sinó també l'ocasió d'una trobada o d'un intercanvi.

Noves i benvingudes iniciatives transformen modestament l'univers del viatge, i el converteixen en alguna cosa més que una simple indústria. Podríem parlar d'algunes accions recents –inaugurades, en la seva majoria, el 1998 i el 1999– capaces de modificar comportaments i de canviar les mentalitats, bàsicament consumistes, de molts viatgers. "La Carta Ètica del Viatger", elaborada pel viatger Atalante i a la qual s'adhereix més tard l'editor de guies Lonely Planet, s'adreça a tots els nòmades de l'oci que es preocu-

pen per limitar l'impacte dels seus desplaçaments. Aquesta Carta eximeix de consells els nòmades curiosos del món i resumeix allò que li dona al viatge les seves credencials: respecte per les cultures, ètica de la trobada, control dels nostres comportaments, consideració pel medi ambient, protecció dels patrimonis... L'any 2001, el mateix viatger va prosseguir la seva acció i proposà que s'establís un codi deontològic a l'abast dels viatgers. També a França i el 2001, es va dur a terme una gran campanya de sensibilització a favor d'un turisme responsable, orquestrada per l'associació Agir Ici. Amb el títol "hostes vingueren que de casa ens tragueren", aquesta campanya va més lluny, atès que els seus instigadors no són operadors turístics (i, per tant, venedors), sinó militants que es preocupen de promoure un turisme alternatiu i durador de veritat. Resulta, però, difícil mesurar l'impacte d'una campanya com aquesta a França... Finalment, felicitativa d'alguns viatgers alternatius, havia d'aparèixer a finals del 2002 una carta del turisme equitatiu. El problema continua essent el mateix: què fer per imposar aquestes cartes i obligar viatgers, hotelers, etc. a usar-les, a l'època en què imperen els diners?

"Tourism for Development", una iniciativa que va sorgir d'Egipte just després de l'atemptat contra els turistes a Luxor, pretén crear una mena de distintiu social i lluitar de manera intel·ligent contra la misèria demanant als hotels que ingressin un dòlar (o menys, segons l'establiment) per turista i per nit a un fons que es destinarà als pobles més pobres per tal d'ajudar-los amb infraestructures d'aigua, electricitat, carreteres, escoles, hospitals, etc. Donant prioritat als hotels que porten el distintiu corresponent, els viatgers defensaran millor els seus interessos i els de les poblacions més vulnerables. Una altra presa de consciència es destina a protegir el patrimoni natural davant del pillatge orquestrat pertot arreu amb la complicitat d'alguns viatgers. Amb aquest objectiu, la direcció de la natura, el WWF i Traffic Europe han promogut, mitjançant la distribució de fullets, una campanya adreçada als professionals del viatge que pretén promoure "un turisme respectuós amb la natura". Moltes altres accions,

L'augment de l'anomenat turisme intel·ligent està produint el naixement d'iniciatives que propicien que el viatge turístic no resti aïllat de les realitats dels països del sud i que faciliten noves formes de fer i viure el turisme: turisme equitatiu, turisme compromès amb la sostenibilitat, etc.



tant de reflexió com de compromís, s'han desenvolupat en aquests darrers anys: caldria citar organitzacions, institucions, ONG i associacions, com ara ECPAT (End Child Prostitution and Trafficking), que lluita contra el turisme sexual i la pedofília (des d'abril de 1999, Air France difon en alguns vols un anunci documental contra el turisme sexual dels nens), l'associació Transverses, que debat sobre les relacions entre el turisme i el tercer món i lluita per difondre "la Carta del turisme durador", Groupe Développement, Tourism Concern, The Ecotourism Society, etc. També cal recordar les vies alternatives del viatge, l'objectiu de les quals és practicar un "altre turisme comercial", preocupat, això no obstant, per l'intercanvi equitatiu i les trobades sinceres entre cultures i pobles: Terra Incògnita, Croq'nature, Arvel, Cevied, Rouc-Libre, Turisme i Desenvolupament Solidaris, Djembe, La Ruta dels Sentits, etc. La llista no és exhaustiva, i millor si s'enriqueix. Hem de convenir que, si el present del turisme pertany al viatge "útil", cal intentar, tot esperant consideracions més epicúries, fer-lo més útil, de la manera més clara i eficaç possible!

Avui ja no es viatja com ahir i, mentre que algunes agències de viatges intenten explotar de manera vergonyosa l'art de viatjar d'una manera diferent, d'altres, al contrari, volen imposar un discurs que difícilment pot acceptar la indústria del viatge. Amb l'objectiu de conciliar ètica i turisme, Atalante ha llançat la seva Carta, l'emble-

