



# REAL ACADEMIA DE DOCTORES

---

Pour une science touristique: la tourismologie

•

Discurs d'ingrés de l'acadèmic corresponent

Il·lm. Sr. Jean-Michel Hoerner

Doctor en Lletres

President de la Universitat de Perpinyà

A l'acte de la seva recepció, 4 de juliol de 2000 i

discurs de contestació de l'acadèmic de número

Excm. Sr. Jaume Gil Aluja

Doctor en Ciències Econòmiques

Barcelona

2000



Dr. Jean-Michel Hoerner

Pour une science touristique: la tourismologie

REIAL ACADEMIA DE DOCTORS

-Publicacions-







*Excm. Sr. President*

*Excms. Srs. Acadèmics*

*Senyores i senyors*

Je suis ému et fier ; fier que l'honorable *Reial Acadèmia de Doctors* m'ait choisi ; fier que le Président de l'Université de Perpignan, l'une des dix-sept universités catalanes de l'Institut *Joan Lluis Vivès*, soit accueilli parmi vous... Hélas ! mes propos en catalan, que j'espère compréhensibles malgré mon mauvais accent, s'arrêteront bientôt ; le temps que je vous fasse sourire. Mon nom est donc Hoerner et, malgré les apparences, je suis originaire du Limousin, bien au nord de Toulouse. Or les historiens prétendent que beaucoup de Catalans seraient originaires de cette province française, depuis le haut Moyen Âge... Eh ! bien ! le premier roi catalan s'appelait Wilfred le Velu, était wisigoth, et malgré son origine germanique, vite oubliée, il est devenu l'ancêtre des Catalans... Rassurez-vous, je n'aspire pas à régner ; cependant, bien que n'ayant jamais appris ni le catalan ni le castillan, et n'ayant guère non plus le don des langues, je ne désespère pas de devenir catalan...

Plus sérieusement, je voudrais déjà remercier mes amis de Barcelone, le Professeur Josep Casajuana, Président de l'Académie, et le Professeur Gil Aluja, qui me fait l'honneur du *discurs de contestaciò*. Dès nos premiers contacts, ils m'ont accueilli comme l'un des leurs et je me souviens, avec émotion, de leur visite dans notre université de Catalogne Nord. Chers amis, et vous aussi, chers Académiciens, vous êtes chez vous dans notre Université de Perpignan !

D'ailleurs, si je me présente devant vous en tant que géopolitiste, je ne veux pas oublier, non plus, que vous m'avez fait l'honneur d'être des vôtres, en tant que Président d'une université française et catalane. Je suis, à l'origine, géographe et spécialiste du tiers-monde, plus précisément de Madagascar, et mes préoccupations actuelles me portent vers la géopolitique, locale, régionale et mondiale<sup>1</sup>; y compris appliquée, à partir de la pensée du philosophe Nietzsche<sup>2</sup>. J'aurais donc pu choisir un sujet sur ces thèmes mais je ne l'ai pas souhaité. J'ai préféré vous parler de l'authenticité de la recherche touristique, car elle s'apparente à l'un des trois axes majeurs de l'Université de Perpignan retenus par notre Ministère, « l'ingénierie touristique ». Ce choix est donc à la fois scientifique et stratégique.

Il est vrai, qu'outre plusieurs publications sur la question touristique en général, dont deux ouvrages<sup>3</sup>, j'ai surtout créé et longtemps dirigé notre nouvel Institut Universitaire Professionnalisé des métiers du transport, de l'hôtellerie, du tourisme et des loisirs, l'un des fleurons de notre établissement. Je suis aussi Vice-Président de l'AMFORHT, l'Association mondiale des formations

---

<sup>1</sup> J-M. HOERNER, *Géopolitique des territoires, de l'espace approprié à la suprématie des États-Nations*, Presses universitaires de Perpignan, 1996.

<sup>2</sup> J-M. HOERNER, *Nietzsche, géopolitiste du troisième millénaire*, deux conférences données à Thuir et à Eaubonne, en juin 1999 et mai 2000.

<sup>3</sup> J-M. HOERNER, *Introduction au géotourisme*, Presses Universitaires de Perpignan, 1993, et *Géographie de l'industrie touristique*, Paris, Ed. Ellipses, 1997.

hôtelières et touristiques, agréée par l'Organisation Mondiale du Tourisme ou OMT. Et, à ces titres divers, je me bats donc « *pour la reconnaissance d'une science touristique ou tourismologie* », le titre même d'un prochain article à paraître dans la principale revue française *ad hoc*, « *Espaces* ». Je suis d'ailleurs en pourparlers avec mon Ministère et le Secrétariat au tourisme, pour cette « reconnaissance » et, en février dernier, à Nice, à l'occasion du congrès international de l'AMFORHT que je présidais, elle était au cœur des préoccupations des participants, chercheurs, enseignants et professionnels.

Le choix d'un tel sujet, à Barcelone, l'un des centres vitaux de l'Espagne et de l'Europe, n'est pas non plus fortuit. Que je sache, l'Espagne est l'un des tout premiers pays touristiques du monde ! Ici, la culture touristique est immense ; ce qui explique sa part importante dans le PNB espagnol. On vous doit ainsi deux néologismes que je veux citer, même s'ils attestent certains problèmes d'aménagement touristique, hélas ! vérifiés dans toutes les grandes régions de tourisme du monde. Il s'agit de la *baléarisation*, qui traduit un excès de béton dans les stations touristiques, et de la *marbellisation*, qui indique une privatisation excessive des espaces voués au tourisme. Il n'empêche, l'industrie touristique espagnole reste florissante et je peux citer, pour l'exemple, les équipements exceptionnels des Îles Baléares. D'ailleurs, ce n'est pas un hasard si l'*Organisation Mondiale Touristique*, affiliée à l'ONU, a son siège à Madrid. Enfin, mieux que les universités françaises, vous avez su créer de brillantes formations supérieures au tourisme. En matière de recherches liées à l'industrie touristique, vous êtes, avec les Anglais et les Américains, parmi les tout premiers ; largement devant les Français.

Que pourrais-je donc vous apprendre de nouveau ? Modestement, j'ai envie de vous dire que mon message

s'adresse aussi à moi-même. Je ne vous présente pas un bilan de recherche ; je ne vais pas vous importuner par une longue synthèse de travaux dûment établis ni vous asséner des vérités remplies de certitudes. Le thème que j'ai choisi est le fruit de mes inquiétudes et, pour ainsi dire, une sorte de tentative, de petit essai. Devant vous, Mesdames et Messieurs, je vais formuler des hypothèses, comme si j'étais devant un jury auquel je soumettrai une thèse. Autant vous en avertir : je vais devenir un professeur « étudiant ». Je réclame donc votre indulgence. Je dois être à la fois à la hauteur de l'honneur que vous me faites et au niveau des thèses que je soutiens. Le challenge est périlleux et, en de tels moments, je fais mienne cette déclaration du philosophe G. Bachelard<sup>4</sup> : « *Accéder à la science, c'est spirituellement rajeunir, c'est accepter une mutation brusque qui doit contredire un passé.* »

En effet, que signifie vraiment le titre de ma communication : « *pour une science touristique, la tourismologie* » ? L'industrie touristique est omniprésente ; c'est la première activité économique mondiale. Or, malgré tout, les formations supérieures au tourisme et la recherche, qui l'accompagne, n'ont pas encore leurs lettres de noblesse. Cela justifie-t-il mon entêtement ? L'industrie de l'automobile, par exemple, n'a jamais suscité une recherche particulière et, dans les domaines qui nous intéressent, les sciences sociales et humaines pourraient apparaître suffisantes. Pourtant, je pense qu'il doit exister une exception touristique...

Tout d'abord, les métiers du tourisme exigent de plus en plus des formations *ad hoc*, du plus bas niveau au plus haut. Le fait est indéniable. Ce qui ne serait pas le cas des industries du pétrole ou de l'automobile, qui peuvent se satisfaire du très grand nombre d'instituts de chimie ou de physique appliquée. Ensuite, le phénomène touristique

---

<sup>4</sup> G. BACHELARD, *La formation de l'esprit scientifique*, Paris, Ed. Vrin, 1938 et 1967.

demande des études pluridisciplinaires qui, schématiquement, recoupent presque toutes les sciences sociales et humaines. Enfin, le tourisme est un phénomène social considérable, qui a son histoire, souvent très ancienne, ses implications dans la vie quotidienne de tout un chacun, et épouse les évolutions de nos sociétés jusqu'à la caricature.

Pour toutes ces raisons, mon objectif résulte d'un engagement responsable et répond à une nécessité : les métiers du tourisme doivent être revalorisés par l'affirmation d'une spécificité, une formation de haut niveau s'appuyant sur une recherche appropriée. Je voudrais encore citer G. Bachelard (Op. cit.) : « *Dans la vie scientifique, les problèmes ne se posent pas d'eux-mêmes. C'est précisément ce sens du problème qui donne la marque du véritable esprit scientifique.* » Or ce « *sens du problème* » en la matière, demeure sans ambiguïté : le tourisme, dans sa profonde dualité constitutive, l'industrie proprement dite et la complexité des hommes et des femmes devenus touristes, mérite une approche originale, certes pluridisciplinaire mais caractérisée par une unicité scientifique, et surtout exige que la science qu'il initie soit au service, de sa professionnalisation d'une part, et de sa revalorisation économique et sociale d'autre part. Voilà ma thèse !

Je vous la présenterai en trois parties : l'importance de l'industrie touristique, qui donnera lieu à une approche plus sélective qu'exclusive ; le tourisme dans le faisceau des sciences sociales et humaines ; un plaidoyer, enfin, pour une nouvelle science touristique, que j'appelle « tourismologie ».

## Le tourisme, première activité économique mondiale

Bien que les données soient insuffisantes, notamment pour les touristes nationaux, on peut estimer que l'industrie touristique, nationale et internationale, concentre environ 10% des revenus de la planète et qu'un emploi sur douze ressortit de son domaine. Entre 1995 et 2020, le tourisme international devrait voir ses effectifs multipliés par trois, pour dépasser le total d'un milliard et demi de voyageurs, et ses recettes par cinq, pour atteindre les 2 000 milliards de dollars US. Il est en outre très intéressant de noter la part du tourisme international dans certaines économies nationales : souvent plus de 50% des exportations de la plupart des « îles d'or » tropicales et émergentes ; le premier poste d'exportation d'une quantité de pays du tiers-monde ; des revenus plus que substantiels dans beaucoup de pays riches du Nord, tels que l'Espagne par exemple.

Les « *mégatendances du tourisme* », récemment retenues par l'OMT<sup>5</sup>, confortent ma détermination. On retiendra la mondialisation et les voyages sans « barrières », le rôle des supports technologiques les plus avancés, le partage du touriste entre confort et aventure, le développement des produits ciblés et l'importance de « l'image de la destination », le souci de l'environnement et la sensibilisation aux problèmes sociaux. Ces orientations expliquent la diversité et l'évolution de l'industrie touristique.

Mais que faut-il entendre par « industrie touristique » ? Cette expression, très utilisée, notamment par les professionnels, n'est pas le fruit du hasard. Elle donne le ton. Tout d'abord, une industrie est déjà un « art » ; or le tourisme, autrefois, était très élitiste et il a tendance encore à cultiver ce caractère, malgré l'image galvaudée du

---

<sup>5</sup> OMT, *Tourisme Horizon 2020, nouvelles prévisions*, Madrid, 1999.

« tourisme de masse »<sup>6</sup>. Ensuite, le tourisme présente les caractéristiques d'une authentique industrie, car il est très capitaliste et à forte main-d'œuvre. Cela se traduit d'ailleurs par des critères économiques très spécifiques. Un hôtel, par exemple, ne s'amortit pas avant dix ans ; ce qui favorise, lorsque les contrôles sont faibles (dans les pays émergents), le placement « d'argent sale ». Autre donnée corrélative : le prix d'une chambre est évalué à 1/1000<sup>ème</sup> de son coût ! Les emplois sont très nombreux dans les entreprises de tourisme, qu'ils soient permanents, saisonniers et temporaires, et on admet que la création d'un emploi permanent exigerait un investissement de 150 000 Euros ! Il suffit de compter le personnel d'un hôtel de milieu de gamme qui a coûté cinq millions d'Euros : plus de cinquante emplois, au total ! Enfin, l'industrie touristique compte plusieurs grandes branches, de nature parfois très différente : les hébergements dont l'hôtellerie et la para-hôtellerie, fers de lance du tourisme, la restauration et assimilée, l'organisation des voyages (voyagistes et agences de voyages), les transports, notamment aériens, tout ce qui est animation (par exemple, les parcs de loisirs), la « tourismatique » liée aux nouvelles technologies, et une multitude de branches annexes (les guides, les assurances, les spectacles et les manifestations culturelles ou sportives, etc.).

Outre l'ambiguïté de certaines de ces branches, on est aussi confronté à la difficulté du comptage touristique ; surtout lorsqu'il est national. Existerait-il, pour définir un voyage touristique, une distance minimum à parcourir lorsque l'on ne franchit pas de frontière ? Certains<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Dans un récent article, je me suis même interrogé sur la pertinence, aujourd'hui, du tourisme de masse (J-M. HOERNER, *La fin du tourisme de masse ? Les tendances élitistes de l'industrie touristique*, Paris, *Espaces* n°147, 1997).

<sup>7</sup> D'après J-M. DEWAILLY (et E. FLAMENT, *Géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, SEDES, 1993), « La National Tourism Resources Review Commission britannique considère comme touriste une personne qui s'éloigne au moins de 50 miles de son domicile, migrations pendulaires

exigeraient 50 voire 100 miles, mais cela reste très empirique... Par ailleurs, que penser des touristes qui ne séjournent pas dans des établissements du secteur non marchand, tel que les résidences secondaires ? Des États évaluent des recettes fictives, qui mécontentent beaucoup les professionnels... Enfin, les États comptabilisent leurs touristes internationaux soit par sondage, soit par le change monétaire : les incertitudes s'accumulent : voilà une recherche qui n'est qu'esquissée ?

Pour rester dans le domaine des définitions, on doit rappeler la classification de l'OMT. Un touriste est un voyageur ; l'agrément est sa première stimulation mais s'ajoutent les motifs d'affaires, d'études, de santé, de pèlerinage, etc. Un seul jour de déplacement signifie une excursion car le touriste, *stricto sensu*, doit passer au moins une nuit hors de sa résidence principale. À partir de quatre nuits, c'est un vacancier... Au-delà de quatre mois, ce n'est plus un touriste ; mais un simple migrant ou un nomade.

Je ne m'attacherai pas à l'étude des transports, bien qu'il y ait beaucoup à dire sur les compagnies aériennes, comme nous le verrons plus loin. Elles ont souvent leurs propres voyagistes, voire leurs agences de voyages, elles contrôlent parfois des chaînes hôtelières et disposent, pour les plus importantes, de gigantesques terminaux informatiques. Une brève analyse de l'hôtellerie mondiale est plus pertinente<sup>8</sup>. À peine une trentaine de grandes chaînes, appartenant à sept pays (*Grupo Sol* pour l'Espagne), regroupent les trois-quarts des chaînes hôtelières mondiales, soit près de trois millions de chambres et bénéficient d'un chiffre d'affaires de plusieurs centaines de milliards de dollars US. Sans entrer dans les détails, elles nous montrent

---

*exclues, et le Census Bureau des Etats-Unis porte, lui, la distance à 100 miles. »*

<sup>8</sup> J-M. HOERNER, *Géographie de l'industrie touristique*, Paris, Ellipses, 1997.

la vitalité d'un secteur économique qui, dans les années soixante et soixante-dix, préfigurait un peu la fièvre actuelle de la *net-économie*. Le premier groupe français, ACCOR, quatrième mondial, ne disposait que d'un hôtel en 1967 et présente un chiffre d'affaires actuel de six milliards d'Euros et de plus de quinze consolidés... La première chaîne du monde, *Hospitality Franchise System* ou *HFS*, est seulement née en 1990 d'une initiative d'un courtier new-yorkais, qui a mobilisé ses propres clients... Que dire encore de toutes ces entreprises familiales, ACCOR, le *Club Méditerranée*, etc., qui ont vu leurs fondateurs dépossédés au profit de la grande finance ! Les *OPA*<sup>9</sup> boursières y sont légion, le capital vit, les stratégies changent, et la course au modernisme, par le biais d'un très grand nombre de centrales de réservations, y est monnaie courante.

