

Don Quijote, iniciador del turismo experiencial

José Manuel Martín Morán

Università del Piemonte Orientale

martin@uniupo.it

RESUMEN

En su deambular por tierras de La Mancha, don Quijote escoge algunos elementos de la realidad y les va superponiendo una visión cultural. Con esta operación, el caballero desconoce la naturaleza y las construcciones del entorno para inmediatamente reconocerlas bajo otra perspectiva. De tal modo, lo que antes no era sino geografía desordenada se convierte en paisaje cultural. Con su mirada, don Quijote prepara el terreno para la aventura y para la acumulación de hazañas que le ha de cambiar la vida. Esta mirada, esta participación intensa y este bagaje transformador por vía de la memoria nos ofrece la posibilidad de comparar la vivencia del caballero loco con la del turismo experiencial o creativo.

ABSTRACT

In his wandering through the lands of La Mancha, Don Quixote chooses some elements of reality and superimposes a cultural vision on them. With this operation, the knight is unaware of the nature and constructions of the environment to immediately recognize them from another perspective. In this way, what was previously nothing more than disorderly geography becomes a cultural landscape. With his gaze, Don Quixote prepares the ground for adventure and for the accumulation of feats that will change his life. This look, this intense participation and this transformative baggage through memory offers us the possibility of comparing the experience of the mad knight with that of experiential or creative tourism.

Palabras clave: paisaje de La Mancha, mirada extrañante, don Quijote, exotismo, no lugares.

Keywords: landscape of La Mancha, strange gaze, Don Quixote, exoticism, non-places.

1. UN CABALLERO LOCO Y EL TURISMO EXPERIENCIAL

En sus andanzas manchegas don Quijote lanza una mirada al entorno natural y artificial cargada de unas potencialidades de interacción que lo acerca a la actitud de los turistas experienciales. Los efectos últimos de esa mirada no son, desde luego, los mismos que puede producir la de un caballero andante, el cual recorre el mundo anómico, sin ley, del espacio salvaje para extender por él la norma y el equilibrio del espacio reglado del castillo del rey. Con la acción de Amadís, se reduce el grado de barbarie de esos espacios alejados de la ley, donde ya no habrá más gigantes, dragones o perversos encantadores. La acción de don Quijote, en cambio, interviene en un mundo ya ordenado, bajo el imperio de la ley, donde ningún elemento se escapa al manto cultural que todo lo cubre, por más que él no lo vea así. Del choque entre el universo de significados que el manchego querría insuflar en un entorno asilvestrado y dominado por las fuerzas del mal, y la realidad cotidiana, miserablemente equilibrada, y regida por la norma de la costumbre y por la mano providencial del rey, de esa inadecuación nace una perspectiva extrañante sobre el mundo familiar, un desconocimiento de lo propio y, por eso, sobradamente conocido que lo connota con los rasgos de un mundo exótico a descubrir y vivir a fondo para enriquecer su propio bagaje existencial. En términos parecidos definen la práctica del turismo experiencial quienes han estudiado el fenómeno.

A principios de este siglo, entre los empresarios del sector turístico, surgió la necesidad de ofrecer alternativas a la masificación creciente del turismo de ciudades, museos y monumentos; se trataba de superar la idea del viajero que contempla desde fuera la superficie de los lugares que visita, sin dejarse emocionar, con el único afán de completar el carrete de fotos del móvil, para, después, a la vuelta a casa, tener algo que enseñar a los amigos. Las agencias turísticas comenzaron así a proponer un modo de viajar más orientado hacia la participación en algunos momentos rituales, laborales o culturales de la vida cotidiana de los habitantes de los lugares; ya no los lugares de por sí, sino las costumbres, las actividades productivas y recreativas de quienes los habitan (Mazarrasa, 2016, p. 198). El turista, pues, dejaba de ser un observador y se convertía él mismo en protagonista de las experiencias de vida, pongamos por ejemplo, de los mayas del Quiché, de la emoción del rito nocturno del candomblé brasileiro, de la fatiga de la recogida del té en Sri Lanka, etc. De vuelta a casa, el turista se encontraría así con una mochila cargada de experiencias de vida transformadoras y capaces de revolucionar su propia cotidianidad.

