

# ORGANIZACION DE VIAJES POR ENTIDADES PRIVADAS

Por

Prof. Javier Martínez de Velasco

Una experiencia de más de quince años al frente de una oficina de viajes dependiente del Instituto de Cultura Hispánica, de Madrid, y la permanente amabilidad con que me honra el Instituto de Estudios Turísticos del Ministerio de Información y Turismo Español, son los dos únicos títulos que justifican mi presencia en esta tribuna de auténtica y hermosa hermandad.

Nuestra presencia ahora y la continuidad lograda por estos cursos Luso-Españoles de Turismo, son una prueba rotunda de la ejemplar hermandad de nuestros pueblos, "condenados" en el más cordial sentido de la palabra, a vivir en una sola península.

Que en un terreno de actualidad e interés tan palpitante como el turismo, donde se juegan bazas económicas y políticas de alto valor, donde la competencia es tan dura que ha causado tantas campañas de competencia desleal, de falsa información y tendenciosas noticias, Portugal y España, hayan abierto un diálogo sin trampas, beneficioso para las dos patrias, limpio y prolongado, es un conjunto para el mundo entero de lo que puede hacerse en buena vecindad o mejor dicho, cuando se interpreta fielmente y con la cara en alto el sentido de la buena vecindad.

Como español, amigo de Portugal y también, como español, egoísta en mi patria, sólo puedo aplaudir esta política conjunta y dentro de mis posibilidades, apoyarla de todo corazón. Quede aquí pronunciada esta promesa y este compromiso. El Instituto de Cultura Hispánica (que por algo no es simplemente de Cultura Española) ,en general, y mi departamento de viajes, muy en particular, estará siempre abierto a toda sugerencia, solicitud o colaboración que pueda llegarnos de este Portugal fraterno.

¿Y qué cosa es el Instituto de Cultura Hispánica? Una institución cultural, evidentemente, pues su nombre así lo indica, al servicio de

la cultura que brotó de esta península compartida y que se desparramó por las tierras, también compartidas, del Continente Americano.

En Europa, es un hecho ejemplar, que se comprueba en todas las reuniones internacionales, la cooperación y la equivalencia, en los medios y los fines, de Portugal y España, pero quizá es aún más confortador comprobar igualmente, que los países que fueron hijos de Portugal y España un día, así lo entiendan y lo practiquen.

Llámesese Hispano-América, Latino-América o Ibero-América, el indiscutido hecho en que todos los países del Continente son un bloque. Brasil y todos sus vecinos viven, cada día más apretadamente su unidad de destino, la "unidad destino en lo universal", que dijo nuestro joven político José Antonio.

No es, pues, ninguna casualidad que precisamente en Brasil hayan florecido con muy importante colaboración del propio Estado o de sus universidades, los Institutos de Cultura Hispánica, de Río de Janeiro, de Bahía, de Río Grande do Sul de São Paulo, de Brasília, de Minas Gerais, etc.

Y al servicio de este ideal y de las personas que los sustentan, a uno y otro lado del Atlántico, está el Departamento de Viajes Culturales, del que vamos a hablar como un ejemplo específico de lo que puede y de lo que deben hacer las entidades privadas de turismo.

Cuando se mira hacia atrás, desde la altura de este año de 1973, y se comprueba la enorme diversidad y riqueza alcanzada por esta actividad humana que llamamos turismo, se comprenden las infinitas ramificaciones, necesarias especializaciones, que han ido surgiendo. Y entre ellas, la necesidad de estas entidades privadas de turismo que si entienden su misión con claridad mental y buena fe, tienen perfectamente justificada su existencia.

Veamos un poco a la ligera, a vuelo de pájaro, cómo, después de nacer este fenómeno del turismo, de agotar su infancia y vencer su adolescencia, llega a la madurez actual y de este examen nos saltará a las manos, como una necesidad y una evidencia la aparición de las entidades privadas de turismo, que vienen a completar el panorama, a cubrir un vacío que no pueden rellenar ni las agencias de viajes, ni las de relaciones públicas, a pesar de su indiscutible eficacia.

Sin remontarnos a tiempos anteriores (pues siempre hubo personas viajeras que, navegando, a caballo o a pie, cambiaban de pueblo

y de paisaje) el origen de lo que hoy nos atrae y preocupa, como fenómeno social, el turismo, está en grado embrionario, en los arcaicos peregrinos que con una pobreza total de medios, impulsados por su fe, atravesaban fronteras para postrarse finalmente ante la imagen que había de conmoverles. Santiago de Compostela, esa villa mágica, casi frontera de Portugal, puede ser un ejemplo válido de esa fuerza de imantación que arrancaba de sus hogares a miles de peregrinos de toda Europa, sin otro fin que el de poder arrodillarse algún día, después de mil calamidades y fatigas, ante la tumba del Apóstol.