Que penser également de ces grandes entreprises non touristiques qui s'accaparent les chaînes hôtelières, telles que l'américaine *Holiday Inn* par les brasseries anglaises *Bass*, ou plus récemment, la manière dont l'industriel allemand *Preussag* est devenu le premier voyagiste européen ! Cet exemple est mémorable. Spécialiste d'énergie, de matières premières, de construction, de logistique, etc., *Preussag* fait un chiffre d'affaires dans le tourisme de sept milliards et demi d'Euros, soit 45% de celui du groupe, mais un bénéfice opérationnel de plus de 50% dans sa nouvelle branche. Après l'absorption du britannique *Thomson Travel*, il fera douze milliards d'Euros de chiffres d'affaires ; et on lui prête des intentions de mettre la main sur le *Club Med*... Ces reconversions et le dynamisme des entreprises touristiques en général, expliquent l'explosion de l'industrie touristique et ses nouvelles tendances : voyage à forfait, destinations de plus en plus lointaines, concentrations et délocalisations, confiance dans un marché qui n'aurait plus de limites...

---

<sup>9</sup> Offres publiques d'achat ; on peut mentionner aussi les *OPE* ou Offres publiques d'échange, et les *OPV* ou Offres publiques de vente.

Il va sans dire que l'industrie touristique n'est plus ce « bricolage » d'autan et que la prééminence, désormais, des plus grands *holdings* dans son organisation, nécessite une autre approche. Certes, l'industrie de l'automobile ou du pétrole n'a guère donné lieu à des études scientifiques particulières ; sinon des spécialisations économiques, géographiques, sociologiques, etc. Cependant, le phénomène touristique présente une autre ampleur, car il implique ses consommateurs, les touristes, dans une spirale autrement plus conséquente. Je m'en expliquerai plus tard.

On peut également montrer le poids économique du tourisme dans le contexte de la mondialisation de l'économie, sans entrer immédiatement dans des considérants philosophiques. Alors que les séjours touristiques sont de plus en plus lointains, concernant une quantité innombrable de pays émergents – l'expansion est exponentielle – 80% des dépenses et des recettes touristiques du monde concernent seulement une douzaine d'États. Sur la base du concept du « commerce captif », qui caractérise les échanges à l'intérieur des firmes multinationales, il existerait donc un « tourisme captif ». Prenons l'exemple d'un voyage à forfait d'un groupe d'Européens dans une « île d'or » tropicale : la logistique du voyage, souvent le transport aérien (de plus en plus en cogestion), les structures de l'hébergement, une grande partie de la consommation sur place, les assurances, les salaires des expatriés, etc., sont des recettes effectives des pays émetteurs. Certes, les pays récepteurs peuvent récupérer 30 à 60% des dépenses totales du groupe de voyageurs mais, au total, la grande majorité des pays touristiques doit se contenter de miettes... Il est vrai que les grandes régions touristiques sont européennes ou américaines, y compris dans des territoires lointains ; sans oublier l'essor des croisières...

Cette mainmise économique rappelle le principe de la mondialisation de l'économie et le triomphe évident du

libéralisme américain, voire européen et japonais. J'ai donc gardé pour la fin de cette première partie, le rôle de la « touristique » dans le développement de l'industrie touristique. On entend par ce néologisme, l'informatique propre au tourisme. D'emblée, il faut reconnaître que, de la même manière que l'aviation militaire a fait progresser l'aéronautique, le tourisme a largement contribué à l'expansion des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Cela me semble du plus haut intérêt !

Pour l'hôtellerie, par exemple, trois niveaux de réservation sont utilisés mais la concentration croissante de l'informatisation est encore plus spectaculaire. Ainsi, cinq centrales intégrées contrôlent les réservations de plus des deux tiers des groupes ayant au moins 2 000 chambres ! Au niveau le plus élevé, qui concerne également les transports, notamment aériens, et l'industrie du voyage en général, c'est une quinzaine de *GDS* ou *Global Distribution Systems*, qui dominent la situation. À y regarder de plus près, on constate même que quatre *GDS* seulement, liés aux plus grandes compagnies aériennes, orientent le marché touristique ; les Etats-Unis et l'Europe se taillent la part du lion. Et cela, en effet, n'est pas sans rapport avec le développement de la *net-économie*.

L'évolution est même encore plus forte qu'on ne le pense, ce qui confirme l'étonnant parallèle entre l'industrie touristique et la mondialisation de l'économie. La « guerre du ciel » des principales compagnies aériennes, qui nous interpelle tous les jours par de multiples annonces d'associations, de cartels et quelquefois de divorces, se double d'une guerre de l'informatique de réservation : l'arme absolue ! À tel point, que l'Union Européenne demande instamment le *deshoting*, c'est-à-dire la fin du binôme « transport aérien / *GDS* ». Sait-on, par exemple, que ces *GDS* espionnent les agences de voyage, par le biais de leurs *Resa* (« réservations » dans le jargon professionnel), afin que les compagnies aériennes adaptent leurs produits ou leurs lignes à la demande ? Sait-on qu'elles ont commencé

à émettre directement des billets sur *internet*, toujours aux dépens des agences de voyages ? La principale chaîne hôtelière, *HFS*, n'a-t-elle pas qu'un seul interlocuteur quant à ses propres réservations, *Sabre*, le plus important des *GDS* ? L'objectif visé est évident : les plus grandes entreprises veulent éliminer les moyens et petits opérateurs ; les grosses compagnies aériennes, maîtresses du tourisme international, sont à la tête de l'opération...

Mais au-delà d'un phénomène qui existe dans les autres branches d'activités et qui n'est donc pas original, c'est le conditionnement des touristes qui est en jeu, la gestion des loisirs des citoyens du monde entier, la gestion de notre emploi du temps... N'y a-t-il pas là matière à une recherche fondamentale, que l'on aurait du mal à seulement entreprendre à partir de l'arsenal des sciences sociales et humaines existantes ?

En tout cas, on le comprendra, le tourisme ne se cantonne plus dans « *la grande migration d'été des citadins*.<sup>10</sup> » C'est plus qu'un secteur économique comme les autres, même s'il est étonnamment varié et connaît un essor spectaculaire. Le tourisme traduit le basculement des sociétés, sur fond de mondialisation. Il mériterait sans doute même une approche philosophique particulière et, de toute manière, il ne peut plus demeurer l'apanage en annexe des sciences qui s'intéressent à lui ; bien qu'elles soient nombreuses et souvent très utiles.

---

<sup>10</sup> Cette phrase est la partie du titre d'une déjà vieille thèse française sur le tourisme (F. CRIBIER, *La grande migration d'été des citadins en France*, Paris, CNRS, 1969).

## Le tourisme dans le faisceau des sciences sociales et humaines

L'industrie touristique, première activité mondiale, suscite naturellement un très vif intérêt parmi les sciences sociales et humaines. Pour mieux le comprendre, nous choisirons l'exemple d'un voyage à forfait, dont bénéficie un groupe de touristes européens qui a opté pour un séjour dans un pays tropical émergent. De tels voyages, *inclusive-tours*, très nombreux aujourd'hui, ont vu le jour dans l'Angleterre victorienne, grâce à l'ingéniosité de Thomas Cook, le créateur de l'agence de voyages du même nom.

L'organisation du voyage met en cause un voyagiste et une agence de voyage. L'économiste, le spécialiste de gestion (marketing, management...), le juriste même, étudient le produit, les entreprises concernées, la pertinence des tarifs proposés, la nature de l'assurance choisie, etc.

Le choix d'un transporteur aérien concerne les mêmes analystes et peuvent impliquer les observations d'un géographe.

Dès que les touristes ont atteint leur destination, on peut aussi évaluer les structures d'hébergement, la nature des équipements et des animations, à partir des réflexions des scientifiques susnommés. De même que la part des revenus, entre les organisateurs et les récepteurs, entre tous les États concernés (de départ et d'arrivée), ressortit des mêmes sciences ; suffisamment variées pour tout étudier.

Le psychologue, voire le psychologue social, analysent à leur tour le comportement des touristes, leur manière de s'intégrer ou non au groupe. Le sociologue R. Amirou<sup>11</sup> évoque ainsi les « *identités fantasques* » et souligne que « *l'individu, morcelé par son travail, tente de reconstituer une unité absente par ses pratiques de*

---

<sup>11</sup> R. AMIROU, *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, Paris, PUF, 1995.

*vacances* ». Plusieurs films récents montrent aussi très bien ce phénomène.

L'anthropologue s'attachera au contact entre visiteurs et visités. Il pourra mesurer certaines déviances racistes chez les premiers et les résistances, les perversions, les phénomènes d'imitation chez les seconds. Les économistes et les géographes peuvent prendre part à ces réflexions, sur la base souvent d'une macro-analyse...

Les touristes, qui s'intéressent au folklore des populations visitées, dans le sens plein du terme, le « savoir du peuple », interpellent les historiens, voire les ethnologues.

Enfin, d'autres scientifiques, des biologistes, des médecins, des botanistes, etc., ne restent pas insensibles à cette invasion touristique ; autant à la santé des touristes, qui ont changé de biotope, qu'à leur capacité de destruction du milieu naturel, directement ou indirectement.

On le mesure à l'aune de ces quelques observations, les sciences qui s'intéressent au phénomène touristique sont très nombreuses et très variées. Toutefois, on pourrait imaginer qu'une seule et même science traite de toutes ces questions, nécessairement imbriquées les unes dans les autres.

Paradoxalement, cet intérêt des sciences sociales et humaines pour le tourisme suscite également un certain rejet ; à moins qu'il traduise l'expression de chasses gardées...

On peut ainsi reprocher au tourisme d'embrasser un champ trop vaste, comme on l'a laissé entendre. Ainsi, lorsqu'il englobe les transports, on considère qu'il s'agit d'une forfaiture. On souligne également, qu'il prend abusivement en compte tous les loisirs : la promenade du dimanche, une soirée au cinéma ou le fait de flâner à la terrasse d'un café, n'appartiendraient-ils pas plutôt à la vie quotidienne et donc, à la psychologie élémentaire ? Cette

critique est importante, car elle laisse entendre que la problématique touristique ne pourrait recevoir qu'un seul type de réponse ; nous verrons qu'il n'en est rien.

Ensuite, le tourisme met en relation un système commercial très diversifié d'une part, et les touristes, d'autre part. On l'a évoqué. Cette dichotomie est aussi très critiquée et rejoint la précédente. Trop de flou, d'incertitudes, de « littérature » : cela ne ferait pas très sérieux ! C'est le phénomène touristique même qui est remis en cause, les touristes ne pouvant, dès lors, constituer un réel centre d'intérêt...

Enfin et surtout, la formation des cadres touristiques dépendrait plus d'une multitude de techniques que d'un apprentissage scientifique. Ce qui signifierait que ces cadres, même sortis du rang, emprunteraient leur savoir-faire aux autres formations, économiques, financières, administratives, linguistiques, juridiques, psychosociologiques, etc. En effet, il y aurait des formations exigeantes et d'autres, pour lesquelles la recherche et l'intellectualisme deviendraient superflues. Il s'agit d'un regrettable jugement de valeur : personne n'a jamais prouvé qu'un enseignement technologique se situe à un niveau plus bas que les autres, bien que ce soit une opinion répandue...

Cependant, ces critiques des chercheurs de la plupart des sciences sociales et humaines identifiées, masquent l'essentiel : la volonté de s'accaparer pour eux seuls le secteur touristique. L'un des hauts responsables du Secrétariat français au tourisme me disait même, qu'un éminent géographe lui avait affirmé que le tourisme n'était qu'une branche de la géographie... En sous-estimant l'authenticité de l'industrie touristique, on peut ainsi consentir à l'étudier dans sa propre science, car de telles études valent mieux que de n'en point faire du tout... C'est de la mauvaise foi mais cela permet à ces chercheurs de prétendre, dans leurs domaines respectifs, que le tourisme n'existerait probablement pas sans eux.

Une piste importante de réflexion consiste à revenir au dualisme déjà souligné : le milieu professionnel de l'industrie touristique d'un côté, et les touristes *stricto sensu*, de l'autre. On remarque, qu'à part la géographie qui a cependant du mal à se débarrasser de son label de science de synthèse, aucune autre science n'intègre complètement les deux composantes. Il est vrai, qu'à l'instar de l'agriculture ou de l'industrie automobile, on n'imagine pas les mêmes économistes se pencher à la fois sur tout ce qui se rapporte aux producteurs et aux consommateurs...

Or le tourisme est l'une des rares activités économiques où les lieux de production et de consommation, *lato sensu*, sont identiques. Ce particularisme crée une brèche dans les analyses scientifiques les plus classiques. Il est alors intéressant de montrer leurs lacunes et la manière désinvolte dont on sous-estime les « touristes ». L'étude des définitions propres au tourisme s'avère ainsi très instructive.

La sémantique du mot « tourisme » et le choix du terme « loisirs », ainsi que le rappel de l'approche classificatoire de l'OMT, nous fournissent des indications intéressantes. « Tourisme » et « touriste », qui ont donné « turismo » et « turista » en espagnol et en italien, par exemple, viennent certes des mots anglais « tourism » et « tourist », mais ont pour véritable origine le mot français « tour » ; qui a d'ailleurs donné le verbe anglais « to tour » ou « voyager pour le plaisir ». Au XVIIIème siècle, les jeunes aristocrates anglais, puis européens (les *Kavalierstours* allemands), devaient faire un voyage d'initiation sur le continent ; un « petit tour » du côté de Paris, un « grand tour » s'ils s'aventuraient vers la Méditerranée ou sur la Riviera. D'emblée, le ton est donné et le *Litttré*, le célèbre dictionnaire français, donnait dès le XIXème siècle les définitions suivantes du touriste : « *Voyageurs qui ne*

*parcourent les pays étrangers que par curiosité et désœuvrement (...) ; se dit surtout des voyageurs anglais. »*

C'est peut-être un leitmotiv dans ma bouche, mais je prétends encore que les chercheurs des sciences sociales et humaines, qui en tirent pourtant le plus grand profit, se satisfont amplement du mépris dont souffrent les activités

touristiques. L'observation de l'historien M. Boyer<sup>12</sup> va dans ce sens : « *Écartés du pouvoir, les rentiers anglais choisissent le voyage et proclament les valeurs de la 'leisure class'.* » Pour le géographe G. Chabot, le tourisme, c'est « *la géographie de la récréation* ». Certes le terme « récréation » se justifie dans certaines langues, telles que le néerlandais, mais sa traduction française est lourde de sens... On peut d'ailleurs se pencher sur l'ambiguïté du mot « loisirs », dans la mesure où, comme le souligne J-M. Dewailly (Op. cit.), « *c'est le participant lui-même, et lui seul, qui est en mesure de déterminer le caractère de 'loisir' de l'activité qu'il pratique.* » Or le tourisme d'agrément étant largement prédominant, on peut considérer qu'en tant que « *part éminente du loisir* » (Op. cit.), il se ne serait plus qu'une simple consommation de l'industrie *ad hoc*. Autrement dit, les touristes ont-ils une autonomie d'existence qui justifierait une étude particulière ? J'ai presque envie de dire : les touristes existent-ils vraiment ? En se posant cette question, on comprend pourquoi les sciences sociales et humaines daignent intégrer le tourisme dans leurs champs d'études sans jamais vouloir lui donner toute la place qu'il mérite.