En las páginas que siguen, me van a permitir que afronte con más detalle el paralelo que propone el título de este trabajo entre don Quijote y el turista experiencial. Pero, antes de adentrarme en tamaño ejercicio circense, aclaremos cuál es La Mancha que don Quijote recorre.

2. POCOS LUGARES Y ADEMÁS DIFUSOS Y CONFUSOS

No son muchos los topónimos manchegos citados en el *Quijote*. Panadero Moya (2004, p. 486) recoge los siguientes: Quintanar, Puerto Lápice, Ciudad Real, Tirteafuera, El Viso, Almodóvar del Campo, y, sobre todo, El Toboso. Efectivamente, de Quintanar de la Orden es Juan Haldudo, el abusador de niños (I, 4), y el ganadero rico que le ha vendido al barbero los dos perros necesarios para la etapa pastoril de la vida de don Quijote (II, 74); en Puerto Lápice, se enfrenta don Quijote al vizcaíno iracundo (I, 8); Sancho quiere esconderse de la Santa Hermandad en Sierra Morena, por la zona de El Viso del Marqués y Almodóvar del Campo (I, 23), lugar este al que el cabrero querría llevar a curar de su locura a Cardenio (I, 23); de Ciudad Real es el vino que le ofrece a Sancho el escudero del Bosque (II, 13) y de Tirteafuera Pedro Recio de Agüero, el cruel maestresala de la ínsula Barataria (II, 47). A los nombres de lugares aducidos por Panadero Moya, se podrían añadir aún los del Campo de Montiel, por cuyas amplias latitudes inicia don Quijote sus correrías (I, 2); Tembleque, adonde Sancho

acude varios años a segar (II, 31); Miguel Turra, patria chica del socarrón futuro suegro de la hermosísima Clara Perlerina (II, 47) y tal vez se podría recopilar algún topónimo más, pero no creo que esto enriqueciera el panorama manchego del *Quijote*. De todos ellos, solo el Campo de Montiel, Puerto Lápice y El Toboso albergan acciones de los personajes; los demás nombres de lugares indican solo origen o dirección del movimiento, sin que, por cierto, la pareja de andantes descaminados llegue nunca a ellos. No parecerá exagerado decir, pues, que la mayor parte de las aventuras de don Quijote no tienen geolocalización, como diríamos los modernos, lo cual desliga la acción del caballero de la peculiaridad o la personalidad intrínseca de los espacios. Con la excepción de El Toboso, espacio definido por características concretas, los demás no mantienen un vínculo con la trama de la obra tal que permita elaborar quién sabe que maravillosas rutas culturales. Otra cosa es que, a partir de la ambientación de la trama quijotesca, a la ruta de marras se la sitúe en un ámbito geográfico menos definido, tal vez sin la pretensión de identificar los lugares de las andanzas ficticias de don Quijote con los lugares reales específicos de la geografía manchega; operación que, por cierto, permitiría superar ciertos conflictos locales.

Como decía, a El Toboso, el narrador le reserva un tratamiento especial; y no podía ser de otro modo, tratándose de la patria chica de Dulcinea. Con estas palabras ambienta la visita nocturna de don Quijote y Sancho:

Estaba el pueblo en un sosegado silencio, porque todos sus vecinos dormían y reposaban a pierna tendida, como suele decirse. Era la noche entreclara, puesto que quisiera Sancho que fuera del todo oscura, por hallar en su oscuridad disculpa de su sandez. No se oía en todo el lugar sino ladridos de perros, que atronaban los oídos de don Quijote y turbaban el corazón de Sancho. De cuando en cuando rebuznaba un jumento, gruñían puercos, mayaban gatos, cuyas voces, de diferentes sonidos, se aumentaban con el silencio de la noche, todo lo cual tuvo el enamorado caballero a mal agüero (II, 9).