Era este un turismo embrionario, como decíamos, que únicamente tendría de paralelo con el turismo actual el renombre y atracción de un lugar o monumento y la necesidad de adaptarse a nuevas formas de vida, nuevas costumbres, nuevas comidas, etc.

Ya en el pasado siglo puede fijarse la adolescencia del fenómeno que perseguimos. Cuando de todos los rincones de Europa surgen personajes mitad intelectuales y mitad aventureros. Mitad hombres de letras y mitad hombres de acción.

Para estos personajes el resorte que les impulsa no es ya la fe religiosa, sino el simple afán de aventura, el deseo de conocer otros pueblos y otras formas de vida, para transcribirlo después a sus famosos "libros de viajes", que por su profusión llegan a constituir un nuevo género literario.

Tienen en común con los peregrinos medievales, la soledad y todo lo que la soledad implica, o sea: la necesidad de improvisar soluciones, el resolver sobre la marcha la alimentación y el reposo de cada día. Y a falta de fe, de una mística ansiedad que suaviza todo sacrificio; estos viajeros intelectuales, con su cuaderno de notas y de apuntes bajo el brazo, persiguen la sorpresa por sí misma y aceptan todas las incomodidades y hasta peligrosos por la seducción que en ellos produce el cambiante paisaje de las tierras y de los hombres. Y llegamos a la madurez actual. Al turismo como fenómeno social o fenómeno de masas. Lo que tímidamente se produce ya al comienzo de este siglo, pero va a eclosionar de forma aparatosa y profunda a partir de la última guerra mundial.

Porque las guerras, entre horrores y desastres, tienen un solo efecto positivo, y es el de producir una aceleración en las ciencias y dominios del hombre. La sociología no es indiferente a este

impulso, y a partir del último armisticio mundial, va a producirse la auténtica "rebelión de masas", título, como ustedes saben, de un magistral libro de Ortega y Gasset, que ya anuncia lo que esto va a significar: "Entramos en una época en la que el hombre, cualquier hombre, todos los hombres, quieren y exigen su porción. Su porción de bienestar, de ocio, de felicidad... se acabaron los siglos en los que grandes parcelas de esa humanidad vivían como resignadas, careciendo de casi todo, pero íntimamente confortadas con la esperanza de una vida eterna de compensación y revancha. Cada vez más el hombre moderno, perdido el respeto a las fronteras del lujo y el bienestar reclama y exige su ración. Quiere disfrutar de todo, aquí y ahora..."

Y ello es posible gracias a las numerosas y magníficas organizaciones de viajes, que estudian itinerarios de máxima sugestión, aquilatan precios, brindan fórmulas crediticias de pago... Cualquiera puede hoy atravesar océanos y cruzar países, sin tener que poner a prueba su capacidad de improvisación, ni su coraje frente a los caminos solitarios.

Se acabó, pues, la imagen anárquica y heroica del viajero individual, para nacer un turismo masivo y de calculadas soluciones... hasta el adjetivo sufre una variación histórica y total: el viajero se llamará ahora turista.

Podríamos señalar los síntomas de la madurez anunciada. De un tranco pasamos de la anarquía a lo socializado, de lo improvisado a la planificación, del lujo a la necesidad... porque ya no será el viajar privilegio de ociosos y millonarios, pues para ello, en gran parte, han sido creadas las vacaciones pagadas, las jubilaciones, etcétera. Y en todas partes se ha comprendido que el turismo se convertía en una de las más eficaces palancas en la política de todo Estado moderno.

Empresas públicas y privadas pugnan por canalizar esta marea ascendente de las multitudes que viajan. Grandes recursos públicos y privados rivalizan en campañas publicitarias de inmensas cifras. Inmerso ya el turismo en el mundo de los negocios, habrá de crear y mantener en las masas millonarias de hombres el apetito de viajar, la nueva necesidad.

Y llegamos al punto de la especialización y las ramificaciones. Es cierto que los pilares primarios del turismo, sus vigas maestras y ori-

ginales fueron el alojamiento y los medios de transporte. Puesto que el turismo en su fórmula más escueta es "trasladarse a otro sitio", lo primero que habrá de disponerse es la forma de trasladarse y el nuevo sitio o el otro sitio. Pero la mente sofisticada del hombre exige siempre más y no podía el turismo quedarse estancado en este planteamiento primario.

