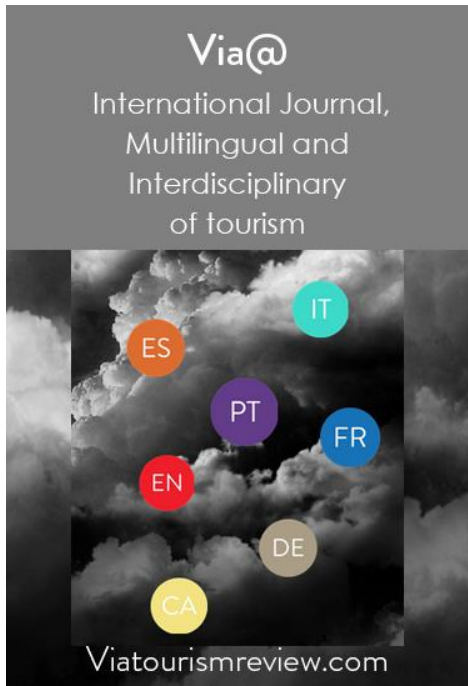


Via@ Tourism Review

Publication details, including instructions for authors: [Viatourismreview.com](http://viatourismreview.com)




To cite this article:



ARGOD, P., 2016, "La mediatización del turismo "fuera de senderos trillados" en la edición turística creativa", Via@, <http://viatourismreview.com/es/2016/10/edition-touristique-creative>

To link to this article:

<http://viatourismreview.com/es/2016/10/edition-touristique-creative/>

Languages:

 Article in Spanish

  This article can be downloaded in French (original language) and English

Via@ Tourism Review makes every effort to ensure the accuracy of all the information (the "Content") contained in the publications on our platform.

Any opinions and views expressed in this publication are the opinions and views of the authors, and are not the views of or endorsed by Via@ Tourism Review. The accuracy of the Content should not be relied upon and should be independently verified with primary sources of information. Via@ Tourism Review shall not be liable for any losses, actions, claims, proceedings, demands, costs, expenses, damages, and other liabilities whatsoever or howsoever caused arising directly or indirectly in connection with, in relation to or arising out of the use of the Content.

This article may be used for research, teaching, and private study purposes. Any substantial or systematic reproduction, redistribution, reselling, loan, sub-licensing, systematic supply, or distribution in any form to anyone is expressly forbidden.

Online publication: July 2016 @Viatourismreview.com

La mediatización del turismo “fuera de senderos trillados” en la edición turística creativa

Pascale Argod

Doctora en Ciencias de la Información y la Comunicación, MICA (Mediación, Comunicación, Información, Arte) de Bordeaux 3, PRCE (profesora certificada asignada a la enseñanza superior) en la Universidad de Burdeos 4.

Resumen

La edición turística, desde la guía turística hasta el documental o las “bellas artes”, sigue las tendencias del turismo “fuera de senderos trillados” caracterizadas por la búsqueda de la personalización y de itinerarios originales. El género editorial híbrido del cuaderno de viaje, tanto en papel como en formato blog, abarca una amplísima variedad de formatos, desde una guía hasta un libro de artista, y favorece la construcción de lugares turísticos a partir de la relación del viajero con el mundo y de las experiencias vividas por él. A través de un corpus de guías turísticas y cuadernos de viaje sobre París y Nueva York, se estudia el marketing editorial, que se centra en lo único y lo excepcional: las características de la edición creativa de cara a la comunicación de lo auténtico y lo pintoresco; los destinos y las prácticas turísticas; la diversidad de géneros editoriales con miras a la personalización del viaje. Se presenta una tipología de nueve categorías de soportes en papel y digitales que ilustran la hibridación de los géneros en la edición turística y dan paso a una gran creatividad editorial.

Palabras-claves: *hybridité de l'édition touristique, guide touristique, carnet de voyage, tourisme expérientiel et créatif, imaginaire touristique*

Introducción

Viajar lejos de senderos trillados es “salirse” del espacio del turismo de masas referenciado en las guías y las agencias en la búsqueda de lo excepcional, “lo auténtico”, la aventura. Lo importante aquí es no “seguir” los itinerarios, las rutas ya trazadas, los peregrinajes o cualquier otra forma de viaje preconcebido, preestablecido, definido, dirigido o guiado. Para el que está acostumbrado a “viajar a otros lugares”, el objetivo es diferenciar su viaje y salirse de lo habitual, con el fin de convertirse en un viajero aventurero que descubre el mundo y de disfrutar de la

libertad de vagabundear y de “existir” (fuera de uno mismo, singularidad, “ex time” [fuera del tiempo]). Aprender mediante el contacto con el Otro en una relación de proximidad exige vivir su cotidianidad, que representa, por tanto, otro lugar, así como sentir a través de los sentidos para poder relatar la experiencia vivida. La búsqueda de la autenticidad en la práctica turística, estructurada por la oposición “front stages/back stages” (escenarios/bastidores) (MacCannell, 1976) permitiría contraponer el viaje al turismo y el viajero al turista (Urbain, 1991, Christin, 2008). Contrasta en particular el viaje evocado por el artista viajero a través del cuaderno de viaje frente al propuesto por la guía turística. No obstante, la utilización de los manuales de viaje constituye precisamente el origen del turismo como viaje prescriptivo de sitios que ver o *Tours* (Bertho-Lavenir, 1999). En este sentido, durante mucho tiempo la paradoja de la edición turística ha radicado en que resalta “senderos megatrillados” –en particular mediante las guías turísticas– y favorece el turismo de masas promovido por el sector turístico, mientras que la comunicación de marketing tiende a fomentar un turismo de excepción, sensorial y sensible fuera de los circuitos y los itinerarios guiados. La edición asume así todo su valor, ya que constituye un auténtico lugar común del turismo. La mediatización del turismo “fuera de senderos trillados” derivaría así del fenómeno del “viaje de mochilero”, que se basa tanto en la expectativa de lo auténtico y lo pintoresco como de la estética y el exotismo, y generaría un turismo creativo y personalizado (Argod, 2014) que favorece la búsqueda de originalidad, individualización y experiencias por vivir, prácticas y el despertar de los sentidos, es decir, de prácticas diferentes, alternativas y distintivas. Estaría vinculada a un marketing turístico y editorial orientado hacia el descubrimiento del Otro y hacia la búsqueda iniciática del viaje que forma y enseña. Pero, ¿existe realmente la “edición turística”? ¿Y cómo se define?

En la actualidad la edición turística sigue las tendencias del turismo caracterizadas por la búsqueda de la personalización y de itinerarios originales. Dos géneros editoriales renuevan el deseo de visitar otros lugares: el cuaderno de viaje y la guía turística, que influyen en las representaciones y transmiten la idea de un turismo “fuera de senderos trillados”. ¿Cómo constituyen estos géneros la “edición turística”? ¿Qué criterios mediáticos y tipos de mediaciones representan? El cuaderno de viaje, al igual que la *guide du routard* (guía del trotamundos) en su época, intenta proponer, mediante la edición sobre otros lugares, una nueva forma de viajar, más auténtica. En efecto, los hippies que viajaron a la India introdujeron una nueva visión del turismo –aunque también del mundo y del Otro–, que inspiró la búsqueda de una nueva forma de viajar “con mochila” que el cuaderno de viaje refleja y difunde al tiempo que abre el camino hacia una forma de turismo alternativo (Butler, 1990). Parece emerger un marketing turístico y editorial orientado al descubrimiento del Otro. Además, el género editorial que surge por hibridación del cuaderno de viaje, desde el papel al blog, ofrece una enorme variedad de posibilidades distintas, desde la guía al libro de artista, que favorecen la construcción de lugares turísticos partiendo de la relación del viajero con el mundo y a través de la narración de la experiencia vivida. En estos tiempos en los que los géneros se hibridan y mezclan cada vez más, ¿dan cuenta estas innovaciones editoriales de las innovaciones turísticas? Dado que la edición del cuaderno de viaje favorece el proceso de identificación del lector, también contribuye, a través de la mediatización de imágenes, a las expectativas de un turismo de excepción o de **slow tourism** (turismo lento) (Fullagar y Markwell, 2012) o, al menos, a la oferta de **tourisme interstitiel** (turismo intersticial) (Urbain, 1991). Al ejercer la libertad de elección y de itinerario, revivir el mito del descubrimiento con

sus pinceles y sus lápices, y experimentar con innovaciones editoriales, el autor del cuaderno sería un viajero “explorador” de destinos emergentes y de novedosas prácticas editoriales. ¿Cómo logra este viajero movilizar la imagen y las artes a través de la edición y transmitir un “turismo diferente”? ¿Qué influencia tienen la hibridación y la creatividad de la edición turística en el deseo de viajar de otro modo? ¿Y cómo resaltan el turismo sensorial, sensible, auténtico y basado en experiencias?

Pretendemos explicar cómo “fuera de senderos trillados” editorial (hacer descubrir aspectos del destino a través de innovaciones editoriales) pone en valor el “fuera de senderos trillados” geográfico (hacer descubrir aspectos del destino supuestamente desconocidos hasta el momento). Asimismo, estudiaremos un corpus de guías turísticas y cuadernos de viaje sobre las dos capitales turísticas emblemáticas del turismo creativo y participativo, París y Nueva York¹ –que se desglosa en el anexo–, compuesto por más de sesenta títulos y al que añadiremos unos cincuenta títulos más sobre Europa a fin de determinar una tipología. Distinguiremos entre los dos géneros con el objetivo de determinar cómo el texto interpela al lector y qué perfil de lector construye, quizá un viajero que busca lugares desconocidos por el gran público y, por consiguiente, lejanos, atípicos, marginales o **underground**. El marketing editorial responde a este gusto por lo excepcional que presentaremos desglosado en función de tres aspectos: las características de la edición creativa de cara a la comunicación de lo auténtico, lo pintoresco y lo sensorial, los destinos y las prácticas turísticas “fuera de senderos trillados” en una edición que incita a descubrir por uno mismo y, por último, la diversidad de géneros en la edición con miras a la personalización del viaje.