Poussons plus loin le raisonnement, en nous intéressant à la classification de l'OMT. Les curistes d'une station thermale sont-ils touristes parce qu'ils prennent des loisirs ou parce qu'ils séjournent loin de leur résidence principale ? Que penser des touristes nationaux, qui se déplacent seulement de quelques dizaines de kilomètres ? Les millions d'excursionnistes internationaux, les *day-*

---

<sup>12</sup> M. BOYER, *L'invention du tourisme*, Paris, Découvertes Gallimard, 1996.

*trippers*, qui font une incursion d'une journée en territoire étranger, doivent-ils être aussi appelés touristes comme, par exemple, c'est le cas en France ? Nous sommes au cœur du débat.

Tels quels, tous ces touristes qui associent les voyages à leurs loisirs, confondant les uns et les autres, ne seraient donc que des hommes et des femmes offrant un comportement particulier. À preuve, chacun d'entre nous peut devenir touriste. P. Muray<sup>13</sup> prétend même que « *le nihilisme touristique ne veut pas la connaissance, il veut l'instauration d'un nouveau paradis morbide à travers lequel il puisse se déplacer en toute impunité.* » Et il ajoute que « *les touristes composent l'armée de métier charger de faire régner par tous les moyens la nouvelle morale festiviste et transfrontalière d'une post-humanité, qui a chassé toute violence d'elle-même.* » Vu sous cet angle, le tourisme devient « hors monde ». Les touristes appartiendraient plus à la fiction qu'à la réalité, et se feraient un peu « mutants »... N'est-ce pas, en fait, toute la problématique du voyage qui est souvent oubliée ou tronquée ?

Il est important de souligner que les touristes sont déjà des voyageurs. Et d'emblée, on essuie également les critiques de maints psychologues, sociologues et spécialistes du langage : le voyage est noble quand le tourisme ne l'a jamais été. Ainsi, la sociologue N. Heissler<sup>14</sup> déclare de manière péremptoire : « *Je hais le tourisme parce que j'adore les voyages.* » Cette observation conduit à une impasse : le voyage, débarrassé de sa gangue matérielle, échapperait à toute science touristique *stricto sensu* ; mais, puisque le tourisme n'intéresse vraiment les sciences sociales et humaines qu'en tant que phénomène commercial au sens large, la pertinence touristique des voyages devrait être

---

<sup>13</sup> P. MURAY, *Après l'histoire II*, Paris, Les Belles Lettres, 2000.

<sup>14</sup> N. HEISSLER, *Voyage et/ou tourisme, du rêve à la consommation, Tourisme et société*, Paris, L'Harmattan, 1992.

éludée. Pourtant, si on omet de traiter les « voyages » dans toute étude touristique, elle ne pèsera plus très lourd.

On met le doigt sur la sous-estimation scientifique du tourisme en général, qui résulte du refus d'en mesurer l'importance. Non seulement, il ne serait la première activité économique mondiale que parce qu'on tiendrait compte d'un amalgame de domaines tout à fait indépendants ; mais les voyages, qui en sont la structure essentielle, ne seraient authentiques qu'en dehors de ses contingences industrielles. Peu importe alors l'étymologie du mot « voyage », qui rappelle le rôle du « viatique », ce que nous considérons comme ses préparatifs et sa logistique ! Peu importe les évidences ! Toutefois, le voyageur moderne international s'adresse souvent à un transporteur aérien, fait appel aux hébergements de l'industrie touristique, mange dans des restaurants, quels qu'ils soient, et surtout, entre dans la comptabilité touristique du pays visité. À ce propos, on comprend le souci de l'OMT de comptabiliser tous les touristes potentiels, même si on lui reproche de prendre en considération les voyages d'affaires ou d'études, les déplacements sportifs ou les séjours liés à la santé...

Il n'empêche, le tourisme est scientifiquement rangé dans les champs secondaires des sciences sociales et humaines, parce qu'on veut le minimiser. Il gêne. À moins qu'il soit susceptible de déclencher des études et des recherches insoupçonnées, ce qui provoquerait la fébrilité de maintes sciences sociales et humaines, soucieuses de ne perdre aucune de leurs prérogatives actuelles. Pour ces chercheurs, le paradoxe est un leurre puisque le tourisme représenterait trop peu de choses pour échapper à leurs études. Pour moi, c'est bien sûr très différent.

## Plaidoyer pour une nouvelle science touristique: la *tourismologie*

Le tourisme est un système ; d'où le suffixe « isme », qui implique justement l'appartenance à un système. On en a montré les principaux rouages. Il conviendrait peut-être de voir si le tourisme ou les voyages ne correspondent pas à une organisation du monde particulière.

Historiquement, et pour ne tenir compte que des civilisations occidentales, le premier « tourisme » identifié est antique et a connu une très grande expansion dans l'empire romain. Des routes assez sûres, les *via romaines*, et une grande variété de moyens de transport ; des structures hôtelières naissances (racine *hospitium*) et déjà un code civil de l'hôtellerie ; des stations thermales et oraculaires ; des résidences secondaires, les fameuses *villa* ; des promoteurs, soucieux de proposer des *délices* aux Romains, tels que celui de la station de Baes, en Campanie ; des villes de joutes sportives et artistiques, qui attirent beaucoup de monde ; des voyages d'affaires ; une langue prédominante et une monnaie forte ; et surtout, la *Pax romana*.

Dans son étude des « *économies-mondes* », qui déplacent leurs centres successifs de Rome à New York, en passant par Venise, Gènes, Amsterdam, Londres, etc., F. Braudel<sup>15</sup> évoque l'importance des échanges, qui concernent autant les marchandises que les hommes. Évoquant, par exemple, le « *marchand itinérant* » du bas Moyen Âge, il note ainsi qu'il « *tient ses assises dans une auberge : les auberges sont les relais du roulage, les officines du transport.* » Le tourisme d'affaires, à défaut de celui d'agrément qui va bientôt venir, est la marque de l'économie mondiale. Lorsque les Anglais dominent le monde, de la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle au début du XX<sup>e</sup> siècle, ils créent les voyages à forfait et le métier de voyagiste, ils inventent le

---

<sup>15</sup> F. BRAUDEL, *La dynamique du capitalisme*, Paris, Champs/Flammarion, 1985.

tourisme moderne, et le rentier anglais s'identifie au terme « touriste »... Depuis plus de cinquante ans, le tourisme de masse se développe parallèlement à la mondialisation de l'économie, dans la perspective d'une éventuelle « post-humanité » où les Etats-Unis, le triomphe d'un certain libéralisme, s'imposent partout.

Le tourisme et notamment le tourisme international, qui en est le moteur principal, a besoin de la *Pax mundi* pour exister ; avec ses corollaires, l'internationalisation de la monnaie (ce n'est pas un hasard si l'agence de voyages *American Express* a inventé la « carte à puce »...), et la suprématie de quelques langues très parlées, dont l'anglais. Pour autant, la planète subit de nombreuses guerres régionales et connaît un développement très inégal. Le tourisme sélectionne les meilleures destinations et tire profit des coûts très bas pratiqués dans les pays émergents... J'ai même envie d'ajouter que la *net-économie*, qui se fonde sur le virtuel, non seulement emprunte au savoir-faire touristique (on l'a vu) mais cultive le rêve, c'est-à-dire l'antichambre du voyage...

Le tourisme est donc un phénomène géopolitique, pour au moins les deux raisons suivantes : il se déroule sur une multitude de cartes géographiques et est un peu le thermomètre du monde ; tant socialement qu'économiquement. Toutefois, il ne serait pas seulement une question de géopolitique et doit certainement aboutir à la création d'une nouvelle science sociale ou humaine.

L'histoire des sciences est chaotique mais dépend de l'organisation du monde et des idéologies. La géographie, si prisée, dans l'antiquité grecque et romaine, ne fait plus partie des *Arts Libéraux* du Moyen Âge... Le motif est simple : Pythagore et Platon avaient laissé entendre que la terre était ronde et les autorités chrétiennes avaient besoin d'une terre plate, où le paradis et l'enfer seraient aux deux extrémités ! L'histoire des sciences de l'homme, des sciences

sociales et humaines, est encore plus complexe. Nées au XVIII<sup>e</sup> siècle, confirmées au siècle suivant, ces sciences, selon J-F. Dortier<sup>16</sup>, se débattent dans un « *maelström anarchique de recherches* ». Alors que beaucoup d'auteurs hésitent sur leurs répartitions, considérant par exemple que seules la psychologie, la sociologie et l'anthropologie sont des sciences humaines, d'autres classent la sociologie parmi les sciences sociales, avec le droit, l'économie, l'histoire, etc. Dans l'université française, les sciences humaines sont regroupées avec les lettres, laissant le droit, l'économie dans des facultés *ad hoc*. Les Américains, plus pragmatiques, les mettent dans une seule catégorie : *Social et Behavioral Sciences...*

L'approche plus catégorique de C. Lévi-Strauss<sup>17</sup> ouvre des perspectives intéressantes : les sciences sociales sont celles qui « *acceptent sans réticence de s'établir au cœur même de la société* », et cet anthropologue évoque, à leur propos, leur propension à préparer « *des élèves à une activité professionnelle* ». À l'inverse, les sciences humaines « *sont celles qui se mettent en dehors de chaque société particulière* ». Si jamais le tourisme devient une science, elle serait donc sociale et humaine : sociale, car très appliquée, ce qui ne serait effectivement pas l'apanage des sciences humaines où « *il y a rarement de continuité directe entre les sciences et l'action* » (J-F. Dortier, Op. cit.). Humaine, car le touriste « *incarne complètement le dernier homme tel que Nietzsche l'avait pressenti* » (P. Muray, Op. cit.), c'est-à-dire un *humain, trop humain* extérieur au monde...

La non-reconnaissance du tourisme comme science sociale et/ou humaine, est également due à « *l'hyperspécialisation* » de ces sciences. Prenons l'exemple de la sociologie, qui se décline en de très nombreuses spécialités : la sociologie du travail, des organisations, de la

---

<sup>16</sup> J-F. DORTIER, *Les sciences humaines, panorama des connaissances*, Auxerre, Editions sciences humaines, 1998.

<sup>17</sup> C. LEVI-STRAUSS, *Anthropologie structurale*, Paris, Plon, T 1, 1958 ; T 2, 1973.

famille, de l'éducation, de l'État, de la ville, etc. Dans ces conditions, comment introduire la science touristique qui est nécessairement plurielle ? La géographie a eu du mal à s'imposer ; le tourisme risque de ne même pas avoir cette chance...

Pourtant, il faudra y parvenir et peut-être plus sous l'angle social, puisqu'elle est avant tout appliquée. En fait, il y a les points de vue esthétique et fonctionnel. Je ne nie pas le rôle de l'art et de la culture en général. Il est utile, pour l'homme, de connaître la civilisation égyptienne antique ou d'analyser les rouages économiques du colbertisme. Cependant, il est fondamental qu'il dispose d'un arsenal scientifique pour mieux intégrer des activités sociales et économiques, pour les faire évoluer. Beaucoup de sciences sociales, et même humaines, visent cet objectif. En prônant l'urgence d'une science touristique, je le partage également.

Personne n'ignore que l'industrie touristique embauche des ouvriers, des techniciens et des cadres. Son importance et sa diversité le justifient pleinement. Pour les deux dernières catégories, et notamment pour la troisième, un dilemme se pose depuis longtemps déjà : ou bien, on forme les cadres dans des formations idoines ou bien, on les recrute dans les formations juridiques, économiques, administratives, linguistiques, etc. C'est ce qui se pratique mais cela a une incidence fâcheuse : le tourisme est considéré comme une activité dérivée et il est alors regrettable que tel gestionnaire d'hôtel ou tel voyagiste, soit capable d'aligner des chiffres et des lois, sans atteindre à l'essentiel, c'est à dire la prise en compte du tourisme en tant qu'activité sociale et culturelle. Mais il est tout aussi dommageable que les techniciens du tourisme, roués à toutes les pratiques, n'aient pas l'ouverture d'une véritable culture universitaire.

La recherche reste le fondement de l'enseignement universitaire ; elle doit donc susciter des formations touristiques originales. Je ne rejette pas l'apport des autres sciences humaines et sociales, qui pourront toujours y

contribuer, mais j'envisage une « tourismologie », qui permette aux enseignants-chercheurs concernés de dépasser le simple stade technique. Là, on la nommerait « tourismology » et ici, « turismologia ». On formerait donc des « tourismologues », qui deviendraient chercheurs, enseignants-chercheurs ou cadres dans les entreprises touristiques. Les mots peuvent faire peur et j'y attache, finalement, peu d'importance. Mais qu'on ne s'y trompe pas : il s'agit d'obtenir de très bons niveaux supérieurs de formation, ce qui revaloriserait le tourisme et les métiers d'encadrement du tourisme, et remplirait pleinement le cahier des charges d'une excellente professionnalisation. Une telle évolution permettrait de disposer d'un corps d'enseignants-chercheurs en « tourismologie » et, naturellement, d'un suivi de carrière. Il est temps que les plus grands spécialistes du tourisme ne soient plus seulement issus de sciences sociales et humaines annexes ; il est temps que la « tourismologie » produise ses propres professeurs et ses propres chercheurs.

L'ultime question revient à mieux définir la « tourismologie » et donc, à tenter son approche épistémologique. J. Piaget<sup>18</sup>, bien qu'il prétende qu'elle demeure impossible pour toute science pluridisciplinaire, ce qui serait le cas de la science touristique, nous ouvre quelques voies intéressantes. Schématiquement, car je n'ai pas la prétention d'être exclusif, la « tourismologie » puise sa source dans le « sacré », s'attache à la conception du produit touristique, original à plus d'un titre, prend en compte l'unité conjointe de production / consommation et retient un certain nombre de méthodes.

Une science, a fortiori sociale ou humaine, se nourrit toujours du sacré. C'est le cas du tourisme. Dans l'antiquité grecque ou romaine, on visitait les sites oraculaires et les stations thermales, qui soignaient le corps et l'âme. R.

---

<sup>18</sup> J. PIAGET, *Logique et connaissance scientifique*, Paris, Gallimard, 1967.

Amirou (Op. cit.) parle même de la « *tradition festive du pèlerinage* » dans le tourisme. Cela va encore plus loin. Les touristes s'intéressent à l'histoire, au folklore, aux monuments religieux. Or, confrontés aux témoignages du passé, parfois tumultueux, souvent cruel et inhumain, ils acquièrent une perception aseptisée, trop lisse, déconnectée même de toutes les réalités. C'est en ce sens qu'ils sont « hors monde » : c'est plus qu'un comportement, comme on l'a déjà dit, c'est une manière particulière de s'impliquer dans le monde. Le « tourismologue » ne peut rester insensible à cette démarche tout à fait virtuelle, toujours en avance sur son temps ; car « hors temps ». Aujourd'hui, de telles études restent fragmentaires et il me semble urgent d'y remédier. Autrement dit, de la même manière que les sciences sociales et humaines appréhendent le monde du travail, il conviendrait de mieux cerner le phénomène majeur des temps à venir : l'impact des loisirs sur les sociétés.