ma de la qual –"no hi ha turistes dolents, sinó venedors de viatges mal informats"– és capaç de sensibilitzar l'univers del viatge en general per tal de promoure un turisme més responsable. Maurice Freund i els seus amics de la cooperativa Point-Afrique insisteixen en el seu combat a favor d'un turisme intel·ligent i alhora compromès amb els països del Sud: "Veure com lluiten les últimes famílies nòmades amb les últimes energies per quedar-se a la terra dels seus avantpassats i com ens llancen a nosaltres, els turistes, una mirada plena de preguntes i de desesperació, no pot deixar ningú indiferent. Demà, quan s'hagin quedat sols en aquest últim racó de la terra, sense cap possibilitat de veure com s'implanta allà una escola o un centre de primers auxilis, marxaran, obligats i amb amargor, a engrossir la bomba social ciutadana... Els més intrèpids triaran l'èxode cap a Europa i reforçaran l'enorme i, aviat, última xarxa d'ajuda mútua africana per sobreviure: la immigració clandestina", escriu Maurice Freund a l'editorial del catàleg Point-Afrique de 1999. Un discurs que es desmarca de l'habitual invitació al somni exòtic dels catàlegs d'agència... Malauradament, darrere dels meravellosos discursos, la realitat és tot sovint una altra... I difícil també per a Nouvelles Frontières, malgrat els esforços de Jacques Maillot per imposar "una altra filosofia del viatge", conservar quasi tres milions de clients esgrimint discursos i accions més "alternatius" que els que donen avui.

El turisme és un mercat enorme i això cal no oblidar-ho fàcilment si de veritat es vol anar a l'arrel del problema. I l'arrel de les arrels té nom: ultraliberalisme. Pel que fa al sector turístic, es presenta com si encara no pogués ser destronat, la qual cosa no vol dir que no es pugui pensar i preparar el futur!

Un llibre guia, publicat per "ajudar i informar" el viatger en l'organització del seu periple, pot fer més mal que cap altra cosa en un viatge, tant a qui viatja com a qui acull, si estan perduts. Les guies de viatge són les més fidels i les nostres primeres guies ens acompanyen des del principi i ens fan massa fàcilment dependents de les seves informacions pràctiques, dels seus restaurants i hotels bé de preu, etc. No es diu avui dia, parlant de *Le Guide du Routard* i, sobretot, de la *Lonely Planet*, que és la Bíblia del viatger? Les raons que han presidit *Le Guide du Routard* –posar punt i final a la més que coneguda fórmula heretada de *Le Guide Bleu*, és a dir, monuments, llocs d'interès, museus de visita obligada, història que s'ha de saber, cultura per veure i llegir, i ja està – i que han apuntat una forma de viatjar més propera per a les persones són les mateixes que avui la critiquen, li retreuen un to una mica xaró i conservador, del seixanta-vuit, per entendre'ns... Els revolucionaris són assenyats, els temps han canviat i han aparegut noves necessitats.

És a les *Mitologies* de Roland Barthes, uns textos que encara són de candent actualitat gairebé mig segle després d'haver-se publicat, on encara s'han de tafanejar les solucions per tal de desmitificar el viatge de ficció. L'autor subratlla que, al costat de muntanyes i de gorges, les planes i els altiplans ocupen la totalitat de l'espai; els homes no hi són, llevat que "componguin un graciós decorat novel·lesc". És clar que els homes existeixen: per comprovar-ho, només cal deixar un moment l'esquema del museu que descriu la guia i sortir per tal de trobar-los!. Per acabar, la inevitable "col·lecció de monuments". Si ens ho agafem així, *Le Guide Bleu* ens proposa un viatge més enllà de la realitat. Enfrontant-se amb els valors burgesos del viatge, bàsicament confinats en una disciplina (l'art) i en un lloc (el museu), Barthes dona més importància a la perspectiva humana que a

l'estrictament cultural i s'anticipa a la nostra època tot evocant que "els costums, en la seva forma quotidiana, són avui dia l'objecte capital del viatge, i la geografia humana, l'urbanisme, la sociologia i l'economia allò que descriu l'autèntic marc dels plantejaments actuals, fins i tot els més profans."⁸

En aquest sentit, les guies *Lonely Planet*, nascudes a Austràlia i traduïdes al francès fa ben poc, responen millor a les expectatives de Barthes –i de molts altres!– tot preconitzant, tant com ho permet una guia d'aquest tipus, un turisme responsable que tingui en compte la realitat social i política de les regions que es visiten. Per aquest motiu, els redactors de la guia dedicada a Myanmar (antiga Birmània) han donat explicacions al debat entre "anar o no anar a Myanmar": després de moltes precaucions, per evitar sotmetre's a la dictadura imperant, la guia proposa "moltes pistes perquè els propis birmanes treguin el màxim profit de les repercussions", es pot llegir en un article de Florent Latrive sobre les guies *Lonely Planet* (*Libération*, 11/8/1997). En una *Carta* que publica regularment, l'editor recorda la seva determinació de lluitar a favor d'un turisme diferent, fins i tot militant. Els temes que es tracten en aquest correu gratuït per als lectors són molt evocadors: el turisme sexual, els crims sense fronteres, l'onada, més que discutible, del turisme militar, la denúncia d'un cert tipus d'etnoturisme, torrar-se inútilment sota el sol de Cuba, etc. Aquest posicionament, per alguns molt valent si es té en compte l'imperatiu econòmic que mina la indústria del viatge, contribueix, juntament amb la quantitat d'informacions que conté la guia, a l'èxit de l'editor. Potser resulta ser un senyal precursor d'esperança el fet que, un dia, els turistes acabin per cansar-se de ser consumidors de paradisos, als quals només caldria ensenyar imatges de platges immaculades i satisfer la seva necessitat urgent d'exotisme...