Las características de la edición creativa de cara a la comunicación de lo auténtico y lo pintoresco, de un turismo sensorial y creativo

Si bien habría que acotar la edición turística, lo cierto es que transmite el conjunto de imaginarios (Gravari-Barbas, Graburn, 2012) que hacen referencia a un lugar, a las experiencias esperadas, deseadas o temidas en el lugar –así como a las prácticas a las que inducen– y a las poblaciones locales; actúa como intermediario entre el turista y su destino, de “*in-between*”, en distintos momentos de la toma de decisiones. Comunicar un viaje diferente, más auténtico (MacCannell, 1973, 1976), exige renovar el estilo de “guía de viaje” y el papel de la iconografía turística para construir la noción de “lo auténtico” (Urry, 1990). El turista es, en efecto, tan consumidor de lugares “auténticos” como de su representación en forma de imágenes (Urry, 1990). Al igual que el libro y las artes visuales dan acceso al imaginario geográfico de un territorio y al patrimonio inmaterial turístico de lo auténtico (Cravatte, 2009), la edición debe volverse “creativa” para resaltar la importancia de los sentidos y las emociones con el propósito de promover un turismo sensorial y basado en experiencias (Bourgeon-Renault, Gombault, 2014). Teniendo esto en cuenta, ¿cómo se logra resaltar la originalidad del viaje en una guía turística? ¿Qué visión del viaje transmite el cuaderno de viaje y en qué contribuye con su innovación mediática a la guía turística?

¹ no incluidas en la *Red de Ciudades Creativas* de la UNESCO, aunque sí miembros de la red *Tourism creativ Network*: <http://www.creativetourismnetwork.org/presentation/?lang=fr>

La búsqueda de la presentación editorial de la experiencia del “rehechizo”

Teniendo en cuenta que el viaje sitúa a cada turista en el centro del proceso creativo y que la obra de turismo pretende describir el espacio, no desde el punto de vista del autor, sino para el turista, es importante diferenciar “esos dispositivos narrativos en los que somos nosotros los protagonistas” entre la guía de viaje y el cuaderno de viaje, es decir “un espacio de fragmentación escrito-visual regido por un sistema de copresencia de fragmentos de espacios” según Hécate Vergopoulos². El cuaderno de viaje es también un espacio de fragmentación que asocia textos e imágenes y ofrece un espacio de creatividad al lector. Sin embargo, aunque la narración mediante imágenes tiene un papel central y sigue el itinerario del autor del cuaderno, es en realidad la experiencia del viaje del autor desde el principio al final del itinerario lo que organiza el “ferrocarril” de las páginas del cuaderno y su organización espacial. En ambos tipos de obras el espacio se construye como si nos lo mostrara el “campo de visión” de una cámara: el cuaderno de viaje a través de la composición de la imagen y los vínculos entre el texto y las imágenes, y la guía de viajes gracias a la puesta en escena mediante la escritura. Por su parte, la guía ofrece un espacio abierto al futuro: “es el espacio de la práctica, que se define como lo que siempre será virtualmente posible, ya que está siempre por venir”³. Entre los distintos tipos de cuadernos de viaje (Argod, 2014), el cuaderno de patrimonio pone de relieve lugares patrimoniales mediante paseos con vistas dibujadas a la acuarela, que reflejan la mirada del artista y a veces definen paisajes culturales⁴ (Gritti, 1967). Esta característica del álbum de imágenes o del libro de artista, a veces completamente desprovisto de texto, ofrece un espacio de lectura abierto a través de la imagen. Partiendo de un corpus de dieciocho cuadernos de viaje sobre París publicados desde 2001, hemos observado que los que son traducidos al inglés presentan el arquetipo del cuaderno de viaje en imágenes con leyendas, como los de Fabrice Moireau publicados desde 2001 o el de Charles Bilas y Benoît D'Amat publicado en 2008 por Parigramme. En 2002, dos cuadernos trajeron la propuesta de una visión más original de la capital combinada con anotaciones biográficas y opiniones personales: *Paris : carnet de métro* (París: cuaderno de metro) de Hippolyte Romain y Yann Romain y *Mes carnets de Paris* (Mis cuadernos de París) de Alain Bouldouyre y Christophe Auduraud. Posteriormente, la colección *Carrés de Paris* (Parcelas de París) de la editorial Equinoxe, publicó, entre 2003 y 2009, paseos patrimoniales por los distintos distritos de París, a saber, diez cuadernos de viaje con dibujos a la acuarela: *les gares* (las estaciones de tren), *les jardins inattendus* (los jardines inesperados), *sur les toits* (sobre los tejados), *en métro* (en metro), *les places* (las plazas), *les passages couverts* (los pasajes cubiertos) y el más sorprendente, *Carnet de Paris la nuit* (Cuaderno de París de noche) de Jean-Paul Ladril. Se hace una puesta en escena de lo inesperado y de la sorpresa

² Vergopoulos H., Flon E., 2012, “L’expérience touristique dans les guides : une subjectivité à lire, écrire et raconter” (La experiencia turística en las guías: una subjetividad que leer, escribir y contar), *Belgeo* [en línea], 3/2012. URL : <http://belgeo.revues.org/7173>

Vergopoulos H. “La création à l’œuvre dans les guides de voyage, ces dispositifs narratifs dont nous sommes les héros” (La creación en acción en las guías de viaje, esos dispositivos narrativos en los que somos nosotros los protagonistas). BIU de Montpellier (p. 5).

³ Ídem (p. 9)

⁴ según la UNESCO, ya que “paisajes culturales” es una categoría adoptada en 1992 por el Comité del Patrimonio Mundial.

para un turista, casi siempre parisino, que pretende redescubrir su entorno cotidiano, o al menos disfrutar de escapadas de fin de semana. A partir de 2005 dos cuadernos ofrecen una mirada renovada a los mismos lugares: *Voyage d'un peintre chinois à Paris* (Viaje de un pintor chino a París), de He Yifu, traducido del chino por Frédéric Wang (Ouest-France), y *Banlieue nomade : carnets de voyage autour de Paris* (Suburbio nómada: cuadernos de viaje alrededor de París) de los Carnettistes Tribulants (Alternatives).

Al contrario que en el caso del corpus sobre París, las guías sobre Nueva York ofrecen menos creatividad que los cuadernos de viaje. De hecho, todas estas guías han sido editadas en Francia y están dirigidas a francófonos que descubren Nueva York, pero conocen bien París. En el caso de Nueva York, el exotismo del destino, casi mítico, juega con el imaginario de los viajeros de los cuadernos. Por otra parte, la confrontación con el Otro y con una cultura diferente suscita una mirada ingenua y creativa. El reto de la edición de la guía turística es la prescripción de lugares turísticos y de descubrimientos en venta que deben responder a la demanda del lector turista. La guía ofrece servicios o información para el consumo: recorridos obligados siguiendo itinerarios de marketing de restaurantes, hoteles, tiendas o museos. La guía está dividida en dos partes, la localización y la oferta cultural, que, en función de la guía elegida, aparecerán asociadas a lo largo del itinerario “guiado”. Por el contrario, el cuaderno de viaje es a menudo un cuaderno de patrimonio, orientado hacia la contemplación, la imagen y el libro de gran formato, que da un tratamiento estético a los espacios patrimoniales. El cuaderno ofrece paseos y recorridos visuales y poéticos entre callejuelas, más para soñar que para descubrir, para ver a través de la mirada del artista: itinerarios experimentados por el artista al capricho de su fantasía y de la elección de espacios y vistas. Lo pintoresco (Vernex, 2004, Cauquelin, 2002) hace efectivamente referencia al lugar digno de ser pintado, en particular por los acuarelistas ingleses del siglo XVIII durante su “Grand tour”. Además, la acuarela artística se opone a la fotografía documental, ya que el dibujo recuerda el gesto, lo auténtico, lo vivido, una forma de sinceridad, “lo verdadero”, “la mano del artista”. El testimonio íntimo del artista “vuelve a hechizar” los lugares y convierte al viajero en “explorador” (Venayre, 2006), o al menos descubridor tras los pasos de otro. La dimensión emocional a través de la experiencia holística ofrece al turismo la capacidad de volver a hechizar tanto los lugares como lo vivido, idea transmitida por las guías y, sobre todo, por los cuadernos de viaje, mediante la narración autobiográfica de impresiones, sensaciones vividas, emociones e imágenes. “La figura del narrador futuro propone una experiencia de rehechizo [...]: **momentos** de una intensidad particular, un tiempo suspendido que puede vivirse plenamente” (Vergopoulos y Flon, 2012). La edición del cuaderno de viaje incita a la curiosidad y a compartir un viaje “fuera de lo común”, es decir, la experiencia única del viajero autor del cuaderno, presentada siempre por la narración como una experiencia original.

La comunicación de un viaje diferente, más auténtico y sensorial, para disfrutar de un turismo basado en experiencias y creativo

El elemento emocional que magnifica y sobrecarga el afecto es una característica de la aventura que promete la guía al viajero, convertida en una “experiencia

fundamental, más reconocida” (Rauch, 2011). Cuando el viajero parte con un cuaderno en la mano, transforma su experiencia de “lo éxtimo” (Tournier, 2002), que se convierte en recuerdo vivido, testimonio para compartir, huella íntima de uno mismo en contacto con el Otro o con el diario íntimo (Hess, 2010). El cuaderno de viaje fomenta así un viaje personalizado en el que el participante se implica y se vuelve activo gracias al enfoque creativo y, por consiguiente, atento al mundo. El viaje es considerado de este modo como un medio de aprendizaje: aprender por uno mismo y deconstruir las representaciones. Se trata de aceptar la pérdida del cuerpo a cuerpo con la tierra natal, el cambio de ambiente y de referencias en el tiempo y en el espacio, y posteriormente distanciarse de la cultura propia, máxime cuando el viajero acepta tomarse su tiempo para descubrir y apropiarse del espacio, para dialogar con los autóctonos. El turismo creativo sitúa en efecto la noción de experiencia y de aprendizaje del visitante en el corazón de su propuesta, apostando por el encuentro con la alteridad y la relación desarrollada con la cultura local mediante un enfoque activo: ya no se trata solo de ver, sino de participar (Gombault, 2014). Con un cuaderno de viaje en la mano, se instala una relación diferente con el tiempo y con el viaje: pasar largas horas en un lugar para observarlo y dibujarlo, y así experimentar un viaje “no turístico”. La colección audiovisual *Exploration Aventure : Carnets de voyage* (Exploración de aventura: cuadernos de viaje) de *Gédéon Programmes* la ilustra presentando el descubrimiento singular de un ilustrador-viajero que recorre y dibuja el mundo. Demostrar originalidad para viajar ha de ser sinónimo de novedad, singularidad e incluso rareza, con el propósito de sentirse singular y diferente frente a otros viajeros convertidos en turistas. Igualmente atraen interés los viajes con intenciones etnográficas centrados en la artesanía, la música, la ruta de los perfumes o del textil. Catherine Legrand reconstituye periplos etnográficos en su cuaderno de viaje de una diseñadora de moda *Textiles et vêtements du monde* (Textiles y prendas del mundo), mientras que Philippe Puget y Marc Legrand viajan al norte de la India *Au rythme du Raga* (A ritmo de raga). La originalidad del medio de locomoción es igualmente apreciada: por ejemplo, la colección *Itinéraire Bis : A vélo... Dans la roue du guide* (Itinerario bis: en bici... En la rueda de la guía) de la editorial Passiflore sobre las grandes ciudades europeas parece combinar el cuaderno de viaje y la guía turística. John Hirvois da cuenta de ello empleando diversas técnicas de las artes gráficas – acuarela, carboncillo, dibujo, fotografía– en dos itinerarios en bici e incluyendo referencias históricas.