La imagen del pueblo se nos va componiendo a partir de las sensaciones auditivas, de los ruidos nocturnos destacados del silencio general (“no se oía [...] sino ladridos de perros”, “rebuznaba un jumento, gruñían puercos, mayaban gatos”), que nos devuelven el perfil de una comunidad ganadera tranquila, sin conflictos que alteren la paz social –al menos la nocturna–, que convive con gran variedad de animales de provecho y de compañía. La descripción se completa con una imagen en claroscuro que solo permite apreciar los volúmenes:

–Advierte, Sancho, o que yo veo poco o que aquel bulto grande y sombra que desde aquí se descubre la debe de hacer el palacio de Dulcinea.

[...] Guió don Quijote, y habiendo andado como docientos pasos, dio con el bulto que hacía la sombra, y vio una gran torre, y luego conoció que el tal edificio no era alcázar, sino la iglesia principal del pueblo. Y dijo:

–Con la iglesia hemos dado, Sancho (II, 9).

Sensaciones difusas que perfilan un ambiente. “Impresionismo audiovisual”, sería la etiqueta que se me ocurre para calificar esta técnica descriptiva tan poco precisa. Cervantes le saca partido en la construcción de una atmósfera tétrica para un momento que debería estar marcado por el gozo del posible reencuentro con la amada del caballero y que, sin embargo, queda marcado por la repercusión de las valencias afectivas del ambiente en las escasas esperanzas amorosas del caballero. En fin, a mí me parece que en esta descripción audiovisual impresionista de El Toboso podemos captar los mecanismos de connotación afectiva de los lugares que quedan

grabados en los recuerdos de los turistas experienciales, según los estudiosos del fenómeno (Bordás, 2003, p. 2; Rivera Mateos, 2013, p. 201).

De modo que, por lo que respecta a los lugares reconocibles con un topónimo, podemos afirmar que, con la excepción de El Toboso, no están presentados por el narrador con descripciones que los separen del continuum espacial o que pongan de realce algún aspecto característico del sitio, como podía suceder con la mole de la iglesia y la torre toboseñas. Por otro lado, hay que decir que tampoco podemos reconocer lugares específicos a partir de las descripciones de los espacios sin nombre presentes en la obra; pues, como ya señalara Micó Juan (2004, p. 25-26), citado por Panadero Moya (2006, p. 205) y Sánchez Sánchez (2008), las descripciones susodichas responden a los tópicos literarios más manidos, como el del *locus amoenus* en que don Quijote decide hacer su penitencia:

Llegaron en estas pláticas al pie de una alta montaña, que casi como peñón tajado estaba sola entre otras muchas que la rodeaban. Corría por su falda un manso arroyuelo, y hacíase por toda su redondez un prado tan verde y vicioso, que daba contento a los ojos que le miraban. Había por allí muchos árboles silvestres y algunas plantas y flores, que hacían el lugar apacible. Este sitio escogió el Caballero de la Triste Figura para hacer su penitencia (I, 23).

Lo mismo cabría decir para las ventas, de las que apenas podemos identificar los espacios que las componen y todos ellos bastante arquetípicos: patio central, pozo, caballeriza, camaranchón, comedor... Tampoco sabemos dónde están situadas exactamente, aunque no sería difícil localizarlas en un mapa de caminos del periodo, previo cálculo de los tiempos de las aventuras del caballero, la velocidad de movimiento de las dos cabalgaduras, la dirección del mismo, etc. como ya hizo en su día un grupo de investigadores universitarios, formado por geógrafos, historiadores, sociólogos (Parra Luna, 2005), con resultados más bien discutibles (Sánchez Sánchez, 2015). En las cuatro ventas que aparecen en el *Quijote* (I, 2-3; I, 16-17 y 32-46; II, 25-26; II, 59) –solo dos en La Mancha–, el ambiente sucio y descompuesto, la comida mala y escasa, y los tratos carnales al límite de lo prostibulario reproducen la visión tópica del teatro y la narrativa del periodo, en especial la picaresca, pero también confirmada por los testimonios reales de viajeros extranjeros como Cosimo III de Medici que recorrió España y Portugal entre 1668 y 1669 (esa visión del viajero Medici se puede apenas intuir en las estampas de Baldi reproducidas en Magalotti, 1933, ilustraciones XXVI-XXVIII). Claro que la sordidez de las ventas no afecta a don Quijote, más preocupado de refundarlas en su imaginación como castillos, en la primera parte, y de adquirir informaciones, como la pendencia del rebuzno (II, 25) o las características del libro de Avellaneda (II, 59), en la segunda. A nosotros nos interesa más la actitud del loco que reviste a los espacios de nuevos significados que la del viandante curioso que se informa de las vicisitudes de los demás, aunque no sea más que porque el primero de esos avatares quijotescos actúa en territorio manchego. Sobre la calidad de esta mirada quijotesca volveré más adelante.

