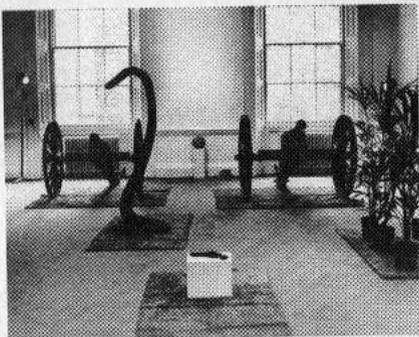


JOSÉ DÍAZ CUYÁS

# MOVILIZADOS POR LO REAL: TURISTAS, SOLDADOS, ARTISTAS

2011



*Décor. A Conquest* by Marcel Broodthaers, «Siglo XIX», 1975.

El presente texto reconstruye una conferencia impartida en 2011 en la que hacía referencia a la exposición *Décor* de Marcel Broodthaers. En ella creí encontrar una pista, a partir de un detalle en apariencia anodino, que podía permitirme cumplir con los temas propuestos por mis anfitriones atravesándolos con uno nuevo: el del turismo.<sup>1</sup> Su carácter disruptivo respecto a las idealizaciones culturales me parecía prometedor aplicado al arte contemporáneo. Además, la propia práctica del artista nos invita a activar lecturas intempestivas con la condición de que mantengan su lógica interna y de que contribuyan a disolver cualquier atisbo de esencialismo en el uso del lenguaje. Para alguien tan convencido de la materialidad de la escritura como Broodthaers, nada podía resultar más desasosegante que la pretensión de un sentido verdadero colmado en el signo, ya fuera mediante su apertura al ámbito de lo misterioso, ya lo fuera, al contrario, mediante su reducción a un significado unidimensional. Con un tono humorístico, él mismo nos propone un ejemplo de lo primero en una entrevista imaginaria con Magritte. En su afán por liberarlo de la lectura «surrealista», a la que el pintor de alguna manera contribuía, le propone qué le parecería si sus cuadros en lugar de entenderse como la liberación absoluta de «cualquier interpretación común», como arcanos, pudieran leerse intentando «reencontrar los acontecimientos de la vida» en ellos, es decir, con la idea de «reconstituir alrededor de sus obras el entorno desaparecido».<sup>2</sup> Magritte se

1 Celebrada el 15 de diciembre de 2011 en el ciclo *Arquitectura: lenguajes filmicos. La construcción de la guerra*, Museo San Telmo, Donostia/San Sebastián.

2 Broodthaers, Marcel, «Interview imaginaire de René Magritte», *Journal des Arts Plastiques*, Bruselas, n.º 30, enero, 1967. Reproducida en *Marcel Broodthaers*, MNCARS, Madrid, 1992. p. 104.

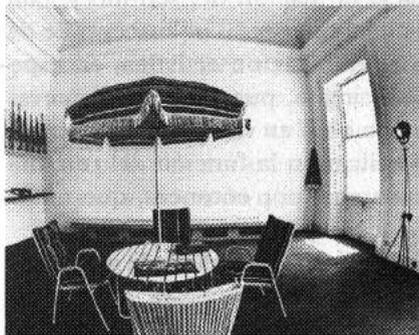
ría de la ocurrencia y le confirma con amabilidad su completo desinterés por la sociología. Pero así como la obra de Magritte habría quedado sepultada, eso pensaba Broodthaers, por la embaucadora esencia de lo misterioso, tan recurrente en la recepción cultural del surrealismo; algo similar podría decirse, como ejemplo de la otra modalidad de esencialismo, sobre el modo en que la inquietud «sociológica» de Broodthaers ha favorecido la laminación de su obra bajo una categoría tan fácil de reducir a una esencia ideológica, a una verdad última, como la de crítica institucional. La comparación no es del todo simétrica, puesto que en el caso del autor de *Décor* la tentación de cerrar sus juegos de lenguaje no es achacable a él sino a la crítica. Lo cierto es que, con independencia de las muy variadas e inteligentes lecturas sobre su obra, todo apunta por su parte a una tozuda resistencia hacia la fijación del sentido y, con mayor motivo, hacia la emisión de cualquier *mensaje* susceptible de cosificación en el mercado de la comunicación artística, en especial si es de orden ideológico.<sup>3</sup> Todo invita, pues, a activar nuevas lecturas que contribuyan a resituar su obra en «los acontecimientos de la vida». El intento de hacerlo aplicando la función del turismo era una perspectiva que no me constaba, por entonces, que nadie hubiera tanteado.

En junio de 1975, pocas semanas después del final de la guerra de Vietnam y seis meses antes de su muerte, el artista belga inauguraba en el ICA de Londres la que puede considerarse como su última exposición independiente, *Decór. A Conquest* by Marcel Broodthaers. Hacia un par de años se había trasladado a Inglaterra en una suerte de extranjería voluntaria, una experiencia que no debía ser excepcional para quien confesaba sentirse en Bélgica «muy extranjero». Esa extrañeza la atribuía a «una especie de respetabilidad que impide que la gente tome conciencia de lo que realmente son».<sup>4</sup> Si algo caracterizó la trayectoria de este artista viajante era precisamente su autoconsciencia sobre el carácter mediato de la identidad y de la diferencia como estructuradora del lenguaje. Barry Barker, su ayudante en el centro británico, comenta: «Creo que le gustaba

3 «Diez mil francos de recompensa», entrevista con Irmeline Leber, «Catalogue-Catalogus», Bruselas, Palais des Beaux-Arts, 1974. pp. 64-68. Reproducida en *Marcel Broodthaers*, MNCARS, Madrid, 1992. p. 249.

4 Marcel Broodthaers, Entrevista para el Atelier de création radiophonique, France Culture, 1975. Repro. en *Marcel Broodthaers, Cinéma*, Fundació Antoni Tàpies, Barcelona, 1997. p. 266.