I, de la mateixa manera que "*Le Guide Bleu* només contempla el paisatge sota la perspectiva d'allò que és pintoresc" (Barthes), *Le Guide du Routard* "només contempla la cultura de l'altre mirant a través de la seva pròpia cultura". Qui no ha tingut mai la impressió, fins i tot als francesos

El turisme és un gran mercat regit, fonamentalment, per la lògica del benefici econòmic que, fins ara, ha deixat de costat, en bona mesura, tota la càrrega de valors i de possibilitats de coneixement entre els pobles, que el turisme pot propiciar.



els agrada delectar-se amb aquest joc, que la "GDR" s'ho pren tot un xic a la fresca? Al cap i a la fi i a la fi de la ruta, sigui quina sigui la guia de viatges, només servirà per informar, aconsellar i preparar el lector de la manera més útil. La funció principal d'una guia segueix essent la de preparar el viatge i ser eficaç i rendible per al comprador-lector que aviat esdevindrà turista-viatger! Catherine Bertho té tota la raó quan escriu: "A les *Guides du Routard* trobem, de fet, l'eco de les recomanacions que ja feien als turistes de 1860 el Baedeker o el Murray. Com evitar els roboratoris? Com domesticar els autòctons i sobreviure a menjar estranys de veritat? Aquestes són algunes de les preguntes permanents del viatger quan encara no ha quedat atrapat a la xarxa de les prestacions comercials que es posen al seu abast." Sembla molt difícil desmarcar-se del vell model del turisme cultural.

Caldría, en definitiva, desconfiar de les guies com, d'altra banda, de tots els consells que ens donen just abans de marxar. Però no seguir-los no vol dir no escoltar-se'ls... L'única resposta fiable al maldecap de les guies –la tria, la data de publicació, el tipus de viatge, el preu, el pes durant el viatge, el temps que passarem amb el nas ficat a dins en lloc de treure'l fora, la pèrdua d'energia per comprovar-ne el contingut i, sobretot, el risc de dependència, etc.– és, senzillament, no tenir-ne! Viatjar sense "Bíblia" és una mica com tornar a aprendre a viatjar pel plaer de fer-ho, és obligar-se, o quasi, a passejar. Fer esforços i forçar-se de viure plenament l'espai-temps del viatge. De fet, és tornar a descobrir el veritable sentit del

viatge: la trobada, en un altre lloc, amb algú altre. Tampoc no cal que posem mala cara a la lectura o la consulta d'una bona guia. També representa, a la seva manera, una crida a altres espais i és un pretext per marxar. Qui de nosaltres, viatgers, no ha llegit mai una guia abans de marxar? Un consum moderat i assenyat d'aquest tipus de literatura no eximeix que ens puguem acostar tranquil·lament a les cultures i els paisatges del món, sobretot si el completem amb altres lectures més anodines, més errants o fins i tot més científiques.

L'altre esdevé, de vegades, el cap de turc involuntari d'un turisme "útil" i "rendible". Fins i tot les guies abans destinades a qui feia autostop i als turistes que fugien de la nostra modernitat s'adrecen avui al gran públic, insistint en la indispensable "utilitat" del viatge. Podem parlar de l'edició recent d'una *Guide du Routard*, dedicada íntegrament a l'acció humanitària, i una altra *Guide du Routard* sobre els extraradis, com per incitar la gent a tornar als llocs que tot sovint ella mateixa ha desertat... La bona consciència occidental necessita excuses, raons "de pes", justificacions, passaports morals, per emprendre un viatge en les condicions més sanes. Miratge o realitat,

7. Cf. GLOAGUEN, P.; TRAPIER, P. *Génération Routard*. París: J.-C. Lattès, 1994.

8. BARTHES, Roland. *Mythologies*. París: Seuil, 1957, p. 121-125.

9. BERTHO LAVENIR, Catherine. *La roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes*. París: Odile Jacob, 1999, p. 408-409.

depèn, però hi ha una diferència abismal entre sentir-se útil o ser-ho de veritat. Dins el nostre imaginari tortuós i torturat per la història, viatjar útilment seria, per a la majoria, equivalent a no viatjar estúpida. Viatjar útilment no vol dir, però, posar-se al servei dels altres. Quan ja ha passat de moda l'altruisme dels anys vuitanta, es busca viatjar útilment per a un mateix. D'un temps ençà i amb la col·laboració de l'atur a Europa, cada vegada es viatja més per trobar feina a l'estranger. Una guia del *job-trotter* afirma proposar "50.000 pistes d'estades de pràctiques i de feines als cinc continents". D'altra banda, una *Guide du voyage utile* dona un munt d'informació sobre l'aspecte humanitari, l'entorn, l'arqueologia, etc. Això queda molt lluny del viatge com a desplaçament lúdic, com a passejada sense cap finalitat. Hauríem de redescobrir, durant el viatge o no, que n'és d'útil la inutilitat...