Ahora me interesa razonar un momento sobre la condición de *no lugar* de las ventas del *Quijote*, no tanto porque no sepamos a ciencia cierta dónde están situadas, como decía antes, sino porque podemos identificarlas con ese concepto del antropólogo Marc Augé (1993, p. 81-118), o sea, lugares de paso, sin personalidad propia, en los que las personas mantienen su anonimato, sin que se les reconozca unos vínculos sociales identitarios; son lugares sin historia, en los que la relación con los demás es pasajera, de consumo; en ellos el usuario es reconocido como tal al entrar y al salir, y no tiene la obligación de relacionarse con los demás ocupantes (Augé, 2013, p. 228-9). Esta es, más o menos, la experiencia de don Quijote, la segunda vez

que se aloja en la venta de Palomeque: molido a palos y cansado, duerme mientras los demás disfrutan las mieles de las historias secundarias, leídas o relatadas por los viajeros ocasionales necesitados de pasatiempo. Es justamente esa condición de *no lugar* de la venta de Palomeque la que favorece la confluencia de esas historias secundarias, las lecturas, los encuentros, los reconocimientos y las reconciliaciones, porque, no define la posición social de cada huésped con relación a los demás o en función del rango familiar, como, por el contrario, sucede en el palacio de los duques, emblema de lo que Augé llama *lugar antropológico*, o sea el espacio en el que los ocupantes se someten a los códigos de comportamiento derivados de su carácter identitario, histórico y relacional (1993, p. 41-80). En la venta, el encuentro casual entre Dorotea y don Fernando, y entre Cardenio y Luscinda es posible justamente porque los cuatro se pueden dedicar al intercambio sentimental, sin que el ambiente los obligue a otro tipo de relaciones con los otros parroquianos; asimismo, la curiosidad de los clientes de Palomeque por saber la historia de las dos bizarras figuras del cautivo y la mora Zoraida, prescinde del respeto que deberían a su rango social.

Ese mismo espacio y esa misma concurrencia pasajera podrá prestar oídos al discurso de las armas y la letras de don Quijote o tratar de frenar su ímpetu destructor de cueros de vino. El discurso aprovecha la anonimidad, la falta de relaciones jerárquicas entre el auditorio de la venta, para garantizarse la atención. La batalla contra los cueros de vino, en cambio, podría haber sucedido en otro espacio, tal vez más personalizado, un lugar antropológico, como la propia casa del hidalgo, según lo que dice la sobrina que sucedía de tanto en tanto:

—Muchas veces le aconteció a mi señor tío estarse leyendo en estos desalmados libros de desventuras dos días con sus noches, al cabo de los cuales arrojaba el libro de las manos, y ponía mano a la espada, y andaba a cuchilladas con las paredes; y cuando estaba muy cansado decía que había muerto a cuatro gigantes como cuatro torres, y el sudor que sudaba del cansancio decía que era sangre de las heridas que había recibido en la batalla (I, 5).