Inglaterra pero al principio le costó trabajo conocer el país. El hecho de vivir en una cultura diferente [...] le proporcionaba una libertad que en ninguna otra parte hubiera encontrado».<sup>5</sup> Esa libertad a la que alude es la del nómada. Ya en 1961 había escrito una breve sección para el *Journal des Beaux-Arts* de Bruselas titulada «Un poeta de viaje... EN LONDRES». En un texto del año anterior, «Investigación en el país de los sueños», puede leerse una confesión que prefigura la célebre declaración de 1964 con la que anuncia su abandono de la escritura y su entrega a la inautenticidad —del arte—: «No escribiré ni una línea más, le digo al Futuro. Bastarán las líneas de mi mano. Estaba Escrito. Fantasma de un Mallarmé que no pude comprender, ahora me entrego al turismo».<sup>6</sup>



Décor. *A Conquest* by Marcel Broodthaers, «Siglo XX», 1975.

## EL DECORADO

El ICA está situado en el Mall londinense por donde anualmente discurre el célebre *Trooping the Colour*, la ceremonia castrense que celebra oficialmente el cumpleaños de los monarcas y que aquel año coincidía con las fechas de la exposición. Esta colorida parada militar atrae a un gran número de espectadores locales y foráneos, mezclando en sus motivaciones en un grado difícil de determinar la nostalgia imperial con la mera curiosidad alentada por las guías de viaje. La

5 Barker, Barry, «Preparativos para una película», en *Broodthaers*, 1992. p. 274.

6 Marcel Broodthaers «Investigación en el país de los sueños», 1960, en *Marcel Broodthaers, Cinéma*, 1997. p. 30. Sobre la importancia de este texto en su obra, Vid. Royoux, Jean-Christophe, «Projet pour un Texte: el modelo cinematográfico en la obra de Marcel Broodthaers», en *ibidem*. pp. 298-299.

exposición ocupaba dos habitaciones contiguas, comunicadas entre sí, que resultaban también consecutivas por su cronología: la sala del siglo XIX y la del siglo XX. Una de ellas daba a la plaza Waterloo, la otra directamente al Mall desde donde podía seguirse en primera línea el paso de la comitiva marcial. Estos dos espacios, junto con el entorno exterior del edificio en el momento del desfile, fueron los lugares de rodaje de su última película, *La Bataille de Waterloo*. En ese mes de junio se celebraba el 160 aniversario de la contienda. El film y la exposición formaban parte de un mismo proyecto.

Por el relato de su colaborador en el ICA sabemos que Broodthaers no tenía una idea clara en un principio de cómo plantear su proyecto. El material de partida lo ofrecía la coincidencia del desfile militar y del aniversario de Waterloo con su exposición en estas dos salas de la parte más alta y con mejores vistas del edificio. Por lo pronto, lo más importante era conseguir, entre otros elementos, un cañón del siglo XIX. Debido a las dificultades para lograr en préstamo un objeto tan preciado por los museos o instituciones históricas, Barry Barker tuvo que recurrir finalmente a una empresa local de accesorios para el cine. Este imprevisto fue determinante para el desarrollo futuro de la exposición. Se trataría finalmente de construir un decorado, un espacio semejante al de un plató, un lugar destinado a recibir visitas de un modo similar a como los estudios de cine desocupados alientan la presencia de aficionados.

Lo peculiar de estos espacios destinados a la cámara, es que el curioso se encuentra con el desconcierto de dos lugares solapados en un mismo emplazamiento: uno se percibe determinado por el ajetreteo del trabajo, con sus cables, focos, utensilios y demás parafernalia técnica; el otro, sin corte aparente, se adivina determinado por algún tipo de ficción narrativa y se muestra como escenario. En realidad, esta superposición apela a una experiencia nueva del espacio. Solo el alto grado de tecnificación de la imagen y del trabajo en el filo del 1900 puede haber hecho posible la yuxtaposición del espacio de la fábrica y la escena, de un modo tan difícil de disociar, en una misma localización. Cada cual detenta su propia temporalidad: la primera remite a mi presente actual, la segunda al tiempo irreal de una representación. Como todo aquí, objetos y disposición espacial, se encuentra al servicio exclusivo del tomavistas, de un fantasma ideal que miraría la escena como a través de un visor, para cualquiera que observe desde un punto de vista ajeno al del aparato el espacio pierde su orden virtual y se presenta como un almacén indescifrable

en el que las cosas —ese vaso, esa silla—, quedan suspendidas entre dos temporalidades. Su sentido dependerá del lugar, de la situación espacio-temporal que les atribuyamos: si se rige por la labor cotidiana y el presente ordinario se tratará de útiles, de cosas «reales»; si domina la acción narrativa y el tiempo de la representación serán cosas «falsas», mera utillería.

Unos y otros son obviamente mercancías, pero el desconcierto de lugares en el estudio lleva aparejada la inevitable ambivalencia de las cosas a la vista: al poder estar presentes y ausentes al mismo tiempo pasan a convertirse en objetos-signo, a caballo entre dos situaciones o campos de significación. Al visitante de estos espacios de producción destinados a *tomar* vistas la realidad de las cosas, su certeza o impostura, comienza a presentársele como una nube de signos a la espera de lectura. Antonin Artaud, tan consciente de la materialidad del signo, supo vislumbrar la importancia que el modelo del plató tendría para la mirada y el arte del siglo xx. Cuando imagine la fusión *material* entre vida y teatro, se valdrá, significativamente, de la experiencia ofrecida por este espacio de artificio donde las cosas —reales— se muestran como signos en suspensión:

«Y, así como no habrá sitio desocupado en el espacio, tampoco habrá tregua ni vacío en la mente o la sensibilidad del espectador. Es decir, que entre la vida y el teatro no habrá corte neto, ni solución de continuidad. *Quien haya visto rodar la escena de un film, comprenderá exactamente a qué nos referimos*» (la cursiva es nuestra).<sup>7</sup>

Este espacio *modelo*, esta nueva escena en la que las cosas de la vida se perciben ambivalentes, sin solución de continuidad, entre la inmediatez y el signo, se va a ir haciendo habitual tanto en las prácticas artísticas como en la cultura del ocio de postguerra. No se trata, en absoluto, de una experiencia del lugar exclusiva de los espacios destinados a ser transfigurados en imagen, es obvio que se ha creado toda una rama de industrias visuales basada en la cosificación y mercantilización de las tomas, pero a lo que estas apelan es a una tecnificación de la mirada que es previa e independiente del uso efectivo de la cámara. Esa mirada mediatizada ha aprendido a manejarse en un mundo donde cada vez hay más lugares donde las cosas, al igual que en la pantalla, se ven como presencias reales y, a la vez, se leen como signos visuales.

7 Artaud, Antonin, *Le Théâtre et son double: suivi de Le théâtre de Séraphin*, Paris, Gallimard, 1964. p. 19.

Esta experiencia del lugar y esta ambivalencia de los signos fue decisiva en el arte de los años sesenta, cuando en los espacios expositivos se escenifican ambientes y acciones sobre las que no había certeza de si consistían en situaciones presentes o en meras representaciones. Los *minimal*, por ejemplo, utilizaron el suelo de la galería como si fuera un tablado provocando la colisión de lugares y suspendiendo de ese modo el sentido de lo visto: sobre el piso ese cubo comparte mi tiempo, sobre el sitio escenificado es el signo visual de un cubo. Lo que les recriminaba Michael Fried acusándolos de teatralidad era, en realidad, que construyeran lugares artificiales para la mirada, una escenografía híbrida que contaminaba la temporalidad «pura» de las obras discretamente expuestas a la vista. Con todas sus variables, sobre estas mismas tablas se desarrollaron las acciones en «presente», escenificadas en lugares y situaciones destinadas a un ojo-cámara fantasma, en los *happenings*, los eventos Fluxus y en las *performances* en general.<sup>8</sup> Robert Smithson, tan preocupado como Broodthaers por la inestabilidad del signo «en situación», ya era plenamente consciente de esta mutua dependencia entre imagen y lugar, entre realidad y lenguaje que los procesos de tecnificación y mercantilización han hecho explícita. Su dialéctica del *non-site*, del no lugar, pero también de lo no visto, puede considerarse una lección teórico-práctica de cómo en la contemporaneidad se ha generalizado la percepción del lugar como algo fabricado sobre un espacio de abstracción. De aquí que en el vacío de la galería pueda escenificarse, hacerse visible, un sitio «real». Que esta dialéctica no es una especulación meramente artística nos lo aclara él mismo cuando afirma que el viaje a la Luna no es sino un *non-site* demasiado caro, una vez allí no hay nada que hacer excepto mirar, y aunque una «forzada exuberancia» pretenda «darle algún sentido» solo se trata de una ambición que resulta «bastante banal».<sup>9</sup> La lógica del viaje a la Luna es, en realidad, la misma que rige cualquier destino de nuestra industria del viaje en la Tierra. La percepción de lugares construidos como escenografías de «forzada exuberancia» sobre un territorio vacío se ha hecho común.<sup>10</sup>

8 Sobre el plató y la performance Díaz Cuyás, José, «El plató como lugar de la performance», en Pedro Garhel, *Retrospectiva/Retrospective*. Las Palmas de G.C., CAAM, 2011. pp. 75-79; sobre el arte del suelo «La naturalización del arte del suelo: El Paradigma Tindaya», *Acto*, n.º 1, 2002. pp. 163-196.

9 Kurtz, Bruce ed., «Conversation with Robert Smithson» (1972), en *Robert Smithson: The collected writings* (Jack Flam ed.), University of California Press, 1996. p. 268.

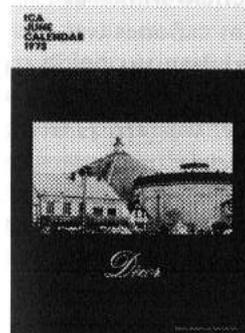
10 El vínculo entre las industrias de la imagen y las atracciones en ocasiones resulta

El mérito de los decorados o de los sitios fabricados por Broodthaers y Smithson es, justamente, el de poner en juego esta lógica y mostrar su dinámica, el de atender discretamente a la función de signos, objetos y lugares neutralizando de este modo los automatismos del sentido. La singularidad de Broodthaers estriba en la intuición con que apela en sus ambientes a la escena matriz del plató, abriéndolos así a una dimensión cinematográfica, narrativa y literaria que lo convierten en un raro entre sus colegas. Pero con Smithson compartiría, aparte de su interés por el relato de ficción, una inquietud semejante por la efectividad de esa neutralización, por resistirse al peligroso deslizamiento de estas situaciones (de) construidas hacia un estado de idealización formal petrificado en una instalación artística. En ambos la pujanza de este malestar se manifiesta en el recurso sintomático a la simbología del desierto. En Broodthaers la idea de un *décor* tiene como antecedente directo *Un Jardin d'Hiver* (1974), una obra cuya imagen fundamental permanece ausente, «no está presente en los objetos», la del desierto: «Ese desierto a la vez real y simbólico [...] pero sobre todo el desierto que reina en nuestra sociedad, el desierto del ocio, y en definitiva, el desierto del mundo del arte». Con ese desierto de fondo, sobre ese espacio vacío, se situarían los lugares idealizados para el consumo de ocio y de arte: los oasis. «El oasis es lo que no es desierto, pero yo creo que sí, ahora podríamos decir que el auténtico desierto se ha convertido en un oasis, y en este sentido, las vacaciones, la música que acompaña el trabajo de la gente, todo eso constituye un decorado de oasis y no un decorado desértico».<sup>11</sup> Pocos meses después