En la era de lo visual, la búsqueda de la estética turística por enseñar da paso a lo no visible (por desvelar), a la sorpresa, a la emoción, a lo que la imagen no puede mostrar, pero que la experiencia del cuerpo permite sentir durante el viaje fuera de lo cotidiano. Los cuadernos de viaje audiovisuales de Sophie Massieu, *Dans tes yeux*⁵ (En tus ojos), de una periodista aventurera invidente son un ejemplo de esto: hacer y sentir. Su experiencia queda también reflejada en su cuaderno de viaje sonoro titulado *Dans mes yeux*⁶ (En mis ojos), que constituye un mapa sensorial en línea. En el preámbulo de cada episodio filmado con cámaras de fotos, Sophie Massieu explica: “no puedo ver, de modo que debo abrazar el mundo, sentirlo, tocarlo. Y, sobre todo,

⁵ Serie documental difundida en el canal Arte en 2012: http://download.pro.arte.tv/uploads/Dans-tes-yeux_DDP.pdf

⁶ Para revivir su experiencia del viaje, visitar en el sitio web de Arte TV: <http://dans-tes-yeux.arte.tv/fr>

voy a compartir con vosotros mis encuentros para que lo descubráis de forma diferente, mirándolo a través de los ojos de otras personas”. La serie pretende transcribir la percepción sonora, así como táctil y olfativa de los países que visita, desde la perspectiva del contacto humano y del sentir de la periodista. El descubrimiento sensorial es la forma de experiencia “fuera de senderos trillados” que propone el sitio web *Explore BOGOTÁ through the 5 senses*⁷ (Explorar BOGOTÁ con los 5 sentidos) para descubrir Bogotá y promover el turismo creativo. De este modo, el término “viaje”, en árabe “safar”, del que derivaron los “safaris” fotográficos o de caza en África, parece evocar en la actualidad la revelación de otro mundo, diferente, inusual y fuera de lo habitual, a través de todos los sentidos y de las sensaciones de lo vivido. Se resalta la experiencia vivida original, especialmente si logra confundir nuestros sentidos y representaciones, o incluso nuestra percepción del mundo físico y mental (“dark tourism” [turismo oscuro]).

Artes visuales, imaginario geográfico y patrimonio inmaterial turístico (Clergeau, Spindler, 2014, Graburn, Gravari-Barbas, 2012 y 2016) centrados en lo pintoresco y lo sensorial

Algunos pintores que marcaron la pintura y el arte del paisaje también suscitaron la atracción de los viajeros por el descubrimiento de lugares. Es el caso de la región del Mediodía francés (*Midi*), que, de Braque a Picasso, de Signac a Matisse, de Bonnard a De Staël, inspiró a un gran número de pintores⁸ en la búsqueda de la luz y contribuyó al entusiasmo turístico por el litoral mediterráneo, en particular por la Costa Azul⁹; estos artistas contribuyeron a la construcción de un patrimonio inmaterial y de paisajes culturales. Solange Louvet y Arnaud d'Aunay iniciaron la vía del cuaderno de patrimonio con sus acuarelas sobre las *Escalles d'artistes de Dieppe à Saint-Valery-En-Caux* (Escalas de artistas de Dieppe a Saint-Valery-En-Caux) (Gallimard). Los pintores de la Marina resaltan regiones menos turísticas como Dieppe o la península de Crozon a través de sus grandes obras publicadas por la editorial Equateurs en 2006. Por otra parte, en 2011, Philippe Gloaguen propone una guía del trotamundos para descubrir la Bretaña a través de cuadros de grandes maestros, *La Bretagne et ses peintres* (La Bretaña y sus pintores), así como un cuaderno de viaje con acuarelas *Au fil des côtes de Bretagne* (Siguiendo las costas de Bretaña) (Locus Solus, 2013). Los lazos entre el cuaderno de viaje y la guía parecen hacerse, por tanto, cada vez más firmes. La edición turística resalta la autenticidad y la experiencia mediante el testimonio del viajero y contribuye a mediatizar el patrimonio inmaterial turístico (Clergeau y Spindler, 2014) a través de una autenticidad “icónica” (Culler, 1981). Pero la cuestión de la autenticidad se presenta de forma diferente en el cuaderno de viaje y en la guía: en el primero la autenticidad mediante la prueba del viaje y en el segundo como programa de acción. Por un lado, la vocación del cuaderno de viaje consiste en dar cuenta de un viaje ya realizado por una subjetividad. Podrá ser transformado, por el futuro turista, cuando este siga sus huellas y lo reproduzca, pero no es esa su

⁷ <http://5bogota.com/>

⁸ *Le grand atelier du Midi* (El gran taller del Mediodía francés): exposición en Marsella y en Aix-En-Provence de junio a agosto de 2013.

⁹ *La Côte bleue vue par les peintres : de l'Estaque à l'étang de Berre* (La Costa Azul vista por los pintores: desde Estaque hasta el estanque de Berre). Claude Darras. Gaussen, 2012.

vocación inicial. Es un testimonio convertido en narración. La guía, por el contrario, está orientada a la efectuación del relato por la subjetividad futura, que es el turista, y es por tanto un documento para una acción futura. Viajar con un cuaderno en la mano o viajar con una guía ofrecen las miradas de dos turistas diferentes, uno de ellos libre y atento al mundo en un proceso creativo, el otro predictivo y verificador de datos en un proceso de reproducción, es decir, “siguiendo los pasos de la guía”. Ambos enfoques juegan con los imaginarios turísticos, como dice Roland Barthes de la *Guide Bleu*¹⁰ (Guía azul), que nos hace creer que las cosas son evidentes, que la naturaleza reemplaza a la historia y las esencias a las existencias.

Los destinos y las prácticas turísticas “fuera de senderos trillados” en una edición que incita a descubrir por uno mismo

Los dos géneros editoriales –la guía y el cuaderno de viaje– proponen nuevos destinos cercanos o lejanos y prácticas turísticas “fuera de senderos trillados”, aunque ha aumentado la atención dedicada a las estancias cortas y se ha producido una caída de este tipo de edición de más del 10 % en 2014¹¹. Los dos primeros títulos que aparecen en la edición francófona con esta calificación datan de 1983: *Globe-trotter perdu sur terre : douze destinations hors des sentiers battus* (Trotamundos perdido en la Tierra: doce destinos fuera de senderos trillados) de Jodrino Huot (editor Bertrand Dumont) fue publicado en la evocadora colección “calepins des aventuriers” (cuadernillos de aventureros), y *La Chine hors des sentiers battus* (China fuera de senderos trillados) de Schwartz (Olizane) era un destino aún cerrado al turismo. El inicio del género editorial del cuaderno de viaje, que emergió durante los años 80, anuncia un tipo de viaje diferente, mochilero, creativo, hacia destinos desconocidos. El cuaderno de viaje, “fuera de senderos trillados” en la visión del viaje que transmite, así como en la edición y en la mediación turística, abre nuevas vías aún por explorar. El “fuera de senderos trillados” geográfico para descubrir un destino supuestamente desconocido precisa un “fuera de senderos trillados” editorial, es decir, innovaciones editoriales que puedan avivar la curiosidad del viajero, ya que el primer viaje se sueña. ¿Por qué y en qué ofrece el cuaderno de viaje una mirada diferente hacia el viaje y el turismo que incita mediante la edición? ¿Qué valores otorga al viaje y por qué el marketing turístico se inspira en él? ¿Qué experiencia de viaje transmite pues el cuaderno de viaje?

Desde “viajar de mochilero” y la experiencia del viaje a los orígenes del cuaderno de viaje

El turismo al estilo “mochilero” fue impulsado por la edición y mediatizado por algunas guías pioneras como **Europe on five dollars a day (Europa por 5 dólares**

¹⁰ *Le Guide bleu, Mythologies* (La guía azul. Mitologías). Roland Barthes. París: Points Seuil, 1957, p. 121-125.

“Le Guide de voyage, parfait indicateur de l'évolution éditoriale ?” (La guía de viaje, ¿perfecto indicador de la evolución editorial?) Axel Gryspeerdt, en *Guide des médias* (Guía de los medios de comunicación), Suplemento 19, 2014 pp. 15-39.

¹¹ Véanse las cifras extraídas de los suplementos *Tourisme & voyages* (Turismo y viajes) de *Livre hebdo* sobre el turismo, n° 1032 de 2015 y n°1077 de 2016.

al día) de Arthur Frommer en Estados Unidos, en la que se inspiraría Philippe Gloaguen para su primera “guía del trotamundos” a “les Zindes” (grafía humorística de las Indias en francés) desde Teherán a Katmandú, como resultado de la publicación de sus notas de viaje sobre las escalas más baratas por el editor Gedalge en 1973, y que provocó un gran entusiasmo por la mítica ruta en autoestop y en alojamientos modestos. Siguiendo el espíritu de los hippies, el mochilero representa también la libertad de viajar, de improvisar según las apetencias y de los encuentros, y abre camino a una visión diferente del turismo, aunque también del mundo y del Otro: la búsqueda de una nueva forma de viajar “con mochila”, aventurera, iniciática y original; resumiendo, un viaje más auténtico fuera de senderos trillados y de circuitos organizados que preconizan también los artistas viajeros con su cuaderno de viaje en la mano o su blog, para dejar testimonio del descubrimiento del mundo por sí mismos, vivido de muy cerca del Otro. Se puede así comparar al autor de cuadernos con el mochilero (Courant, 2013), comparten el estilo y el deseo de viajar, el legado histórico de la ruta de las Indias, así como la búsqueda de “lo éxtimo” (Tournier, 2002), incluso el aprendizaje a través de la experiencia. El cuaderno de viaje se define por sus aspectos de intermedialidad¹² como “el relato autobiográfico ilustrado de un viaje en el que la imagen tiene un papel central, incluso predominante, frente a lo escrito” (Argod, 2009). Favorece la construcción de lugares turísticos, ya que mediatiza la relación del viajero con el mundo o la experiencia vivida y fomenta el proceso de identificación del lector.

