

## De la mercantilització turística i del col·laboracionisme que li cal

Marc Morell

El 1988 el director de cinema i fotografia australià Dennis O'Rourke donà a conèixer *Cannibal Tours*, un documental amb bones dosis de ficció que havia filmat onze anys abans, al 1977, al llarg de les ribes del sud del riu Sepik a Papua Nova Guinea. El film tracta del viatge fluvial que realitza un grup relativament reduït de turistes benestants d'origen europeu i nord-americà i de com aquests es relacionen amb els habitants papus locals de l'ètnia iatmul que es van trobant pels poblats visitats. Sense entrar en afirmacions polítiques explícites, bona part del documental està dedicat a mostrar el passat idealitzadament bàrbar dels iatmul, pe. les seves extingides pràctiques caníbals.

Però sobretot, O'Rourke ens transmet l'ansió consum visual que els turistes en fan dels papus. A més, atesa la falta de costum en aquests poblats, s'hi mostra la seva suposada poca traça en l'art del regateig a l'hora de permetre que els turistes fotografiïn els seus cossos, tant n'és si d'adults o d'infants. L'autenticitat que puguin tenir aquests cossos es fon així com se'ls hi posà preu. També es paguen danses improvisades i s'adquireixen records artesans com ara puguin ser talles de fusta, màscares, senalles i bosses fetes de fibres trencades i objectes varis d'ús quotidià i religiós. Els pagaments no es fan necessàriament en moneda i sovint hi trobem intercanvis a base de cigarretes, globus i perfums barats.

Tot plegat, la deshumanització amb la que els turistes inconscientment sotmeten als iatmul en la seva exotització i la mercantilització dels seus estils de vida, per ben banals que puguin ser, deshumanitza de retruc als mateixos turistes que semblen estar motivats únicament per la comercialització irracional d'aquells que veuen com a diferents i que, de fet, no són més que gent pràctica, raonable i, en suma, tant o més moderna que ells però que parteixen, això sí, d'una posició de poder desigual. Amb l'escena final arriba l'apoteosi del documental tot mostrant l'embarcació dels turistes sumida en una festa on tots llueixen les peces mal comprades als iatmul mentre ballen els seus cossos blancs, ara pintats, tropicalitzats i tribalitzats al so d'una peça de Mozart. L'espectador, estupefacte, ja fa temps se n'ha entemut de qui són els antropòfags de bon de veres.

Vint-i-sis anys després de la filmació, al 2003, i gairebé als antípodes del riu Sepik, en ple desplegament de la primera ecotaxa, l'Institut Balear del Turisme (IBATUR) endegà una campanya promocional a base de cartells ubicats al carrer i dirigida a la població de les Illes sota el lema: «El turista un amic. Fes que torni». En aquests cartells hi apareixen tres personatges al voltant d'una taula ubicada a una porxada. Per una banda hi ha un home mudat (interpretat com és el turista) que s'està dret mans a la taula i que sense voler ha mullat la punta de la seva corbata en una tassa de cafè. Els altres dos semblen ser els amfitrions: una parella hetero i autòctona. Ell, en texans i també dret, mira somrient a la càmera mentre que amb un posat mig socarro mig servicial pesca la corbata del seu convidat. Ella, asseguda i vestida de vermell, fa signes d'estar exageradament consternada.

A diferència del *Cannibal Tours* d'O'Rourke, on se'ns mostra com els iatmul entren dins l'economia monetitzada a cop de tants dòlars per clic fotogràfic, la imatge de l'IBATUR es troba absent de màcula de no ser per la corbata mullada de cafè. El missatge és clar. Fent honor a una economia participativa, se'ns anima a acollir afectuosament als turistes que s'estan amb nosaltres alhora que a participar activament en la construcció d'una fidelitat turística que hom pensa fonamental per a la sostenibilitat econòmica del sector i, atesa la seva importància en l'economia política illenca, per al conjunt de la societat balear i pitiüsa.

Però aital imatge de bonhomia envers el turista no és quelcom adàmic dels nostres temps. Els habitants de les Illes tenim una important tradició basada en omplir d'atencions als nostres visitants.