muy explícito, es el caso de los parques temáticos generalmente vinculados con la cultura popular. Pero el propio Smithson, al hilo de su comentario sobre la luna, hace una significativa comparación que puede resultar inquietante para otro tipo de espectadores-consumidores: «En realidad, pienso que Disney World es más Mundo de Sueños que Documenta. En otras palabras, es más agresivo. Y es también una operación mucho más lucrativa. Así que estos mundos de sueños comienzan a proliferar», *Ibidem*, p. 269. Sobre el destino turístico como lugar construido sobre un espacio vacío MacCannell, Dean, *Lugares de encuentro vacíos* [1992], Santa Cruz de Tenerife, Melusina, 2007.

11 Marcel Broodthaers, *Cinéma*, Fundació Antoni Tàpies, Barcelona, 1997. p. 243. Aunque en sus dos últimos años de producción, si no ya desde antes, resulta central la idea de decorado, la exposición del ICA es la única ocasión en la que el término *décor* figura como título de una obra. Sobre un tema tan nietzscheano como el del desierto Smithson ya afirmaba lo siguiente en «Entropy and the new monuments» (1966): «Esta especie de vaciamiento [de las “frías cajas de cristal” de Park Avenue] ha recreado el “mundo no objetivo” de Kasimir Malevich, donde ya no hay más “apariencias de realidad, ni imágenes idealistas ¡Sólo desierto!”

de *Décor* hará una versión expositiva de *Monsieur Teste*, un muñeco remedo de sí mismo, quizás de «su hermano pequeño», sentado plácidamente leyendo el *L'Express* en unos de esos oasis vacacionales. Un periodista le preguntó por qué se encontraba frente al mar, su respuesta fue: «No es el mar. Es un decorado exótico. Un decorado de agencia de viajes. El mismo tipo de decorado que se encuentra en los anuncios de viaje de ese tipo de revistas».<sup>12</sup>



Boletín del ICA con el monumento a Waterloo, 1975.

## LA UTILLERÍA

A sabiendas de que estaban allí más como ilustraciones que por sí mismos ¿a qué aludían los objetos exhibidos? Es fácil convenir que tenían como *motivo* la batalla de Waterloo. El puzzle sobre una mesa, reproduciendo una escena del combate debida a William Heath, es un factor clave que actuaba como enlace entre las dos salas y además daba título a la película rodada en la exposición.<sup>13</sup> Dilucidar,

Pero para muchos de los artistas actuales este “desierto” es una “Ciudad del Futuro” hecha de estructuras y superficies vacías». Smithson, 1996, p. 14.

12 Broodthaers, 1997. p. 266. *Monsieur Teste* es el título de una película de dos minutos y medio rodada en 1974. El personaje, un maniquí mecánico, fue exhibido con un fondo —un decorado— distinto al del film para su exposición retrospectiva *L'Angelus de Daumier*, Centre National d'Art Contemporain de Paris, 1975.

13 Es significativo que el título de la película no coincida con el de la muestra y que, al contrario de lo habitual en su «cine de exposición», reciba su nombre de esta pieza en concreto. Un año antes, en una conversación imaginaria mantenida con Jeremy Bentham (*Figures of Wax*, 1974), el inventor del panóptico comentaba lo siguiente al descubrir que su interlocutor era un belga: «Si, ya veo. El nuevo país. El resultado de la victoria de Wellington» Broodthaers, 1997, p. 271. Algo estaría en juego para un artista de ese nuevo país, afincado en Inglaterra, exponiendo en una habitación bajo cuya ventana iba a verse desfilarse al remedo festivo de aquel ejercito

en cambio, cuál era su *tema* o, más bien, los temas allí convocados resulta algo más huidizo. Especialmente para quien consideraba que el tema —el sujeto— es «una forma de estafa si se establece únicamente en el campo de la reflexión», algo que, por su naturaleza, harían la mayor parte de los críticos.<sup>14</sup> Sabemos que se trataba de una exposición dividida cronológicamente en una sala del siglo XIX y otra del XX, ese orden imita el modo en que se exhiben las colecciones de piezas históricas en los museos, un recurso del que el artista se había servido con amplitud en su ficticio *Museo de Las Águilas*. La sala del siglo XIX está dominada por dos cañones tras una gran serpiente disecada, sobre pedestales se exhiben un revólver, dos candelabros, una bola de flores secas y dos barriles de aguardiente, en la pared sobre estos, un fotograma del western *Heaven with a Gun* (1969), sobre una mesa hay un cangrejo y una langosta de plástico jugando a las cartas, se suman dos sillas de época, un grupo de seis macetas con palmeras y tres focos de estudio con luz blanca, azul y roja. Exceptuando los focos, el resto de los elementos están sobre pedestales o colocados sobre alfombras cuadrangulares de césped artificial. La disposición de los objetos en la sala tiende a la simetría. La apariencia de la sala del siglo XX, por su parte, es más casual, su centro está ocupado por lo que parece mobiliario contemporáneo de jardín, con cuatro sillas acolchadas, una mesa redonda con parasol y sobre ella el rompecabezas a medio hacer de la Batalla de Waterloo. En la pared hay dos vitrinas apaisadas que contienen un surtido de pistolas, una granada de mano, un rifle y un cartel informativo explicando «Cómo cargar una Luger», sobre las vitrinas, apoyados directamente en la pared, se alinean quince rifles automáticos. También arrimada en una esquina encontramos una sombrilla plegada. Otro foco de estudio completa la escena. Tratándose de dos habitaciones iluminadas por amplios ventanales, la innecesaria presencia de estos potentes focos contribuye al efecto teatral del conjunto.

