

CORBIN, A. (1988); *Le territoire du vide*. (L'Occident et le désir du rivage, 1750-1840). Aubier, Collection historique, París, 411 pp.

Quisieramos aquí poner de manifiesto el interés que ciertos temas, tratados hasta hoy, casi de manera exclusiva, por la historia social, pueden tener en la comprensión de la génesis de procesos estudiados por las ciencias sociales, y en concreto por la geografía. Tal es el caso de la aparición de las *actividades de ocio*, como práctica social, con claras implicaciones espaciales, implantada en Europa a lo largo del pasado siglo por grupos minoritarios de aristócratas, industriales burgueses, ricos comerciantes y profesiones liberales.

El origen de las actividades de ocio en un lugar de recreo (el campo, una estación termal o una villa costera) ha tenido precedentes históricos más o menos próximos. No obstante, conducta preeminente ha sido ese famoso «Grand Tour», realizado, desde la segunda mitad del siglo XVI hasta mediados del XIX, por los jóvenes *landlords*, como complemento a su formación. A estos se unirán, desde 1750, las clases altas y medias del Continente.

La razón profunda del viaje participa del contexto cultural de la época, en el que triunfan las ideas racionalistas e ilustradas. En los inicios del siglo XIX, el Romanticismo inventará la *enfermedad* como pretexto para el ocio, con el fin de escapar a las obligaciones burguesas. El *spleen* incita al viaje, nos dice Corbin (p. 75).

Esta lectura social y literaria del estado morbosos se alía al discurso médico

higienista y al climatismo, ambos fundamentados en una terapia empírica, convirtiéndose en fuente de experimentación y de innovación que dará origen a las modernas prácticas de ocio. No deja de ser significativo, dentro de la mentalidad puritana de la época, el que las actividades de ocio necesitasen de una justificación formal, más allá del mero hedonismo, del *dolce farniente* que parece ser, sin embargo, el *leit-motiv* de buen número de las consignas publicitarias actuales.

A pesar de una evolución no lineal, es posible poner de relieve como, a lo largo del último siglo, las ocupaciones recreativas itinerantes son sustituidas progresivamente por actividades sedentarias, fijadas a lugares precisos, a espacios reservados y especialmente acondicionados para unas élites, donde las consideraciones sanitarias coexistirán con las del veraneo mundano. Nacen de esta manera los centros termales, con los que pronto entraran en competencia los establecimientos de baños de ola, como consecuencia del descubrimiento de las propiedades terapéuticas del agua marina y de la brisa oceánica del Septentrión.

Los espacios costeros habían desempeñado hasta entonces funciones tradicionales muy distintas (pesca, agricultura, obtención de sal) o estaban al margen de toda ocupación humana (dunas, marismas). Mas, a partir de su consideración como *recursos turísticos*, los intereses de la burguesía de negocios van a dirigirse hacia esos espacios en una coyuntura social favorable; la aparición de sociedades inmobiliarias y el crecimiento de la demanda incitan a la

especulación sobre los terrenos y al lanzamiento de nuevos lugares de recreo.

Los primeros mercados tienen un carácter regional, que llegará a ser nacional e incluso internacional en los grandes centros de veraneo: Brighton, Calais, Dunkerque, Dieppe... En el segundo tercio del siglo XIX, estas actividades de ocio comienzan a ser lucrativas. Las iniciativas locales se mezclan, y a veces se ven sumergidas, por los más poderosos agentes externos. Se trata de valorizar este elemento de atracción, *el mar*, de donde resultarán prácticas espaciales claramente codificadas. Cada uno de los componentes físicos de una estación (el Casino, el Gran Hotel, las lujosas villas, las pérgolas, terrazas y jardines al borde del mar, el quiosco de música...) es un símbolo concreto de su *imagen*, la cual empieza a ser difundida por la prensa, las guías, las tarjetas postales... El espacio imaginario se superpone al espacio real. Nos encontramos ante un espacio-soprote para el discurso ideológico de la burguesía, organizado en torno a diferentes elementos materiales, con un fuerte valor semántico.

Como señalábamos al inicio de esta reseña, para comprender gran parte de las prácticas sociales actuales debemos adentrarnos en el análisis de las imágenes colectivas. Esta es la opinión de A. Corbin, quien en su libro dedicado al despertar del deseo social por los espacios marítimos elige el estudio de la simbología occidental relacionada con el elemento marino. A ella asocia todo un conjunto de prácticas —mayoritariamente de ocio— que habrían de desarrollarse, vinculadas a este nuevo sentimiento estético ante el mar.