En la venta y en su casa, parece hallarse don Quijote en la misma situación: enajenación profunda debida al sueño o a la lectura, que le lleva a atacar las paredes en sí mismas, en su casa, y los odres de vino alineados contra ellas, en la venta, con la intención de acabar con uno o varios gigantes; al final, se hallará cubierto de la sangre de sus enemigos, en la venta no es más que el vino vertido, o de la propia sangre, en su casa, pero es solamente su propio sudor.

El narrador usa la “desterritorialización” (Deleuze y Guattari, 1984, p. 213) de la venta, su desvinculación de las dinámicas de las jerarquías sociales, para ofrecerle al loco descaminado un púlpito desde el que lanzar su perorata, pero inmediatamente la “reterritorializa”, la vuelve a sumergir en los mecanismos de la propiedad privada y del poder individual, cuando el ventero vapulea de lo lindo al don Quijote sonámbulo en lucha contra los cueros de vino. O sea, que para el discurso necesita don Quijote un no lugar, mientras que para la batalla con los cueros no podrá evitar que en ese no lugar se vuelvan a instaurar las lógicas del lugar antropológico que se oponen a la transformación del mismo por la mirada del caballero. Y ahora ha llegado el momento de que hablemos de la mirada de don Quijote.

3. LA MIRADA DE DON QUIJOTE SOBRE EL MUNDO

Sin movernos, por ahora, de las ventas, constatamos ya una peculiaridad de la mirada de don Quijote: para él, no son meros lugares de paso, al menos en la primera parte; como sabemos, don Quijote ve en aquellos muros y aquellas salas la magnificencia de un castillo, gobernado por un señor feudal, cargado de sentido histórico y bajo el dominio de la norma caballeresca.

Su transformación de la realidad por medio de la imaginación le consiente vivir la aventura, porque obliga, de algún modo, a los demás a aceptar el rol que él les reserva: las prostitutas a la puerta de la primera venta lo servirán en el trance imposible del comer y el beber a celada puesta, cual solícitas damas de corte; el ventero se plegará a nombrarlo caballero y le consentirá que vele sus armas en el patio, además de dejarlo ir sin cobrarle la posada (I, 3). Bien es verdad que el socarrón del ventero se mueve por pura diversión, cuando le hace de padrino de armas, en un primer momento, y para evitar males mayores, después, cuando comprueba la violencia con que su ahijado responde a quien ha osado mover sus armas. En la venta de Palomeque, la ventera y su hija sustituyen a las doñas Molinera y doña Tolosa de la primera venta en el servicio al caballero, cuando le restañan las heridas provocadas por los yangüeses (I, 16); Maritornes deberá acceder a hacer de princesa enamorada en visita nocturna al caballero, porque así se lo impone don Quijote, con modos de abusador sexual (I, 16), papel que compartirá con la hija de Palomeque en la burla de la mano atada (I, 43).

Lo más importante del castillo-venta, pues, para el hidalgo peregrino es la consumación de una experiencia tal y como estaba diseñada en su proyecto inicial, que identificaba el lugar y sus posibles habitantes, para poder cumplir el trayecto transformativo que se había dado. Esa misma estrategia la podemos ver en los espacios arquetípicos de los libros de caballerías recuperados por don Quijote para su periplo manchego: en los caminos, tendrá la oportunidad de medir sus armas con otros intrépidos caballeros como él: los mercaderes de Toledo (I, 4), el vizcaíno (I, 8), los paladines del ejército de los rebaños (I, 18), el dueño del yelmo de Mambrino (I, 21), etc.; también liberará a varias doncellas que van prisioneras por esos andurriales, como la señora del coche del vizcaíno (I, 8) o la dama transportada en andas por unos malandantes enmascarados (I, 52). En los bosques poblados por elementos mágicos en los libros de caballerías, como gigantes o encantadores, se enfrentará a malandrines como Juan Haldudo (I, 4) y a un vestiglo de voz horrisona que recuerda el ruido de un batán (I, 20). Como muchos otros caballeros andantes antes que él, descenderá al inframundo en la cueva de Montesinos (II, 22-24), que en su caso estará poblado por las imágenes de su subconsciente. En ambiente agreste, suelen los paladines míticos vivir un momento de reflexión o penitencia, como la de Amadís en Peña Pobre; don Quijote lo imita en Sierra Morena (I, 23-29), donde también aprovecha para socorrer a Micomicona, una doncella menesterosa (I, 29-30), como ya hiciera con Marcela, también entre peñas, unos capítulos antes (I, 14).