Par ailleurs, le produit touristique n'est pas ordinaire, bien qu'en de nombreux points, il s'apparente à tout produit économique (facteurs des coûts, tendance des prix, composition complexe, nature des entreprises – avec leurs salaires – implication dans la comptabilité nationale, etc.). Outre qu'il rassemble en un même lieu les producteurs et les consommateurs (l'image est symbolique et seulement partiellement exacte), selon F. Vellas<sup>19</sup>, le produit touristique présente une certaine inélasticité (très perceptible au niveau de la demande ; impossibilité de stockage) ; il obéit à la loi de la complémentarité (car composé d'un « *ensemble de sous-produits complémentaires* », où l'absence de l'un d'eux remet en cause tous les autres) ; enfin, il est hétérogène (les produits touristiques ne seront jamais identiques ; le même produit peut même varier avec les conditions climatiques, etc.). Cela ne sera bien compris que si l'on dispose d'une recherche scientifique originale.

---

<sup>19</sup> F. VELLAS, *Le tourisme*, Paris, Economica, 1992.

Enfin, les méthodes de la « tourismologie » sont non seulement riches et variées (enquêtes, sondages, statistiques, expérimentation, etc.), mais s'appuient toujours sur les technologies les plus avancées. On a montré que la révolution informatique a beaucoup emprunté à la touristique ; il est à parier que le « rêve » du touriste avant son « beau voyage » aura de plus en plus tendance à être « virtualisé » sur des images d'ordinateur. À ce niveau, la recherche serait encore plus appliquée et, bien sûr, plus sophistiquée. Elle pourrait consister à savoir comment conduire un futur voyageur à choisir telle ou telle destination, à partir de stimulations informatisées. Le fameux viatique du voyageur se retrouverait formalisé : afin d'éliminer tous les risques et surtout tous les aléas dus à de mauvaises découvertes, on préparerait le touriste à sa fausse aventure. Ainsi, sur le terrain de ses exploits, le moindre imprévu serait banalisé ; il vivrait son présent comme il s'interroge sur le passé, en étant seulement virtuellement impliqué. Il s'agit là d'une science cognitive appliquée, ayant pour but d'accroître le nombre de clients pour un produit touristique donné. La « tourismologie » naissante pourrait-elle laisser passer une telle occasion de montrer toute sa pertinence ? On le devine, ces recherches pourraient ensuite déboucher sur l'analyse des profondes motivations humaines et se doter, alors, de paradigmes plus critiques.

Et justement, le « tourismologue » devrait aussi se faire très critique et, peut-être, transformer sa recherche appliquée en recherche plus fondamentale. Dans de tels domaines, les pistes sont innombrables. N'étant guère suffisamment visionnaire, j'en resterai là. Ainsi, je n'ai évoqué que quelques points d'une science touristique, qui nécessiterait sans doute un véritable laboratoire ; avec des ordinateurs et des logiciels très élaborés. C'est pourquoi, je me demande finalement si cette science sociale ou humaine, que j'appelle de mes vœux, n'est pas plus ambitieuse encore. Il me semble que l'on s'éloignerait ainsi du panel classique des sciences aujourd'hui reconnues.

## Conclusions

Il est difficile de conclure, sinon de vous demander si je vous ai convaincus ou non. C'est pourquoi je préfère rebondir sur l'œuvre sous-estimée d'un économiste américain, qui a vécu à la fin du XIXème siècle et au début du siècle suivant, Thorstein Veblen<sup>20</sup>. Dans son livre, *Théorie de la classe de loisir*, publié en 1899, il identifie la « *classe de loisir* » aux « *clans de la société dont la grande affaire est d'accumuler la richesse.* » Sans épouser les thèses socialistes de son époque, il prétend alors que « *l'institution d'une classe oisive est la conséquence naturelle d'une discrimination primitive des travaux dignes et des travaux indignes.* » Autrement dit, le travail serait « *moralement interdit à l'homme noble et libre, et incompatible avec une vie vertueuse.* »

La recherche du loisir devient pour lui une sorte de « peterisation » collective. Non seulement, on doit jouir du meilleur niveau de consommation de son groupe social, mais on doit tendre au niveau de la classe juste supérieure. Ce serait ainsi la fin de l'esprit industriel car, lorsque l'on parvient tout en haut de l'échelle, on ne goûte guère l'esprit du changement et on s'identifie à cette fameuse « *classe de loisir (qui est) la classe conservatrice.* » Bien qu'à l'époque de Veblen, le tourisme soit très élitiste – ne faut-il pas rappeler les « *rentiers anglais* » ? –, j'ai le sentiment que l'on identifie toujours les loisirs à la pire des oisivetés. En effet, non seulement les chercheurs actuels en sciences sociales et humaines seraient nombreux à admettre l'importance de l'industrie touristique, à condition d'en limiter le champ, mais ils ramèneraient le phénomène touristique au rang des dépenses ostentatoires. Le syndrome de Veblen est bien réel...

---

<sup>20</sup> T. VEBLEN est considéré comme l'un des principaux fondateurs du courant institutionnaliste aux Etats-Unis.

N'oublient-ils pas alors le « besoin social » que remplit le tourisme, selon l'OMT ? Ils le transforment toujours en quelque chose de superflu, qui crée certes des richesses et des emplois, mais le projettent indéfiniment dans l'imitation des plus riches comme s'il s'agissait d'un phénomène pathologique. C'est, pour moi, impensable. En prônant une véritable science touristique, que j'appelle « tourismologie », j'aspire au contraire à intégrer le tourisme dans son environnement quotidien. Les touristes, que nous sommes tous, ont droit à un peu plus de respect. S'il s'agit d'avoir un comportement « hors monde », de nous contenter de jeter sur le monde d'autrefois, notre principale ressource culturelle, un regard détaché et parfois horrifié, acceptons-le : ainsi, le tourisme deviendra l'opposé de la barbarie ! Et cela mérite assurément une recherche neuve et audacieuse...

J'ai peut-être beaucoup abusé de votre temps mais, vous l'aurez compris, ce discours, au sein de cette noble Académie, est plus qu'une thèse : c'est l'engagement d'un chercheur qui, par le biais d'une science en gestation, la « tourismologie », veut comprendre le monde autrement.

*Excm. Sr. President, Excms. Srs. Académics, Senyores i senyors, je vous remercie de m'avoir écouté.*





*Excm. Sr. President*

*Excms. Srs. Acadèmics*

*Senyores i senyors*

ESTIC EMOCIONAT I ORGULLÓS, ORGULLÓS QUE M'HAGI TRIAT *l'Honorable Reial Acadèmia de Doctors*; ORGULLÓS QUE SIGUI ACOLLIT ENTRE VOSTÈS EL PRESIDENT DE LA UNIVERSITAT DE PERPINYÀ, UNA DE LES DISSET UNIVERSITATS CATALANES DE L'INSTITUT *Joan Lluís Vives*. PER DESGRÀCIA, S'ACABARÀ AVIAT, EL MEU PROPÒSIT EN CATALÀ, DEL QUAL ESPERO QUE SERÀ COMPRENSIBLE TRET DEL MEU DOLENT ACCENT; DURARÀ NOMÉS EL TEMPS DE FER-LOS SOMRIURE. EL MEU NOM ÉS HOERNER I, MALGRAT LES APARENCES, SÓC ORIGINARI DEL LLEMSÍ, AL NORD DE TOLOSA DEL LLENGUEDOC. Ara bé, els historiadors pretenen que molts catalans serien originaris d'aquesta província francesa, des de l'alta Edat Mitjana... El primer rei català es deia Guifré el Pelut, era visigot, i malgrat el seu origen germànic, tan ràpidament descuidat, va esdevenir l'avi dels catalans... Estiguin tràníquils, no aspiro a regnar; tanmateix per bé que no hagi après ni el català ni el castellà i sense tenir un do per a les llengües, no desespero de ser un dia català...

BÉ, MÉS SERIOSAMENT, ARA VOLDRIA REGRACIAR ELS MEUS AMICS DE BARCELONA, L'EXCELLENTÍSSIM PROFESSOR JOSEP

Casajuana, President de l'Acadèmia, i l'honorable Professor Gil Aluja, que m'honorarà del *discurs de contestació*.

Des de la presa de contacte, em van acollir com un dels seus i recordo, amb emoció, llur visita al si de la nostra universitat de Catalunya del Nord. Distingits Amics, i Vostès, Distingits Acadèmics, seran a casa seva en la nostra Universitat de Perpinyà !

D'altra banda, si estic aquí amb Vostès com a geopolitista, tampoc no vull descuidar que m'heu honrat, com a President d'una universitat francesa i catalana.

Tinc una formació de geògraf, especialitzat en el tercer món, i més concretament, en Madagascar; les meves preocupacions actuals es dirigeixen cap a la geopolítica local, regional i mundial<sup>1</sup>; àdhuc aplicada, des del pensament del filòsof Nietzsche<sup>2</sup>. No he volgut triar un d'aquells temes, vaig preferir parlar de l'autenticitat de la recerca turística, perquè s'acosta a un dels tres eixos cabdals de la Universitat de Perpinyà destacats pel nostre ministeri, « l'enginyeria turística ». Aquesta opció és, així, a la vegada científica i estratègica.

Per cert, a més de diverses publicacions en el marc turístic en general, de les quals dues obres<sup>3</sup> vaig crear i dirigir durant molt de temps, el nostre nou Institut Universitari Professionalitzat dels oficis de les professions del transport, de l'hostalaria, del turisme i dels lleures, un dels florons del nostre establiment. També sóc vice-President de l'AMFORTH, l'Associació mundial de les formacions hoteleres i turístiques, aprovada per l'Organització Mundial

---

<sup>1</sup> J-M HOERNER, *Géopolitique des territoires, de l'espace approprié à la suprématie des Etats-Nations*, Presses universitaires de Perpignan, 1996.

<sup>2</sup> J-M HOERNER, *Nietzsche, géopolitiste du troisième millénaire*, deux conférences données à Thuir et à Eaubonne, en juin 1999 et mai 2000.

<sup>3</sup> J-M HOERNER, *Introduction au géotourisme*, Presses Universitaires de Perpignan, 1993, et *Géographie de l'industrie touristique*, Paris, Ed. Ellipses, 1997.

del Turisme o OMT. Des d'aquests diversos títols lluita així "pel reconeixement d'una ciència turística o turismologia", títol d'un proper article en la principal revista francesa *ad hoc*, "Espaces". De fet, estem negociant amb el Ministeri i el secretariat al turisme, per a aquest reconeixement. El febrer passat, a Niça, al congrés internacional de l'AMFORTH que presidia, aquest tema era al centre de les preocupacions dels participants, dels investigadors, dels docents i dels professionals.

La tria d'aquest subjecte, a Barcelona, un dels centres neuràlgics de l'Estat Espanyol i d'Europa, no era fortuit. Que jo sàpiga, l'Estat Espanyol és un dels primers països al món amb vocació turística ! Aquí la cultura turística és important, cosa que explica la seva importància en el Producte Nacional Brut. Així us devem dos neologismes que vull esmentar, fins i tot quan atesten uns problemes d'endegament turístic que es verifiquen en totes les grans regions turístiques del món. Es tracta de *Balearització*, que tradueix l'excés de formigó a les estacions turístiques, i de la *Marbellització*, que designa una privatització excessiva dels espais dedicats al turisme. Tret d'aquest aspecte, la indústria turística espanyola és pròspera i puc esmentar, com a exemple, els equipaments excepcionals de les Illes Balears; val a dir que no és cap casualitat si l'*Organització Mundial Turística*, afiliada a l'ONU, tingui la seva seu a Madrid. Finalment, molt millor que les universitats franceses, heu sabut crear brillants formacions superiors dedicades al turisme. Pel que fa de les investigacions lligades a la indústria turística, sou amb els anglesos i els americans, uns dels primers, molt per davant dels francesos.

Així, què podria aprendre'ls de nou ? Modestament, diria que aquest missatge s'adreça també a mi mateix. No els presento un balanç d'investigació ; no els vull molestar amb una amplia síntesi de recerques definitives ni ventar certeses. El tema triat és fruit de les meves preocupacions i, per dir-ho així, una mena d'intent, d'assaig. Davant de Vostès, senyores

i senyors, ho faré com si fos davant d'un jurat al qual proposaré una tesi. Esdevindré per un momentet un professor "estudiant". Invoco així la vostra indulgència.

He de ser alhora a l'altura de l'honor que em fan i al nivell de les tesis que defenso. El repte és perillós i, en moments com aquest, desitjo posar de relleu aquesta declaració del filòsof G. Bachelard<sup>4</sup> : *"Accedir a la ciència és rejunir espiritualment; és acceptar la brusca mutació que ha de contradir un passat"*.

En efecte, què significa realment el títol de la meva comunicació : *"per a una ciència turística, la turismologia ?"*. La indústria turística és omnipresent; és la primera activitat econòmica mundial. Per bé que les formacions superiors al turisme i la investigació que l'acompanya encara no tenen llurs "lettres de noblesse".

Això pot justificar perseverança ? La indústria automòbil, per exemple, mai no ha suscitat cap investigació particular i en el marc que ens interessa, les ciències socials i humanes podrien aparèixer com a suficients. Tot i que penso que ha d'existir una excepció turística....

Tot primer, les professions del turisme demanen cada vegada més formacions *ad hoc*, del més baix al més alt nivell. Cosa que és indenegable. Quan no seria el cas de les indústries del petroli o de l'automòbil, que es poden acontentar de la multitud d'instituts de química o de física aplicada. A més, el fenomen turístic requereix estudis pluridisciplinaris que confirmen de manera esquemàtica la majoria de les ciències socials i humanes. Per fi, el turisme és un fenomen social importantíssim, que té la seva història, sovint molt antiga i que té implicacions a la vida quotidiana de cada u, i que s'adapta a les evolucions de les nostres societats fins arribar a la caricatura.

---

<sup>4</sup> G. BACHELARD, *La formation de l'esprit scientifique*, Paris, Ed. Vrin, 1938 et 1967

Per totes aqueixes raons, el meu objectiu resulta d'una implicació responsable que respon una necessitat: les professions del turisme han de ser reevaluades amb l'affirmació d'una especificitat, una formació d'alt nivell que es recolzaria sobre una investigació apropiada. Voldria tornar a esmentar G. Bachelard (op.cit): *"En la vida científica, els problemes no es plantejen d'ells mateixos. És precisament aquest sentit del problema que dona la marca del veritable esperit científic"*. Ara bé aquest "sentit del problema" en la matèria, continua sent sense ambigüitat: el turisme, en la seva funda dualitat constitutiva, la indústria en sentit propi, i la complexitat dels homes i de les dones que han esdevingut turistes, mereix una aproximació original, que per cert és pluridisciplinària, però és caracteritzada per una unicitat científica que inicia, d'una banda, sigui al servei de la seva professionalització, i d'altra banda de la seva revalorització econòmica i social. Vet aquí la meva tesi.

La presentaré segons tres parts: la importància de la indústria turística que donarà lloc a una aproximació més selectiva que no pas exclusiva; el turisme en el domini de les ciències socials i humanes; una defensa a favor d'una nova ciència turística, que anomeno "turismologia".

### **El turisme, primera activitat econòmica mundial**

Encara que les dades siguin insuficients, especialment pel que fa als turistes estatals, es pot considerar que la indústria turística estatal i internacional concentra prop del 10% dels ingressos del planeta i que un de cada dotze llocs d'ocupació forma part d'aquest camp. Del 1995 fins al 2020 els efectius del turisme internacional haurien de ser multiplicats per tres, fins a superar mil milions cinc cents viatgers, i els seus ingressos multiplicats per cinc, fins a aconseguir els 2000 mil milions de dòlars US. A més, resulta molt interessant esmentar la part del turisme internacional

en certes economies estatals : sovint més del 50% de les exportacions de la majoria de les "illes d'or" tropicals i emergents; el primer pol d'exportació de diversos països del tercer-món ; ingressos molt substancials per varis països rics del Nord, com per exemple l'Estat Espanyol.