La obra de nuestro autor se estructura en torno a tres grandes apartados: los precedentes de esta admiración por el mar, el surgimiento de la nueva sensualidad frente al elemento marino y la complicación progresiva de las prácticas sociales.

Así, en la primera parte de su libro, Corbin pone de manifiesto cómo el gusto y el interés por el mar pudieron difundirse gracias a los libros de viaje y a la literatura científica, principalmente médica. A ello se unen los progresos realizados en oceanografía. Se rompe así con la tradición clásica, en la que dominaban el temor al mar y la repugnancia por lo que se consideraban las exhalaciones nauseabundas de sus orillas, repletas de despojos.

Médicos e higienistas desempeñarán una importante labor en la modificación de esta percepción colectiva. Ambos ponen de moda el baño terapéutico, la excursión y el paseo, para luchar contra la melancolía —el *spleen*— que afectaba al seno de las clases dominantes. Siguiendo la tradición hipocrática, se considera que existe una fuerte relación entre la calidad del paisaje y el estado de ánimo. El hastío por lo ciudadano es paralelo al deseo por lo marítimo.

De mayor interés para nosotros es la tercera parte, donde se demuestra cómo, a medida que esta práctica se afianza, surgen las instalaciones de baños calientes, baños de algas, coches para acercarse a las olas, servicio de bañeros, vestuarios... todo este proceso conduce a una nueva percepción y valoración de los espacios litorales, motivadas por los descubrimientos científicos y estéticos y condicionadas, en buena medida, por

la orientación utilitaria de la cada vez más asentada cultura burguesa. Con el tiempo, la repetición de los usos conducirá a su banalización, el arquetipo se convierte en estereotipo, nos dirá Corbin (p. 155), el modelo en serie, la producción en consumo.

El espectáculo social se complica con la aparición de nuevas formas de sociabilidad: bailes, salones de lectura y conversación, salas de juego, paseos en barca o a pie actividades festivas constituyen el ritual del veraneo litoral. Del placer marítimo se pasa al placer social. La práctica del baño se hace cada vez más esporádica. La finalidad terapéutica retrocede ante la importancia de la vida social. En toda Europa, cada estación requiere inicialmente la presencia de miembros sociales distinguidos para darse a conocer: la familia real y aristócratas, capaces de atraer a financieros, comerciantes e industriales burgueses, altos funcionarios, médicos, abogados, políticos, periodistas, literatos.

A mediados del siglo XIX, en los grandes centros de veraneo costero, y progresivamente en el resto de estaciones litorales, la espontaneidad bascula en favor de prácticas sociales elaboradas, cuya coherencia se halla en el *sistema de representación y de apreciación* que ha ido consolidándose en las décadas anteriores.

Quisieramos acabar aportando ciertas reflexiones críticas sobre el interés metodológico del trabajo de A. Corbin. Dicho autor ha tratado, en diversas obras<sup>1</sup> de situar la génesis de ciertas prácticas sociales actuales dentro de un conjunto coherente de representaciones y referencias simbólicas, lo que confiere

a aquellas su autenticidad histórica y sociocultural. Esta orientación nos parece aplicable no exclusivamente al campo de la historia social, sino para otras ciencias sociales afines, como es el caso de la *geografía*. El paisaje es emisor de imágenes y a sus componentes físicos se superponen otros simbólicos, conformados históricamente. Se trata pues de tener en cuenta la historia de las prácticas discursivas con implicaciones espaciales, de encontrar *problemáticas significativas*, como es la aparición de las modernas prácticas de ocio.

El espacio, gracias a una percepción común, instituida socialmente y consolidada a lo largo de la evolución histórica, se convierte en *espacio vivido*, proyección de experiencias, de prácticas, de modas. Con el fin de elaborar un proyecto de crítica racional de una sociedad, es tan necesario conocer el proceso de producción de su espacio como la representación que de este referente tienen los grupos sociales que han contribuido a su creación.

Carmen Gil de Arriba

Departamento de Geografía, Urbanismo y Ordenación del Territorio de la Universidad de Cantabria

1. Alain Corbin ha publicado *Les filles de noce* (Misère sexuelle et prostitution aux 19 et 20e siècles), en 1978, y *Le miasme et la jonquille* (L'odorat et l'imaginaire sociale 18 et 19 siècles), en 1982.