La mediatización del viaje “fuera de lo habitual”: del viajero al turista y del autor de cuadernos “explorador”

El “desenmascarar los efectos perversos de un turismo consumista y gregario y restablecer el vínculo de otra manera con la aventura, la evasión y la creatividad” (Christin, 2008), especialmente en la ruta de la seda, relanzó el mito del encuentro pacífico de Occidente con Oriente a través de intercambios culturales y comerciales. Ya en 1999 Yers Keller transcribe su viaje, *D’Istanbul à Samarkand* (De Estambul a Samarcanda), en la colección *Peintres voyageurs* (Pintores viajeros) de la editorial Asa. Como consecuencia de ello, la ruta de la seda se convierte en el objetivo del viaje fuera de lo habitual por el medio de transporte y por el número de kilómetros recorridos, así como por la forma de su expresión editorial: Priscilla Telmon y Sylvain Tesson recorren Asia Central a caballo en *Carnets de steppes* (Cuadernos de estepas), Laurent Granier y Philippe Lansac relatan, de forma sonora, su *Carnet de route Paris-Tokyo* (Cuaderno de la ruta París-Tokio), Bernard Ollivier y François Dermaut, su caminata desde Estambul a Xi’an en *Carnets d’une longue marche* (Cuadernos de una larga caminata), Arthur R. David, su viaje en bicicleta de montaña de Cartago a Dunhuang en *Carnet d’une route de la soie ou l’invitation aux voyages* (Cuaderno de una ruta de la seda o invitación a viajar) y Pierre Robin, los *Chemins d’un cyclopede sur la route de la soie* (Caminos de un *ciclopede* en la ruta de la seda). Aunque serán Claire y Reno Marca

¹² Investigaciones en ciencias de la información y de la comunicación del CRI, *Centre recherches sur l’intermedialité* (Centro de investigación sobre la intermedialidad), de Montréal en referencia a E. J. Müller, aplicadas al objeto “cuaderno de viaje” en mi tesis de doctorado.

quienes encarnen el punto culminante del viaje mochilero fuera de lo habitual y sin fronteras en *Trois ans de voyage : 25 pays par voie terrestre, en histoires et en images* (Tres años de viaje: 25 países por vía terrestre, en historias e imágenes). Otros eligen destinos poco favorables para el turismo en el momento de la estancia: Sophie Ladame fue a Laos en 2003, Elsie Herberstein a Argelia en 2004, Philippe Bichon a Irán y Bruno Pilorget a Palestina en 2008, Stéphanie Ledoux a Birmania en 2010, el trotamundos Troub's a Borneo, Ciudad Juárez y Turkmenistán.

La guía turística para avivar la curiosidad: lo insólito y lo original

Las guías turísticas han sabido avivar la curiosidad de los turistas por destinos fuera de senderos trillados y algunas editoriales fueron pioneras en lograrlo: la editorial Marcus por Cuba, Yemen y Colombia o la Lonely Planet por Argelia, Israel y los territorios palestinos. Algunas colecciones de diseño original se han centrado en la tendencia de las excursiones de un día, como *Evasion en ville* (Evasión en la ciudad) o *Evasion en France* (Evasión en Francia) de Hachette, *Géoguide* (Geoguía) y *Spiral* (Espiral) de Gallimard, mientras que otras han lanzado la guía ilustrada de itinerario artístico inspirada en el cuaderno de viaje, como el paseo del cinéfilo en *New York itinéraires* (Nueva York. Itinerarios) de Lonely Planet y de Casterman. En la contraportada de la cuarta edición de esta última guía se insiste en la sorpresa del lector viajero exhortándole de múltiples formas al descubrimiento: “como no se ha visto nunca”, “una cara de la ciudad totalmente nueva”, “acercarse a barrios todavía desconocidos”, “en toda la diversidad poética y humana de la Gran Manzana, lejos de los tópicos”. El corpus estudiado sobre el descubrimiento de la capital “fuera de senderos trillados” corresponde a veintidós títulos publicados a lo largo de dos años, entre 2009 y 2013, con el objetivo de poner de relieve una forma de turismo urbano, “la práctica del turismo off” (Gravari-Barbas, Delaplace, 2015). En este sentido, en las guías turísticas sobre París se resaltan ya desde 2009 los lugares y pasatiempos insólitos¹³ o desconocidos aún por descubrir, el “turismo off”: *Le Paris secret des stars de la télé* (El París secreto de las estrellas de televisión) (Hachette Tourisme), *My little Paris : le Paris secret des parisiennes* (Mi pequeño París: el París secreto de los parisinos) (Chêne), *Paris underground* (París underground), *Paris fait son cinéma* (París monta una escena) y *Paris secret et insolite* (París secreto e insólito) (Parigramme). Esta editorial¹⁴ pretende sorprender a los amantes de las curiosidades del “otro París”: *Paris à vos pieds : surprises et découvertes à fleur de pavé* (París a sus pies: sorpresas y descubrimientos a flor de adoquín), *Plaisirs démodés de Paris : boutiques à l'ancienne, bistrots d'hier, bals rétro, artisans d'antan... : le charme retrouvé de Paname* (Placeres anticuados de París: tiendas a la antigua usanza, tascas de ayer, bailes retro... el encanto recuperado de Paname [nombre de París en argot]), *Paris off : boutiques barrées, scènes underground, art décalé, nuits déjantées, sociétés secrètes, explorations insolites : le guide de l'autre Paris* (París off: tiendas ocultas, escenas underground, arte desfasado, noches locas, sociedades secretas,

¹³ 31 títulos publicados por Parigramme contienen el término “insólito” y 18 el término “secreto”.

¹⁴ Especializada en París: véanse sus colecciones de agendas de direcciones en <http://www.parigramme.com/>

exploraciones insólitas: la guía del otro París). Se desarrollan tres puntos de vista atípicos: los juegos y los pasatiempos, el medio de locomoción y la perspectiva intercultural. Hachette Tourisme propone juegos de pistas y guías con juegos y enigmas “para redescubrir París divirtiéndose”, mientras que Parigramme se dedica al turismo creativo con los *Cours et ateliers d'art à Paris 2013* (Cursos y talleres de arte en París 2013) y al enfoque intercultural con *Paris oriental* (París oriental) y *Guide du Japon à Paris* (Guía de Japón en París). Por otra parte, se desarrollan otros puntos de vista que pretenden descubrir la capital en su diversidad cultural: el editor Tarride ha publicado desde 2014 tres guías que presentan personajes y lugares parisinos vinculados a otros países, como *Paris américain* (París americano), *Paris britannique* (París británico) y *Paris russe* (París ruso). Desarticular los lugares comunes para abrirse paso hasta la cultura del país es una característica propia del cuaderno de viaje que explicita la vida cotidiana narrando el espacio vivido y la inmersión cultural. Además, las editoriales de guías buscan la contribución de los expatriados franceses en el extranjero: más que su testimonio, lo que interesa a la edición del turismo es su agenda de direcciones y su desciframiento cultural, cuyo mejor ejemplo se puede ver en la colección *Guides capital(es)* (Guías capitales) lanzada por la editorial Éditions Nomades en 2011 (*Brooklyn l'essentiel* [Brooklyn esencial] a través de la mirada de neoyorkinas de adopción). La colección *Secrets de...* [Secretos de...] de la editorial Prat se unió a esta tendencia a partir de 2012, con diez títulos publicados hasta la fecha, algunos de ellos ilustrados por Lise Herzog¹⁵ como *Paris, secrets de Parisiens* (París, secretos de parisinos) y *New York : secrets des New yorkais* (Nueva York, secretos de neoyorkinos). Las colecciones de guías “secretas” insisten en la revelación del descubrimiento, a veces en lo legendario (Vergoloupos, 2010), y en la exclusividad de la información: desde 2009 *Les guides écrits par les habitants* (Las guías escritas por los habitantes) de la editorial Jonglez, y desde 2010 Gallimard propone *Paris secret : carrières et catacombes, jardins insolites, cimetières et cryptes, passages couverts et musées méconnus* (París secreto, canteras y catacumbas, jardines insólitos, cementerios y criptas, pasajes y museos desconocidos) y Ouest France lanza su *Guide secret* (Guía secreta) sobre catorce regiones y ciudades. La experiencia turística tanto en las guías como en los cuadernos revela tres modalidades de construcción del territorio turístico: “poner en valor la subjetividad de los autores y la de los turistas proponiéndoles que participen en la mediación, la idea de experiencia entendida como momento *extra-ordinario* para vivirlo y contarlo”¹⁶.

¹⁵ Artista que también realiza cuadernos: <http://liseherzog.ultra-book.com/carnets-p49337>

¹⁶ “L’expérience touristique dans les guides : une subjectivité à lire, écrire et raconter” (La experiencia turística en las guías: una subjetividad que leer, escribir y contar), Hecate Vergopoulos, Flon Emilie, *Belgeo* [en línea], 3/2012. URL : <http://belgeo.revues.org/7173>

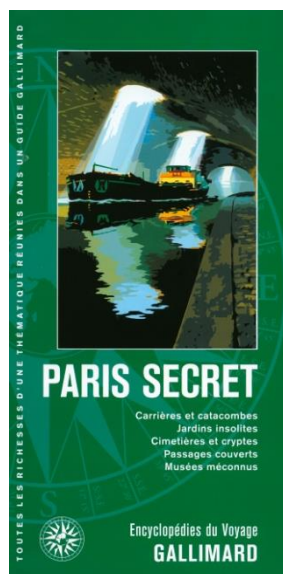


Figura 1. *Paris secret (París secreto)*

Martine Angelergue, Sylvie Aubenas, Armelle Bernard-Sylvestre et al. Ilustradores Frédéric Bony, Claire Felloni, Jean Chevallier et al. Gallimard Loisirs, 2015.

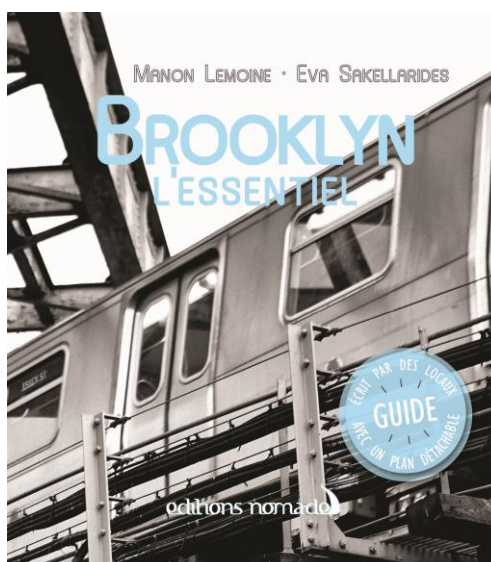


Figure 2. *Brooklyn : l'essentiel (Brooklyn esencial)*

Eva Sakellarides, Manon Lemoine. Editions Nomades, 2016 (Guides Capitales).