Les "*megatendències del turisme*", recentment destacades per l'OMT<sup>5</sup>, enforteixen la meva determinació. Recordarem la mundialització i els viatges sense "fronteres", el paper dels suports tecnològics els més capdavanters, i pel turista la repartició entre confort i aventura, el desenvolupament de productes determinats i la importància de la imatge de destinació, la preocupació pel medi ambient i la sensibilització pels problemes socials. Aqueixes orientacions donen a conèixer la diversitat i l'evolució de la indústria turística.

Però què s'ha d'entendre amb "indústria turística"? Aquesta expressió, molt emprada, sobretot pels professionals, no és cap casualitat. Primer, una indústria pot ser considerada com un "art"; ara bé, el turisme, antany, era molt elitista i encara està conreant aquest aspecte, malgrat la dolenta imatge del "turisme de massa"<sup>6</sup>. Després, el turisme posa de relleu les característiques d'una genuïna indústria, perquè atreu molts capitals i demana mà d'obra important, cosa que es tradueix per criteris econòmics molt específics. Per exemple, no es pot amortitzar un hotel abans de deu anys; això afavoreix, quan els controls són febles (en els països emergents), la inversió "de diner brut". Una altra dada correlativa: el preu d'una habitació és avaluada a una milena part del seu cost ! Els llocs de treballs són molt nombrosos en les empreses de turisme, siguin permanents; de temporada, i temporanis, i s'admet que la creació d'un càrrec permanent

---

<sup>5</sup> OMT, *Tourisme Horizon 2020, nouvelles prévisions*, Madrid, 1999

<sup>6</sup> En un article recent, m'he interessat fins i tot sobre la pertinència, avui dia, del turisme de massa (J-M. HOERNER, La fin du tourisme de masse? Les tendances élitistes de l'industrie touristique, Paris, *Espaces* N° 147, 1997)

exigeix una inversió de 150 000 Euros ! Només cal comptar el personal d'un Hotel de mitja gama que ha demanat una inversió de 5 milions d'Euros: més de cinquanta llocs de treball, comptat i debatut! Per fi, la indústria turística representa diversos grans sectors, de composició, de vegades, molt diferent : l'allotjament en l'hostalaria i la para-hostaleria elements puntals del turisme, la restauració i assimilat, l'organització dels viatges (viatgistes i agències de viatges), els transports, especialment aeris, tot el que concerneix l'animació (per exemple els parcs de lleures), "la turismàtica" lligada amb noves tecnologies i una multitud de sectors paral·lels (els guies, les assegurances, els espectacles i les manifestacions culturals o esportives, etc....).

A més de l'ambigüïtat d'alguns d'aquests sectors, també ens trobem davant de la dificultat del recompte turístic; sobretot quan és estatal. Existiria, per definir un viatge turístic, una distància mínima per recórrer quan no es passa cap frontera? Alguns<sup>7</sup> exigirien unes 100 milles angleses, però això queda molt empíric... D'altra banda, què s'ha de pensar dels turistes que no sojornen al si dels establiments del sector que no és mercantil, com les residències secundàries ? Certs estats avaluen ingressos fictius, que descontenten molts professionals... Per fi, els Estats comptabilitzen llurs turistes internacionals sigui per sondeig, ja sigui pel bescanvi monetari: les incerteses s'acumulen : heus aquí una investigació només esbossada!

Per tal de quedar en el marc de les definicions, hem de recordar la classificació de l'OMT. Un turista és un viatger; l'aprovació constitueix la seva primera estimulació a la qual s'afegeixen, però, els motius de negocis, d'estudis, de salut, de pelegrinatge, etc. Un dia de desplaçament

---

<sup>7</sup> Segons J-M . DEWAILLY (et E. FLAMENT, *Géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, SEDES, 1993), « La National Tourism Ressources Review Commission britannique considère comme touriste une personne qui s'éloigne au moins de 50 miles de son domicile, migrations pendulaires exclues, et le Census Bureau des Etats-Unis porte, lui, la distance à 100 miles. »

correspon a una excursió car el turista, *stricto sensu*, ha de estar al menys una nit a fora de la seva residència principal. A partir de quatre nits, és un estieujant.... Més de quatre mesos, ja no és més un turista, sinó senzillament, un migrant, o sigui, un nòmada.

No em dedicaré a l'estudi dels transports, encara que hi hagi molt per dir concernint les companyies aeries, com ho veurem més en davant. Tenen sovint llurs propis viatgistes àdhuc llurs agències de viatges, a vegades controlen cadenes hoteleres i disposen d'una gran quantitat de terminals informàtics, per a les més importants. Una breu anàlisi de l'hostaleria mundial sembla ser més pertinent<sup>8</sup>. Només un trentenar de grans cadenes, que pertanyen a set països (*Grupo Sol* per l'Estat Espanyol), agrupen els tres-quarts de les cadenes hoteleres mundials, o sigui prop de 3 milions d'habitacions i gaudeixen d'un montant d'operacions d'uns quants centenars de milers de milions de dòlars US. Sense anar més detalladament, ens demostra la vitalitat d'un sector econòmic que, durant els anys seixanta i setanta, prefigurava d'una certa manera la febra actual de la *web-economia*. El primer grup francès, *ACCOR*, al quart lloc mundial, només disposava d'un hotel al 1967 i gaudeix d'un montant d'operacions actual de 6 mil milions d'Euros i d'una xifra consolidada de més de 15... La primera cadena al món, "*Hospitality Franchise System*" o *HFS*, només va néixer al 1990 per iniciativa d'un corredor de canvis de Nova York, que va sensibilitzar els seus propis clients.... Què podem afegir a propòsit de totes aqueixes empreses familiars, *ACCOR*, el "*Club Méditerranée*", etc., empreses de les quals els fundadors van ser desposseïts en profit de la Finança! Les *OPA*<sup>9</sup> borsàries constitueixen la majoria de les accions, el capital viu, les estratègies canvien i la cursa al modernisme,

---

<sup>8</sup> J-M. HOERNER, *Géographie de l'industrie touristique*, Paris, Ellipses, 1997

<sup>9</sup> Ofertes publiques de compra; es pot esmentar també les ofertes publiques de canvi (*OPC*) i les *OPV* sigui ofertes publiques de vendes.

per mitjà d'un gran nombre de centrals de reservacions, és cosa corrent.

Què s'ha de pensar també d'aquestes grans empreses sense vocació turística que es volen acaparar les cadenes hoteleres, com les cerveseries angleses "*Bass*" a través de l'americana "*Holiday Inn*", o més recentment, la manera amb la qual l'industrial alemany "*Preussag*" ha esdevingut el primer viatgista europeu! Aquest exemple és memorable. Especialista de l'Energia, de primeres matèries, de construcció, de logística, etc., "*Preussag*" té un montant d'operacions en el sector turístic de set mil cinc-cents milions d'Euros, o sigui el 45% del grup, però un benefici d'operacions de més del 50% en el seu nou sector d'activitat. Després de l'absorció del britànic "*Thomson Travel*", realitzarà un montant d'operacions de dotze mil milions d'Euros; i hom el sospita de voler acapara-se el "*Club Med*".... Aqueixes reconversions i de manera general el dinamisme de les empreses turístiques, expliquen l'explosió de la indústria turística i les seves noves tendències : viatge amb forfet, destinacions cada cop més llunyanes, concentracions i deslocalitzacions, confiança en un mercat eventualment sense límits....

És evident que la indústria turística no és gens més aquest "bricolatge" d'antany i que la preeminència, des d'aleshores, els més importants *holdings* en la seva organització, requereix una nova aproximació. Evidentment, la indústria automòbil o del petroli no ha donat gaire lloc a estudis científics particulars, sinó que ha donat lloc a especialitzacions econòmiques, geogràfiques, sociològiques, etc. Tanmateix, el fenomen turístic presenta una altra amplitud, ja que implica els seus consumidors, els turistes, en una espiral molt més consegüent.

Ho desenvoluparé més endavant.

També es pot demostrar el pes econòmic del turisme en el context de la mundialització de l'economia, sense tenir

forçosament considerants filosòfics. Mentre que les estades turístiques siguin cada cop més llunyanes pel que fa una quantitat innombrable de països emergents (l'expansió és exponencial) el 80% de les despeses i dels ingressos turístics del món concerneixen només una dotzena d'Estats. Basant-se sobre el concepte del "comerç captiu", que caracteritzen els bescanvis al si de les corporacions multinacionals, existiria així un "turisme captiu". Per exemple, un viatge amb forfet d'un grup d'europeus cap a una "illa d'or" tropical : la logística del viatge, i sovint el transport aeri (més i més en cogestió), les estructures d'allotjament, una gran part del consum *in situ*, les assegurances, els salaris dels expatriats, etc., són ingressos efectius dels països receptors poden recuperar entre el 30 i el 60% de les despeses totals del grup de viatgers però, al final, la gran majoria dels països turístics s'han d'acontentar d'engrunes.... Però, en realitat, les grans regions turístiques són europees o americanes, i fins i tot els territoris llunyans; sense descuidar l'expansió dels creuers...

Aquest monopoli econòmic recorda el principi de la mundialització de l'economia i el triomf evident del liberalisme americà, fins i tot europeu i japonés. He reservat pel final d'aquesta primera part, el paper de la "turismàtica" en el desenvolupament de la indústria turística. D'entrada, s'ha de reconèixer que, de la mateixa manera que l'aviació militar va fer créixer l'aeronàutica, el turisme ha contribuït àmpliament a l'expansió de noves tecnologies de la informació i de la comunicació. Aquest aspecte em sembla d'un interès cabdal!

Preneint l'exemple de l'hostalaria, tres nivells de reservacions són vigents, però la concentració creixent de la informatització és encara més espectacular. Així, cinc centrals integrades controlen les reservacions de més del 2/3 dels grups que tenen almenys 2000 habitacions ! Al més alt nivell que concerneix igualment els transports, especialment aeris, i la indústria del viatge en general, són uns quinze del *GDS* (*Global Distribution Systems*), els qui dominen la

situació. Mirant-ho de més a prop, hom constata fins i tot que només quatre *GDS*, lligats a les més grans companyies aèries, condicionen el mercat turístic; els Estats Units i Europa es comparteixen aquest mercat. I això, no va sense relació amb el desenvolupament de la *web-economia*.

L'evolució és fins i tot encara més forta que hom s'ho pensa, cosa que confirma el paral·lel sorprenent entre la indústria turística i la mundialització de l'economia. La "guerra del cel" de les principals companyies aèries, guerra de la qual som testimonis cada dia a través de múltiples anuncis d'associacions, de cartells i de vegades de divorcis, es dupliqua en una guerra de la informàtica de reservació: l'arma absoluta! Fins al punt que la Unió Europea demani ara i instantment el "*deshoting*", és a dir la fi del binomi "transport aeri / *GDS*". Se sap, per exemple, que aquests *GDS* espien les agències de viatge mitjançant llurs *Resa* ("reservacions" en l'argot professional), per tal que les companyies aèries adaptin llurs productes o llurs línies a la demanda? Se sap, que van començar a emetre directament bitllets a internet, sempre en detriment de les agències de viatge? No té la principal cadena hotelera, *HFS*, un únic interlocutor quant a les seves pròpies reservacions, *Sabre* el més important del *GDS*? L'objectiu per aconseguir és evident: les més grans empreses volen fer desapareixer els mitjans i petits operadors; les grans companyies aèries, que tenen el monopolí del turisme internacional manen l'operació...

Però enllà d'un fenomen que existeix en els altres sectors d'activitats i que doncs no és gens original, és el condicionament dels turistes que és desitjat, la gestió dels lleures dels ciutadans del món sencer, la gestió del nostre pla-horari.... No hi ha aquí matèria per a una recerca fonamental que tindríem dificultats a emprendre a partir de l'arsenal de les ciències socials i humanes existents?

De totes maneres, s'entén que el turisme es queda més en "la gran migració d'estiu dels ciutadans<sup>10</sup>". És més que un sector econòmic com els altres encara que sigui molt variat i coneixi una expansió espectacular. El turisme tradueix el trabucament de les societats, enrera fons de la mundialització. Mereixeria fins i tot i sens dubte una aproximació filosòfica particular, ja que no pot quedar atribut annex de ciències que s'hi interessen encara que siguin nombroses i molt útils.

### El turisme en el feix de les ciències socials i humanes

La indústria turística, primera activitat mundial, desvetlla naturalment un interès molt viu entre les ciències socials i humanes. Per entendre-ho millor triarem l'exemple d'un viatge amb forfet del qual es beneficia un grup de turistes europeus que ha optat per un sojorn en un país tropical emergent. Tals viatges, *inclusive-tours*, molts nombrosos avui dia, han aparegut a l' Anglaterra victoriana, gràcies a la ingenuositat de Thomas Cook, el creador de l'agència de viatge del mateix nom.

L'organització del viatge concerneix un viatgista i una agència de viatges. L'economista, l'especialista de gestió (marketing, management...) fins i tot el jurista, estudien el producte, les empreses concernides, la pertinència dels preus proposats, la natura de l'assegurança triada, etc.

La tria d'un transportador aeri concerneix els mateixos analistes i pot implicar les observacions d'un geògraf.

---

<sup>10</sup> Aquest frase fa part del titol d'una antiga tesi francesa sobre el turisme (F. CRIBIER, *La grande migration d'été des citadins en France*, Paris, CNRS, 1969)

Tant bon punt que els turistes hagin arribat a la seva destinació, es pot també evaluar les estructures d'acolliment, la natura dels equipaments i de les animacions, a partir d'animacions dels científics esmentats. Igualment va per la part dels ingressos entre els organitzadors i receptors, entre tots els Estats concernits (els de partida i els de destinació), que depén de les mateixes ciències; prou variades per estudiar-ho tot.

El psicòleg, o bé el psicòleg social, analitzen també el comportament dels turistes, la seva manera d'integrar-se o no al grup. El sociòleg R. Amirou<sup>11</sup> evoca així "les identitats estrambòtiques" i subratlla que "*l'individu trossejat pel seu treball, intenta reconstituir una unitat absent amb les seves pràctiques de vacances*". Pel·lícules recents mostren també molt bé aquest fenomen.

L'antropòleg s'interessarà al contacte entre visitants i visitats. Podrà mesurar algunes desviacions racistes dels primers i les resistències, les perversions, els fenomens d'imitació dels segons. Els economistes i els geògrafs poden afegir-se a aquestes reflexions, sovint amb base d'una macro-anàlisi...

Els turistes que s'interessen del folklore de les poblacions visitades en el sentit ple del terme, "el saber del poble," interpell(en els historiadors, o encara els etnòlegs.

En fi, d'altres científics, biòlogistes, metges, botanistes, etc., no queden insensibles a aquesta visió turística; tant per la salut dels turistes, que han canviat de biòtop, com per llur capacitat de destrucció del medi natural, directament o indirectament.

Ho mesurem amb aquestes observacions, les ciències que s'interessen al fenomen turístic són molt nombroses i

---

<sup>11</sup> R. AMIROU, *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, Paris, PUF, 1995

variades. Però, hom podria imaginar que una sola i mateixa ciència tractés totes aquestes qüestions, forçosament imbricades les unes amb les altres.

Paradoxalment, aquest interès de les ciències socials i humanes pel turisme desvetlla igualment un cert rebuig; o bé si no potser tradueix l'expressió d'àrees reservades...

Hom pot també retreure al turisme d'abraçar un camp massa vast com s'ha deixat entendre. I justament quan comprén els transports, hom considera que es tracta d'una prevaricació. Es subratlla, igualment, que integra de manera abusiva tots els lleures la passejada del diumenge, un vespre al cinema, o bé el fet de descansar a la terrassa d'un café, no pertindrien pas més aviat a la vida quotidiana i així a la psicologia elemental? Aquesta crítica és important ja que deixa entendre que la problemàtica turística no podria rebre sols un tipus de resposta: veurem que no és pas així.