En estos dos últimos episodios montaraces, no se percató nuestro héroe que se le han colado personajes provenientes de otros mundos literarios, pastores que parecen salidos de *La Galatea* (I, 10-13), y nobles y labradores ricos escapados de una novela sentimental (I, 27-29). El espacio parece adecuado para los primeros, pero un poco menos para los segundos, aunque también estos pudieran haber tenido cabida en la obra primeriza de Cervantes. Por otro lado, la venta de Palomeque también reúne personajes provenientes de diferentes regiones de la imaginación (Martínez Bonati, 1977): los cuatro nobles y labradores ricos de la novela sentimental, los dos protagonistas de una novela de cautivos, los de una novela a la italiana, y arrieros y mozas de mesón propios de una novela picaresca o un entremés. En fin, se diría que el espacio despliega su lógica inclusiva, sin discriminar entre los personajes acartonados de las tramas idealistas y los redondos de las más realistas; todos tienen cabida en esa especie de teatro común que son los espacios agrestes y las ventas. Don Quijote va a entablar relación con muchos de estos personajes, pero no en cuanto integrantes de sus propios mundos más o menos idealizados, sino en cuanto pasajeros que atraviesan momentáneamente el espacio común; es decir, a él solo le interesan Marcela, Dorotea o Cardenio como entidades que pueden asimilarse a papeles establecidos en su propio guion, a la sazón, damas menesterosas y Caballero de la Sierra.

En otras palabras, don Quijote recorta la realidad, escoge los elementos que le importan y, sobre ellos, construye su propia vivencia. Es el mismo mecanismo que aplica a su interpretación del paisaje manchego, cuando elige moles de paredes altas como las ventas o los molinos de viento, polvaredas de rebaños trashumantes, grupos humanos que se desplazan por los caminos, y sobre esos datos de realidad –moles, polvaredas, grupos humanos– que ha desgajado del conjunto con operación sinecdótica (un solo sema para significar el todo) levanta una nueva realidad transformada en metáfora de la otra –castillos, gigantes, ejércitos, alevosos caballeros, prisioneros–. Sobre esos elementos nuevos, fruto de la construcción cultural del caballero loco, de la exaltación de una realidad zafia a la que se ha insuflado el nuevo espíritu del contenido mítico superior, don Quijote predispone las piezas de una aventura de la que extraerá la linfa vital de la experiencia victoriosa. A lo que aspira, en verdad, es a acumular en su mochila existencial muchos de esos recuerdos de experiencias vividas que presentar cual turista creativo a su princesa Dulcinea y así ser merecedor de la suprema gloria de su mano.

Un aspecto interesante de esta operación selectiva sobre la realidad por parte de don Quijote es la perspectiva que superpone a la naturaleza agreste que se le presenta ante los ojos. Mediante la imposición de su punto de vista, está sugiriendo un modo de ver y de interpretar culturalmente la enorme extensión de La Mancha, es decir, está creando un paisaje (Augé, 2013, p. 227). Nuestro punto de vista y nuestras referencias culturales ya no son las mismas que las del caballero enajenado, pero la perspectiva, la selección y el conjunto elegido siguen siendo el mismo que él nos proponía: molinos de viento, altozanos, enormes llanuras y Sierra Morena al fondo. Nosotros, a distancia de cuatro siglos, seguimos viendo el paisaje creado por don Quijote.