La necessitat de viure arriscant l'aventura

En definitiva, per què es viatja? Ahir com avui, no es fa per casualitat. El viatge encara ens crida i ens convida. Sobretot si pensem que el viatge es transforma en aventura, que nodrim pensant en la conquesta d'un mateix o de l'altre. L'ascensió a l'Everest, remuntar l'Amazones o la descoberta de noves terres verges, si en queden, tot participa d'aquesta voluntat de conquerir i dominar homes i terres. La colonització dels éssers sempre ha estat posterior al descobriment dels llocs. L'aventura humana de vegades ha estat l'origen d'etnocidis planetaris i, tot i que la memòria és més aviat escassa a Occident, els fets –obstinats!– encara hi són.

Amb el Renaixement, l'aventura s'obre a nous horitzons sota el signe tràgic de la conquesta i de l'explotació i, per alguns, també de la preocupació per conèixer altres indrets on aprendre dels altres. Amb les expansions del cristianisme, de l'imperialisme i del capitalisme, l'aventura s'organitza i es descobreix a si mateixa virtuts missioneres: difondre la bona nova de l'Evangeli, el poder del diner, fer pàtria... Però de l'aventura colonial i militar a l'aventura moderna i huma-

nitària, l'aventura sempre haurà estat ambigua i sovint destructora per a una part de la humanitat, a Àsia, per exemple,¹⁰ i sobretot a Amèrica i a Àfrica, on dos crims contra la humanitat –encara avui impunes¹¹– han estat en part relacionats amb els aventurers-descobridors a la recerca de noves terres per dominar i explotar. La frontera entre la natura i l'home és molt fina i l'explotació de la primera condueix sovint a l'explotació del segon. Per sort, però, l'aventura no es redueix només a això, a aquests crims i matances que han forjat amb la sang els nous mons que s'obren als nostres ulls. De vegades és al contrari.

Individual i col·lectiva alhora, l'aventura no té ni pàtria ni llar, ni déu ni senyor. És una temptació dels altres espais i una crida de l'altre per apreciar millor el goig d'estar viu. L'aventura esbrossa els racons del planeta per trobar el sentit perdut en el nostre univers quotidià, s'aïlla de la humanitat sorollosa per trobar la música del món. És, escriu David Le Breton, "una passió de voltar".¹² Els seus desigs són plurals com ho són les seves trobades, malgrat la recerca ininterrompuda del que resulta únic, de l'accident, de l'excepció, del que és original, del risc, de la novetat i de diverses aventures dintre de la gran Aventura mateixa. L'aventura no és bona o dolenta, és, i amb això n'hi ha prou. Abans que qualsevol altra cosa, l'aventura és una successió de petits esdeveniments, de petites històries de la vida –de petites aventures– que dibuixen els grans moments de l'existència; quan s'han ajuntat, aquestes petites aventures en formen una de sola, però més gran.

En tots els temps, el viatge ha estat una invitació al descobriment "extrem", a l'aventura humana, per no dir sobrehumana. No hem d'oblidar que, tant ahir com avui, l'aventurer continua essent un model de referència per al turista, el qual, en el nostre imaginari, no se li assembla mai tot i aspirar sempre a ser com ell. Les formes d'allò que anomenem aventura és allò que realment ha canviat al llarg de les dècades: fa un segle, l'aventura es podia resumir en una escapada en bicicleta al Bois de Boulogne o en una expedició a peu entre dos pobles d'un mateix departament; actualment, té més a veure amb una volta

El viatge ha estat lligat sempre a l'aventura del descobriment de la natura i dels altres homes, per la qual cosa "l'aventurer" esdevé model de referència per al turista contemporani.

al món en globus, en veler, a peu, en bicicleta, en moto, en ala delta, en roller, etc. La gesta no té altres límits que no siguin assolir la fita. I llavors és com continuar la partida. Entre una multitud d'aventures personals transcrites en obres d'èxit, *Les routes de la foi*, relatades pel corredor Jamel Balhi,¹³ que descobreix l'espiritualitat i la història de les ciutats santes del planeta, és un himne a la tolerància religiosa i, al mateix temps, una fita esportiva original. Per no córrer inútilment... Amb *Le chant des roues*, Claude Marthales s'estima més la bicicleta que la passejada:¹⁴ set anys per recórrer el món sobre dues rodes i en tots els sentits. I també set anys de temps que han passat descobrint altres llocs i cultures, vivint els altres espais obrint els ulls amb humilitat i respecte, malgrat les proves a les quals li ha calgut sotmetre's. No és estrany que l'experiència i la intensitat d'allò que ha viscut condueixi, en aquest cas, a la trobada amb l'altre i el món.

De ser individual (per desconeguda o insòlita) al final del segle XIX, l'aventura tendeix a esdevenir col·lectiva (per mediatitzada o "explotable") al final del XX. L'aventura dels uns, però, no té res a veure amb la dels altres, fins i tot si la nostra època, condemnada a un individualisme triomfal, troba en aquestes fites personals una manera de cohesionar la comunitat al voltant de valors que són percebuts com si fossin virtuts: força, competició, esforç, orgull, honor, desafiament, solidaritat, esperit d'equip, etc.