Després, el turisme posa en relació un sistema comercial molt diversificat d'una banda, i els turistes, d'altra. Ja ho hem vist. Aquesta dicotomia és també molt criticada i s'ajunta amb la precedent. Massa borrós, incerteses, de "literatura": això no seria gaire seriós! és el mateix fenomen turístic que és encausat, els turistes no podent constituir llavors un centre d'interès real...

En fi i sobretot, la formació dels quadres turístics dependria més d'una multitud de tècniques que d'un aprenentatge científic. Això significaria que els seus quadres, encara que sortits de l'esquema habitual, treurien el seu "saber-fer" de les altres formacions, econòmiques, financeres, administratives, lingüístiques, jurídiques, psicosociològiques, etc. Efectivament hi hauria formacions exigents i d'altres per a les quals la recerca i l'intel.lectualisme serien accessòries. Es tracta d'un llastimós judici de valor: mai ningú no ha demostrat que un ensenyament tecnològic es

situés a un nivell més baix que els altres, encara que sigui una opinió molt estesa...

Però, aquestes crítiques dels cercadors de la major part de les ciències socials i humanes identificades, dissimulen l'essencial: la voluntat d'acaparar-se per a ells només el sector turístic. Un dels alts responsables de la Secretaria francesa de turisme em deia fins i tot, que un geògraf prestigiós li havia afirmat que el turisme només era un sector de la geografia... Menyspreant l'autenticitat de la indústria turística, hom pot consentir en estudiar-la en la seva pròpia ciència, ja que tals estudis valen més que no fer-ne del tot. És mala fe però permet a cercadors pretendre, en els seus respectius dominis, que sense ells el turisme no existiria.

Una pista important de reflexió consisteix a tornar al dualisme ja subratllat: el medi professional de la indústria turística d'una banda i els turistes *stricto sensu* de l'altra. Es pot remarcar que fora de la geografia, que té, malgrat tot, dificultats a desfer-se del seu label de ciència de síntesi, cap altra ciència no integra ben bé les dues composants. És veritat que tant en l'agricultura com en la indústria de l'automòbil, no imaginem els mateixos economistes analitzar a la vegada sobretot el que toca els productors i els consumidors...

Tanmateix, el turisme forma part d' una de les rares activitats econòmiques on els llocs de producció i de consum, *lato sensu*, són idèntiques. Aquest particularisme crea una escletxa en les analisis científiques dels més clàssics. És interessant de mostrar les llacunes i la manera desenvolta amb la qual es subestima els « turistes ». L'estudi de les definicions pròpies del turisme apareix, així, molt instructiva.

La semàntica del mot « turisme » i la tria del terme «lleures», així com la recordatòria de l'aproximació de

l'OMT, ens donen unes indicacions interessants. « Turisme » i "turista", que han donat en castellà i italià « turismo » i « turista », venen certament dels mots anglesos « tourism » i « tourist »; però tenen com a veritable origen el mot francès « tour »; que també va donar lloc al verb anglès « to tour » o "viatjar pel plaer". Al segle XVIII els joves aristòcrates anglesos, i després europeus (els *Kavalierstours* alemanys), havien de fer un viatge d'iniciació al continent; un « petit tour » del costat de París, un "grand tour" si s'aventuraven cap al Mediterrani o la Riviera. Així el to és donat pel *Litttré*, el famós diccionari francès; donava des del segle XIX les definicions següents de turista: «*viatgers que sols travessen els països estrangers per curiositat o desocupació [...], es diu sobretot dels viatjants anglesos*».

És potser un leitmotiu en la meva boca, però pretenc encara que els cercadors de ciències socials i humanes, que en treuen el més gran profit, es satisfan àmpliament del menyspreu del qual pateixen les activitats turístiques. L'observació de l'historiador M. BOYER<sup>12</sup> va en aquest sentit: «*apartats del poder, els rendistes anglesos trien el viatge i proclamen els valors de la 'leisure class'*». Pel geògraf G. CHABOT, el turisme és "*la geografia de la recreació*". Certament el terme «recreació» es justifica en certes llengües, tal com el neerlandès, però la seva traducció al francès és feixuga de sentits... Podem d'altra banda, apreciar l'ambigüïtat dels termes «*lleiures*», en la mesura que, com ho subratlla J.M DEWAILLY, (op. cit.), «*és el participant ell mateix i ell sol que és en mesura de determinar el caràcter de 'lleiure' de l'activitat que pràctica*». I justament el turisme d'esplai, ampliament predominant, es pot considerar que com a «*part eminent del lleure*» (op. cit), no seria més tan sols un simple consum de la indústria *ad hoc*. O sigui que les turistes tindrien una autonomia d'existència que justificaria un estudi particular? Quasi tinc ganes de dir: Els turistes existeixen realment? En fer-se aquesta pregunta, s'entén per

---

<sup>12</sup> M. BOYER, *L'Invention du tourisme*, Paris, Découvertes Gallimard, 1996

què les ciències socials i humanes es dignen d'integrar el turisme en els seus camps d'estudis sense mai donar-li tot el lloc que mereix.

Anem més enllà en el raonament, en interessar-nos en la classificació de l'OMT. Els turistes d'una estació termal són turistes per què estan de lleure, o per què sejornen lluny de la seva residència principal? Què n'hem de pensar dels turistes estatals que només es desplacen unes desenes de quilòmetres? Els milions d'excursionistes internacionals, els *day - trippers*, que fan una excursió d'un dia en territori estranger, també han de ser considerats com a turistes, com és el cas de França? Estem en el cor del debat.

Tals i quals tots aquests turistes que associen els viatges als seus lleures, confonen els uns i els altres, només serien així homes i dones que ofereixen un comportament particular. P. MURAY<sup>13</sup> preten que *"el nihilisme turístic no vol pas el coneixement, vol la instauració d'un nou paradís mòrbid a través del qual pugui desplaçar-se amb tota impunitat"*. I afegeix que els turistes componen l'exèrcit d'ofici encarregat de fer regnar amb els mitjans, la nova moral festiva i tranfronterera d'una post-humanitat que ha expulsat de si mateixa tota violència.

Des d'aquest enfocament, el turisme esdevé «fora del món» i pertindria més a la ficció que no pas a la realitat.

Aleshores, al perill de tornar a caure en la clapera de la ficció hem de preocupar-nos de la motivació principal del turisme: el viatge! Els turistes ja són viatgers, ja ho hem dit. I d'entrada ens trobem amb les crítiques de molts psicòlegs, sociòlegs i especialistes del llenguatge. El viatge és noble quan el turisme no ho ha estat mai. Així la sociòloga N. HEISSLER<sup>14</sup> declara de manera peremptòria: *«odio el turisme*

---

<sup>13</sup> P. MURAY, *Après l'histoire II*, Paris, Lees Belles Lettres, 2000

<sup>14</sup> N. HEISSLER, *Voyage et/ou tourisme, du rêve à la consommation*, Tourisme et Société, Paris, l'Harmattan, 1992

*perquè m'encanten els viatges».* Aquesta observació conduceix a un atzucat: el viatge descarregat de la seva ganga material escaparia a qualsevol ciència turística *stricto sensu*; però ja que el turisme només interessa de veres les ciències socials i humanes com a fenomen comercial en sentit ampli, la pertinència turística dels viatges hauria de ser el.ludida. Però si es descuida de tractar "els viatges", en qualsevol estudi turístic, gairebé no tindrà més consistència.

Posem el dit sobre la sota estimació científica del turisme en general, que resulta d'un refús de mesurar-ne la importància. Sols, no seria pas la primera activitat econòmica mundial, per què prendríem en compte una amalgama de dominis del tot independents ; però els viatges, els quals en són l'estructura essencial, no serien autèntics sinó fora de les seves contigències industrials. Poc importa des d'alhora l'etimologia de la paraula viatge, que recorda el paper del "viàtic", allò que considerem com a preparatius i la seva logística ! Poc importen les evidències ! Tot i això, el viatger internacional modern s'adreça a un transportador aeri, busca allotjaments de la indústria turística, menja en restaurants, siguin quins siguin; i sobretot, entra en la comptabilitat del país visitat. A propòsit d'aquest fet, s'entén la preocupació de l'OMT de comptabilitzar tots els turistes potencials, encara que se li retregui prendre en consideració els viatges de negoci o d'estudi, els desplaçaments esportius o bé els sojorns lligats amb la salut...

No gens menys, el turisme és científicament endreçat en els camps secundaris de les ciències socials i humanes perquè hom vol minimitzar-lo. Molesta. O bé això fos que sigui susceptible de provocar estudis i recerques insospitats, que desembocarien sobre la febrilitat de moltes ciències socials i humanes preocupades de no perdre cap de les seves prerrogatives actuals. Pels cercadors, el paradoxe és una enganyifa, ja que le turisme representaria massa poques coses per a escapar als seus estudis. Per a mi, ben segur, és ben bé diferent.

## Defensa d'una nova ciència turística : la turismologia

El turisme és un sistema. D'aquí el sufix "isme", que implica, justament, la pertinença a un sistema. Se n'ha ensenyat els principals rodatges, convindria potser veure si el turisme o els viatges corresponen o no a una organització particular del món.

Històricament, i per a prendre en compte només civilitzacions occidentals, el "primer turisme" identificat és antic i va conéixer una gran expansió dins l'Imperi Romà. Carreteres prou segures, les Vies Romanes, i uns mitjans de transports variats; estructures hostaleres naixents (arrel *hospitium*) i ja un codi civil de l'hostalaria; estacions termals i oraculars; residències secundàries, les famoses Villa; promotores, preocupats per proposar delícies als romans, tal que el de l'Estació de Base a Campània; ciutats de justes esportives i artístiques, que atreuen molta gent; viatges de negoci; una llengua predominant i una moneda forta; i sobretot la *Pax Romana*.

En el seu estudi sobre les «*economies-mons*», que desplacen llurs centres successius de Roma fins a Nova York passant per Venècia, Gènova, Amsterdam, Londres, etc., F. Braudel<sup>15</sup> evoca la importància dels bescanvis que concerneixen tant les mercaderies que les homes. Esmentant per exemple "el mercader itinerant" de la baixa Edat Mitjana, nota així que no "*les seves reunions tenen lloc en albergs : els albergs són els relleus del viatge, oficines del transport*". El turisme de negocis, a falta del d'aprovació que aviat arribarà, és la marca de l'economia mundial. Quan els anglesos dominen el món, des de finals del segle XVIII al començament del segle XX, creen els viatges amb forfet i l'ofici de viatgista, inventen el turisme modern, i el rendista anglès s'identifica al terme "turista"... Des de fa més de

---

<sup>15</sup> F. BRAUDEL, *La dynamique du capitalisme*, Paris, Champs/Flammarion, 1985

cinquanta anys el turisme de massa es desenvolupa paralel.lament amb la mundialització de l'economia, en la perspectiva d'una eventual "post-humanitat" on els Estats Units, el triomf d'un cert liberalisme s'imposen a tot arreu.

El turisme i més particularment el turisme internacional, del qual n'és el motor principal, té menester de la *Pax Mundi* "per existir; amb els seus corol.laris, la internacionalització del diner (no és cap casualitat si l'agència de viatges *American Express* ha inventat "la targeta amb puça electrònica"...) i la supremacia de certes llengües molt emprades, de la qual l'anglès. Però el planeta pateix de nombroses guerres regionals i coneix un desenvolupament molt desigual. El turisme selecciona les millors destinacions i aprofita preus molt baixos practicats en els països emergents... I afegiré que la *web-economia*, que es recolza sobre el virtual, no tan sols manlleva del « *savoir faire* » turístic, sinó que cultiva el somni, és a dir l'avantcambra del viatge...

El turisme és així un fenomen geopolític, per almenys les dues raons següents: es desenvolupa sobre una multitud de mapes geogràfics i representa, en certa manera, el termòmetre del món, tan socialment com econòmicament. Tanmateix, no seria només una qüestió de geopolítica i ha d'arribar fins a la creació d'una nova ciència social humana.

La història de les ciències és caòtica i va lligada amb l'organització del món i de les ideologies. La geografia, tan prea, durant l'antiguitat grega i romana, ja no forma més part de les « Arts Liberals » de l'Edat Mitjana... La raó és senzilla: Pythagor i Plató havien donat a entendre que el planeta Terra era rodó i les autoritats Cristianes necessitaven un planeta planer on el Paradís i l'Infern se situarien a les dues extremitats ! La història de les ciències de l'Home, de les ciències socials i humanes és encara més complexa. Aquestes ciències nascudes al s. XVIII. I confirmades al segle

següent, es debaten segons J.F. DORTIER<sup>16</sup> en un "maelstrom anàrquic de recerques. » Mentre que uns autors dubten de les seves reparticions; consideren que la psicologia, la sociologia, i l'antropolologia només són ciències humanes, d'altres repertorien la sociologia entre les ciències socials, amb el dret, l'economia, la història, etc. En la Universitat francesa, les ciències humanes són reagrupades amb les lletres, deixen el dret i l'economia en facultat *ad hoc*. Els americans, més pragmàtics, els reuneixen en una mateixa categoria : *Social et Behavioral Sciences...*

L'aproximació de C. Levi-Strauss<sup>17</sup> proposa perspectives interessants: les ciències socials són les que *admeten sense reticència d'establir-se al si-mateix de la societat*, aquest antropòleg evoca llur inclinació a preparar *alumnes a una activitat professional*. Inversament, les ciències humanes són *les que es posicioneen a fora de cada societat particular*. Si el turisme havia d'esdevenir una ciència, seria així, a la vegada social i humana: social, car molt aplicada, el que no seria l'atribut efectiu de les ciències humanes on *s'hi troba poca continuitat directa entre les ciències i l'acció* (J-F Dortier, op, cit). Humana, car el turista simbolitza completament el darrer home tal com Nietzsche *ho havia pressentit* (P. Muray, po.cit), és a dir, un *humà, massa humà* exterior al món...

El no-reconeixement del turisme com a ciència social i/o humana, és degut igualment a « la *hiperspecialització* ». Seguint l'exemple de la sociologia, que se divideix en especialitats: sociologia del treball, de les organitzacions, de la família, de l'Estat, de l'Educació, de la ciutat... En aquestes condicions, com s'ha d'introduir la ciència turística que és necessàriament plural ? La geografia ha tingut dificultats a

---

<sup>16</sup> J-F. DORTIER, *Les sciences humaines, panorama des connaissances*, Auxerre, Editions Sciences Humaines, 1998

<sup>17</sup> C. LEVI-STRAUSS, *Anthropologie structurale*, Paris, Plon, T 1, 1958 ; T 2, 1973

imposar-se; el turisme ni tan sols podria tenir aquesta oportunitat...

Malgrat tot, s 'haurà d'aconseguir, potser més aviat segons un aspecte social, ja que és aplicada abans de tot. De fet, hi ha dos punts de vista , l'un estètic i l'altre funcional. No nego pas el paper de l'art i de la cultura en general. És útil per l'home reconèixer la civilització egipciana antiga o analitzar l'organigrama econòmic del colbertisme. Tanmateix, és fonamental disposar d'un d'un arsenal científic per poder integrar activitats socials i econòmiques i fer-les evolucionar. Moltes ciències socials, fins i tot humanes, tenen com a repte, tot lloant la urgència d'una ciència turística. El comarteixo també.

