

# SIN RETORNO: formas artísticas de la experiencia turística\*

**Valeria Guzmán**

Arquitecta. U.C.R.

*"Mi sueño es común y corriente. Como todos los habitantes de Europa Occidental, yo quiero viajar. Hay algunos inconvenientes por supuesto: la barrera del lenguaje, el transporte público mal organizado, el riesgo a ser víctima de robo o estafa. Para ponerlo en palabras sencillas: lo que yo realmente quiero es ser un turista. Soñamos los sueños que podemos pagar y mi sueño es adentrarme en una serie interminable de "Escapes románticos",*

*"Expediciones exóticas" y "Placeres a la carta..."<sup>1</sup>*

*Plataforma. Michel Houellebecq*

## RESUMEN

Este ensayo toma como punto de partida la exposición *Experiencia Universal, Arte, Vida y el Ojo del Turista* [Hayward Gallery, Londres 6 octubre - 11 diciembre 2005] para explorar algunos de los efectos que ha provocado el turismo, la actual industria más grande del mundo. Este escrito se sitúa entre la forma del ensayo y la reseña. Permite, mediante el repaso de una experiencia artística en particular, abordar aspectos del turismo que han sido poco explorados. A pesar de que el turismo es un campo de estudio bien establecido en la sociología y la antropología, ha sido poco analizado desde los puntos de vista arquitectónico, urbano, paisajístico y artístico. El objetivo es introducir esta problemática sobre todo en un país como Costa Rica, cuyo espacio y realidad están siendo modeladas a imagen y semejanza de la voluntad de esta gran industria.

**Palabras clave:** Cinematográfico • Fílmico • Identidad • Globalización.

## ABSTRACT

In order to explore some of the effects of tourism, nowadays the Tourist Eye, that took place at the Hayward Gallery in London, from October 6th to December 11th of last year. Through the revision of a particular artistic experience, this paper, located between the form of the essay and the review, unfolds some aspects of the practice of tourism that have not been yet explored. Although is a well established research field in sociology and anthropology, so far tourism has not been analysed in depth from the point of view of architecture, urbanism, landscape, and art. Therefore, the main purpose in this article is to introduce the question of the effects of tourism in a country like Costa Rica, whose spatial physical reality is been shaped under the resemblance of the will of this big industry.

**Key Words:** Cinematography • Filmic • Identity • Globalization.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el turismo de masas emerge como un fenómeno con una forma y un carácter particulares. Ser turista en la época de posguerra implica estar entrecruzado en una serie de factores que caracterizan la modernidad<sup>2</sup>, por ejemplo, una cierta estructuración del tiempo organizado en torno al trabajo y al ocio, una implicación creciente de los medios de comunicación masiva y, sin duda, un intenso desarrollo de los medios de transporte.

Así, en cuanto a la división temporal trabajo-ocio, tomó una forma particular a finales del siglo XIX<sup>3</sup>: un ambiente contrastante con los grandes centros de trabajo, localizados generalmente en la ciudad, emerge como posibilidad y como imaginario. El lugar de las vacaciones se vuelve un lugar de compensación, una especie de respuesta alternativa a la vida cotidiana, en fin, una forma de recuperarse de las exigencias del trabajo.

Separado radicalmente del viajero o del explorador de hace algunos siglos, el turista vive y percibe, a partir de una serie de instrumentos mediadores que prescriben, sus expectativas de aquellos territorios que está por ver y que se muestran como lo desconocido. Guías turísticas, mapas, *brochures*, programas de televisión, tarjetas postales, internet, anticipan y moldean con los principios de la publicidad y los medios de comunicación el universo visual de ese sujeto en circulación que se manifiesta como turista.

Asimismo, los modelos de comunicación masiva pondrán en circulación una forma particular de percibir el espacio. Desde el avión, por ejemplo, el sujeto ve a la distancia y desde arriba una realidad física, que va a ser continuamente reproducida y diseminada en un plano bidimensional como lo es el de la fotografía.