El lector haurà reconegut aquí "virtuts" més aviat masculines, cosa que no és gens casual en una època en què la identitat del mascle es veu sensiblement desorientada. En aquest context d'aventura que se li confereix a la virilitat –recuperada?–, les dones no tenen gairebé cap altra possibilitat, si no volen ser relegades a la cuina, que seguir el camí dels homes, que pot acabar –com passa en els esports d'alt nivell– en el camí del mal... Si, tot sovint, durant el viatge, l'altre no existeix per res més que per l'elogi a si mateix, la dona, durant l'aventura, només existeix a l'ombra del seu marit! No és d'estranyar que les grans aventureres hagin marxat sense homes –pares, germans o fills– per poder gaudir de la joia de l'aventura extrema, reservada normalment a uns



quants homes temeraris: Alexandra David-Neel errant al Tibet, Isabelle Eberhardt convertida a l'Islam, Ella Maillart a la recerca d'oasis prohibits a l'Àsia central, Isabella Bird quan recorre el Far-West, Titäyna trobant els "que tallen caps" a Borneo, Maryse Choisy endinsant-se en el Mont Athos, prohibit per a les dones, etc. Obligades de vegades, per sobreviure o, simplement, per viure millor, a ficar-se en el món tancat dels homes, imitant-los o mofant-se'n, aquestes "aventureres en crinolina"¹⁵ han triat esdevenir exploradores com per fugir de la seva condició femenina en societats europees immòbils en les tradicions que dicten els pares. En aquest sentit, el testimoni d'I-

10. MICHEL, Franck. *En route pour l'Asie. Le rêve oriental chez les colonisateurs, les aventuriers et les touristes occidentaux*. Estrasburg: Ed. Histoire & Anthropologie, 1995, p. 23-69.

11. La matança dels indis a totes dues Amèriques i l'esclavitud, que va causar la deportació de milions d'africans amb el consegüent desmembrament del continent negre.

12. Subtítol de la revista *Autrement* dedicada a «L'aventure», dirigida per David Le Breton, 1996, p. 24.

13. Cf. BALHI, Jamel. *Les Routes de la foi*. París: Le Cherche Midi, 1999.

14. Cf. MARTHALER, Claude. *Le Chant des roues*. Ginebra: Olizane, 2002.

15. Cf. MOUCHARD, C. *Aventurières en crinoline*. París: Seuil, 1987.

da Pfeiffer (*Ma tête à couper. Une puritaine chez les cannibales*) resulta patètic: amb 45 anys, aquesta austríaca, frustrada per una vida monòtona, recorrerà el món ininterrompudament de 1842 a 1858. Tot i denunciar enèrgicament els estralls de l'home blanc als tròpics, es queixa de vegades de les condicions o de les poblacions que troba. Tot i criticar els bons drets del mascle, resulta curiós veure com l'imita... Malparla del seu "servidor" malai que no l'obeeix i que "en lloc de servir-me, es feia servir". Explica després: "en aquest viatge, he anat de victòria en victòria. Sola, gairebé sense saber cap paraula de la llengua dayaca, vaig aconseguir pertot arreu que es respectés la meua voluntat."¹⁶ Un discurs ben masculí per a una conquesta ben femenina, però la paradoxa fa pensar molt, de tant com la dona es fa home! Al final, quan Pierre Mac Orlan¹⁷ posa en relleu que la dona en realitat no tenia lloc en l'univers atzarrós, potser no s'equivocava del tot...

L'aventura precedeix el viatge, en el sentit que el viatge no és sinó una possibilitat d'aventura i no la seva finalitat. Tota aventura és una forma de viatge, però tot viatge no és, ni molt menys, una aventura. I, a més a més, l'aventura ens resulta encara més propera que no el viatge. En transformar-se en una indústria, el turisme també ha esdevingut la casa de tots. Hi trobem de tot per tal de satisfer tots els gustos dels nòmades i tots els colors dels altres indrets. És també el principi d'una llarga rivalitat –que actualment encara perdura– entre, d'una banda, el turista i, d'altra banda, el viatger, tot i que, segons la nostra opinió, aquesta distinció es deu més aviat a una postura comercial que a una realitat observable. Tot sembla distanciar-los en el discurs i acostar-los al terreny de les vacances. Sense que això no modifiqui gens ni mica la tan ferma certesa que el viatger no és el turista, seria més aviat el seu contrari. L'aventurer modern ha nascut seguint les petjades dels viatgers que de seguida han estat atrapats pels turistes. Viatgers que, "per escapar-se dels turistes, s'endinsen més a la selva, als deserts i arxipèlags, del Tibet al Iemen, passant per les illes Marqueses. La cursa-persecució desenfrenada del viatger apassionat per la soledat, trobat massa aviat per la massa turística, pren en els

anys setanta una dimensió planetària. Allà on el primer posa els peus, el segon hi apareix de seguida. Les Balears han estat així envaïdes; les illes gregues, que els escriptors anglesos tant s'estimaven, submergides; les costes de Tunísia, refugi dels pintors els anys trenta, enrivetades de clubs de vacances; els grans parcs africans, masegats; Bali, banalitzat... Una indústria paradoxal neix aleshores: organitzar viatges en massa lluny de les masses."¹⁸ Aquesta és avui la indústria de l'aventura.