En resumen, los dos géneros editoriales –la guía y el cuaderno de viaje– proponen nuevos destinos cercanos o lejanos y prácticas turísticas “fuera de senderos trillados”. Esta visión geográfica fuera de lo habitual precisa nuevas vías editoriales aún por explorar, más creativas, personalizadas y auténticas para poder contribuir a rehechizar al mundo, “una suspensión de la incredulidad (Winkin, 2001, 1996) provocada por el deseo de ‘dejar que nos cuenten’, el deseo de entrar en una nueva interpretación de la realidad que pueda eventualmente incluir una dimensión de ficción”.¹⁷

¹⁷ Ídem.

La diversidad de géneros en la edición con miras a la personalización del viaje y del descubrimiento del Otro

La edición turística se desglosa en toda una paleta de géneros, desde la guía turística al libro de gran formato, pasando por el documental y el libro de arte, con el objetivo de poner en valor un destino. Desde 2000 se han editado o reeditado más de 420 guías sobre Nueva York y su región, de las cuales 243 hacen estrictamente referencia a la “Gran manzana”, frente a más de 1600 guías sobre París y su región desde ese mismo año 2000¹⁸. La edición de libros de gran formato también contribuye a la comunicación turística: se han publicado 250 libros de gran formato sobre Nueva York desde 2000, entre los que cuentan 120 libros de arte, 110 álbumes de fotografías y 20 cuadernos de viaje. En ese mismo periodo, se contabilizan¹⁹ 1500 libros de gran formato sobre París, desglosados en 1060 libros de arte, 420 álbumes de fotografías y una veintena de cuadernos de viaje. A partir de este corpus, hemos podido estudiar la variedad editorial de la que pueden nutrirse la comunicación turística y sus formas. Entre dichas formas, el cuaderno de viaje sirve de inspiración a la guía turística y da testimonio de un viaje original y único. Se trata de mediatizar una personalización del viaje preconizada por los profesionales del turismo. Asimismo, la hibridación y la creatividad de la edición turística responden a esta voluntad y permiten esbozar una tipología de edición creativa que se basa en “una voluntad de puesta en valor de la auctorialidad de los actores del turismo, [...] una palabra testimonial en el momento de la mediación o en el periodo posterior al viaje”²⁰.

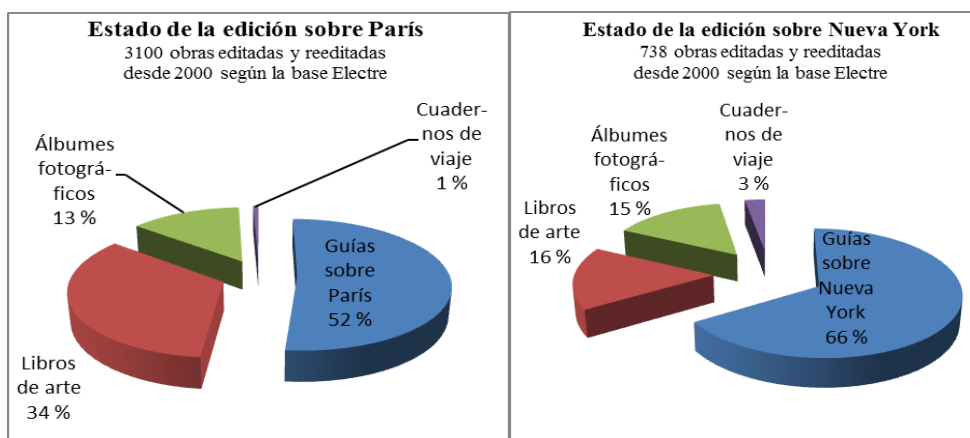


Figura 3. Comparación nominal del estado de la edición turística entre dos capitales (París y Nueva York)

Fuente: ELECTRE; elaboración : Pascale Argod, 2015.

¹⁸ Cifras obtenidas de la base Electre entre el 1 de enero de 2000 y el 31 de diciembre de 2014 (algunas guías pendientes de publicación).

¹⁹ Ídem.

²⁰ Ídem.

Una paleta de géneros editoriales sobre el turismo urbano y cultural

Entre los veintidós títulos ilustrados y álbumes que ofrecen una visión original o artística de Nueva York, debemos precisar que dos ilustres dibujantes estadounidenses que participaron en los orígenes de la “Graphic Novel”²¹ (novela gráfica) elaboraron un testimonio transcrito de la vida cotidiana para conservar la memoria colectiva de la ciudad: Robert Crumb ya en 1964 y Will Eisner desde 1981. Este estilo de “cuaderno de viaje” de proximidad y de lo cotidiano, siguiendo sus paseos sin rumbo por la ciudad estadounidense, recuerda el estilo de Philippe Dupuy y Charles Berberian en *Carnets de New York* (Cuadernos de Nueva York) (Cornélius). Al estilo de los dibujos a la acuarela del “cuaderno de viaje tradicional” de *New York aquarelles* (Acuarelas de Nueva York) de Jérôme Charyn y Fabrice Moireau, resurge el cuaderno de reportaje con la publicación de *Les carnets d'un New Yorkais : une chronique illustrée de trois décennies à New York* (Diario de Nueva York) de Peter Kuper en 2012. La práctica creativa del reportaje en dibujos sobre la temática de los espacios urbanos ha sido empleada también por el grupo *Urban Sketchers* (Dibujantes urbanos) de origen estadounidense (Campanario, 2012). La guía turística se inspira en esta tendencia del “cuaderno de viaje”: Miles Hyman incorpora ilustraciones dibujadas y referencias al cómic en *New York itinéraires* (Nueva York. Itinerarios) de Vincent Réa con el propósito de ofrecer “una cara de la ciudad totalmente nueva [...] para salir de los caminos trillados”²² y presentar la creatividad de la Gran Manzana “en la pantalla, el arte, el espíritu, a lo babel; verde y ecológica”. El arte fotográfico aborda igualmente la estética de los lugares y el imaginario turístico en los cuadernos de viaje de pintores como Tony Soulié, que combina técnicas mixtas –la fotografía retocada a través de la pintura–, en *New York 11206* (Nueva York 11206), Pascal Delannoy y Jean-Luc Grzeskowiak sobre el Street Art (arte callejero) en *New York : Street Art* (Nueva York: arte callejero) o CharElie Couture con sus planos y panorámicas originales, al igual que Alex S. Maclean en sus vistas de *Espaces cachés à ciel ouvert : sur les toits de New York* (Espacios ocultos a cielo abierto: los tejados de Nueva York). La empresa Louis Vuitton consagró el género al lanzar en 2013 la colección *Travel Book* (Libro de viajes) con artistas de renombre, en la que se combina la obra de arte con la guía turística a efectos de marketing.

Guías turísticas inspiradas por el cuaderno de viaje: un nicho editorial “fuera de senderos trillados”

El cuaderno de viaje revive el periplo, la búsqueda y la mirada del viajero en el país visitado a través de una combinación de texto e imágenes o de una expresión personal que yuxtapone creaciones artísticas y documentos auténticos recopilados sobre el terreno como recuerdos o pruebas del viaje. Las emociones y las expresiones

²¹ Véase la parte 1 y la subsección titulada *Des paralittératures aux « littératures dessinées » ou graphiques* (Desde las paraliteraturas a las “literaturas dibujadas” o gráficas) de la tesis de doctorado de Pascale Argod 2009.

²² Según la contraportada de la cuarta edición de la guía publicada en 2010 por Casterman, renombrada editorial de tebeos.

sentidas pertenecen a la obra autobiográfica encarnada en el cuaderno de viaje. Asimismo, el cuaderno de viaje aporta la prueba de lo vivido, demuestra la presencia de la mano y, por tanto, del cuerpo. Los bocetos constituyen la huella atemporal y el sello de autenticidad del reportaje buscados por el marketing turístico. El cuaderno de viaje, aunando los enfoques reflexivo, personal e íntimo, es el relato pictórico del descubrimiento que pone de manifiesto la confrontación se produce en el artista entre lo que mira y lo que ve, entre lo que percibe y lo que aprehende, entre lo que siente y lo que expresa. Esta personalización del relato de lo vivido se transfiere al lector como en una construcción en abismo del lector-viajero ávido de aventuras. La bivalencia entre autobiografía y reportaje, entre producción artística y documental es lo que le aporta su fuerza comunicativa. El cuaderno de viaje se debate entre la búsqueda artística y el deseo editorial de calcar lo real, para lograr que se vea, lograr difundir la información y hacer didáctica o vulgarizar el otro lugar (Argod, 2011). Es al mismo tiempo una producción documental y una obra de arte (Argod, 2014). Los autores de los cuadernos han inspirado a los editores para el diseño de sus guías y a los organismos culturales en sus folletos de comunicación turística. La colección *Autour de* (Alrededor de) editada por Ouest-France combina un autor y un pintor que cruzan sus miradas en Perros-Guirec: se trata de un itinerario siguiendo un medio de locomoción en el que la pintura, a través de setenta cuadros al acrílico, se asocia a un contenido informativo con consejos prácticos similares a los ofrecidos por una guía turística. La editorial Lonely Planet se interesa por lugares de rodaje en *Destination* (Destino) y por los retratos de ciudades (*En bonne Compagnie* [En buena compañía]) a través de citas de personalidades célebres. Por otra parte, dos colecciones mezclan los géneros de guía y cuaderno de viaje: *Les Balades de Corto Maltese* (Los paseos de Corto Maltese) de Hugo Pratt, Jacques Ferrandez y Michel Pierre y las *City guides* (Guías urbanas) de la editorial Ouest-France. Agencias de viaje especializadas como *Atalante* y *Orients sur les Routes de la Soie* ponen en valor desde 2007 sus viajes (a Yemen, a Uzbekistán y a China) a través de un taller de práctica artística animado por un artista. La editorial Editions Nomades ha permitido a los autores de cuadernos evolucionar hacia la guía de viaje: colección *Itinéraires de voyageurs* (Itinerarios de viajeros); este pequeño formato sobre Japón de Yann Breton y Masako Tokuda ofrece una compleja maquetación de imágenes gráficas y textos: los recuadros con datos culturales y documentales y las páginas sobre la “vida cotidiana” de las páginas 128 a la 139 nos recuerdan a la guía. En cuanto a *Portugal* (Portugal), las autoras Julie Sarperi y Laure Fissore la convirtieron en una guía “puzle”.