Y es que el desarrollo de la tecnología aeronáutica, la producción de la imagen y la construcción del paisaje son elementos que se encuentran entretreídos, de tal forma que resulta cada vez más difícil considerar uno sin tener en cuenta el resto.

Los medios de transporte son fundamentales en toda la construcción y el entendimiento del espacio

a lo largo del siglo XX. Ser pasajero se convertirá en un estado o en una característica de la vida moderna. Como explica Agnes Heller (1992), la referencia espacial que pueda tener un espectador desde la ventana del avión ya no será urbana sino geográfica<sup>4</sup>. El avión es un producto de la tecnología militar, símbolo por excelencia del proyecto de modernidad y emblema de progreso. Propició la vista aérea y la vista panorámica tan fundamentales en la experiencia turística contemporánea. Precisamente, por el desarrollo de la tecnología aeronáutica la escala de los territorios y el sentido de la distancia mutan: dos puntos se conectan en un tiempo más corto y, por lo tanto, se perciben como más cercanos<sup>5</sup>. Pero también, la relación entre el sujeto y el espacio, mediada por la tecnología –aeronáutica en este caso–, pone en cuestionamiento la correlación entre habitar y movilidad.

El lugar de referencia del sujeto moderno implica o conlleva un redimensionamiento de su contexto y, por lo tanto, de su redefinición conceptual y perceptual. Tanto la tecnología aeronáutica como la de los medios de comunicación propician una nueva relación del sujeto con el espacio que lo rodea.

Esta pequeña introducción es útil para situar la exhibición de la Hayward Gallery en una cierta problemática<sup>6</sup>, la que cuestiona cuáles son los mecanismos y los discursos que, desde la experiencia del viaje turístico, legitiman una cierta forma de percibir y habitar el espacio.

El extraño título de esta muestra *Experiencia Universal*, llama inmediatamente la atención y es un elemento intrigante. Según el catálogo de la exposición, tiene como fundamento el texto del antropólogo y sociólogo Dean MacCannell, –quien introdujo en la década de los años setenta el tema del turismo como un campo de estudio–, *El turista, una nueva teoría de la clase ociosa*. En este texto, el autor asocia esta condición de lo universal con un patrón en la modernidad que es aplicable y se extiende a todo el mundo, a todos los propósitos. Con un cierto anacronismo dibuja una línea pro-

gresiva que inicia con el viaje del héroe: Ulises, Chaucer, Cristóbal Colón, Gulliver, pasando en la continuidad del tiempo por el viaje de unos pocos: los conquistadores –Alejandro Magno–, los científicos, los viajeros decimonónicos del Gran Tour, hasta llegar al turista y al turismo de masas, es decir, desde la práctica exclusiva de unos pocos a la experiencia de muchos o de la gran mayoría.

Sin embargo, la noción del viaje ha cambiado radicalmente; después de Foucault sabemos que pensar la continuidad de una idea a lo largo de la historia es cuestionable. El explorador, el viajero y el turista son sujetos diferentes que cumplen funciones diferentes en momentos particulares de la historia. La noción de turismo de masas pone acento en el hecho de que la cantidad es una de las condiciones que define este tipo de experiencia y que tiene sentido en la medida en que se haga colectivamente. Sin duda esto trae consecuencias de gran peso: el tamaño y la escala de tal actividad produce en sí misma efectos contradictorios.

En esta irónica y crítica caracterización de lo universal por su valor cuantitativo es que inicia la exhibición *Experiencia Universal: Arte, Vida y el Ojo del Turista*.