La enumeración de la utillería parece indicar que, en efecto, como suele destacarse, su versión de la modernidad tiene *grosso*

victorioso. Por otra parte, se trataba de un tema recurrente en su filmografía, en *Un voyage à Waterloo (Napoleón 1769-1969)* de 1969 se le puede ver sentado en primer plano sobre una caja de embalaje vacía de su Museo itinerante, a su lado un cañón napoleónico, al fondo la parada de autobuses repletos de turistas.

<sup>14</sup> Broodthaers, Marcel, «Actualité d'un bilan», galería Yvon Lambert, París, 1972. pp. 34-55. Repr. *Broodthaers*, 1992, p. 172.

*modo* como eje argumental la polaridad entre guerra, imperialismo y mercado colonial en sala del XIX, y entre guerra y ocio en sala del XX. El propio artista corrobora esta interpretación al indicar que la exposición abordaba «las relaciones entre guerra y confort». Pero las obras de Broodthaers buscan activar funciones más que mostrar ideas u objetos,<sup>15</sup> su sentido es hermético y abierto a la vez, justo lo contrario a un mensaje y, sin embargo, no dejan de ser «ejercicios de lectura» de los «acontecimientos de la vida». En este ambiente hay un detalle anodino que suele pasar desapercibido. Al fondo de la sala del XX encontramos esa sombrilla plegada ocupando la esquina en el lado opuesto al de los rifles, al igual que estos está recostada sobre la pared, apoyada en el suelo, y como aquellos parece dispuesta para ser utilizada en cualquier momento. Su papel es hacer *pedant* tanto del mobiliario de jardín como de los fusiles reclinados. Ante ella, aislada y plantada sobre su eje, no podemos evitar el deslizamiento que nos lleva a imaginarla plantada directamente sobre la arena y, por un efecto reflejo, en pensar, al volver a observar el conjunto en el centro de la estancia, que este no alude tanto al ámbito del jardín y del confort doméstico como al mobiliario y a los usos propios, en general, de los espacios de ocio. La cultura del ocio y del confort tienen su máxima expresión en los años sesenta en los espacios vacacionales de la industria turística, convertida justo entonces en un fenómeno masivo. Podría pensarse, pues, sin forzar la lectura, que esos fusiles y esa sombrilla son las marcas metonímicas de los dos modos principales de ocupación del territorio y, a su manera, de «conquistar el espacio» en la contemporaneidad: el de la industria bélica y el de la industria del viaje de ocio. Luger es el nombre popular de la pistola *Parabellum*, una cita del dicho latino *si vis pacem, para bellum*, «si quieres la paz, prepara la guerra», basta con sustituir el término paz por la sombrilla y el de guerra por los fusiles para invitar a una multiplicación de los sentidos por semejanza y contigüidad.<sup>16</sup> Entre ambas formas de conquista la tarea inacabada y obsesiva de completar el rompecabezas de la historia, la Batalla de Waterloo...

De vuelta a la sala del XIX comprobamos que los objetos se dividen entre armas y mercancías con un aire colonial. Como utillaje

<sup>15</sup> «Diez mil francos de recompensa» [1974], en *Broodthaers*, 1992, p. 248.

<sup>16</sup> En un texto de 1971 vinculado a *Section Cinema* el autor apelaba al «uso de la semejanza y la contigüidad como principios de asociación», *Broodthaers*, 1997, p. 159.

de un plató, los objetos son ecos fosilizados de un relato que desconocemos. Pero hay una atmósfera mortuoria en el conjunto, más allá de las alusiones bélicas, que se deja sentir en las taxidermias, en la disposición museística sobre pedestales y alfombras, en la total ausencia de acción o en el orden geométrico y simétrico. La primera impresión es que se trata de la ambientación alegórica de un interior burgués. Pero la función decorativa del conjunto, añadida al carácter caprichoso de la selección, que une lo que parecen mercancías útiles con otras que detentan un valor rememorativo, como recuerdos sentimentales de viajes o aventuras pasadas, le da al todo esa atmósfera de colección de adornos que es propia del *souvenir*. En la invasión del espacio doméstico burgués por el *souvenir* descubrirá Benjamin la petrificación de una experiencia mercantilizada:

«El *souvenir* (el recuerdo) es la reliquia secularizada.

El recuerdo (el *souvenir*) es el complemento de la "vivencia". En el *souvenir* se sedimenta la creciente alienación del hombre al hacer el inventario de su pasado como pertenencias muertas.

La alegoría abandona en el siglo diecinueve el mundo exterior para instalarse en el mundo interior. La reliquia proviene del cadáver, el *souvenir* de la experiencia difunta, que por un eufemismo se llama vivencia.»<sup>17</sup>

En la sala del xx, el mobiliario emblemático del confort vacacional, con ese puzle a medio hacer, ha reemplazado a las mercancías-*souvenir*. Un rompecabezas, el típico regalo de la tienda de un museo militar, es el elemento en el que se concentra la acción.<sup>18</sup> El *souvenir* rememora el trauma histórico fosilizando el tiempo y reactivándolo como entretenimiento, invita a componer y descomponer su imagen una y otra vez. Con el armamento como denominador común, la lógica interna de las dos salas parece indicar que ahora es el entretenimiento, el tiempo de ocio, el que ha venido a sustituir el papel que ejercían las mercancías-objeto de la sala del xix. Al contrario de lo

<sup>17</sup> Benjamin, Walter, *Parque Central*, Metales pesados, 2005. Sección 32A.