Sólo podemos citar aquí (pues su examen no nos corresponde y nos llevaría muchas horas) una serie de nuevas facetas de un turismo ya especializado, multiplicado en un haz de ramas específicas: los campings, por ejemplo, como variante del tipo de alojamiento condicional; las ciudades residenciales, ya sean de universitarios o de obreros, o de jubilados, intercambios de familia a familia, etc., nuevas parcelas que ensanchan el campo primitivo de los organizadores de viajes, que en un principio se limitaban a ser vendedores de billetes y plazas en los hoteles.

Y en este proceso de enriquecimiento y creación de nuevas formas de turismo, está la justificación de origen de las llamadas "Empresas privadas de turismo", con fines y metas perfectamente diferenciadas, según vamos a intentar demostrar a continuación.

Ante todo quiero encarar lealmente el problema de incidencia que puede surgir (y de hecho está ocurriendo así en múltiples ocasiones) entre las entidades privadas de turismo y las organizaciones comerciales o agencias de viajes.

Problema espinoso, como siempre que entran en juego cifras ingentes y sabrosos beneficios. Frente a la pugna estéril que se plantea cada día entre organizaciones profesionales de viaje y las entidades privadas que actúan con fin semejante, creo que lo más honrado y útil es delimitar el campo de acción de cada una de ellas, establecer una especie de frontera que evite las intromisiones y la competencia desleal.

Quizá encuentren extraño algunos el que siendo director y representante de una entidad de tipo privado, inicie el tema con tanta cautela e incluso con marcadas acusaciones de abuso en los medios y en los fines. Pero estoy firmemente convencido de que solamente partiendo de una autocrítica honesta y viviendo en una auto-exigencia permanente, pueden las entidades privadas de organización turística ganar su propia batalla, o sea, el respeto que se merecen mientras se mantengan en el campo específico que les corresponde.

Porque creo que efectivamente hay un campo específico, distinto del que corresponde a las agencias comerciales de viaje.

Si tomamos como ejemplo la actividad del Departamento de Viajes del Instituto de Cultura Hispánica, de Madrid, al que ya he hecho mención en las primeras líneas, podemos ver que casi ocho mil universitarios iberoamericanos han recorrido Europa en auténticos viajes de estudio, ya que si es cierto que hemos de resolver todos los aspectos técnicos del viaje, el mayor empeño lo ponemos en el aspecto cultural y universitario.

Es cierto que las universidades iberoamericanas facilitan nuestra tarea, con un espíritu colectivo de anticipación. De todo es conocida la mágica atracción que tiene la palabra Europa para cualquier universitario del sur de América. Y son estos grupos, con perfecta organización que arranca desde el primer año de sus estudios y se prolonga durante toda la carrera (una serie de fiestas universitarias, bailes, rifas y concursos van proporcionando los fondos necesarios) los que al terminar sus estudios acuden al Instituto de Cultura Hispánica para la organización de su gira por Europa. Giras que alcanzan desde los 60 a los 120 días de promedio.

Aparte lo que tiene siempre de evasión y alegría juvenil un largo viaje por países desconocidos, los grupos universitarios de Sudamérica, llegan con propósitos muy concretos en cuanto a su formación profesional. Quieren conocer de cerca las técnicas que están de uso en Europa dentro de su especialidad, y en este aspecto el Instituto procura cumplir su misión realizando un programa de visitas técnicas y profesionales que no podría ofrecer ninguna agencia de turismo.

Citaremos algunos, muy pocos, ejemplos concretos. En el pasado curso de 1972-73, hemos atendido 66 grupos universitarios. Sesenta y seis universidades americanas, que abarcan desde las Facultades de Letras y Humanidades o Derecho hasta las de Ciencias Electrónicas o Nucleares. Una juventud cualificada, ávida por conocer lo que la vieja Europa, siempre maestra, puede ofrecerles como información para desarrollo posterior de sus vocaciones y oficios.

De la República Argentina llegaron 20 grupos: Facultades de Ciencias, Derecho, Agronomía, Arquitectura, etc.

La misma versatilidad se produjo en los 11 grupos de Brasil, 6 de Colombia, 3 de Costa Rica, 3 de Chile, 5 de la República del

Ecuador, 11 de los Estados Unidos del Norte, 1 de Guatemala, 1 de Honduras y 3 de Méjico.