En ella se muestra que las vacaciones, lejos de ser un espacio de compensación del vivir común y rutinario, es más bien otro espacio, uno marcado por ciertos signos sintomáticos. Si Marc Augé (2003) piensa el turismo como un fenómeno donde se dan las mismas ambivalencias y ambigüedades presentes en el proceso de la modernidad<sup>7</sup>, la muestra expone el turismo como un fenómeno más radical: se centra en la idea de que por medio del arte, el turismo es una patología de la vida moderna. Más allá de satisfacer un imaginario que gira en torno de lo exótico, lo auténtico o lo espectacular –todo estos emblemas cuidadosamente moldeados por los medios de comunicación masiva–, en la trama del turismo se entremezclan

otros hilos más complejos. Para los objetivos de este ensayo-resena se exploran tres, a saber: el artificio, la desorientación y el canibalismo.

## Artificio

La ciudad y el paisaje son construcciones. Existen en un estado de perpetua preservación artificial. No cabe duda que el epítome del lugar artificio es Las Vegas, una ciudad en medio del desierto cuidadosamente planificada como una puesta en escena: desde el diseño de los asientos en un *nightclub* hasta el trayecto de un casino a otro.

Tal vez, para entender la sutileza de este artificio es útil ir un paso atrás y ver la artificialidad que opera en la construcción de una imagen, sobre todo cuando se trata de una imagen publicitaria.

El trabajo de **John Hinde Studio**, que se muestra en la exposición, es un caso interesante. Estas son fotografías encargadas entre las décadas de los años sesenta y setenta a un estudio de fotógrafos profesionales, para publicitar en tarjetas postales



John Hinde Studio



John Hinde Studio.



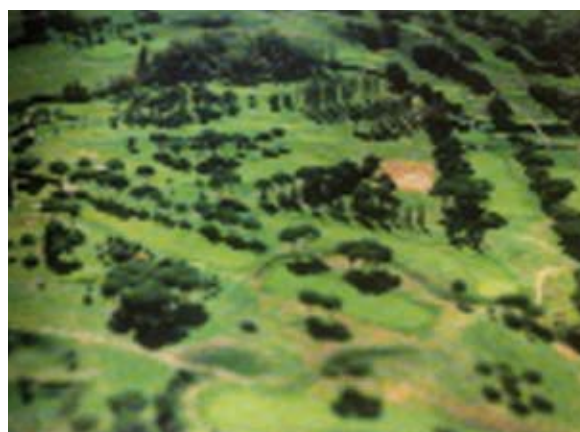
NL arquitectos.

el Centro Vacacional Butlin, un destino turístico para las familias británicas de la posguerra y que tuvo un gran auge sobre todo en la década de los años cincuenta. Las fotografías, tomadas con cámaras de gran formato e iluminadas como si fueran una escena cinematográfica, materializan el mundo idílico y encapsulado de las vacaciones. En este centro no solo se

ofrecía la fórmula *todo incluido* sino, también, un programa de actividades diarias para toda la familia<sup>8</sup>.

Sin duda que los cruceros son otro interesante ejemplo adonde se ejerce al máximo el control del tiempo y el espacio del ocio. Estas ciudades flotantes son tema de estudio para los arquitectos **P. Bannenberg, W. Van Dijk, K. Klaasse y M. Linnemann** (Países Bajos, 1959, 1962, 1967, 1962)<sup>9</sup>.

Ya en 1927 Kracauer había asociado el acto de viajar con una renuncia del sujeto moderno a establecer para sí mismo coordenadas espacio-temporales fijas<sup>10</sup>. Conscientes de este hecho, el grupo de arquitectos holandeses **NL** analiza el crucero en el proyec-



Barbieri.

to *Crucero Ciudad, Ciudad Crucero* (2003) no solo como un medio de transporte sino, también, como un destino en sí mismo que puede funcionar como infraestructura articuladora de las ciudades alrededor del planeta. El crucero es una versión compacta de



lo que sucede en Las Vegas o en Disneylandia: son máquinas del entretenimiento que paulatinamente van moldeando una lógica urbana.