<sup>18</sup> Este es su origen en realidad. Barry Barker lo adquirió pensando en él como un regalo para Marie-Puck, la hija de Broodthaers. Barker, «Preparativos para una película», *Broodthaers*, 1992. p. 275. En la exposición el puzle a medio hacer es la única huella de una acción, otro tanto ocurrirá en la película por lo que respecta a las tomas de interior.

que ocurre con los viejos productos, el valor de un puzle reside más en la temporalidad ociosa en la que se inscribe que en su propia objetualidad. Si, como afirma Benjamin en el siglo xix la vivencia mercantilizada quedaba investida en el *souvenir*, en el xx el grado de cosificación de la vivencia permitirá convertir la experiencia misma en mercancía. De nuevo, si vemos en el puzle una metonimia del consumo de ocio es fácil corroborar que, en efecto, con el paso de un siglo al otro las mercancías, las comodidades, han pasado de ser objetos fabricados a estar constituidas prioritariamente por experiencias producidas. En el inicio del milenio hubo especialistas que hablaron de una «economía de la experiencia».<sup>19</sup> Este nuevo horizonte de mercado tiene su principal antecedente histórico, precisamente, en el viaje de ocio, un fenómeno propiamente romántico que se convertirá en un factor determinante para la cultura popular y en una industria globalizada a partir de los años sesenta.



Un Voyage à Waterloo  
(Napoléon 1769-1969), 1969.

## LA BATALLA

Lo significativo en el caso de *Décor* es que su principal motivo, Waterloo, reúne y anuda de un modo ejemplar todos los elementos que hemos venido desarrollando. Y esto no solo por tratarse de una guerra imperial, tampoco por afectar a la identidad nacional de Inglaterra o Bélgica, sino por su inmediata conversión en una de las primeras atracciones del turismo internacional. Su deriva en escenario espectacular comenzó mientras se producía la conflagración en junio de 1815, y será el campo de batalla más visitado de Europa a lo largo de una centuria, hasta que la Primera Guerra Mundial le robe protagonismo, será el campo de batalla más visitado de Europa. Su importancia es determinante en la historia del tanatoturismo: «el

<sup>19</sup> Pine, B. Joseph y Gilmore, James: *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*, Cambridge: Harvard Business School Press, 1999.

viaje a un lugar motivado, sea completa o parcialmente, por el deseo de encuentros reales o simbólicos con la muerte...». <sup>20</sup> Si aceptamos la premisa de que «los recuerdos de guerra y sus productos asociados [...] constituyen probablemente la categoría más importante de atracción turística en el mundo», <sup>21</sup> deberemos aceptar, como afirma Seaton, que «Waterloo puede reclamarse como el caso paradigmático de la simbiosis entre guerra y turismo». <sup>22</sup>

Su carácter paradigmático estriba en evidenciar, por primera vez, la modernidad radical de esa «simbiosis», la manifiesta coper-tenencia entre dos formas de movilización y de ocupación del territorio de una naturaleza tan contraria, en apariencia, como son el conflicto bélico y el viaje de ocio. Los dos siglos que nos separan de aquel escenario no han hecho sino corroborar la importancia geoestratégica de estos opuestos que articulan la segregación de nuestro espacio global en zonas de peligro y seguridad, de libertad y de restricción de movimiento, de consumo y de abastecimiento; con sus corolarios de progreso, democracia y desarrollo, frente a regresión, conflicto y bloqueo económico. <sup>23</sup> Pero más allá de cuestiones de economía política, lo que nos interesa destacar aquí es su inapelable modernidad con respecto a la experiencia del lugar y la mirada. A ese grado de conciencia, cuando no de perplejidad, con que los contemporáneos asistieron a la construcción de un lugar artificial superpuesto al suelo del campo, a la creación de un tablado escenográfico destinado a convertirse en una vista. Ese escenario, incluyendo su relato subyacente, la retórica histórica al servicio de la identidad nacional, y su función conmemorativa, solemnizar el recuerdo de los muertos, se debió percibir por los contemporáneos con un grado de artificialidad, de falsa autenticidad, difícil de determinar. La mercantilización de nuevos ámbitos de la vida

20 Seaton, A. V. «War and thanatourism: Waterloo 1815–1914», *Annals of Tourism Research*, vol. 26, n. 1, 1999. p. 131.

21 Smith, Valene L. «War and tourism: An American Ethnography», *Annals of Tourism Research*, vol. 25, n. 1, 1998. p. 248.

22 Seaton, 1999. p. 132. El propio film, ya se entienda como película histórica o documental, vendría a reforzar esta perspectiva. También su motivo exterior, el *Trooping the Colour*, es el ejemplo más destacado de todo un programa de tradiciones inventadas entre 1870 y 1914 promocionadas con el patrocinio y la bendición de la corona británica. Su intención expresa era la de fortalecer la identidad británica instrumentalizando las actividades de ocio. Urry, John, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Londres, Sage publications, 1994. p. 26.

23 Smith, Valene L. «War and tourism: An American Ethnography», *Annals of Tourism Research*, vol. 25, n. 1, 1998.

social arrollaba en su fluidez, como demuestra el caso Waterloo, la estabilidad simbólica de lo sagrado, de la historia, del museo y del paisaje natural. La superposición de lugares en un mismo espacio provocará, también aquí, la inevitable equivocidad de los signos, su cambio de polaridad entre verdadero y falso en un campo magnético tensado por la mediatización de la mirada y la cosificación de la vivencia.