4. DON QUIJOTE Y LA VISIÓN EXOTISTA

A decir verdad, don Quijote parece estar más interesado en las personas que habitan los lugares, que en los lugares en sí. De las ventas le preocupa no tanto encontrar las pruebas de su condición de castillo, como de conocer a sus moradores y montar con ellos un episodio caballescico; el molino de viento le interesa porque él lo ve como humano, enormemente humano; a la cueva de Montesinos desciende menos por realizar una hazaña que por entablar conversación con su dueño y conocer a todos sus compañeros de morada. El episodio donde mejor se ve su interés por las personas y su modo de vivir tal vez sea el de los cabreros; don Quijote y Sancho acaban de llegar a su majada; entonces

los cabreros [...] tendiendo por el suelo unas pieles de ovejas, aderezaron con mucha priesa su rústica mesa y convidaron a los dos, con muestras de muy buena voluntad, con lo que tenían. Sentáronse a la redonda de las pieles seis dellos, que eran los que en la majada había, habiendo primero con groseras ceremonias rogado a don Quijote que se sentase sobre un dornajo que vuelto del revés le pusieron. Sentose don Quijote, y quedábase Sancho en pie para servirle la copa, que era hecha de cuerno. Viéndole en pie su amo, le dijo:

–Porque veas, Sancho, el bien que en sí encierra la andante caballería y cuán a pique están los que en cualquiera ministerio della se ejercitan de venir brevemente a ser honrados y estimados del mundo, quiero que aquí a mi lado y en compañía desta buena gente te sientes, y que seas una mesma cosa conmigo, que soy tu amo y natural señor; que comas en mi plato y bebas por donde yo bebiere, porque de la caballería andante se puede decir lo mesmo que del amor se dice: que todas las cosas iguala.

–¡Gran merced! –dijo Sancho–; pero sé decir a vuestra merced que como yo tuviese bien de comer, tan bien y mejor me lo comería en pie y a mis solas como sentado a par de un emperador (I, 11).

Don Quijote se sienta con los cabreros para compartir su mesa y hace que Sancho lo imite para anular los signos de distinción social, como el de servirle la copa. No se limita a observar desde la distancia el modo en que viven los rústicos que lo hospedan, sino que quiere participar en los ritos cotidianos de su vida, destruyendo las barreras sociales y económicas; encontrará incluso la expresión alta (el discurso de la Edad de Oro) para condensar su experiencia vital del momento, sin darse cuenta, por cierto, de que está reconstruyendo la barrera cultural que había destruido. Uno de los fundamentos del turismo experiencial y creativo es justamente este: anular la distancia entre observador y observado, para que el primero pueda participar en nivel de igualdad en la vida del segundo. En este episodio parece evidente que es lo que don Quijote pretende; en los demás que hemos analizado, se diría que lo que pretende es lo contrario, o sea, que los otros participen de su vida caballeresca para conseguir transformar la realidad manchega según su punto de vista cultural, para hacer de la naturaleza paisaje con sentido. En todos ellos, me parece ver la misma dinámica exotista, o sea, de construcción de la imagen exótica del otro. Bajtin (1989, p. 254-255), primero, y luego su exegeta Todorov (1989, p. 355-357), definen el exotismo como la categoría valorativa de las culturas ajenas en función de su parecido con la nuestra; el exotista ve en el otro la proyección en positivo o en negativo de su propia cultura, tras haber reconocido la distancia. En este sentido, me parece que don Quijote actúa como un exotista, sometiendo a su mirada extrañante su propia tierra manchega; en un primer momento, don Quijote parece desconocer el objeto observado, sea esa vida de cabrero, venta o molino; luego lo compara con los objetos parecidos de su universo cultural y trata de asimilarlo a él, insertando a los rústicos cabreros en la mítica Edad de Oro, y al ventero socarrón y el molino de viento en un libro de caballerías.