Tothom sap que la indústria turística contracta obrers, tècnics i administratius. La seva importància i la seva diversitat ho justifiquen plenament. Pel que fa a les dues últimes categories, i especialment a la tercera, es planteja un vell conflicte: sigui que es forma els administratius en formacions apropiades, sigui se'ls recluta en les formacions jurídiques, econòmiques, administratives, lingüístiques, etc... És el mètode emprat però té una incidència nefasta. Es considera el turisme com a activitat derivada i aleshores, és llàstima que tal viatgista o gestionari d'hotel sigui capaç de presentar xifres i lleis sense anar al gra, és a dir, de tenir en compte el turisme com a activitat social i cultural. De la mateixa manera, és llàstima que els tècnics del turisme, acostumats a totes les pràctiques, no tinugin l'obertura d'una véritable cultura universitària.

La investigació resta el fonament de l'ensenyament universitari ; per tant, ha de suscitar formacions turístiques originals. No rebutjo les aportacions de les altres ciències humanes i socials que sempre podran contribuir-hi, em plantejo la idea d'un « turismologia » que possibiliti els ensenyants i investigadors concernits, superar l'estadi tècnic. S 'anomenaria «Tourismology» i «turismologia». Es formaria

doncs “turismòlegs” que esdevindrièn investigadors, ensenyants o administratius en empreses turístiques. Les paraules poden esverar, no és un tema imprescindible per a mi. Però no cal enganyar: es tracta d’obtenir nivells superiors de formacions elevats, cosa que revaloritzaria el turisme i els oficis de «management» del turisme i ompliria plenament els requisits d’una excellent professionalització. Una evolució com aquesta permetria disposar d’un cos docent en turismologia i naturalment d’un seguit de carrera professional. Ja és hora que els grans especialistes del turisme no siguin només eixits de ciències socials i humanes annexes. És l’hora per la turismologia de produir els seus propis professors i investigadors.

L’última pregunta se planteja en una millor definició de la « turismologia » i així, trobar-ne una aproximació espitemològica. Encara que J. PIAGET<sup>18</sup> pretengui que quedí impossible per qualevol ciència pluridisciplinària, cosa que seria el cas de la ciència turística, ens fa descobrir unes vies interessants. Esquemàticament, car no tinc la vanitat de ser exclusiu, la « turismologia » rau en el « sagrat » i es fixa amb la concepció del producte turístic, molt original, té en compte la unitat total de producció i privilegia un cert nombre de mètodes.

Una ciència, tan social com humana, sempre troba la seva substància en el sagrat. És el cas del turisme. Des de l’Antiquitat grega i romana, es visitava els paratges oraculars i els balnearis que curaven el cos i l’ànima. R. Amirou (op.cit.) evoca fins i tot la «*tradició festiva del pelegrinatge*» en el turisme. Allò va molt més enllà. Els turistes s’interessen en la història, el folklore, els monuments religiosos. Ara bé, essent confrontats als testimoniatges del passat, de vegades tumultuós, sovint cruel i inhumà, adquiereixen una visió uniforme, massa llis, desconectat de totes les realitats. És en aquest sentit que són «fora del món»: més que un

---

<sup>18</sup> J. PIAGET, *Logique et connaissance scientifique*, Paris, Gallimard, 1967

comportament, com ja ho hem dit, és una manera particular d'implicar-se en el món. El « turismòleg » no pot quedar insensible davant d'aquest pas del tot virtual, sempre capdaventera al seu temps ; car és «fora del temps». Avui en dia, estudis com aquells són fragmentaris i sembla urgent remeiatar-hi. O sigui dit, de la mateixa manera que les ciències socials i humanes copsen el món laboral, convindria de circumscriure el fenomen cabdal dels temps futurs: l'impacte dels lleures al si de les societats.

D'altra banda, el producte turístic no és ordinari, per bé que en certs punts, s'apareix amb tot producte econòmic (factors de costos, tendència dels preus, composició complexa, natura de les empreses – amb llurs salaris, implicació en la comptabilitat estatal, etc). A més de reunir en un mateix lloc productors i consumidors (la imatge és simbòlica i només en part exacta), segons F. Vellas<sup>19</sup>, el producte turístic presenta una certa inelasticitat (molt perceptible pel que fa a la demanda; impossibilitat de fer estocks); obeix el principi de complementaritat (car compost «de subproductes complementaris», en l'absència de l'un encausa els altres); és heterogeni (els productes turístics no seran mai idèntics, el mateix producte pot variar en funció de les condicions climàtiques, etc). Allò només serà entès si es fa una investigació original.

Per fi, els mètodes de la « turismologia » no només són rics i diversos (enquestes, sondeigs, estadístiques, experimentacions, etc); es recolzen sempre en les tecnologies. S'ha demostrat que la revolució infomàtica s'ha inspirat molt en la turismàtica. Es pot apostar que el «somni» del turisme abans del seu «bonic viatge» serà més i més «virtualitzat» amb imatges informàtiques. En aquest nivell la investigació seria encara més aplicada i més sofisticada. Podria consistir a saber com es pot fer triar a un futur viatger tal o tal destinació des d'estimulacions informatitzades. El

---

<sup>19</sup> F. VELLAS, *Le tourisme*, Paris, Economica, 1992

recurs del viatger seria formalitzat: per evitar tot risc i sobretot els atzars deguts a descobertes negatives, hom prepararia el turista a la seva falsa aventura. Així el mínim imprevist seria vulgaritzat sobre el terreny de les seves proeses, viuria el seu present com quan es qüestiona concernint el passat, tot i sent implicat només de manera virtual. Es tracta aquí d'una ciència cognoscitiva aplicada que té com a objectiu incrementar el nombre de clients per a un producte turístic definit. La «turismologia» neixent podria deixar anar una tal oportunitat de demostrar tota la seva pertinència? Endevinem que aquelles investigacions podrien posibilitar una anàlisi de les motivacions humanes profundes i dotar-se llavors de paradigmes més crítics.

I justament el «turismòleg» hauria de fer-se molt crític i potser transformar la seva investigació aplicada en investigació més fonamental. En aquest tipus de sectors, les vies són innombrables. No desenvoluparé més enllà perquè no sóc prou visionari. Així, he evocat només alguns punts d'una ciència turística que sens dubte necessitaria un veritable laboratori, amb ordinadors i programes molt sofisticats. Per tant, em qüestiono en el sentit que aquesta ciència social o humana – per la qual desitjo que sigui reconeguda – no seria més ambiciosa encara. Em sembla que ens allunyariem així del conjunt clàssic de les ciències reconegudes avui dia.

## Conclusions

Concloure és un acte difícil i encara més demanar-los si els he convençuts o no. Per tant, prefereixo rebrrotar sobre l'obra menyspreada d'un economista americà del final de segle XIX i a l'inici de segle XX que es diu Thorstein Veblen<sup>20</sup>. En el seu llibre, *Teoria de la classe de lleures*,

---

<sup>20</sup> T. VEBLEN és considerat com un dels principals fundadors de l'institucionalisme als Estats-Units

publicat al 1899, identifica la «*classe de lleures*» als «*clans de la societat per la qual el gran repte és acumular riquesa*» Sense adoptar formalment les tesis socialistes de la seva època, Veblen pretén llavors que "la institució d'una classe ociosa és la conseqüència natural d'una discriminació primitiva de les obres dignes i de les obres indignes." O sigui, el treball seria "prohibit moralment per l'home noble i lliure i seria incompatible amb una vida virtuosa."

La recerca del lleure esdevé per aqueix home una mena de "peterització" col·lectiu. D'una banda, hem de poder gaudir del millor nivell de consums del seu grup social, però d'altra banda, hem de tendir a aconseguir el nivell de la classe superior següent. Seria la fi de l'ànima industrial car quan hom arriba a dalt de la piràmide, no s'aprecia gaire l'esperit del canvi i hom s'identifica a aquesta "*classe de lleures la qual és la classe conservadora*". Per bé que a l'època d'en Veblen, el turisme sigui molt elitista - cal recordar els "rendistes anglesos" - tinc la sensació que s'identifiquen sempre els lleures a la pitjor ociositat. En efecte, nosaltres, els investigadors actuals en ciències socials i humanes serien nombrosos a admetre la importància de la indústria turística, amb la condició d'eliminar-ne el camp, però a reduir el fenomen turístic al nivell de despeses ostentatòries. La síndrome d'un Veblen és ben real...

No oblien la "necessitat social" que ompleix el turisme, segons l'OMT? La transformen sempre en alguna cosa supèrflua que crea certes riqueses i ocupacions, però que el projecten en la imitació dels més rics com si es tractés d'un fenomen patològic. Cosa que al meu parer, no pot ser. Si es predica per a una veritable ciència turística que anomeno "turismologia", al contrari ambiciono a integrar el turisme en el seu medi quotidià. Els turistes, tots en som, tenen dret a més respecte. Si es tracta de tenir una actitud "fora del món", d'acontentar-nos de considerar el món d'antany com el nostre principal recurs natural, amb un esguard indiferent i de vegades esgarrifat, l'hem d'acceptar:

així, el turisme esdevindrà el contrari de la barbària ! I això mereix de manera segura una investigació nova i audaç....

Potser he abusat molt del seu temps, però Vostès l'hauran entés, aquest discurs, al si d'aqueixa noble Acadèmia, és molt més que una tesi: és la implicació d'un investigador que vol entendre el món de manera diferent a través d'una ciència en gestació, la "turismologia".

*Excm. i Sr. President, Excms. Srs. Acadèmics, senyores i senyors, els agraeixo d'haver-me escoltat.*



DISCURS DE CONTESTACIÓ

PER L'ACADEMÍC NUMERARI

EXCM. SR. DR. JAUME GIL ALUJA



*Exm. Senyor President*

*Exms. Senyors Acadèmics*

*Senyores i Senyors*

La Reial Acadèmia de Doctors revêt aujourd'hui ses habits de gala pour accueillir en son sein un personnage qui rayonne par lui-même tout au long de la science, la littérature et la géographie. Il s'agit du Professeur Hoerner qui, au cours de sa déjà longue trajectoire dans le domaine de l'enseignement et de la recherche, a apporté au monde académique de nombreux travaux qui ont abouti à des résultats extraordinaires.

La Reial Acadèmia a reçu, tout au long de son histoire, de nombreux académiciens, hommes et femmes qui ont fait la gloire des êtres qui raisonnent. Mais la réception d'aujourd'hui est particulièrement spéciale, car elle marque un fait historique pour notre Reial Corporació: un intellectuel d'au-delà des Pyrénées occupe un siège parmi nous, de plein droit, en faisant valoir, justement, le droit d'une langue commune. Est-ce, peut-être, le poids du passé qui a fait que notre institucion a limité son activité à une aire

géographique, séparée d'une autre par les hommes et non pas par la Nature?. La culture catalane, agrégation de science, littérature, art, folklore, mais surtout de sentiments, a survécu aux divers avatars de l'Histoire. Ni le temps, ni la puissance humaine n'ont réussi à noyer un esprit qui fait l'identité d'un peuple. La Reial Acadèmia de Doctors, jalouse de ce trésor, a voulu le préserver en s'assurant un domaine de langue et non un domaine établi par la politique.

Notre Reial Corporació n'avait pas encore tendu son bras vers le Nord. Il a fallu qu'un scientifique, un universitaire de talent, fasse un signe pour que les académiciens prennent conscience d'un devoir qu'ils n'auraient jamais dû oublier. Nous faisons référence au Docteur Jean-Michel Hoerner.

Intentar condensar amb poques paraules la vida universitària i l'obra del professor Hoerner és tasca poc menys que impossible. Delinear l'entorn de la seva figura acadèmica té el risc de caure en la caricatura. Malgrat això, el protocol de les nostres institucions, tantes vegades centenàries, ens obliga a fer un esforç, comptant amb la benevolència d'un tan erudit auditori.

Nascut el 12 d'abril de 1946 a Brunoy, poble del departament d'Essonne, molt aviat aconsegueix culminar els estudis universitaris i concloure el tercer cicle de geografia l'any 1971. Més tard, amb el treball "Contribution géographique à l'étude du sous-développement du sud-ouest de Madagascar", obté el Doctorat d'Estat, punt culminant de la vida docent de la universitat.

A partir d'aleshores tres grans eixos configuren el que després seria una de les personalitats més prestigioses de la

seva especialitat: la docència, la recerca geopolítica i la gestió.

En el primer, arriba al graó més alt del professorat de la Universitat francesa i rep el reconeixement de la República quan és distingit com a Chevalier de l'Ordre des Palmes Acadèmiques, primer, i és promocionat, més tard, al grau d'Officier. La Universitat de Perpignan ha gaudit dels seus ensenyaments durant més de 10 anys.

El segon, té una especial significació. Investigador associat des de 1984, desenvolupa una llarga i fructífera tasca de recerca. Efectes immediats són la llarga relació de publicacions, ponències i comunicacions a reunions científiques i congressos. Les onze obres publicades des de la seva "Geographie de Madagascar" fins a la "Géographie de l'industrie du tourisme" donen constància d'una solidesa intel·lectual, manifestada conceptualment, metodològica i tècnica sense fisures.

El tercer, fa esment a les responsabilitats de gestió administrativa. La inquietud evidenciada des dels començaments per participar en el govern de la Universitat, el va portar a exercir els més significatius càrrecs, des de la Direcció del Departament, fins a la Presidència de la Universitat catalana de Perpignan, passant pel Deganat d'aquesta universitat. Però tota aquesta activitat no li ha impedit un permanent contacte amb la vida docent, tan necessari per mantenir l'esperit obert als nous corrents del pensament.

Le sujet choisi par le récipiendaire "Pour une science touristique: la tourismologie" est de grande actualité et acquiert aujourd'hui une importance fondamentale pour

notre peuple. Mais il le sera encore plus dans les prochaines années, quand on pense à la perspective de la vie quotidienne des citoyens, non seulement des pays développés mais aussi de ceux qui prennent la voie du développement.

Permettez-moi, M. le Président, d'exposer quelques réflexions qui, nous l'espérons, peuvent être utiles pour envisager la forme de société dans laquelle nous sommes appelés à vivre dans les années à venir. Et tout cela à partir de certains phénomènes que l'on entrevoit à l'horizon, lesquels peuvent servir à faire une ébauche des principaux traits nécessaires pour comprendre la direction future des événements.

Le premier concerne le fait que nous nous trouvons aujourd'hui dans un contexte dominé par l'information. On ne peut participer à aucune activité sociale, économique ou de gestion sans subir un constant "bombardement" d'une grande quantité d'informations que la pensée humaine difficilement peut recueillir, retenir et cribler pour choisir ce qui est important, nécessaire ou fondamental. Heureusement la science et la technologie, sous des formes différentes sont en train de porter secours à l'homme en l'aidant à trouver une meilleure place parmi la Nature, poussant le progrès au service de la Société. Le développement des ordinateurs, d'un côté, et la réussite des recherches dans le domaine des logiques multivalentes, de l'autre, vont permettre de passer de "l'homo sapiens sapiens" c'est-à-dire de "l'homo sapiens 2" à "l'homo sapiens 3", cet être intelligent qui s'appuie sur des ordinateurs de grande puissance pour arriver plus loin et plus vite. Et cela en moins de temps.

Mais le progrès de la science et de la technologie ne s'arrête pas au domaine du traitement de l'information. Il se

dirige, aussi, vers les grands changements des éléments matériels de la production. C'est ainsi que les équipements (machines, outillage, installations, ...) sont en train d'atteindre une grande transformation. On a passé de "l'époque du prolétariat" à "l'époque du robotariat". La machine a remplacé l'homme dans les travaux répétitifs, pénibles ou dangereux, entraînant la substitution de nombreuses tâches humaines par des heures de machine. La productivité de l'homme a, par ce fait, augmenté de façon spectaculaire. Il est bien vrai que cela ne s'est pas fait sans l'apparition de beaucoup de problèmes. Mais, encore une fois, la capacité de les résoudre a permis d'avancer davantage. Et cela en moins de temps.

