

El estereotipo como modo de transmisión de la cultura francesa en los libros de viaje

Elisabeth DELRUE, Université d'Amiens

Résumé

Cette étude prétend analyser le rôle du stéréotype dans la transmission de la culture française à l'adresse de lecteurs espagnols voire hispanophones. Le corpus analysé comporte quatre récits de voyage publiés entre 1888 et 1890: *Al pie de la torre Eiffel*, *Cuarenta días en la Exposición*, *Por Francia y Alemania* de Emilia Pardo Bazán et *París: impresiones de un emigrante* de Vicente Blaso Ibáñez. L'analyse porte sur les éléments formels et conceptuels, la nature, les ressources et la fonction de ces dispositifs textuels. Une typologie des formes et des modalités d'insertion dans le texte a été dressée. Les stéréotypes sont, finalement, apparus comme de simples appropriations de traits relevant des constantes dans le regard que les Espagnols, d'une façon générale, portaient sur Paris et la France de l'époque.

Según Jean-Louis Dufays en su libro *Stéréotype et lecture*¹, el estereotipo se puede definir por varios criterios, su frecuencia y su dimensión repetitiva, su procedencia difusa y dispersa en la producción textual de una época, de una corriente o de un género, su carácter abstracto y esquemático, su fijación, su carácter usado e inauténtico. También distingue tres categorías de estereotipos y esa distinción la comparte con la de Ruth Amossy y Anne Herschberg². La primera atañe al código lingüístico, estilístico y semántico de la lengua, la segunda concierne el conjunto de discursos sobre tal o cual obra y la tercera abarca el panel de imágenes colectivas de su cultura.

Yo creo que el uso del estereotipo en los libros de viajes es una consecuencia directa de las distintas fases del proceso de percepción y del contrato de lectura genérico. De hecho, el libro de viaje requiere, según Francisco Vilar Degano, entre otras cosas, en el plano de la escritura « el empleo del yo como hilo conductor de la experiencia personal del viajero, que recubre con su cosmovisión una geografía ajena »³. Y por tanto, el que escribe o mejor dicho, describe, es el que percibe y se somete automáticamente a las distintas fases de la percepción que son, según los psicólogos y filósofos⁴, una etapa sensorial que registra los datos del medio exterior, una etapa perceptiva que ordena los datos sensoriales y una etapa cognitiva que interpreta esas informaciones en función de las representaciones de una época y de sus modelos culturales. Dicho de otro modo, los datos del mundo real pasan por el filtro de la experiencia social y cultural modelada por factores históricos y socioculturales del que pretende transmitirlos. El estereotipo puede relacionarse, por consiguiente, con dos niveles, el de la enunciación y el de la recepción. Efectivamente, el locutor, sujeto cultural según la terminología de Edmond Cros⁵, echa mano de él, consciente o inconscientemente, para dar cuenta de una realidad y el lector al que destina su

1 Jean-Louis DUFAYS, *Stéréotype et lecture. Essai sur la réception littéraire*, Mardaga, 1994, pp.51-57.

2 Ruth AMOSSY, Anne HERSCHBERG PIERROT, *Stéréotypes et clichés*, Paris: Armand Colin, 2007.

3 Francisco VILAR DEGANO, *Libros de viajes*, Murcia: Universidad de Murcia, 1996, p.31.

4 Véase al respecto Nycole PAQUIN, *Le corps juge: science de la cognition et esthétique des arts visuels*, Montréal, Saint-Denis, Presses Universitaires de Vincennes, 1997, p. 49 ; Heindrich Josephus POS « Phénoménologie et linguistique », *Revue Internationale de Philosophie*, 1939, p. 357.