También otros artistas exploran en la exhibición diversas formaciones del artificio. El vídeo de **Olivo Barbieri** (Italia, 1954) titulado *sitio específico\_roma 04* (2004) muestra a Roma filmada desde un helicóptero con un lente especial que transforma la ciudad en una especie de maqueta, de modelo construido a pequeña escala donde los grandes monumentos, las autopistas y los parqueos conviven extrañamente. Esta sensación se acentúa con el sonido que produce la hélice del helicóptero, no dejando un espacio fuera del alcance del artificio.

En un sentido inverso, **Jeffs Koons** (E.U.A., 1955) reproduce a gran escala esos pequeños objetos de consumo que son los *souvenirs*. Así, con el recurso del cambio de escala los transforma, precisamente, en objetos extraños e irónicos al mismo tiempo. Según Susan Steward (1993), en el *souvenir* –donde opera una reducción de las dimensiones físicas, por ejemplo en las miniaturas o en las tarjetas postales–, se concentra todo aquello que



Koons.

es visto y experimentado por el sujeto<sup>11</sup>. Es como si un evento que ocurre en el tiempo se transformara en este objeto para llevar.

Con los recursos del tamaño y el cambio de escala es que emerge el artificio en la construcción de la realidad física. Con el recurso del redimensionamiento, es decir, una ciudad como una maqueta o

un *souvenir* como un monumento, se activa una dimensión que cuestiona cómo pensar el espacio que nos rodea.