Llegiu sinó la descripció que l'Arxiduc Lluís Salvador d'Àustria, un viatger aristòcrata centreeuropeu escrigué al seu *Die Balearen* a mitjans del segle dinou:

«Tot foraster, encara que sigui un perfecte desconegut, representa per [els mallorquins] un convidat ben rebut al que no es cansaran de complimentar amb atencions. Així, fan l'indicible per afalagar-lo, i es diria que és una qüestió d'honor obsequiar-li i mostrar-li les bel·leses de la illa o de la ciutat de residència».

L'Arxiduc no entra en el perquè d'aquesta actitud, ho deixa com si es tractàs d'una qüestió natural dels illencs, gairebé identitària. Hom podria pensar que per ventura ens trobem davant d'una col·laboració, és a dir, d'una mena de reciprocitat equitativa en la que tothom en surt guanyant, si fa no fa, el mateix. Tot i que incipient, la col·laboració no ve necessàriament mediada sota la nuesa de l'intercanvi econòmic, s'hi pot donar sota formes del que coneixem com a capital social. De fet, a diferència del que succeeix amb els iatmul, aquestes atencions defugen qualsevol relat dinerari. Tant els illencs del tant nostrat Arxiduc com la parella amfitriona de la campanya d'IBATUR donen fe de com d'important és no esmentar els ingressos que genera el turisme (digueu-li viatge si us agrada més).

Tanmateix, és l'horitzó del rèdit econòmic el que fa que uns i altres col·laborin amb actitud servil fins a l'extrem de fer de «cicerons» mostrant els tresors més ben estotjats. Actituds complaents a banda, el fet de plantejar el mercat en uns termes tan equitatius que ja no sembli un mercat encobreix la geografia de poder que el travessa i privilegia la història que aferma certes jerarquies. Darrera de l'afable companyor de la parella que es preocupa per la nímia dissort del visitant i dels nadius que complagudament desvetllen els secrets de l'illa, s'hi amaga tota la complexa crematística que és decididament intrínseca a la nostra economia turística. D'altres casos, però, no prenen tanta cura en amagar-ho. Fixem-nos sinó amb el següent esquetx que present a mode de conclusió d'aquesta reflexió.

En els darrers temps, l'economia col·laborativa que anima la Unió Europea ha arribat a l'àmbit de l'allotjament turístic de la mà del capitalisme de plataforma que abanderan certes empreses a hores d'ara ben conegudes. Seguint les tendències ja desenvolupades arreu del món, en el 2017 el Govern obre la veda per a que a les nostres ciutats i pobles els habitatges residencials puguin ser comercialitzats turísticament. Des de diferents sectors interessats es parla de democratitzar els beneficis que provenen de l'oferta d'allotjaments turístics –un dels principals mitjans de producció del sector, d'ajudar amb uns ingressos extres a una població que encara està patint els efectes de la crisi, etc., etc., etc.

Ara bé, de tenir èxit, aquesta iniciativa ens abocarà a l'encariment del parc d'habitatges residencials –que per força també es reduirà, a una invisibilització de la precarietat laboral del seu servei domèstic i, entre d'altres qüestions, a una bretxa social a la mateixa classe obrera, una bretxa entre una enfortida petita classe rendista i una creixent classe llogatera caracteritzada per formes d'ocupació residencial altament flexibilitzades que s'afegeiran a les seves actuals condicions de vida. La comercialització turística d'habitatges és, doncs, una qüestió de classe que s'hi afegeix a les experiències acumulades de la nostra societat urbana tot exacerbant l'extracció capitalista del treball.

Per si no fos poc, aquesta comercialització dependrà cada cop més d'àmbits de decisió individuals. Aquí, com amb els papus de *Cannibal Tours*, la relació econòmica no s'amaga però encara hi trobam continuïtats amb les representacions nadiues d'IBATUR i de l'Arxiduc; com ara el fet que la fidelitat turística és un afer intern abans que no pas extern. I és que la comercialització turística dels habitatges necessita de la participació activa dels petits propietaris rendistes fins a l'extrem de fer de

la seva col·laboració un col·laboracionisme incondicional. Ja els hi hem donat els paisatges i les cases, ara només és qüestió de temps per a que ens fotografiïn els cossos i, qui sap?, que se'ls mengin.