La hibridación y la creatividad de la edición turística intermediática (del papel a la web)

La inspiración del cuaderno de viaje dio lugar en 2009 a las guías tituladas *Paris La capitale redessinée en BD* (París. La capital redibujada en tebeo) de Thibaut Vandorselaer (editorial Signe) y *Bistrots & cafés de Paris* (Tascas y cafeterías de París) de France Dumas (editorial Autrement), así como a una tipología de hibridación y de creatividad a través de combinaciones múltiples entre la guía, el cuaderno de viaje y el libro de artista. Sin contar los cuadernos de excursiones y paseos o topoguías y las guías para jóvenes, podemos distinguir entre nueve formas de producción híbridas basadas en la imagen.

1. Se crea “la guía turística ilustrada” con acuarelas, en concreto con *Armoriques : balades de Corto Maltese en Bretagne* (Armoriques : paseos de Corto Maltese en Bretaña) de Jacques Ferrandez y Michel Pierre en 2003, que inspira en 2010 dos colecciones: *Itinéraires* (Itinerarios) de la editorial Casterman y *City guides illustrés* (Guías urbanas ilustradas) de la editorial Ouest-France.

2. El “itinerario en acuarelas” aparece en la edición en 2008 con el cuaderno *4 balades en Mauritanie* (4 paseos en Mauritania) de la autora de cuadernos de viaje Bénédicte Némo, que desarrolla la colección *Dans la roue du guide* (En la rueda del guía) de la editorial Passiflore.

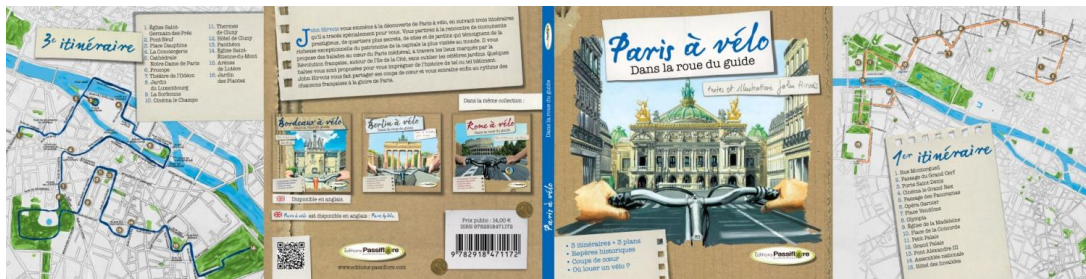


Figura 4. Paris à vélo: dans les roues du guide (París en bicicleta: en las ruedas del guía).

John Hirvois, éditions Passiflore, 2013 (coll. Itinéraire Bis).

3. “La guía turística de un artista” que propone la editorial Éditions Nomades.

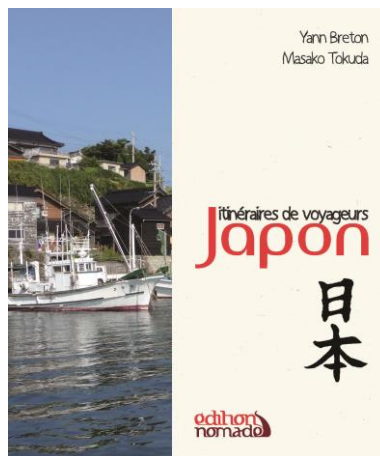


Figura 5. Japon (Japón).

Yann Breton et Masako Tokuda, éditions Nomades, 2012 (Itinéraires de voyageurs)

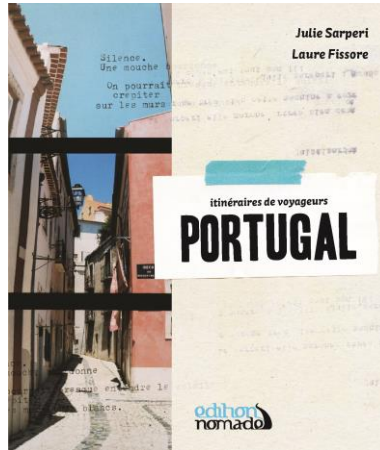


Figura 6. *Portugal (Portugal)*.

Textos, fotografías y maquetación de Julie Sarperi, dibujos de Laure Fissore. Editions Nomades, 2012. (Itinéraires de voyageurs [Itinerarios de viajeros]).

4. La versión “libro de artista sobre espacios patrimoniales” da lugar a formas originales híbridas en las que la imagen tiene un papel central. El artista sublima el destino, que se convierte en el objeto de una investigación plástica de artistas pintores de renombre: las colecciones *Travel book* (Libro de viaje) de Louis Vuitton y *Petit pop-up panoramique* (Pequeño desplegable panorámico) de Casterman ilustrado por Sarah McMenemy.

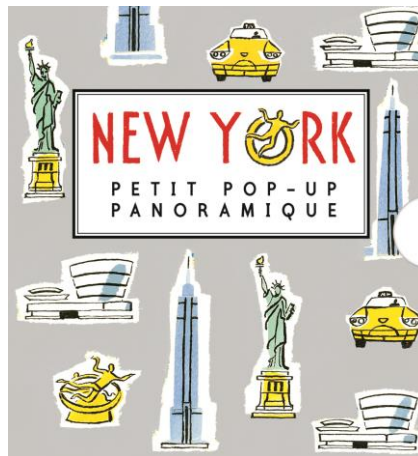


Figura 7. *New York : petit pop-up panoramique (Nueva York: pequeño desplegable panorámico)*

Ilustraciones de Sarah McMenemy. Copyright © Casterman, 2012.

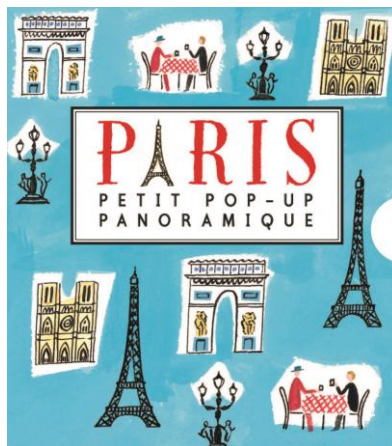


Figura 8. Paris : petit pop-up panoramique (París: pequeño desplegable panorámico)

Ilustraciones de Sarah McMenemy. Copyright © Casterman, 2012.

5. Los mapas-guías, como la colección lanzada en 2015 por Gallimard Loisirs *Cartoville Gallimard* (Cartoville Gallimard).



Figura 9. New York en famille.

Charlotte Pavard, Christine Barrely, Victoria Jonathan et al. Gallimard Loisirs, 2016 (Cartoville en famille).

6. Los juegos de pistas sobre el patrimonio como los propuestos en 2006 por Jean Richard Matouk con la editorial Hachette Tourisme.

7. La forma del “cuaderno de viaje” también puede aplicarse a los folletos turísticos: *Gironde carnets de voyages cyclo* (Gironde, cuadernos de viajes en bici), *Gironde carnets de voyage rando* (Gironde, cuadernos de viajes de senderismo), *Carnets de voyages Destination Gironde* (Cuadernos de viajes con destino Gironde) editados por el Consejo General de Gironde. Un “manga-cuaderno de viaje-guía turística” sobre la ciudad japonesa de

hermanamiento cultural: *En décalage : un guide amoureux de Fukuoka*²³ (Con desfase: una guía amorosa de Fukuoka) de Vincent Lefrançois y Kazuhisa Shiihara.

8. En línea, el mundo digital ofrece una amplia variedad de narraciones de viaje para el intercambio y la realización colaborativa: desde el sitio web al blog²⁴ de viaje y desde las aplicaciones a las plataformas de viaje... (*Wipolo, LiveTrekker, Michelin Travel*). El cuaderno de viaje digital *Carnets de traverses, blog de voyage et de photographie*²⁵ [Cuadernos de travesías, blog de viaje y de fotografía] de Julie Sarperi tiene un influyente impacto turístico.

9. El cuaderno de viaje sonoro²⁶ y audiovisual (Argod, 2010).

Conclusión

Partiendo de un corpus seleccionado de guías turísticas y cuadernos de viaje con un total de 150 títulos (una veintena de ellos en formato digital) –la mitad de ellos sobre las dos capitales turísticas París y Nueva York–, hemos diferenciado los dos géneros para determinar cuál de ellos permite al lector proyectarse como viajero que parte hacia descubrimientos únicos y originales. La edición turística participa en la mediatización del gusto por vivir experiencias únicas y excepcionales, en particular incitando a descubrir por uno mismo los destinos y poniendo de relieve prácticas turísticas “fuera de senderos trillados” heredadas de los “mochileros”. A través de este género editorial del cuaderno de viaje, que constituye al mismo tiempo patrimonio y objeto de estudio²⁷ (Argod, 2011), el autor del cuaderno se convierte en un viajero “explorador” que predice destinos fuera de senderos trillados y prácticas alternativas. A través del cuaderno de viaje, el lector sueña su viaje, que desea que sea auténtico, personalizado y creativo, mientras que, a través de la guía turística, el viajero-turista se convierte en un paseante curioso y ávido de lo insólito. Las características de la edición creativa se basan en la búsqueda de lo auténtico y lo pintoresco a través de la maquetación editorial y la iconografía, la comunicación de un viaje diferente, las artes visuales, el imaginario geográfico y el patrimonio inmaterial turístico. La diversificación de los géneros en la edición está al servicio de la personalización del viaje, del descubrimiento del Otro, de la plenitud personal y quizá también de la promoción de un turismo sensorial y creativo, ya que algunas guías turísticas se inspiran en el cuaderno de viaje que se ha convertido en un nicho editorial “fuera de senderos trillados”. La hibridación y la creatividad de la edición turística siguen las tendencias del turismo y ponen de relieve los itinerarios por explorar. La tipología de ocho categorías de producción turística híbridas demuestra la originalidad desplegada por los editores para ampliar los horizontes del