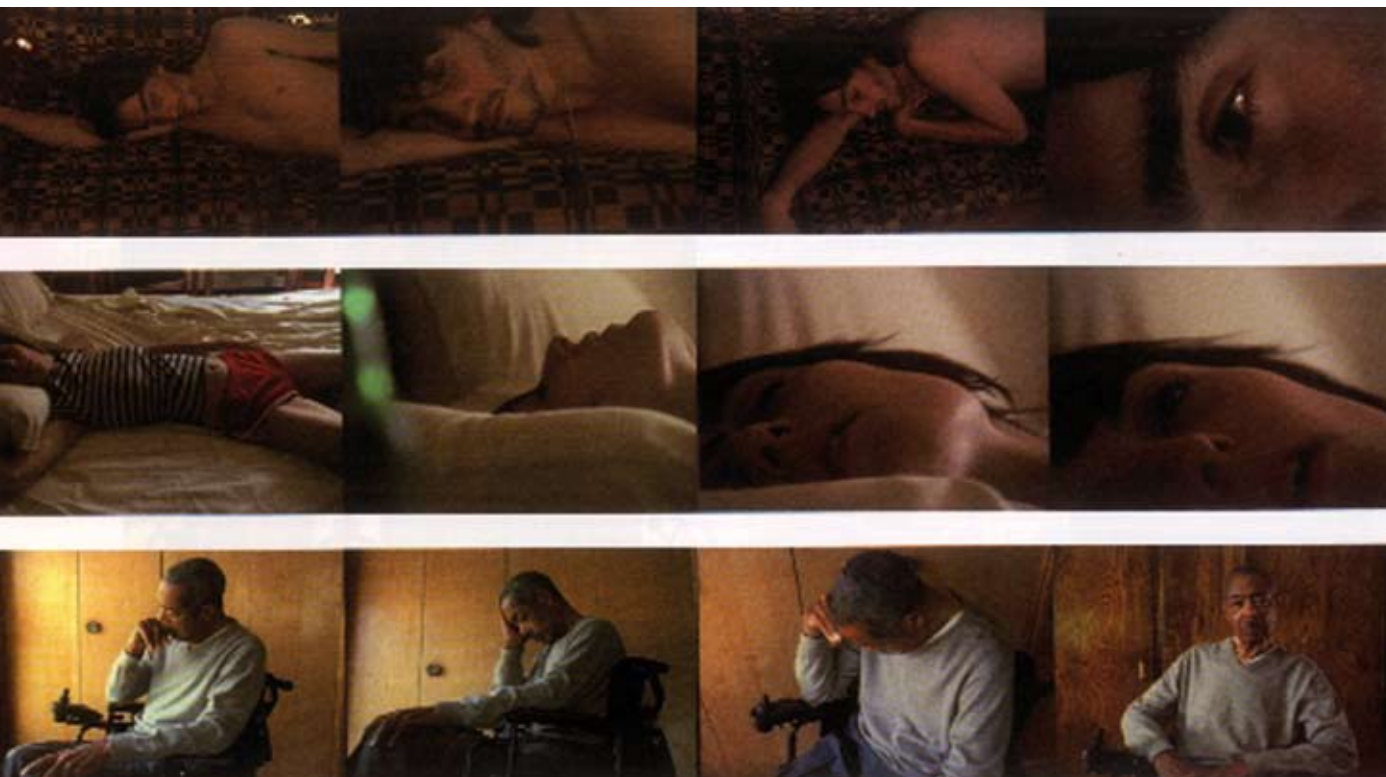
## Desorientación

Tanto el viaje como los espacios modernos que lo acompañan, por ejemplo, el aeropuerto y el hotel, son agentes que perturban la noción del tiempo y el espacio conocido. **Tacita Dean** (Inglaterra, 1965) explora mediante el registro sonoro la idea de viajar como un evento frustrado. Teniendo como destino de su viaje la *Espiral Jetty* de Robert Smithson, una obra de arte realizada a finales de la década de los años sesenta en la costa estadounidense, la artista construye en *Buscando la Espiral Jetty* (1997) la narración desde el automóvil de un recorrido que no va a encontrar su destino final.

El viaje es también el tema del vídeo-instalación titulado *El Momento*. El artista estadounidense **Doug Aitken** (E.U.A., 1968) muestra, a través de 11 pantallas colocadas en secuencia, imágenes de individuos durmiendo, despertándose, acostándose y transitando en desolados parqueos, hoteles y aeropuertos. El reverso de cada pantalla tiene un espejo que refleja las imágenes de las demás pantallas, por lo que la imagen resultante se descompone en una infinidad de momentos mientras una voz en *off* dice: "Quiero estar en cada lugar, Quiero estar en todos los lugares". El espectador en la galería, que recorre el itinerario de pantallas inmersas en un espacio oscuro, puede multiplicar las imágenes –es decir, la multiplicación de un instante: levantarse, acostarse– de ese mundo abierto y disperso que implica ser un pasajero.

El sonido, fundamental en este vídeo-instalación, pone énfasis en ese universo de desolación de quien tiene como referencia el espacio del movimiento.

El viaje se convierte en una morada. Ya no es la experiencia entre dos puntos: lo lejano y lo cercano, lo conocido y lo desconocido; el pasaje en sí se ha convertido en una especie de destino.

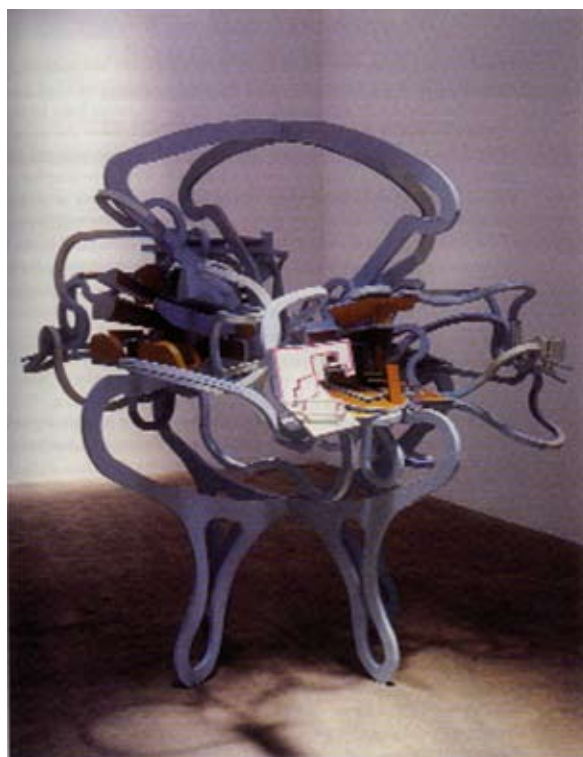


Arriba: Aitken. Abajo: Taft Green.