I l'aventura encara continua obstinadament fent somiar, té el vent de cara atès que les seves motivacions es desmarquen d'aquelles que esperen els adeptes del Club Med, de Fram o de Kuoni. Però ningú o gairebé ningú no es deixa enganyar. En principi, l'aventura no necessita que li triïn terres, "Terres d'aventura" –l'aventura no està confinada en llocs determinats, el seu "esperit" es troba o no es troba en cadascun de nosaltres–, sinó més aviat necessita més llibertat de desplaçament i llibertat de fer allò que vulguem, segons l'humor vagabund d'un recorregut que mai no haurà estat traçat per endavant. L'aventura organitzada d'avui pertany a la mateixa família que el turisme per als nostres avantpassats. L'època ha canviat molt més que no pas la indústria tot i que hi ha algunes excepcions. El 1979 Pascal Bruckner i Alain Finkielkraut profetitzaven: "allunyant-nos de l'itinerari insípid que segueix tothom, l'enriquim senzillament amb una alternativa pintoresca per a excursionistes agorats o solitaris. Sortir del circuit, vol dir, inexorablement, fer-lo més gran. Mal que li pesi, el viatger, de fet, fa com una prospecció per a la indústria turística. És el pioner benèvol que prepara el camí per a expedicions més massives: l'aventura solitària d'avui esdevindrà l'aventura majoritària de demà".¹⁹

Una aventura massa organitzada, massa preparada, massa finançada, massa meditada, només conserva d'aventura el nom. Amb tot, la busquem molt més que no l'experimentem o simplement la vivim. A *Le détour*, Georges Balandier recalca amb interès que l'home de la modernitat vol conèixer el món i per això es mostra preparat per allunyar-se de la realitat quotidiana i adaptar-

La indústria turística ha reconduït l'afany aventurer que es vol assolir amb el viatge cap a noves formes com són els clubs de turisme repartits arreu del món.

Fotografia: urbanització a les illes Canàries.



se a temps i espais diferents: "El comerç del canvi d'aires, explotant una demanda cada cop més nombrosa, li ven viatges que el proveeixen d'imatges estrangeres i estades que li permeten viure, en una mena de parèntesi i en un món mimètic, com viu la gent molt allunyada del seu univers ordinari."²⁰ L'aventurer mitjà es diferencia del nou aventurer pel fet que el primer viu a l'ombra del segon. Els mitjans de comunicació tracten els neoaventurers com si fossin els nous cavallers de l'edat mitjana: *visitants* especialitzats i que han fet un jurament, però prefereixen la competició a l'humor i la cursa d'obstacles a la gandula. El que és més colpidor, tot i que el viatger continua essent la figura mítica del nomadisme, és la transposició del clàssic antagonisme turista-viatger en l'univers de l'aventura. El neoaventurer seria el "bo" i l'aventurer corrent –aquell que els mitjans de comunicació mai no convidarien al seu plató o a les seves redaccions– el "dolent". Mai els viatgers i els aventurers no havien estat tan catalogats, etiquetats, classificats. L'espectre dels privilegis aristocràtics que abans s'oferien als viatgers empaïta les nostres consciències i la nostra voluntat de distingir-nos els uns dels altres. El turisme d'aventura és, primer de tot, un turisme de distinció. Un turisme que pretén i afirma allunyar-se del turisme clàssic però que, en els fets, ho aconsegueix ben poc.

Mirem la manera segons la qual, en l'imaginari occidental, el maniqueisme tracta la visió de

l'aventurer a partir de la del viatger. Dos "a priori" s'oposen: 1) *a priori positiu*: "nou" aventurer = viatger = nomadisme extrem = original = autenticitat = elitista = preserva l'entorn = bat rècords; 2) *a priori negatiu*: aventurer "mitjà" = turista = nomadisme d'oci = còpia = folklore = popular = degrada l'entorn = intenta rècords.

Partint d'aquest punt de vista, maniqueu si més no, hi hauria, doncs, un aventurer bo i un altre de menys bo, a imatge d'allò que es diu al voltant del viatger i del turista. Però, malgrat les referències interessants per al viatger profà, la realitat resulta més complexa, i no ens sembla fàcil assimilar l'aventura a una categoria o altra. Una de les virtuts de l'aventura és la seva intimitat amb ella mateixa, la seva definició imprecisa i del tot personal, el seu caràcter impalpable que li confereix tota la seva riquesa i el seu misteri. L'aventura rau justament en el seu costat imprevisit i de risc, que li dona aquest seu estatus tan particular. L'aventura tranquil·la s'acosta al circuit