Durante la batalla, el campo ya se ofrecía a las miradas expectantes de parientes y curiosos como la escenografía de la Historia, tal y como a continuación pasaría a hacerlo ante la ávida mirada de peregrinos y viajeros ociosos. En una conversación con su secretario, Wellington confesaba: «Espero que la próxima batalla en que luche esté lejos de casa. Waterloo estaba demasiado cerca: demasiados visitantes, turistas, *amateurs*, todos los cuales escribieron reportajes de la batalla». <sup>24</sup> La constitución de una atracción exige de un marco y de unas marcas que la distingan. En el caso de los campos de batalla sus elementos característicos no dependen tanto de las cualidades físicas del terreno como de la acción: la parafernalia de guerra, los soldados, la muerte, todo es transitorio, incluso el paisaje. Nombrar y delimitar el campo fue la primera operación de encuadre visual. En realidad no hubo *una* batalla, sino un continuo de combates que se extendieron con distinta intensidad y diferentes protagonistas a lo largo de tres días de campaña entre los aliados y los franceses. <sup>25</sup> Aunque el enfrentamiento definitivo se extendió por un área de unos 20 kilómetros cuadrados, y en ella fue determinante el papel de los prusianos, finalmente prevaleció el combate entre ingleses y franceses en un área discreta que ni siquiera coincide con Waterloo, sino con una zona rural anónima situada a unos kilómetros de este pequeño caserío que sirvió de hospedaje a Wellington.

El campo de Waterloo añadía el hándicap de un paisaje monótono e indiferenciado. La decepción era generalizada entre los visitantes, solo tres meses después de la contienda un viajero declaraba: «no vi nada en particular que me impresionara... No puede imaginarse una zona con menos interés, o menos apta para una “victoria gloriosa”, que la que rodea Waterloo, plana y casi sin árboles». <sup>26</sup> El modo más

24 Seaton, A. V. 1999. p. 113.

25 La Alianza estaba formada básicamente por Inglaterra y Prusia, junto con el reino de Hannover y los ducados de Nassau y Brunswick.

26 Seaton, 1999. p. 137.

práctico de hacer *visible* el campo era construyendo monumentos que señalizaran los puntos destacados de la acción. El primer acto de escenificación visual y de sacralización definitiva del lugar, fue la construcción del Montículo del León sobre el Mont St. Jean erigido por los belgas en 1823–26.<sup>27</sup> La gran colina artificial de 45 metros de altura fue construida con las toneladas de tierra extraídas de la zona circundante, lo que produjo una bajada en el nivel del suelo en derredor y su elevación en un punto a una altura desmesurada. Esta obra de *earthwork* fue concebida en un principio como una marca topográfica monumental para dominar y articular la planicie del terreno, pero ya en 1835 se le añaden escalones para que los visitantes puedan admirar desde su cima toda la amplitud del campo. La plataforma del León se constituye así en un dispositivo toma *vistas*. La operación tuvo una singularidad, convertir aquel entorno en una imagen de sí mismo obligó a un acto de vandalismo sobre el paisaje que ahora se ofrecía como espectáculo. La misma maniobra que hizo visible la escenografía conmemorativa desdibujó el terreno actual y, por extensión, el acontecimiento real y traumático de los cuerpos entregados a la muerte.<sup>28</sup>

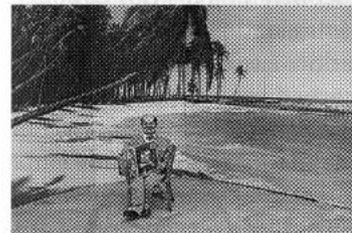
El boletín del ICA sobre la exposición mostraba una fotografía con el Montículo del León en su centro y a los pies de este, agigantados por la perspectiva, el Gran Hotel del León y el célebre Panorama inaugurado en 1912. Pero para entonces hacía ya mucho tiempo que el campo —¿real?— de Waterloo se había convertido en un panorama. Aquella nueva atracción óptica pintada por Louis-Jules Dumoulin no era sino el complemento tardío, con acción suplementaria, de aquel artefacto óptico previo que era la barandilla del León. Si aceptamos la sugerente tesis de Oettermann de que el Panorama es el primer espectáculo visual en constituirse en un medio de masas, no debería sorprendernos que la falsa productora que figura en los créditos de *La Batalla de Waterloo* sea, justamente, El León Belga.<sup>29</sup> En todo caso, es suficiente con volver a la foto del

27 Señala el punto donde fue herido el Duque de Orange y donde se encontraba el ejército de Wellington cuando se inició el ataque francés.

28 Al parecer el propio Wellington se sintió indignado por aquella definitiva destrucción de los contornos del campo. Seaton, A. V. 1999. p. 144.

29 Henry Barker, hijo del inventor del Panorama Robert Baker, fue uno de los primeros artistas en acudir a Waterloo poco después del combate. Tomo bosquejos del lugar y se apresuró en hacer bocetos como testigo ocular de los retratos de oficiales y comandantes. En el mismo año 1815 inauguraba en Leicester Square su panorama de mayor éxito, La Batalla de Waterloo, con un beneficio de 10.000

boletín del ICA, al edificio del hotel, para localizar de dónde procede el deseo de esa mirada anhelante de vistas *reales*, así como del complejo de fuerzas que sostiene toda su trama visual.



Monsieur Teste, tal como fue exhibido en *L'Angelus de Daumier*, París, 1975.

## LA CONQUISTA

El campo de Waterloo ya era un *décor*, un tablado escénico construido como atracción visual sobre el emplazamiento de una acción bélica. Como se hará explícito en el modelo del plató, también allí dos lugares se solapaban dejando los signos en suspensión entre el tiempo ordinario y el de la escena, entre lo que está presente y la simple utillería. Al observar esos objetos-signo es inevitable dudar de su presencia, de la autenticidad de su sentido.