Así, el aeropuerto es otro de los instrumentos por medio de los cuales la desorientación se convierte en eje determinante en la experiencia turística y la metáfora para hablar de una cierta condición contemporánea.

El aeropuerto es, en el trabajo *Reaction Facets: internacional airport* (2004) del artista **Taft Green** (E.U.A, 1972), la materialización de la condición de ser pasajero. Un laberinto de líneas ensortijadas que emulan esa extraña experiencia de estar de paso en un lugar que tiene como característica ser un lugar de paso. Rem Koolhaas ha acertado al decir que la ruta entre *check-in* y abordaje en el aeropuerto contemporáneo es en el fondo una coreografía perversa<sup>12</sup>.

No todo es movimiento continuo o fluidez constante en estos no-lugares, la coreografía está diseñada para disfrazar las interminables horas de





Dillier y Scofidio.

espera y la ansiedad que produce viajar en una máquina que finalmente puede fallar.

*Interclone Hotel* es un proyecto de los arquitectos **Elizabeth Diller y Ricardo Scofidio** (E.U.A., 1954 y 1935), diseñado para estos habitantes-átomos cuya característica es la transitoriedad. El trabajo emula la publicidad de una cadena hotelera en Vietnam, Uganda y México. Se muestra el hotel como una forma de habitar cuya mutación está marcada por la relación entre tecnología, economía global y estilos locales. No hay espacio aquí para lo doméstico; en este acto puro de movimiento el sujeto moderno abandona su ubicación en el espacio y en el tiempo. En tránsito parece ser la condición constante, de hecho es en el aeropuerto, en medio de las imáge-

nes publicitarias de los extraños corredores en que en este tipo de trabajo es expuesto<sup>13</sup>. Debido a que el hotel y el aeropuerto son lugares de paso, no conllevan ningún sentido de lugar. El espacio del movimiento y la velocidad es, al mismo tiempo, el espacio de la desorientación y la inercia.

## Canibalismo

Dean MacCannell argumentaba que es mediante los *tours*, que zonas normalmente inaccesibles a personas foráneas se tornan escenarios abiertos al público.

Sin duda, el fenómeno va más allá, las visitas guiadas y los paquetes turísticos ofrecen en la exitosa fórmula todo incluido un

mundo hecho a la medida, sin la desorientación y la ansiedad que produce estar de visita en terreno desconocido. Los paquetes turísticos son artificios que permiten construir un mundo familiar allí donde nada o poco lo es. ¿Qué consecuencias trae esto?

Es precisamente el tema de la excursión organizada el que explora el artista **Dennis O'Rourke** (Australia, 1945) en el filme *Cannibal Tours* (1988), a su vez título publicitario de un paquete turístico a la isla de Papúa Nueva Guinea donde reside la última tribu caníbal. El filme explora, a través de la visita de turistas europeos a esta isla, la amplia gama de relaciones sutiles y perversas que implica el encuentro con los otros. Los demás como un objeto de visita<sup>14</sup>. Con la secuencia fílmica que va más rápido que la percepción visual, se mezclan



Dennis O'Rourke.



imágenes de los turistas comprando *souvenirs* y tomando fotografías, con imágenes de los aborígenes e imágenes de los colonizadores alemanes de la época. Dominio, transacción y canibalismo están sutilmente relacionados y cumplen funciones similares a lo largo del tiempo: el turista que construye su propia versión de lo que quiere ver en su mundo fotogénico, colonizadores que se disfrazan de caníbales, caníbales vendiendo *souvenirs* a los turistas, turistas que regatean los precios de los *souvenirs*.