²³ <http://carnetdecale.canalblog.com/archives/2012/04/10/24105496.html>

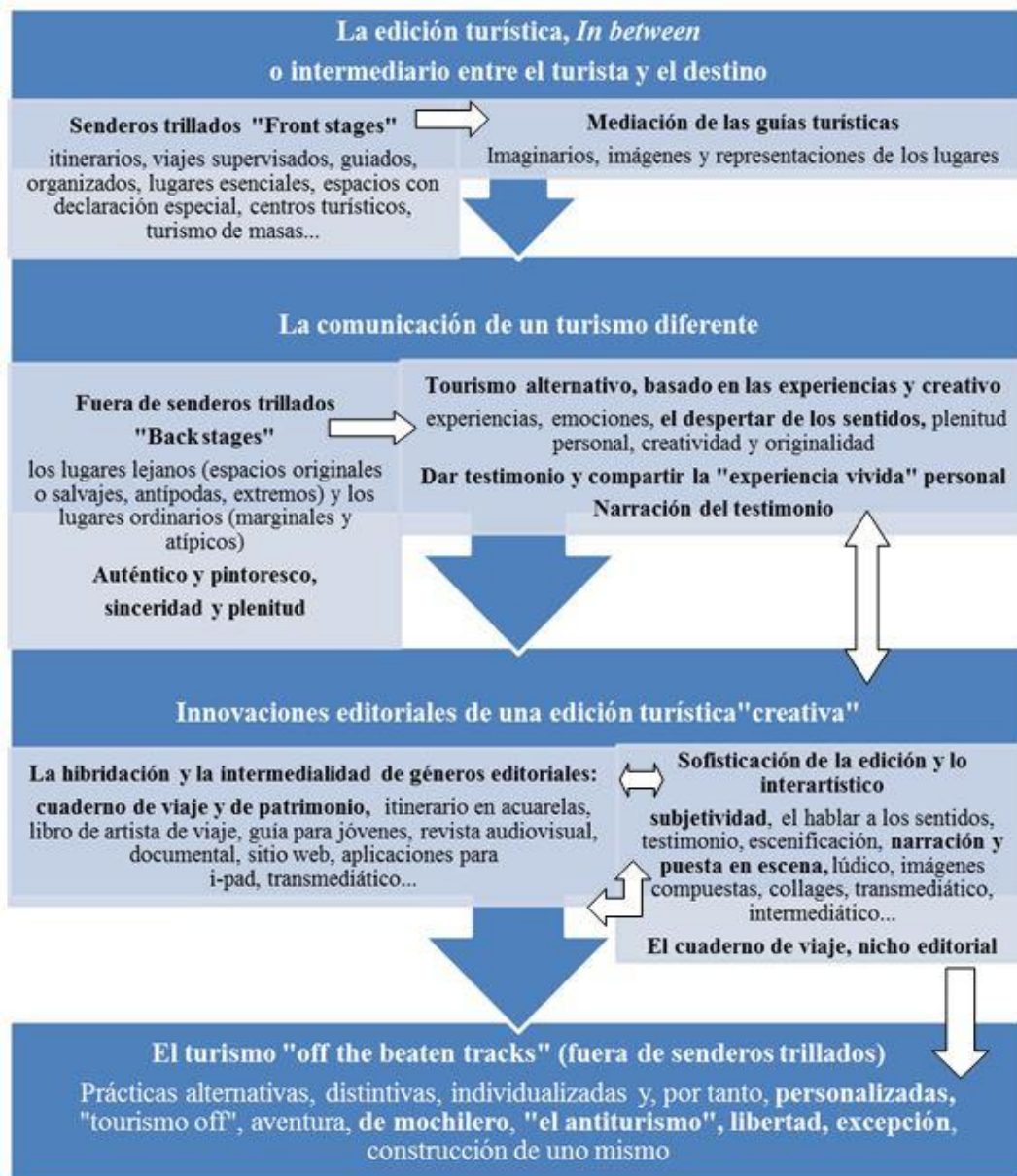
²⁴ El vínculo del blog con el diario de a bordo de los marinos proviene también del cuaderno de viaje.

²⁵ Premio del cuaderno de viaje digital del *Rendez-vous du carnet de voyage* (Cita del cuaderno de viaje) y Trophées Influenceurs Tribway 2013 Art et photo (Trofeos de prescriptores Tribway 2013 de arte y fotografía): <http://www.carnets-de-traverse.com/blog/>

²⁶ Véase la APAJ, *Association pour l'aide aux jeunes auteurs* (Asociación de Ayuda a los Jóvenes Autores), del periódico *Libération*: <http://www.apaj.org/carnets-sonores/>

²⁷ Véase *Carnet de patrimoine* (Cuaderno de patrimonio). Pascale Argod, blog de de investigación *Carnet de voyage-reportage* (Cuaderno de viaje-reportaje), Hypothèses.org, 2012: <https://cdevoyage.hypotheses.org/category/carnet-de-patrimoine>

conocimiento de sus lectores, futuros viajeros o turistas, que sueñan con ser más viajeros que turistas, persiguiendo paradójicamente el mito del viaje, en la era de la masificación, aunque también el de las “*terrae incognitae*” en la era de los satélites y el mundo digital. Esto “se enmarca, por consiguiente, en una situación *hiperturística* marcada por la exacerbación, la generalización y la transversalidad de los fenómenos turísticos en nuestras sociedades, no ya *posmodernas*, sino *hipermodernas*” (Gravari-Barras, 2015). Dicha situación está mediatizada por una sofisticación de la edición turística que tiende hacia la hibridación, la intermedialidad y lo transmediático. El deseo de originalidad editorial y de personalización del autor seguiría así la tendencia de individualización del turismo.



Via@ 2016-1 (9)

Figura 10. Mapa heurístico La edición turística "fuera de senderos trillados"

Fuente: autora: véase el mapa detallado de dos páginas disponible en línea <https://cdevoyage.hypotheses.org/>

Bibliografia

- Argod, Pascale. « Carnet de voyage – reportage : intermédialité, interculturalité, médiation, patrimoine, carnet de recherche en ligne », *Hypotheses.org*, 2012. <http://cdevoyage.hypotheses.org/lobjet-culturel-et-visuel>
- Argod, Pascale. « Arts visuels et médiations d'un tourisme créatif : de l'expérience du voyage, de la pratique artistique et des « créatifs culturels », *Mondes du tourisme*, n°10, 2014, Tourisme créatif, décembre.
- Argod, Pascale. *L'art du carnet de voyage*. Gallimard - Alternatives, 2014. (version en anglais "*The Art of Sketchking : 400 years of Travel Diaries*" parue en février 2016 puis en chinois et en coréen).
- Argod, Pascale. *Carnet de voyage sans frontières*. Reflets d'ailleurs, 2011 (Pars en thèse).
- Argod, Pascale. « Le carnet de voyage audio-visuel ou cinématographique : genre intermédial, quête et diffusion du voyage authentique », *Revue Téoros, Revue de recherche en tourisme*, université du Québec à Montréal, UQUAM, août 2011, numéro sur « Le ciné - tourisme » dirigé par Alain Grenier, p. 117-125 (9 pages).
- Argod, Pascale. *Le carnet de voyage : approches historique et sémiologique*, Thèse de Doctorat, université de Bordeaux III, 2009 (790 p. + 800 titres de corpus).
- Abdelouahab, Farid. *Carnets de voyage en France*. Reader Digest, 2005.
- Augé, Marc. *L'impossible voyage : le tourisme et ses images*, Paris, Rivages, 1997.
- Baider, Fabienne. Burger Marcel, Goutos Dionysis. (et al.), 2004, *La communication touristique : approches discursives de l'identité et de l'altérité*, L'Harmattan.
- Barthes, Roland. *Le Guide bleu, Mythologies*, Paris : Points Seuil, 1957. p. 121-125.
- Bergman, Bosse. « Guides to a geography of tourism », *Belgeo* [En ligne], 3/2012. <http://belgeo.revues.org/7176>
- Bertho-Lavenir, Catherine. *La roue et le stylo. Comment nous sommes devenus touristes*. Odile Jacob, 1999,
- Blancherie, Jean Marc. « Le storytelling ne raconte pas d'histoires, Storytelling et tourisme », *Collection Revue Espaces*, n°298, 2011, Editions Espaces tourisme & loisirs.
- Bourgeon-Renault, Dominique, Gombault, Anne. « Le marketing du tourisme : le tournant expérientiel », *Revue Espaces*, n°320, septembre 2014.
- « Enquête : Approche expérientielle et tourisme ». 1ere partie. *Revue Espaces*, n°320, septembre 2014.
- Butler, Richard. « Alternative Tourism: Pious Hope or Trojan Horse? », *Journal of Travel Research*, vol. 20, 1990, p. 40-45.
- Camus, Saskia. L'authenticité et l'expérience dans le champ du patrimoine immatériel touristique, In *L'immatériel touristique* sous la Direction de Cécile Clergeau, Jacques Spindler, L'Harmattan 2014.
- Clergeau, Cécile, Spindler, Jacques. *L'immatériel touristique*, L'Harmattan, 2014.
- Campanario, Gabriel, Urban Sketchers. *The arts of urban sketching : drawing on location around the world, USA (Beverly)*, Quarry Book, 2012.
- Cauquelin, Anne. *L'invention du paysage*. PUF, 2002.
- Cohen, Eveyne, Toulhier Bernand. « Les guides de tourisme, un patrimoine et un objet d'étude », *In Situ* [En ligne], 15 | 2011. <http://insitu.revues.org/723>