Y en todos y cada uno de estos casos, nuestra oficina se preocupó de concretar encuentros con los colegas españoles de cada especialidad, visitas detenidas a los centros de formación y de investigación, entrega de material informativo de todo tipo, todo ello sin abandonar la otra vertiente del viaje, la de interés unánime, las visitas a museos y monumentos, que interesan por igual a todos los universitarios, sea la que sea su formación profesional.

Y al hacerlo así creemos honestamente estar cumpliendo una misión importante y concreta. Una misión que excede a los objetivos de una agencia de viajes o que incluso, digámoslo con toda claridad, una agencia de viajes no podría ofrecer.

Ni las empresas nacionales o privadas, ni las escuelas o facultades, pueden tener sus puertas abiertas a los millones de turistas de aluvión que manejan las agencias de viajes.

Los sindicatos nacionales, las grandes empresas siderúrgicas o textiles o pecuarias, los institutos nacionales, como el de Estadística, o el del Hierro y el Acero, o el de la Construcción y el Cemento, o la Junta de Energía Nuclear, o los grandes astilleros navales, son algunos de los puntos de apoyo, los grandes auxiliares en que podemos confiar para que los viajes que nosotros organizamos en España, cumplan estrictamente, sin exageración ni mentira, la cualidad de viajes de estudios.

He aquí, expuesto con ejemplos concretos la actuación de una oficina de turismo no profesional, el campo espléndido, inagotable y sin competencia posible que creo han de cubrir las llamadas empresas privadas.

Otro ancho sector que será mejor atendido por estas empresas privadas es el de las ciudades o campamentos de vacaciones, que nada tienen que ver con las vacaciones que se anuncian en todas las agencias, en los que se ofrecen siempre lugares agradables, de descanso o distracción, pero donde nadie pretende el enriquecimiento de la persona, en su aspecto cultural o simplemente vital.

Centros de vacaciones que se apoyan en una actividad o afición, que no se limitan a brindar ocio y diversión, sino que procuran ofrecer los medios para que esa afición se ejercite. Centros de Antropología y Arqueología. Colonias de alpinismo o espeleología, de activi-

dades subacuáticas, deportes de nieve y montaña, escuelas de navegación y pintura, etc.

Dos nuevos y valiosos elementos vienen a enriquecer el vago concepto de "vacaciones". La afición coincidente, la unánime vocación y por otro lado el profesor o monitor. Dos elementos que sin dudarlo van a hacer mucho más estrecha y entrañable la convivencia, puesto que hay una disposición previa en todos los asistentes de compartir una actividad determinada, de aceptar la enseñanza o perfeccionamiento que se les brinda. De enorme importancia en cuanto a la vinculación entre participantes son en este tipo de reuniones, las tertulias, los seminarios y los simples comentarios que se crean de forma espontánea (los cursos de verano de la Universidad de La Magdalena, de Santander, fueron en España una experiencia pionera a la que han seguido muy pronto más de veinte universidades de todos los puntos de España, desde Santiago a las Canarias, de Puigcerdá a la Rábida, de Burgos a Granada, etc., en una floración creciente).

Otro aspecto que encaja mejor en la actividad de una empresa no comercial de turismo es el de las rutas especializadas. Un simple personaje histórico o literario, como en los casos de la Ruta del Quijote, o la del Arcipreste de Hita, o la que hemos creado recientemente, a petición de un grupo de historiadores argentinos y que ya convoca más de 80 personas al año: la Ruta de San Martín, el glorioso general español, que va a dar nacimiento a varios países de la América independiente (Argentina, Chile y Perú). Y las rutas que ofrecen una parcela del arte, que han sido concebidas para profundizar en el conocimiento de una faceta del arte o de la historia. En esta línea sirven de muestra los viajes que titulamos "Ruta de los Castillos" o "Ruta del Gótico", Ruta del Románico", etc.

Quizá la nota diferencial con los aspectos que hemos analizado anteriormente, sea aquí la ausencia de contacto anterior entre los componentes de un grupo. No es ya la universidad de tal o cuál sitio, ni los alumnos de una u otra escuela, que llegan ya organizados jerárquicamente y con un mutuo conocimiento anterior, sino la misma ruta, con su especial atractiva, será la que acabará formando un grupo homogéneo, de gentes que eran entre sí desconocidas y que acabarán uniéndose de forma entrañable por el amor a las mismas cosas, que quizá es la forma más perfecta de amar, la que quedó

magistralmente definida en aquella tan famosa dedicatoria que el poeta universal de Orihuela, Miguel Hernández, escribió a la cabecera de su maravillosa "Elegía a Ramón Sijé" ...allí se dice... "a Ramón Sijé, con quien tanto quería". Y a quí reside la grandeza de las organizaciones de viajes, que si cumplen en profundidad su misión, serán cultivadoras de infinitas relaciones humanas, entre gentes que se hubieran ignorado de seguir en su ambiente habitual. Gentes de distintas razas y pueblos, de distinta edad y condición, que por un momento en toda su vida van a convivir todas las horas del día. Es como un milagro de coincidencia, una ocasión única de hacer que muchas órbitas dispersas, que se ignoraban, pueden vivir unos días de mutuo contacto, unas horas que podríamos llamar tangenciales...