5 Edmond CROS, *Le sujet culturel. Sociocritique et psychanalyse*, Paris: L'Harmattan, 2005, p. 16. El sujeto cultural es miembro de una comunidad cuyos modelos socio-culturales ha interiorizado, a lo largo de su vida, desde la infancia .

texto, si pertenece a la misma área cultural en sentido amplio lo detecta y lo reactiva para visualizar la realidad que se le propone. En el caso de los libros de viajes en los que se trata de dar cuenta de una realidad incógnita, el estereotipo resulta ser una clave eficiente en la tarea descriptiva para facilitar el paso del mundo de lo conocido al de lo desconocido. Pero, en realidad, el viajero–observador proyecta forzosamente su prisma cultural basado en una red de imágenes colectivas compartidas heredadas sea lingüísticas, estilísticas, retóricas, sea mitológicas en el sentido de Barthes⁶. Mentalmente, de modo consciente o inconsciente, reactiva este fondo preconcebido, heredado, que le fue inculcado en su fase de socialización⁷ y que tiene interiorizado a su disposición para identificar lo visto y plasmarlo a partir de lo conocido. Su apropiación de la realidad es, por tanto, una construcción cultural y no una observación directa, reflejo fiel de lo percibido, el estereotipo participa de ella tanto como las metáforas y comparaciones o la intertextualidad.

He decidido analizar las modalidades de funcionamiento del estereotipo en la trasmisión de la cultura francesa en el sentido de Emile Durkheim⁸, es decir los conocimientos, las creencias, la moral, los hábitos, las formas de actuar, pensar y sentir en cuatro libros de viajes catalogados como tales en la bio-bibliografía de viajeros españoles (siglo XIX) de Carlos García Romeral Pérez⁹, publicados entre 1888 y 1890 : tres de Emilia Pardo Bazán *Al pie de la Torre Eiffel*¹⁰, *Cuarenta días en la Exposición*¹¹, *Por Francia y Alemania*¹² y uno de Vicente Blasco Ibáñez, *París. Impresiones de un emigrado*¹³. Los cuatro libros reúnen crónicas previamente publicadas en la prensa, con cierta periodicidad y fue el éxito obtenido entre sus lectores el que motivó su publicación ulterior bajo la forma de libros. Los tres

6 Roland BARTHES, *Mythologies*, Paris: ed. du Seuil, coll. "Points", 1957.

7 Véase al respecto John SEARLE, *La construction de la réalité sociale*, Paris: Gallimard, 1998 ; Peter BERGER, Thomas LUCKMANN, *La construction sociale de la réalité*, Paris: Armand Colin, 1996.

8 Emile DURKHEIM, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris: PUF, 1981, p. 5

9 Carlos GARCIA ROMERAL PEREZ, *Bio-Bibliografía de viajeros españoles* (siglo XIX), Madrid: Ollero y Ramos, 1995.

10 Emilia PARDO BAZÁN, *Al pie de la torre Eiffel: crónica de la exposición*, Madrid : Enrique Rubiños, 1889.

11 Emilia PARDO BAZÁN, *Cuarenta días en la Exposición*, Madrid : V. Prieto y Cía, 1891.

12 Emilia PARDO BAZÁN, *Por Francia y Alemania : crónica de la exposición*, Madrid : La España, ca (imp. Cruzado), 1890.

13 Vicente BLASCO IBANEZ, *París : impresiones de un emigrado*, Valencia: Imp. de la Unión Tipográfica, 1889.

volúmenes de Pardo Bazán reúnen, pues, crónicas publicadas en *El Imparcial*¹⁴, durante las Exposiciones Universales de París de 1889 y 1900 para dar cuenta de ellas. En este caso, Pardo Bazán trabajaba como corresponsal de dicho periódico. En cambio, Blasco Ibáñez en 1890, tras dirigir una manifestación contra Cánovas del Castillo, tuvo que huir a la capital francesa donde escribió, por tanto, en una situación de exilio, para el *Correo de Valencia*¹⁵ sus crónicas reunidas luego en el libro titulado *París : impresiones de un emigrado*. Los comentarios acerca de la cultura francesa afloran, pues, de distintas maneras según el cometido de ambos autores. Pardo Bazán la evocará en las etapas de su viaje, al describir los pabellones de las dos Exposiciones Universales, al dar cuenta de sus momentos de descanso mientras que Vicente Blasco Ibáñez, instalado en la capital con más tiempo, podrá comentar a diario lo vivido por él.