Un año después de la batalla ya se exhibía en el London Museum, Piccadilly, el carruaje militar de Napoleón capturado como botín de guerra y rápidamente comercializado en manos privadas como atracción —pieza de museo y *souvenir*— por el precio de un chelín. Inmediatamente después de la batalla los campesinos de la zona instalaron casetas donde vendían todo tipo de reliquias y recuerdos. Cuando las reservas se agotaron dio comienzo una floreciente industria de falsificaciones. En un retruécano que habría hecho las delicias de Broodthaers los vendedores de «falsos auténticos» se anticipaban a las sospechas de los turistas declarando: «Este es el verdadero; los botones de fábrica tienen la cabeza del águila girada

libras en pocos meses. Vid. Oettermann, Stephen, *The Panorama: History of a Mass Medium*, Nueva York, Zone Books, 1997. p. 110-111. En efecto, el León Belga vino a materializar sobre el terreno el proceso de transfiguración del campo en imagen, en unas vistas que por distintos medios y soportes se habrían mantenido en circulación, junto con sus valores económicos y simbólicos, sin interrupción desde la misma batalla hasta la película de Broodthaers.

hacia el otro lado». <sup>30</sup> La conexión directa entre *Décor* y este tráfico remoto de artículos fraudulentos la establece el propio Barry Barker cuando, tras recordar la satisfacción del artista porque los objetos provinieran del mismo lugar que los de una película comercial, comenta lo siguiente: «Fue allí donde encontramos los dos cañones. Eran tal y como Broodthaers los había imaginado. Nos dijeron que habían sido usados en la batalla de Waterloo. La industria cinematográfica es, sin duda alguna, una gran proveedora de sueños». <sup>31</sup>

Este juego de falsificación, o su sospecha, va a incrementarse en la cultura del consumo cuando el tipo de mercancía predominante sea algo tan subjetivo como la vivencia. Desde esta perspectiva, la expectativa de consumir experiencias falsificadas, recuerdos adulterados o vistas prefabricadas es un fenómeno consustancial a la mirada turística desde los inicios de la modernidad: «nunca se espera que las cosas sean reales, más bien, las cosas son leídas como signos de sí mismas, idealizadas y de una manera frustrante [...] de aquí el rol estructural de la decepción en la experiencia turística». <sup>32</sup> Broodthaers sostenía que la idea de decorado «puede caracterizarse como la idea del objeto restituído a una función real, es decir, que el objeto en sí mismo ya no es considerado obra de arte». <sup>33</sup> En el caso de aquellos cañones sería ilógico interpretar esta restitución como la pretensión de retornarlos a su uso originario. Más bien lo que se buscaba era presentarlos como lo que eran, falsas mercancías, piezas de museo fraudulentas, meros *souvenirs*. Lo cierto es que la expectativa de consumir experiencias falsificadas también debía estar bastante extendida en la escena artística de los 60 y 70, tan nostálgica de las vanguardias y tan volcada en todo tipo de vivencias *reales*. Como buen melancólico, Broodthaers pensaba que el periodo heroico del arte había pasado y afirmaba que en su caso «la necesidad de hacer no hunde sus raíces más que en el recuerdo». Al hilo de esta reflexión se hacía la siguiente pregunta: «¿La actividad artística —precisemos: en el contexto de la circulación por las galerías, las colecciones y los museos, es decir, cuando los otros llegan a conocerlo— sería el colmo de la inautenticidad?». <sup>34</sup> En su caso, el

<sup>30</sup> Seaton, pp. 149 y 138.

<sup>31</sup> Broodthaers, 1992, p. 275.

<sup>32</sup> Frow, John «Tourism and the Semiotics of Nostalgia», en conversación con Jonathan Culler y Catherine Schmidt, *October*, n° 57, verano, 1991. p. 131.

<sup>33</sup> Broodthaers, 1992. p. 281

<sup>34</sup> Broodthaers, «Diez mil francos de recompensa», 1992, pp. 250 y 251. En relación

decorado es una táctica que protege a las cosas —de la vida— de quedar convertidas en objetos de arte por la acción mágica y la idealización estetizante del espacio de la galería. Solo restituidas a su función real, es decir, a la normal y corriente, podían ejercer en la galería como ilustraciones de una «especie de novela de la sociedad». <sup>35</sup> De ese modo, usándolas como «elementos intercambiables en el escenario de un teatro» podía, según decía, liberar a las cosas de su finalidad y activar en ellas funciones distintas. Le preocupaba más la conquista del espacio que su aprovechamiento: «Las cuestiones artísticas son como una plataforma en la que ocupo espacio pero desde la cual no siento que tenga nada que decir». <sup>36</sup> Tampoco las piezas logradas como botín tenían «nada que decir». Solo eran una colección de *souvenirs* y bagatelas alquiladas actuando como piezas de arte o de museo. Cosas que, por un momento y por medios propiamente artísticos, dejaron de estar sobredeterminadas como signos por los espacios del mercado, del museo o del arte para, descargadas de utilidad y desbordadas por la sobreabundancia de los significantes, llegar a mostrar la auténtica realidad de «los acontecimientos de la vida».

Así, la película de Broodthaers, *«Les cañons de Waterloo»*, es un ejemplo de la «reconstrucción histórica» de estructuras narrativas que se refieren a la división galáctica del mundo. En la escena inicial de *«Les cañons de Waterloo»*, el espectador se enfrenta a una experiencia que se puede considerar como una experiencia de «reconstrucción histórica». En la escena inicial de *«Les cañons de Waterloo»*, el espectador se enfrenta a una experiencia que se puede considerar como una experiencia de «reconstrucción histórica». En la escena inicial de *«Les cañons de Waterloo»*, el espectador se enfrenta a una experiencia que se puede considerar como una experiencia de «reconstrucción histórica».

con las neovanguardias ya había dejado escrito en 1965: «La característica de estas escuelas, por otra parte, es que más bien han resultado agrupadas por los propios críticos (y también por los comerciantes). Lejos están los grupos que no hace mucho tiempo se presentaban al público con un programa circunscrito». En «Como mantequilla en un sándwich», *Phantomas*, Bruselas, n° 51-61, diciembre, 1965. Repro. en Broodthaers, 1992. p. 71.

<sup>35</sup> Broodthaers, 1992. p. 249.

<sup>36</sup> Pelzer, Birgit y Miller, Richard, «Recourse to the Letter», *October*, n° 42, 1987. p. 172.