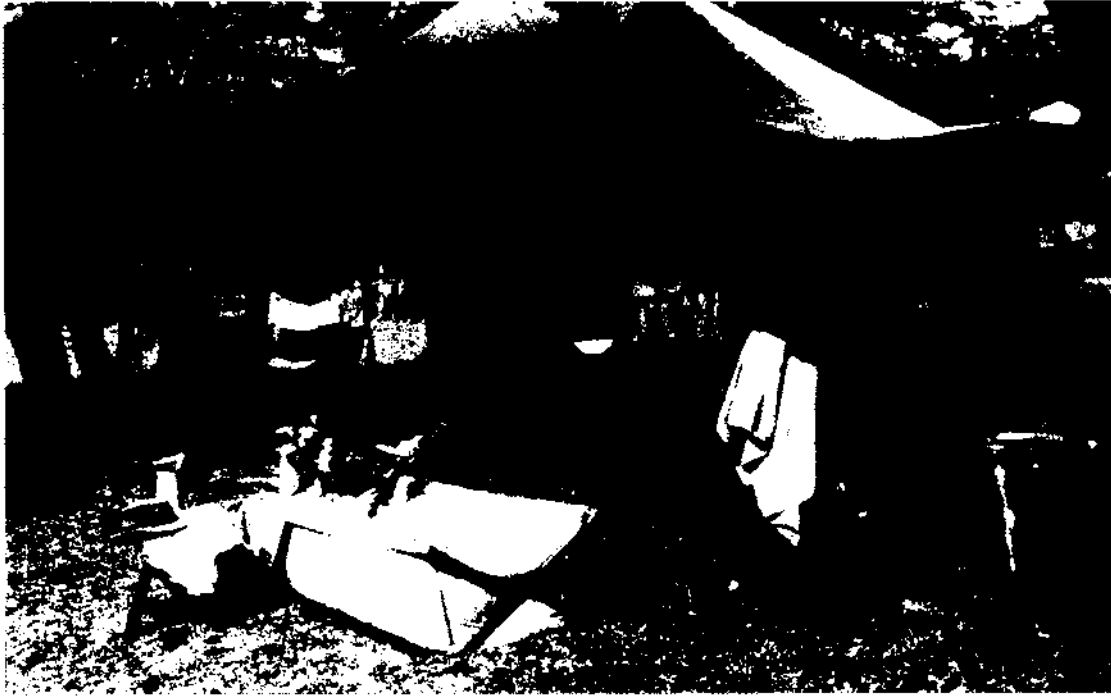
16. PFEIFFER, Ida. *Ma tête à couper. Une puritaine chez les cannibales*. París: Phébus, 1993, p. 76 i 104.

17. Cf. MAC ORLAN, Pierre. *Petit manuel du parfait aventurier*. París: Gallimard, 1951.

18. BERTHO LAVENIR, Catherine. *La roue et le stylo*, op. cit., p. 403.

19. BRUCKNER, Pascal; FINKIELKRAUT, Alain. *Au coin de la rue l'aventure*. París: Seuil, 1979, p. 49.

20. BALANDIER, Georges *Le détour*. París: Fayard, 1985, p. 230.



Les empreses turístiques, tot aprofitant el desig d'aventura de l'ésser humà, han dimensionat aquest fenomen, i han creat espais, recorreguts... perfectament estables i organitzats. Fotografia: bany en una àrea de descans a Sud-àfrica.

clàssic amb menys confort i més activitat. L'aventurer modern que viatgi amb *Le Guide de l'aventure* – “Tot per marxar a qualsevol racó del món” – no tindrà gaires oportunitats de deixar-se anar, de transformar-se en badoc curiós, d'aventurar-se més enllà dels límits que ell mateix ha establert per a la seva aventura. Però a cada aventurer li correspon la seva pròpia ventura, ningú no en té el monopoli, ni tan sols aquells que –dels productors televisius als fabricants de viatges, i també dels etnòlegs als escriptors-viatgers– fan negoci d'aquest sector amb el pretext del professionalisme.

El calfred del “Grand Dehors” (Michel Le Bris) i l'atractiu de “L'Esprit nomade” (Kenneth White) habiten en el nostre fur intern i la indústria del viatge, sense ànima ni escrúpols, intenta explotar el filó dels nostres impulsos aventurers. A Leh, punt de trobada dels *trekkers* que esperen l'ascensió física i l'elevació espiritual, Jacques Meunier constata que l'aventura es pot veure pertot arreu al carrer: “tot això fa somiar. Estem disposats a fregar l'infart per tal de seure al voltant d'una estufa de ferro colat, amb les cames creuades i les mans agafant un bol que conté una sopa el nom de la qual no es pot ni transcriure, però la principal qualitat de la qual –a més del somriure de l'hostessa– serà l'aroma d'autenticitat.”²¹