Forzosamente, sólo nos interesará aquí la perspectiva enunciativa del locutor que sólo tiene presentes las posibles reacciones y conocimientos culturales probables de un lector tipo, abstracción de las que ha de eliminarse todas las variaciones individuales, encarnación del lector de carne y hueso que muy bien puede descartar el papel que le asigna el texto propuesto. Y ese lector tipo, según los dos autores, tiene las expectativas, las preocupaciones y el nivel cultural del lector habitual de las revistas en las que se publicaron las crónicas, *El Imparcial* y *El Correo de Valencia*. Detecté las tres categorías de estereotipos determinados por Jean-Louis Dufays en su libro, *Stéréotype et lecture*, claro está. diseminados en los cuatro textos, incluso diría, salpicados. Cada vez, el recurso a estas distintas modalidades de estereotipos ahorra al locutor una larga descripción ya que pretende reactivar en la mente de su receptor lo que él mismo percibe con la sola mención de una referencia cultural conocida, supuestamente compartida.

Veamos algunos ejemplos.

En *Al pie de la Torre Eiffel*, Emilia Pardo Bazán señala « esa catedral gótica del pensamiento contemporáneo »¹⁶ para evocar la Torre Eiffel y algunas páginas más adelante para mencionar a una personalidad francesa :« el caballero andante de la

14 Véase Manuel ORTEGA y GASSET, *El Imparcial. Biografía de un gran periódico español*, Zaragoza: Librería General, 1956.

15 *El Correo de Valencia* fue creado en Valencia en 1855.

16 *ibid*, p.72.

monarquía de derecho divino »¹⁷. En ambos casos, el lector reactiva el objeto cultural almacenado en su mente e imagina un objeto equivalente sacado de la cultura francesa que se le presenta con los mismos atributos. Y en el momento de la percepción, el viajero-observador aplica su molde cultural preconcebido y, sobre todo, interiorizado, para identificar una realidad incógnita. Pero aquí el molde cultural atañe a la literatura y a la historia del arte, campos de predilección de sujetos cultos, es decir los supuestos lectores de *El Imparcial* cuyo prestigio literario es innegable.

Los ejemplos siguientes apuntan a otra variedad de estereotipo y a otro fondo de cultura. En *Cuarenta días en la Exposición*, Pardo Bazán, para evocar el paisaje francés que está cruzando en tren, se contenta con decir « el caserío pintoresco de San Juan de Luz, las villas espléndidas de Biarritz »¹⁸. Aquí, el estereotipo lo nutren, sin duda, expresiones utilizadas por otros viajeros, leídas anteriormente por los lectores a los que destina sus libros actuales.

En *Al pie de la Torre Eiffel* cuando Pardo Bazán señala « con sus negras chimeneas de suburbio inglés, con sus restaurants y sus librerías de bulevar parisiense, con sus jarcias y velas sobre un mar de puerto italiano »¹⁹ reactiva a un tiempo una triple imagen, la de un suburbio inglés, la de un bulevar parisiense y la de un puerto italiano. Reactiva, por tanto, conocimientos supuestamente compartidos por ella y su receptor y cuya única mención es suficiente para visualizar lo observado y transmitirlo tanto al doble nivel de la percepción-enunciación como de la recepción. El caso es disponer de la misma red de referencias culturales directamente autenticables y aquí también el nexo común es la rememoración de paisajes conocidos.

Finalmente, cuando se trata de indicaciones relativas al pueblo francés, tanto Pardo Bazán como Blasco Ibañez reciclan lo interiorizado durante los siglos anteriores. De hecho, aunque estas informaciones parezcan dimanar de observaciones directas de una realidad fielmente transmitida son, en realidad, estereotipos difundidos en siglos anteriores en la prensa y correspondancias diplomáticas para el condicionamiento nacional de los miembros de la comunidad imaginaria que componen los españoles. Y este proceso en su dimensión unificadora impone imágenes colectivas de los

17 *ibid.*, p. 143.