Nous sommes actuellement au seuil d'une semaine de 35 heures. On n'aurait jamais cru que cela soit possible il y a quelques dizaine d'années seulement, de la même manière qu'aujourd'hui on a de la peine à croire à une semaine de travail de 30 heures, ce qui arrivera prochainement, de façon naturelle.

Lorsque ce sera une réalité, les travailleurs auront un temps disponible complémentaire, après leur travail. De quelle façon va-t-on employer ce temps libre?. Voici une hypothèse plausible: nous croyons qu'une grande partie de ce temps excédentaire libre par la technologie mise au service des ordinateurs et des machines industrielles va être nécessaire pour un recyclage permanent des connaissances. Oui, le développement de la technologie va exiger aux hommes la connaissance des nouveaux éléments théoriques et techniques qui vont sans cesse apparaître. On ne pourra plus rendre service à la communauté en profitant uniquement des connaissances acquises au cours des études passées. Il faudra continuer à se mettre à jour et étudier jusqu'à la fin de sa vie de travail.

Mais il restera, encore, un segment de temps, chaque fois plus large, pour le repos et les loisirs. Cette disponibilité temporaire aura, de plus en plus, une importance croissante, autant du point de vue économique et financier que du point de vue de l'épanouissement des citoyens.

On peut donc concevoir, trois piliers qui soutiennent l'activité humaine d'aujourd'hui, mais surtout de celle de demain: le travail, le recyclage permanent et les loisirs.

Le contenu de ce qu'on appelle "la gestion du loisir" est immense: voyages, sport, spectacle, restauration, etc. sont des éléments qui forment un tout non homogène, dont l'objectif est de restituer l'équilibre à la population active, afin de faciliter leur activité postérieure dans les domaines du travail et de l'étude. Un brillant concept comprend, protège et stimule toutes ces variétés du loisir: c'est le tourisme.

D'autre part, les personnes arrivent de plus en plus à l'âge de la retraite en meilleure santé et avec une grande vitalité. La longueur de la vie humaine augmente de même que les standards économiques. La demande du loisir s'accroît aussi par l'effet de ces phénomènes. Nous assistons aujourd'hui à l'éclosion, à ce qu'on pourrait appeler le "boom", du tourisme de troisième âge. Et cela ne fait que commencer.

Il nous reste à faire une dernière réflexion, qui paraît non négligeable. Les états de l'Europe du nord, pays très développés ont un climat froid, pluvieux et rude qui invite la population à vivre davantage à l'intérieur. Une telle atmosphère est propice à l'installation de complexes industriels caractérisés par un travail dans des locaux

fermés. Une "ruée" d'hommes et de femmes à la recherche d'un vie plus "confortable" se déplaça auparavant vers le nord, créant ainsi des centres de population de plus en plus grands et par conséquent des centres de richesse. Le sud était desservi et sa capacité économique rognée.

Aujourd'hui, cette situation a changé radicalement. Les pays les plus avancés du point vue économique ont cédé, pour des raisons que nous n'analyserons pas maintenant, les industries qui exigent beaucoup de main d'oeuvre aux zones géographiques moins développées. Pour illustrer cette affirmation, il suffit de citer les exemples paradigmatisques de l'industrie textile, la sidérométallurgique et la navale, entre autres. Ils se sont réservé, évidemment, les activités industrielles de haute technologie et celles qui exigent un degré élevé de créativité, permettant une "valeur ajoutée" importante. Dans aucun de ces cas, les grandes concentrations humaines sont nécessaires. De plus, beaucoup de tâches, dans ce genre d'industries, n'ont même pas besoin de la présence personnelle en un endroit de travail commun. Grâce à la télématique et à d'autres avancées technologiques, le travail peut déjà, mais il pourra encore plus à partir de maintenant, se faire presque en entier au domicile même du "travailleur". Et où pourrait-il se faire mieux que dans une région géographique au climat agréable, où le soleil brille tous les jours ?. On assiste à une inversion des courants migratoires, cette fois allant du Nord vers le Sud. Augmentation de population, augmentation de la richesse, augmentation des possibilités économiques, augmentation de la demande de loisir donc augmentation du tourisme.

Ces brèves réflexions, surgies au cours de la lecture du magnifique travail du récipiendaire, prétendent seulement confirmer l'importance du discours du Dr. Jean-Michel Hoerner, qui, du point de vue géopolitique constitue un chef

d'oeuvre de créativité et de rigueur, du point de vue économique un maillon de grande valeur, qui, d'une certaine façon complète le "puzzle" des interconnexions existant entre les divers éléments qui configurent le phénomène touristique.

Tous les membres de la Reial Acadèmia de Doctors se joignent à moi pour féliciter le nouvel académicien pour cet excellent travail qui, nous en sommes certains, sera suivi de beaucoup d'autres.

Nous remercions le Prof. Hoerner d' avoir accepté de se joindre à nous pour contribuer à l'épanouissement de notre Reial Corporació. Soyez bienvenu, M. le Professeur, M. le Président et cher ami. Nous attendons de vous non seulement de grandes réussites dans le domaine strictement académique, mais aussi votre aide et collaboration pour que l'étape initiée aujourd'hui, dans un avenir non lointain, noue des liens étroits entre les hommes et femmes de la Catalogne Nord et de la Catalogne Sud. Merci, M. le Président pour tout le travail que vous avait fait jusqu'à maintenant, mais, surtout, pour ce que vous ferez à l'avenir.

Soyez le bienvenu, Jean-Michel Hoerner!

*Jaume Gil-Aluja*

## ÍNDEX

Pour une science touristique: la <i>tourismologie</i> .....	7
Le tourisme, première activité économique mondiale .....	12
Le tourisme dans le faisceau des sciences sociales	
et humaines.....	19
Plaidoyer pour une nouvelle science touristique:	
la <i>tourismologie</i> .....	26
Conclusions.....	33
Per una ciència turística: la <i>turismologia</i> .....	37
El turisme, primera activitat econòmica mundial .....	41
El turisme en el feix de les ciències socials i humanes.....	48
Defensa d'una nova ciència turística:	
la <i>turismologia</i> .....	55
Conclusions.....	61
Discurs de contestació .....	67

## NOVES PUBLICACIONS DE LA REIAL ACADEMIA DE DOCTORS

*Directori 1991.*

*Los tejidos tradicionales en las poblaciones pirenaicas* (Discurs de promoció a acadèmic numerari de l'Excm.Sr. Eduardo de Aysa Satué, Doctor en Ciències Econòmiques, i contestació per l'Excm.Sr. Josep Antoni Plana i Castellví, Doctor en Geografia i Història), 1992.

*La tradición jurídica catalana* (Conferència magistral del acadèmic de número Excm.Sr. Josep Joan Pintó i Ruiz, Doctor en Dret, en la Solemne Sessió d'apertura de curs 1992-93, que fou presidida per SS.MM. el Rei Joan Carles I i la Reina Sofia), 1992.

*La identidad étnica* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Angel Aguirre Baztan, Doctor en Filosofia i Lletres, i contestació per l'Excm.Sr. Josep M. Pou d'Avilés, Doctor en Dret), 1993.

*Els laboratoris d'assaig i el mercat interior; Importància i nova concepció* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Pere Miró i Plans, Doctor en Ciències Químiques, i contestació per l'Excm.Sr. Josep M<sup>a</sup> Simón i Tor, Doctor en Medicina i Cirurgia), 1993.

*Contribución al estudio de las Bacteriemias* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic corresponent Il.lm.Sr. Miquel Marí i Tur, Doctor en Farmàcia, i contestació per l'Excm.Sr. Manuel Subirana i Cantarell, Doctor en Medicina i Cirurgia), 1993.

*Realitat i futur del tractament de la hipertròfia benigna de pròstata* (Discurs de promoció a acadèmic numerari de l'Excm.Sr. Joaquim Gironella i Coll, Doctor en Medicina i Cirurgia, i contestació per l'Excm.Sr. Albert Casellas i Condom, Doctor en Medicina i Cirurgia i President del Col.legi de Metges de Girona), 1994.

*La seguridad jurídica en nuestro tiempo. ¿Mito o realidad?* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. José Méndez Pérez, Doctor en Dret, i contestació per l'Excm.Sr. Angel Aguirre Baztán, Doctor en Filosofia i Lletres), 1994.

*La transició demogràfica a Catalunya i a Balears* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Tomàs Vidal i Bendito, Doctor en Filosofia i Lletres, i contestació per l'Excm.Sr. Josep Ferrer i Bernard, Doctor en Psicologia), 1994.

*L'art d'ensenyar i d'aprendre* (Discurs de promoció a acadèmic numerari de l'Excm.Sr. Pau Umbert i Millet, Doctor en Medicina i Cirurgia, i contestació per l'Excm.Sr. Agustín Luna Serrano, Doctor en Dret), 1995.

*Sessió necrològica en record de l'Excm.Sr. Lluís Dolcet i Buxeres, Doctor en Medicina i Cirurgia i Degà emèrit de la Reial Acadèmia de Doctors, que morí el 21 de gener de 1994.* Enaltiren la seva personalitat els acadèmics de número Excms.Srs.Drs. Ricard García Vallès, Josep M<sup>a</sup> Simón i Tor i Albert Casellas i Condom. 1995.

*La Unió Europea com a creació del geni polític d'Europa* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Jordi Garcia-Petit i Pàmies, Doctor en Dret, i contestació per l'Excm.Sr. Josep Llort i Brull, Doctor en Ciències Econòmiques), 1995.

*La explosión innovadora de los mercados financieros* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic corresponent Il.lm.Sr. Emilio Soldevilla García, Doctor en Ciències Econòmiques i Empresarials, i contestació per l'Excm.Sr. José Méndez Pérez, Doctor en Dret), 1995.

*La cultura com a part integrant de l'Olimpisme* (Discurs d'ingrés com acadèmic d'honor de l'Excm.Sr. Joan Antoni Samaranch i Torelló, Marquès de Samaranch, i contestació per l'Excm.Sr. Jaume Gil i Aluja, Doctor en Ciències Econòmiques), 1995.

*Medicina i Tecnologia en el context històric* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Felip Albert Cid i Rafael, Doctor en Medicina i Cirurgia, i contestació per l'Excm.Sr. Angel Aguirre Baután, Doctor en Filosofia i Lletres) 1995.

*Els sòlids platònics* (Discurs d'ingrés de l'acadèmica numerària Excma.Sra. Pilar Bayer i Isant, Doctora en Matemàtiques, i contestació per l'Excm.Sr. Ricard Garcia i Vallès, Doctor en Dret) 1996.

*La normalització en Bioquímica Clínica* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Xavier Fuentes i Arderiu, Doctor en Farmàcia, i contestació per l'Excm.Sr. Tomàs Vidal i Bendito, Doctor en Geografia) 1996.

*L'entropia en dos finals de segle* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. David Jou i Mirabent, Doctor en Ciències Físiques, i contestació per l'Excm.Sr. Pere Miró i Plans, Doctor en Ciències Químiques) 1996.

*Vida i música* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Carles Ballús i Pascual, Doctor en Medicina i Cirurgia, i contestació per l'Excm.Sr. Josep M<sup>a</sup> Espadaler i Medina, Doctor en Medicina i Cirurgia) 1996.

*La diferencia entre los pueblos* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic corresponent Il.lm.Sr. Sebastià Trías Mercant, Doctor en Filosofia i Lletres, i contestació per l'Excm.Sr. Angel Aguirre Baután, Doctor en Filosofia i Lletres) 1996.

*L'aventura del pensament teològic* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Josep Gil i Ribas, Doctor en Teologia, i contestació per l'Excm.Sr. David Jou i Mirabent, Doctor en Ciències Físiques) 1996.

*El derecho del siglo XXI* (Discurs d'ingrés com acadèmic d'honor de l'Excm.Sr.Dr. Rafael Caldera, President de Venezuela, i contestació per l'Excm.Sr. Angel Aguirre Baután, Doctor en Filosofia i Lletres) 1996.

*L'ordre dels sistemes desordenats* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Josep M<sup>a</sup> Costa i Torres, Doctor en Ciències Químiques, i contestació per l'Excm.Sr. Joan Bassegoda i Nonell, Doctor Arquitecte) 1997.

*Un clam per a l'ocupació* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Isidre Fainé i Casas, Doctor en Ciències Econòmiques, i contestació per l'Excm.Sr. Joan Bassegoda i Nonell, Doctor Arquitecte) 1997.

*Rosalía de Castro y Jacinto Verdaguer, visión comparada* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Jaime Manuel de Castro Fernández, Doctor en Dret, i contestació per l'Excm.Sr. Pau Umbert i Millet, Doctor en Medicina i Cirurgia) 1998.

*La nueva estrategia internacional para el desarrollo* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Santiago Ripoll i Carulla, Doctor en Dret, i contestació per l'Excm.Sr. Joaquim Gironella i Coll, Doctor en Medicina i Cirurgia) 1998.

*El aura de los números* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Eugenio Oñate Ibáñez de Navarra, Doctor Enginyer de Camins, Canals i Ports, i contestació per l'Excm.Sr. David Jou i Mirabent, Doctor en Ciències Físiques) 1998.

*Nova recerca en Ciències de la Salut a Catalunya* (Discurs d'ingrés de l'acadèmica numeraria Excm.a.Sra. Anna M<sup>a</sup> Carmona i Cornet, Doctora en Farmàcia, i contestació per l'Excm.Sr. Ricard Garcia i Vallès, Doctor en Dret) 1998.

*Dilemes dinàmics en l'àmbit social* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Albert Biayna i Mulet, Doctor en Ciències Econòmiques, i contestació per l'Excm.Sr. Josep Ma. Costa i Torres, Doctor en Ciències Químiques) 1999.

*Mercats i competència: Efectes de liberalització i la desregulació sobre l'eficàcia econòmica i el benestar* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Amadeu Petitbó i Juan, Doctor en Ciències Econòmiques, i contestació per l'Excm.Sr. Jaime M. de Castro Fernández, Doctor en Dret) 1999.

*Epidemias de asma en Barcelona por inhalación de polvo de soja* (Discurs d'ingrés de l'acadèmica numeraria Excm.a.Sra. M<sup>a</sup> José Rodrigo Anoro, Doctora en Medicina, i contestació per l'Excm.Sr. Josep Llort i Brull, Doctor en Ciències Econòmiques) 1999.

*Hacia una evaluación de la actividad cotidiana y su contexto: ¿Presente o futuro para la metodología?* (Discurs d'ingrés de l'acadèmica numeraria Excm.a.Sra. Maria Teresa Anguera Argilaga, Doctora en Filosofia i Lletres (Psicologia) i contestació per l'Excm.Sr. Josep A. Plana i Castellví, Doctor en Geografia i Història) 1999.

Directori 2000.

*Antonio de Capmany: el primer historiador moderno del Derecho Mercantil* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Xabier Añoveros Trias de Bes, Doctor en Dret, i contestació per l'Excm.Sr. Santiago Dexcus i Trias de Bes, Doctor en Medicina i Cirurgia) 2000.

*La medicina de la calidad de vida* (Discurs d'ingrés de l'acadèmic numerari Excm.Sr. Luís Rojas Marcos, Doctor en Psicología, i contestació per l'Excm.Sr. Angel Aguirre Baután, Doctor en Psicología) 2000.

La Reial Acadèmia, bo i respectant com a criteri d'autor les opinions exposades en les seves publicacions, no se'n fa responsable ni solidària.

® Reial Acadèmia de Doctors  
Disseny: Anna Bosch i Baltasar  
Impressió: Imprenta Baltasar 1861  
Tels. 93 346 91 52 - 93 346 92 06  
Tiratge 350 exemplars

Dipòsit Legal: B-30.311-2000





REIAL ACADEMIA DE DOCTORS  
-Publicacions-