El fantasma de la primícia i de l'exclusivitat es troba omnipresent en tots els viatgers-descobri-

dors. El viatger vol ser el primer a trepitjar unes terres i l'únic del món que hi vagi. Un dilema d'allò més cru per als venedors de viatges i per als aprenents d'explorador quan no es pot obtenir aquest resultat! Ser el primer –allò que Jean-Didier Urbain anomena amb encert “la síndrome d'Armstrong”, en honor del primer “viatger” i “passejant” de la Lluna– i ser l'únic ens fa pensar en l'herència aristocràtica del “Grand Tour” que ens van deixar els nostres avantpassats. Són privilegis. Quin viatger no voldria gaudir d'aquests dos privilegis? Però allò que està bé escasseja i, si és escàs, resultar car. I això continua essent actualment vàlid per al viatge, fins i tot quan l'escassetat buscada resulta rara. L'aventurer ja no és res si sense la presència del turista, que tracta com si fos un vulgar imitador: “no hi ha cap aventurer possible sense que hi hagi un imbècil feliç amb bermudes de flors: transgredint la norma, li faig la cort; proferint injúries del turista brètol, el prenc com a punt de referència per homologar les meves expedicions i traduir-les en records. Si desapareix aquell que fa vacances en massa, l'explorador, vidu del seu valedor, perdrà tota la seva raó de viure. (...) Per què confondre encara autenticitat i intensitat? Ser aventurer no vol dir ser pioner. (...) Sempre som els segons seguint les petjades d'algú altre.”²²

Recordem que una aventura sobreorganitzada, sobrepensada i sobremediatitzada no és una aventura; de fet, aquest binomi “aventura + or-

ganitzada" frega la manca de sentit. Però, seria possible, actualment, intentar "l'aventura" de manera desorganitzada? No en tenim la certesa. El desorganitzat es refugia en la clandestinitat, i l'aventura del viatge es barreja en aquest cas, per exemple, amb l'aventura de l'amor. La primera exigeix ser garantit, la segona, ser satisfet i, al final, tornem a la mateixa constatació: tant en viatges com en amors, la llibertat és allò que més hi surt perdent. I la *presa de risc total*, en aquest cas, queda reservada a una petita minoria de la població –més o menys conscientment arriscada o suïcida– fascinada pel salt en el buit. Però sense cap elàstic. Així l'aventura queda lligada amb la mort: "una aventura, sigui quina sigui, fins i tot si és una coseta per riure, no és del tot una aventura si no conté una dosi de possible mort, dosi tot sovint infinitesimal, dosi homeopàtica, si es vol, i, generalment, imperceptible. Tot i ser així, aquesta petita i de vegades remota possibilitat és el que li dóna la gràcia, a l'aventura, i la fa aventurada."²³

Per acabar, aturem-nos una mica en un text premonitori, inquietant i lúcid alhora, publicat el 1959 i que parla de què seran les vacances i els viatges l'any 2000! Aquest número de *Science et Vie* projecta així els desigs dels occidentals al final dels anys cinquanta. De la ficció a la realitat només hi ha un pas: "com tots els seus contemporanis, els Lachaume viatgen molt; per voltar per Europa, per anar a passar les vacances a Yalta (ciutat de moda) o a Venècia, en tenen prou amb el seu helicòpter (...) Gran luxe turístic: els 'safaris' organitzats a l'Àfrica, a Amèrica del Sud i en alguns boscos d'Europa. La caça es practica amb fusells de bales amb anestèsia, així el plaer que proporciona és pur. Prou de carnatges inútils: l'animal 'ressuscita' una hora més tard...". Anticipacions molt aconseguides malgrat la sobrevaloració de la idea d'humanitat... I, a més a més, els viatges "planetaris": "el jove Luc somia amb anar de vacances a la Lluna. (...) Vol deixar la Terra. 'Els altres, que els bombin', diu de vegades amb menyspreu. Perquè el jovent de l'any 2000 se-gueix sense aportar grans consols als seus pares: l'aspiració a la tecnocràcia consisteix en el desig de dominar els altres mitjançant la ciència i

pertànyer a una classe que ja és un fet, la dels tècnics, personatges privilegiats, més aviat arrogants". I el senyor i la senyora Lachaume es diuen: "potser el destí de la humanitat és abandonar la Terra, qui sap si el segle XXI serà el segle de les colonitzacions interplanetàries... I en Luc té raó, llavors!"²⁴ Tenint una mica de paciència a la Terra abans d'anar a assolir la Lluna cadascú quan li toqui, recordarem que el juliol de 2002 el govern i els "cosmonautes" russos buscaven possibles turistes milionaris atrets per l'espai i l'aventura lunar. I tot per raons molt terrenals: inflar les caixes de l'Estat rus i, accessòriament, els crèdits d'una recerca que perilla al país de l'exfutur radiant... En definitiva, els diners no només són el motor de la guerra, sinó també del viatge i del turisme de masses, com ho és dels milionaris que vagaregen per l'espai o les platges... Si suprimim el poder del diner, tornarem a trobar "l'autèntic" sentit del viatge, entre passeig, trobada i intercanvi? Ja veurem...

21. MEUNIER, Jacques. *On dirait des îles*. París: Flammarion, 1999, p. 132.

22. BRUCKNER, Pascal; FINKIELKRAUT, Alain. *Au coin de la rue l'aventure*, op. cit., p. 39 i 70.

23. JANKÉLÉVITCH, V. *L'aventure, l'ennui, le sérieux*. París: Montaigne, 1963, p. 18.

24. QUERMONT, Paul-Jacques « La vie en l'an 2000 ». *Science et Vie*. [París] (maig 1959), núm. 500, p. 46-47.