Con otros recursos exploran temas similares **Phil Collins** (Inglaterra, 1970), **Thomas Hirschhorn** (Suiza, 1957) y **Darren Almond** (Inglaterra, 1971).

En el caso de Collins, su vídeo *Cómo hacer un refugiado* (2000) muestra esta vez al aparato promotor como el caníbal de la historia: un adolescente víctima de la guerra en la antigua Yugoslavia, es fotografiado por unos periodistas. El vídeo captura la expresión de frustración y dolor que este adolescente siente al ser visto por los ojos de la cámara simplemente como un objeto por fotografiar. Una compleja situación política y humana, se lee en el texto que acompaña el vídeo, se convierte en una imagen.

La guerra misma puede ser motivo de interés turístico. Otro vídeo *Oswiecim, March* 1997, esta vez del artista **Darren Almond**, filma la parada de autobús donde turistas y visitantes se bajan para visitar los campos de concentración en Auschwitz.

Al igual que la tecnología aeronáutica, muchos de los monumentos y los objetos que forman parte del universo del turismo son el resultado de saqueos durante procesos de guerra o dominio político. Este es el tema de la instalación *Chalet Lost History* (2003); Hirschhorn señala ese otro lado del turismo: aquel que mientras visita saquea la realidad, viola todas las imágenes y los objetos. Esta instalación, con reminiscencias de arte povera, toma como punto de partida el saqueo al



Phill Collins.

Museo Arqueológico de Bagdad, en abril de 2003, donde desaparecieron importantes objetos de las culturas babilónica, sumeria y asiria. Es un espacio poblado de objetos e imágenes que denuncian la violación cultural y la cultura de la violación mediante el bombardeo de imágenes de contenido pornográfico, dólares falsos, latas de cerveza, refrigeradoras, ventiladores, libros de arte egipcio, y todo tipo de reliquias de medio oriente: pirámides, sarcófagos, etc.





Thomas Hirschhorn.

## Check-in

La experiencia turística parece depender más de los medios de comunicación que del real desplazamiento del sujeto en un territorio. Según Augé (2005), son las agencias de viajes la forma contemporánea de museo<sup>15</sup>. En efecto, la satisfacción de un turista se mide cuando confirma *in situ* lo que ya ha visto o leído de antemano.

El trabajo de **Peter Fischli** y **David Weiss** (Suiza, 1952 y 1946): *Mundo Visible* (1986-2001), es precisamente la materialización de un campo visual en donde lugares, objetos y personas ya

Me decidí hacer un tour, pero estaba indeciso entre 'Ron y Salsa' (ref: CUB CO033, 16 días/14 noches, 11 520 FF, habitación doble, suplemento habitación sencilla 1350FF) y 'Trópico tailandés' (ref: THA CA 006, 15 días/13 noches, 9 950 FF, habitación doble, suplemento habitación sencilla 1 175FF).

Plataforma. Michel Houellebecq

han sido organizados. En un plano horizontal, como si fuera una mesa con muestras, se exponen alrededor de 1000 imágenes de lugares alrededor del mundo tomadas a lo largo de 15 años. Aquello que es visible es un proceso de hacer una cierta realidad visible. Este es, pues, un mundo compuesto de paisajes naturales, paisajes urbanos, medios de transporte, monumentos, comida. Este mundo visible es, en el lenguaje de la fotografía, una serie sucesiva y lineal de cuadros y articulaciones. El hecho de que el espectador tenga a su disposición el mundo en una mesa de 28 metros de largo trae consigo una forma particular de relacionar, asociar y disociar al sujeto con el espacio que lo rodea.