En su libro sobre la alteridad, Todorov repasa en orden cronológico los testimonios escritos que nos han dejado algunos de los viajeros franceses por tierras extrañas. Al llegar a Chateaubriand (2005, p. 347), identifica un cambio de perspectiva respecto a los viajeros anteriores: para él, lo importante de los lugares que visita no son tanto las gentes y sus modos de vida, como los objetos y los monumentos que le van a permitir ensimismarse en su experiencia individual. Según Todorov, con esa actitud Chateaubriand funda el turismo moderno, observador externo de los lugares y los monumentos, con la única misión de juntar experiencias personales para luego tener qué contar. En oposición a este turista, por así decirlo, tradicional surge, como decía al principio, el turista experiencial y creativo, más interesado por observar y participar en primera persona en los modos de vida y los ritos culturales de las comunidades que habitan los espacios visitados; eso es justamente lo que hace don Quijote en el episodio de los cabreros y lo que querría hacer en las ventas, solo que aquí se equivoca en la fase final de su operación, obligando a la concurrencia a participar en el mundo caballeresco. En cualquiera de los dos casos, don Quijote acumula experiencias culturales suficientes como para volver a su casa, hacer balance de sus hazañas y reclamar la mano de Dulcinea. Eso es lo que él cree y está convencido de ello, mientras no recupera su salud mental y deshace de un plumazo el encanto experiencial y turístico del universo manchego que su alterego loco descarriado acababa de crear para siempre.

REFERENCIAS

- Augé, M. (1993). Los “no lugares”. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad. Barcelona: Gedisa.
- Augé, M. (2013). Naturaleza, cultura y paisaje. *Revista Colombiana de Antropología*, 49-2, 223-238.
- Bajtin, M. (1989). Teoría y estética de la novela. Madrid: Taurus.
- Bordas, E. (2013). Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado. Recuperado de: <https://www.uoc.edu/dt/20219/>.

- Deleuze, G. y F. Guattari (1984). *El anti-Edipo*. Barcelona: Paidós.
- Magalotti, L. (1933). *Viaje de Cosme de Médicis por España y Portugal (1668-1669)*. Ed. de Angel Sánchez Rivero y Angelina Mariutti de Sánchez Rivero. Madrid: Centro de Estudios Históricos y Sucesores de Rivadeneyra. XXVI, 347 p. (71 estampas). Edición Digital Biblioteca Nacional de Portugal. Biblioteca Digital. Recuperado de: <https://purl.pt/12926/5/Pr.html>.
- Martinez Bonati, F. (1977). Cervantes y las regiones de la imaginación. *Dispositio*, II-1, 28-53.
- Mazarrasa, K. (2016). El turismo experiencial y creativo: el caso de Cantabria. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2-3, 195-203.
- Micó Juan, J. M. (2004). *Don Quijote en Barcelona*. Barcelona: Península/Atalaya.
- Panadero Moya, M. (2004). El espacio geográfico del *Quijote*. *Estudios Geográficos*, LXV, 256, 471-496.
- Panadero Moya, M. (2006). Elementos de geografía del *Quijote*. En F. Pillet Capdecón y J. Plaza Tabasco (coord.). *El espacio geográfico del Quijote en Castilla-La Mancha*. Cuenca: ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 185-210.
- Parra Luna, F. (coord.) (2005). *El lugar de La Mancha es... El Quijote como un sistema de distancias/ tiempos*. Madrid: Editorial Complutense.
- Rivera Mateos, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. En L. Rodríguez García y Antonio Rafael Roldán Tapia (coords.). *Relaciones culturales en la diversidad. II Jornada sobre investigación e innovación para la interculturalidad*. Córdoba: Universidad de Córdoba, 199-217.
- Sánchez Sánchez, J. (2008). El ingenioso hidalgo por los caminos de la Mancha: la imprecisión geográfica en el *Quijote*. En *Actas del VIII Congreso de caminería hispánica*. Madrid: Ministerio de Fomento, CEDEX-CEHOPU, Asociación Internacional de Caminería, s. p.
- Sánchez Sánchez, J. (2015). ¿Existe el lugar de la Mancha? O la imposibilidad del método científico para identificar la patria de don Quijote. *Cuestiones geográficas y metodológicas*. Sevilla: Punto Rojo Libros.
- Todorov, T. (1989). *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*. Paris: Seuil.