Yo recuerdo, por ejemplo, una experiencia personal inolvidable durante mi estancia en el Perú. Desde la ciudad fantasmal y gloriosa que es el Cuzco, donde conviven en increíble armonía los monumentos de los Incas y las soberbias creaciones de España (la Catedral, la Universidad, los conventos, etc.) se organizan excursiones a Machu-Pichu, la altiva residencia de los príncipes incas, descubierta recientemente por encontrarse en una cresta casi inaccesible.

Dos tipos de excursiones se anunciaban allí. La clásica de una visita de una hora, que ofrecían todas las agencias de viajes y otra, organizada por un grupo de la universidad, en la que se incluía la lectura completa del extenso poema "Alturas de Machu-Pichu", una de las creaciones más extensas y profundas de Pablo Neruda, el gran chileno que acaba de dejar la vida...

Imposible describir la emoción del pequeño grupo que formábamos los acogidos a la excursión de la universidad. Mientras los turistas de la rutina pasaban su mirada impaciente por aquellas piedras inverosímiles, para regresar al hotel unos minutos más tarde, nuestro pequeño grupo, que era ya una familia o un clan o un equipo de conjurados, escuchamos sin pestañear las casi tres horas del poema nerudense, y fuimos entrando en la noche, sin darnos cuenta, y regresamos a Cuzco en un silencio estremecido... Muchos años después aún recibo tarjetas desde Bolivia o California de personas que nunca más he vuelto a ver, tarjetas que siempre hablan de la mágica hermandad que nació en la excursión a Machu-Pichu, en la comunión de los versos solemnes.

Creo que este ejemplo, que muchos de ustedes habrán vivido en

cualquier otro lugar y momento, explica más que una larga disertación, el campo ancho y noble que deben trabajar las organizaciones de viajes de tipo privado.

Es evidente que entre estas organizaciones y las agencias de viajes, que cumplen su misión, otra misión, con perfecta eficacia, deben estar las lindes o fronteras perfectamente marcadas. Que toda pugna entre uno y otro tipo de organizaciones es no solamente estéril, sino perjudicial para el cliente por la desorientación que puede producir en él.

Creo que ustedes estarán de acuerdo conmigo en que el campo específico y propio de las entidades privadas existe. Que este campo es de gran amplitud y merece una doble dedicación, pero que no debe permitirse, por otro lado, que a la sombra de un turismo específico o cualificado se instalen organizaciones con títulos equívocos que no son más que agencias enmarcadas para eludir las cargas y compromisos que en todos los países imponen las reglamentaciones oficiales de turismo. Raíz de un lamentable intrusismo que somos los primeros en denunciar.

Por ello creo que lo más importante de esta breve meditación, acerca de uno de los problemas que plantea el turismo activo, es el de intentar, cada uno con los medios a su alcance, crear una conciencia responsable que evitaría en muchos casos, automáticamente, los puntos de choque o fricción entre las organizaciones con fin lucrativo y las que dicen tener otros fines y, en última instancia, alertar a los gobiernos, a sus organismos ejecutivos, para una reglamentación adecuada, que señale los límites de acción de cada una de las partes, para evitar la invasión de fronteras y los abusos que se vienen cometiendo.

Hemos intentado, pues,, la definición del viaje como un acto cultural, en una faceta altamente cualificada. O sea, la organización de viajes sin fin lucrativo, y para ello como resumen de lo dicho anteriormente creemos que es necesario (y así lo hemos intentado) señalar con claridad:

- Las características de este tipo de viajes.
- Las limitaciones en la organización de estos viajes en evitación de una competencia desleal (evitación de impuestos y otros gastos, desorientación de los clientes, etc.).

- 
- Su necesidad. Bien definida y bien limitada, es evidente su necesidad. (Ejemplo confirmado de la IATA es harto elocuente.)

Funchal, 16 de noviembre 1973.