- Courant, Stéphane. «Backpackers et carnets de voyage, récit biographique d'une expérience itinérante», *Téoros* [Online], 32-1 | 2013. <http://teoros.revues.org/2393>
- Cravatte, Céline. «L'anthropologie du tourisme et l'authenticité. Catégorie analytique ou catégorie indigène ? », *Cahiers d'études africaines*, vol. 1, n° 193-194, 2009, p. 603-620.
- Christin, Rodolphe. *Manuel de l'Antitourisme*, Yago, 2008.
- Desrichard, Yves. «Les guides de voyage : un patrimoine et un objet d'étude», *BBF*, 2010, n°6, 2010, p. 77-78. URL : <http://bbf.enssib.fr/>
- Fullagar, Simone, Markwell, Kevin W. *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*, Channel View Publications, 2012.
- Gombault, Anne. « Le tourisme créatif », *Mondes du tourisme*, n°10, décembre, 2014.
- Gravari-Barbas, Maria, Graburn, Nelson. *Tourism Imaginaries at the disciplinary crossroads : Places, Practices, Media*, Routledge, 2016.
- Gravari-Barbas, Maria, Delaplace, Marie. « Le tourisme urbain « hors des sentiers battus » », *Téoros* [Online], 34, 1-2, 2015. URL : <http://teoros.revues.org/2790>
- Gravari-Barbas, Maria, Graburn, Nelson. « Imaginaires touristiques », *Via@*, Les imaginaires touristiques, n°1, 2012. <http://www.viatourismreview.net/Editorial1.php>
- Gravari-Barbas, Maria, Violier, Philippe. *Lieux de Culture – Culture des lieux. Production(s) culturelle(s) locale(s) et émergence de lieux : dynamiques, acteurs, enjeux*, coll. Géographie, Presses Universitaires de Rennes, 2003.
- Gritti, Jules; «Les Contenus culturels du Guide bleu : monuments et sites à voir», *Communications* numéro 10, Paris : Le Seuil, 1967, pp. 51-64.
- Gryspeerd, Axel. « Le Guide de voyage, parfait indicateur de l'évolution éditoriale ? » in *Guide des médias*, Supplément 19, 1994, pp. 15-39.
- Hess, Rémi. *La pratique du journal : l'enquête au quotidien*. Téraèdre, 2010.
- Jauréguiberry, Francis, Lachance, Jocelyne. Chapitre 4 : Une expérience hypermoderne. In *Le voyageur hypermoderne : partir dans un monde connecté*, ERES, 2016, p. 108 - 135.
- Lemasson, Jean-Pierre, Violier, Philippe (sous la dir.). *Destinations et territoires, Volume 2 Tourisme sans limite : les Rendez-vous Champlain sur le tourisme*, Presses universitaires du Québec, 2010.
- MacCannell, Dean. *Empty meeting grounds the tourist papers*, New-York, Routledge, 1992.
- MacCannell, Dean. *The Tourist a New Theory of the Leisure Class* 1976, 1989, 1998, 2013.
- Origet Du Cluzeau, Claude. *Le tourisme culturel : dynamique et prospective d'une passion durable*, De Boeck., 2005.
- Rauch, André. «Le voyageur et le touriste», *In Situ* [En ligne], 15 | 2011. URL : <http://insitu.revues.org/533>
- Richards, Greag, Crispin, Raymond. « Creative Tourism », *ATLAS News*, 23, 2000, p. 16– 20
- Seoane, Annabelle. *Les mécanismes énonciatifs dans les guides touristiques : entre genres et positionnement discursifs*, L'Harmattan, 2013.
- Seoane, Annabelle. *A la recherche du guide de voyage : quand l'information sur le voyage imprègne les médias (et réciproquement)*, Collection Revue *Espaces*, Les guides de voyage face à la révolution numérique, Editions Espaces tourisme & loisirs, n°306, septembre 2012.
- Tournier, Michel. *Journal extime*, La Musardine, 2002.
- Venayre Sylvain. *Rêves d'aventures 1800-1940*. De La Martinière, 2006.

- Vergopoulos, Hécate. «Les imaginaires touristiques : anecdotes et imaginaires», *Revue Viatourisme*. <http://www.viatourismreview.net/Article3.php>
- Vergopoulos, Hécate, Flon Emilie. « L'expérience touristique dans les guides : une subjectivité à lire, écrire et raconter », *Belgeo* [En ligne], 3/2012. URL : <http://belgeo.revues.org/7173>
- Vergopoulos, Hécate. «La création à l'oeuvre dans les guides de voyage, ces dispositifs narratifs dont nous sommes les héros». BIU de Montpellier.
- Vergopoulos, Hécate. *Tourisme et curiosités : approche communicationnelle du légendaire dans les guides de voyage imprimés*. Anthropologie sociale et ethnologie. Université d'Avignon; Université du Québec, Montréal, 2010. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-00585410/document>
- Viallon, Philippe, Boyer, Marc. *La communication touristique*, Paris, PUF, 1994.
- Vernex, Jean-Claude. Du voyage de l'œil à l'appréciation du paysage : le pittoresque comme une des origines culturelles du paysage. In *Le Globe. Revue genevoise de géographie*, tome 144 Voyage, tourisme, paysage, 2004. pp. 57-66.
- Urbain, Jean-Didier. *L'Idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Plon, 1991.
- Urry, John. *The tourist gaze*, Sage Publications, London, 1990, 2002.
- Winkin, Yves. «Le touriste et son double», *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*, Paris, Éditions du Seuil, 2001, 1996, pp. 206-224.

Tipología de la edición turística creativa: 50 en papel + 7 digitales

El itinerario en acuarelas:

- Némo, Bénédicte. *4 balades en Mauritanie*, Grandir, 2008.
- Hirvois, John. collection *Itinéraire Bis, Dans la roue du guide*, Ed. Passiflore, 2013: quatre titres Bordeaux, Berlin, Paris, Rome (+ 2 titres en anglais Paris et Bordeaux).

La guía turística ilustrada con acuarelas:

- Ferrandez, Jacques, Pierre, Michel. *Armoriques : balades de Corto Maltese en Bretagne*, Casterman, Cong sa, 2003.
- Collection *Itinéraires*, 2010 - 2014, Casterman : onze titres dont New-York, Venise, Florence, Prague, Marrakech, Rome, Bruxelles, Montréal-Québec, Istanbul, Paris, Berlin, à partir d'un personnage de BD ou d'un carnettiste.
- Collection *City guides illustrés*, 2010 - 2013, Editions Ouest-France : Cinq titres dont Strasbourg, Bordeaux, Nantes, Lille, Marseille.

La guía turística de un artista:

- Breton, Yann. *Itinéraires de voyageurs : Japon*, Editions Nomades, 2012.
- Sarperi Julie; Fissore Laure. *Itinéraires de voyageurs : Portugal*. Editions Nomades, 2012.
- Collection *Le grand guide de l'Italie*, 2013, Editions ESI.

El libro de artista sobre espacios patrimoniales:

- Books, Walter, Mc Menemy, Sarah. *New York : un petit pop-up panoramique*, Casterman, 2012.
- Books, Walter, Mc Menemy, Sarah, *Paris: un petit pop-up panoramique*, Casterman, 2012.
- Collection *Petit pop-up panoramique*, 2012 - 2014, Casterman : treize titres dont deux en version anglaise dont Paris, New-York, Londres, Rome, Berlin, Le Louvre, Versailles, Prague, Venise, Rio, Châteaux de la Loire, France.

Collection *Travel book*, 2013 - 2016, Edition Louis Vuitton: dix titres dont Londres, Easter Island, Paris, New-York, Vietnam, Venice, Edimbourg : les Lothians & le File, The Artic, Paris, South Africa.

Cuadernos-folletos turísticos:

Carnet de route : la route François Mauriac. Préface Jean-Claude Guillebaud, 2010.

Carnet de voyage cyclo édité par le Conseil Général de Gironde et par la Maison du Tourisme de la Gironde, 2012.

Carnet de voyage, Visa pour un été festif entre mer et vigne. Charente - Maritime, juillet-août-septembre 2012.

Finistère : carnet de voyage. Finistère Tourisme. Edité par le Conseil général du Finistère, 2012.

En décalage : un guide amoureux de Fukuoka de Vincent Lefrançois et Kazuhisa Shiihara. Bordeaux, mai 2012.
<http://carnetdecale.canalblog.com/archives/2012/04/10/24105496.html>

Cuadernos de viaje para jóvenes:

Flandres, Pas-de-Calais : le carnet de voyage du vadrouilleur : guide interactif pour curieux en herbe. Aurélien Dailly, Aude van den Hove. Bruxelles : ed. Du Vadrouilleur, Mai 2013.

Le carnet de voyage du vadrouilleur : Bourgogne : guide interactif pour curieux en herbe. Yaël vent des Hove. Bruxelles : ed. Du Vadrouilleur, Mai 2013.

Le carnet de voyage du vadrouilleur : Languedoc : guide interactif pour curieux en herbe. Maëlle Delaunoit, Yaël vent des Hove. Bruxelles : ed. Du Vadrouilleur, Mai 2013.

Québec : mon carnet de voyage. Laurence Pivot, Églantine Bonetto. Puteaux (Hauts-de-Seine) : Sikanmar, Mai 2013.

Paris : mon carnet de voyage. textes Marica Jaubert, illustrations Églantine Bonetto. Puteaux (Hauts-de-Seine) : Sikanmar, 2012. (A paraître : Berlin et l'Ouest américain pour juillet)

Carnet de mes voyages. Mango Jeunesse, mai 2013.

Collection *Graines de voyageurs*, des Editions Graine 2 : <http://www.graine2-editions.com/rubrique/livres/voyage-livres/>

Cuadernos de viaje en línea:

una veintena de blogs y sitios web seleccionados

Carnets de traverses de Julie Sarperi : <http://www.carnets-de-traverse.com/blog/actu/trophee-influenceur-tribway-art-et-photo>

LeWeb 12 LiveTrekker, un carnet de voyage 2.0 :

<http://www.youtube.com/watch?v=2hR0X1EMbrk>

<http://www.youtube.com/watch?v=x4mT2XOfZQw>

Wipolo carnet de voyage numérique :
<http://www.youtube.com/watch?v=sd3I01LjzmA&playnext=1&list=PLvADfWI4s1hiscOgLzCqQ-RNtGhO8OIaM>

Bakackmojo : créer son guide de voyage routard : <http://www.backpackmojo.com/>
<http://www.webtourisme.net/e-tourisme/lancement-de-backpackmojocom-loutil-social-de-creation-de-guides-de-voyage-personnels/>

Mon carnet de voyage de Michelin.fr :
<http://voyage.michelin.fr/web/Carnets?from=>

Uniterre, plateforme de carnets de voyage en ligne :
<http://www.uniterre.com/carnets-voyage.html>
Blogs de voyage, plateforme de blogs de voyage : <http://blogs-de-voyage.fr/>
Graines de voyageurs, le site 100 % famille : <http://www.graines-voyageurs.fr/>
Lonely Planet - Blog voyage : <http://www.lonelyplanet.fr/blogs/idees-de-voyage>
Routard.com- carnet de voyage : http://www.routard.com/mag_carnets.asp
Routard.com - dossiers avec le terme "insolites" :
http://www.routard.com/mag_dossiers.asp
Thème des lieux effrayants : <http://www.routard.com/contenu-dossier/cid132105-10-lieux-effrayants-dans-le-monde.html> ou
<http://www.lonelyplanet.fr/article/tour-du-monde-des-lieux-les-plus-effrayants>
voir le blog "Info.tourisme.net" : <http://blog.infotourisme.net/top-10-des-iles-les-plus-effrayantes-du-monde/>

Cuadernos de viaje audiovisual y sonoro:

Voyages de Sophie Massieu : *Dans tes yeux*, série documentaire diffusée sur Arte en 2012 : http://download.pro.arte.tv/uploads/Dans-tes-yeux_DDP.pdf,
(<http://dans-tes-yeux.arte.tv/fr>)

CORPUS ETUDIE DE 83 OUVRAGES :

El corpus está disponible en línea: <https://cdevoyage.hypotheses.org/>

Traducción Francés > Español

Alfonso Tabalès, Universidad de Sevilla