El campo visual del turista se encuentra determinado en la intersección del capitalismo y la cultura moderna. En tal contexto, este campo despliega una cierta práctica de ver y mostrar la realidad física y, a la vez, es el campo en el que la percepción visual se organiza a sí misma. Es importante considerar que de la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días se han producido cambios considerables que han afectado al mundo visible. En 1950 hubo en el mundo 25 millones de llegadas de pasajeros legales, mientras que, en el 2000, el número se incrementó a 700 millones. En el 2010 se esperan mil millones. En 1960 había a disposición 600 atracciones turísticas, en el año 2000 la cantidad es de 6100. Medio millón de dormitorios de hotel se construyen al año<sup>16</sup>. En este estado de cosas, donde los sujetos, los objetos, los recuerdos, los lugares y la información circulan y están en movimiento, emerge una cierta condición en torno a la percepción del espacio –urbano y

geográfico-, a la forma de habitarlo –qué es interior, qué es exterior-, y a la movilidad –los mecanismos y las intensidades de las trayectorias-. La experiencia universal que revela la exhibición en la Hayward Gallery es aterradora, y no parece dar signos de un viaje donde el retorno a casa permita reflexionar sobre lo acontecido. Todo lo contrario, el arte lleva al punto del no retorno. Estamos circulando en destinos caníbales.

## Notas

\* Con el apoyo de la Universidad de Costa Rica y el Programa ALBan, Programa de becas de alto nivel de la Unión Europea para América Latina, beca N.º E04D048565CR.

1. Traducción del inglés por la autora.
2. Por modernidad se entiende un proyecto político, económico y cultural que se aboca al progreso pero que no excluye, en su realidad inconclusa y contradictoria, su posibilidad de crítica. Ver: Hilde Heynen, **Architecture and modernity: a critique** (Cambridge, MA: MIT Press, 1999).
3. Ver John Urry, **The tourist Gaze** (London: SAGE Publications, 2002).
4. Agnes Heller, *On the Railway Station*, en **Philosophy of history in fragments** (London: Blackwell, 1992).
5. Stephen Kern, *Distance*, en **The culture of time and space 1880-1918** (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1983).
6. La Hayward Gallery es una de las más importantes galerías de arte contemporáneo de la ciudad de Londres. Está situada en el Centro de South Bank y fue fundada en 1968. La exposición, bajo la curaduría de Francesco Bonami, fue presentada de febrero a junio de 2005, en el Museo de Arte

Contemporáneo de Chicago, de octubre a diciembre del mismo año en Hayward Gallery y de febrero a mayo de 2006, en el Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Trento.

7. Ver Marc Augé, *Turismo y viaje, paisaje y escritura*, en **El tiempo en ruinas** (Barcelona: Gedisa, 2003).
8. Orvar Logfren, **On Holiday: a history of vacationing**. Citado en el catálogo *Universal Experience: Art, Life, and the Tourist's Eye*, Museum of Contemporary Art, (Chicago: 2005).
9. Si bien este trabajo es parte de la exposición en cuestión, no fue exhibido en la Hayward Gallery por razones de espacio.
10. Siegfried Kracauer, *Travel and Dance*, en **The Mass Ornament: Weimar Essays** (Cambridge, MA and London: Harvard University Press, 1995).
11. Susan Stewart, *Objects of Desire*, in **On Longing: Narratives of the miniature, the gigantic, the souvenir, the collection** (Durham and London: Duke University Press, 1993).
12. Rem Koolhaas, *Junkspace*, en **The Harvard Design School Guide to Shopping** (Cologne: Taschen, 2001).
13. Interclone Hotel fue expuesto en el aeropuerto Attaturk durante la bienal de Estambul, en 1997. Otros proyectos, como *Travelogues*, fue expuesto en la terminal cuatro del aeropuerto J.F. Kennedy de Nueva York, en 2002.
14. Marc Augé, *Turismo y viaje, paisaje y escritura*, en **El tiempo en ruinas** (Barcelona: Gedisa, 2003), 67.
15. Marc Augé, *Contemporary tourist experience as mise-en-scène*, en **J. Oackman y S. Fausta ed., Architourism** (London y New York: 2005), 88.
16. John Urry, **The tourist Gaze** (London: SAGE Publications, 2002), 5-6.