18 *ibid.*, p.19.

19 *ibid.*, p. 68.

pueblos vecinos en la prensa y en la literatura para cohesionar el grupo que se distingue de ellos. Efectivamente, Pardo Bazán subraya la educación, el buen gusto, la cultura y la elegancia del pueblo galo al mencionar en *Al pie de la torre Eiffel* «... los franceses, en general [...] se pasan de bien educados y de afables»²⁰ y en *Por Francia y Alemania*, «... este pueblo es muy sensible a la farsa escénica, lo cual pienso que arguye mucha intelectualidad y bastante buen gusto.»²¹. También Blasco Ibáñez indica, varias veces, que, según él, «París es el emporio de la elegancia y del buen gusto»²² o «París es la cuna de la elegancia»²³. Pero, indicaciones idénticas ya eran mencionadas en los siglos XVIII y XIX. Así, por ejemplo, en dos revistas *El Panorama* (1838-1841) y *El Laberinto* (1843-1845)²⁴ se considera a Francia como un país moderno y civilizado de Europa, destacando «el decantado refinamiento de los franceses en cuanto a las reglas de buena educación» y se pondera, a un tiempo, el lujo de París, metrópoli del mundo civilizado o capital de la elegancia.

Lo mismo sucede con la percepción de Francia en tanto que nación rica por su adelanto científico y su poderío industrial. Pardo Bazán en *Al pie de la torre Eiffel*, indica, de hecho, a propósito del pueblo francés, que es «un modelo de economía y de habilidad para aprovecharlo todo»²⁵. Y en *Por Francia y Alemania*, valora la cultura, el adelanto científico, la riqueza propia y el poderío industrial de Francia²⁶, añadiendo en el mismo libro los rasgos específicos siguientes «Francia, una grande, poderosa, ilustrada, activa y fuerte nación»²⁷. Y Blasco Ibáñez reitera las mismas informaciones: «Francia, grande, preponderante en el mundo por su civilización y su progreso»²⁸. Pero también algunos diplomatas españoles de los años 1830, como el conde de Ofalia o el marqués de Miraflores, por ejemplo, recogieron en su correspondencia algunos rasgos característicos que cuadran con los

20 *ibid.*, p. 243.

21 *ibid.*, p.198.

22 *ibid.*, p. 201.

23 *ibid.*,p.240.

24 Aquí me baso en el estudio siguiente: Carmen FERNANDEZ SANCHEZ, «La imagen de Francia en la prensa española: el panorama (1838-1841) y El laberinto (1843-1845)» in Jean-RenéAYMES et Javier FERNANDEZ SEBASTIAN (éds), *L'image de la France en Espagne (1808-1850)*, Paris: Presses de la Sorbonne Nouvelle, 1997, p. 283-296.

25 *ibid.*, p.269.

26 *ibid.* p. 218.

27 *ibid.*,p. 248.

28 *ibid.*,p.32.

apuntados en los libros de viajes analizados. Ellos también ensalzaron la vitalidad económica del país vecino, su carácter de nación activa y emprendedora, su industria y su agricultura, su organización administrativa y el funcionamiento del Estado²⁹.

Por tanto, yo creo, y, por lo menos, he querido demostrarlo en estas líneas, que el estereotipo en los libros de viajes estudiados constituye un material preconcebido, heredado e interiorizado que facilita la identificación y la apropiación cultural de una realidad incógnita desde dos perspectivas complementarias, la del locutor y la del receptor. Pero, si su procedencia es difusa y dispersa, bien se pueden tipificar sus modalidades según el nivel cultural que reactivan.

29 Véase el estudio siguiente : Jean-Philippe LUIS, « La France admirée, rejetée et redoutée: la perception de l'autre dans la diplomatie espagnole des années 1830 » in *Représentations de l'autre et relations internationales. France-Espagne, XIXeme – XXeme siècles* Université Blaise-Pascal Clermont-Ferrand II, 2005, p.19-21.