

José Díaz Cuyás

Arte y turismo

EDITORIAL / PÁG. 02

Eugenia Afinoguénova

*Invitados y clientes:
el turismo desarrollista
en el Museo del Prado*

CONTEXTO / PÁG. 04

Mariano de Santa Ana

*César Manrique: La obra
de arte turístico total*

CONTEXTO / PÁG. 16

Gilberto González

Cavernas y piscinas

CÚMULO / PÁG. 30

**Dean MacCannell
en correspondencia
con José Díaz Cuyás**

*Sobre arte, turismo
y autenticidad*

INTERCAMBIO / PÁG. 32

**Una conversación
de José Díaz Cuyás
con James Meyer**

*Arte y lugar en la era
de la movilidad*

INTERCAMBIO / PÁG. 52

James Meyer

*Arenas movedizas.
Los Angeles to New York:
Dwan Gallery, 1959-1971*

TRADUCCIÓN / PÁG. 64

**Lena Peñate Spicer
y Juan José Valencia**

Panoramia

CARPETA / PÁG. 76

Richard Hamilton

Portfolio de Portlligat uno

CARPETA / PÁG. 87

Kelly Yeaton

*La Gran Casa
de Juego: Sinopsis*

TRADUCCIÓN / PÁG. 100

Vicente Benet

¡TODOS A LA PLAYA!

MATERIALES / PÁG. 104

Roberto Gil Hernández

*¡La revolución de los
objetos! Arte, turismo y
reproductibilidad en la obra
de Fernando Estévez*

CONTEXTO / PÁG. 112

Beatriz Herráez

*«Exploring the World
in Comfort»*

ENTREACTO / PÁG. 122

George Maciunas

101 días en Europa

INSERTO



Equipo editorial:

Nuria Enguita Mayo
Laura Vallés

Editor invitado:

José Díaz Cuyás

Equipo asesor 2017:

Víctor del Río
Laurence Rassel
Pedro G. Romero
Pablo Lafuente
Enric Mira

Responsable de desarrollo:

Pep Benlloch

Distribución y publicidad:

Ester Pegueroles
e.pegueroles@editorialconcreta.org

Diseño y maquetación:

Ió Lab - Jaume Marco

Imagen portada:

Robert Smithson en Yucatán, México, abril, 1969.
Cortesía de Dwan Gallery Archives

Traducciones:

Lambe & Nieto
Arenas movedizas. Los Angeles to New York: Dwan Gallery, 1959-1971 (James Meyer)
La Gran Casa de Juego: Sinopsis (Kelly Yeaton)
Carlos García
Sobre arte, turismo y autenticidad (Dean MacCannell en correspondencia con José Díaz Cuyás)

Fotomecánica:

Sichet, S.L.

**CON
CRE
TA**

Editorial Concreta

info@editorialconcreta.org

www.editorialconcreta.org

www.facebook.com/EditorialConcreta

www.twitter.com/EdConcreta

Benefactores:

Albert Benlloch, Pere Benlloch, Pere Borrás, Lucía Enguita, Luis Enguita,
Álvaro López de Lamadrid, Miguel Matilla, María Fernanda Peset, Jorge Seguí,
Rafael Tous, Modesta Vilchez, y aquellos que han preferido mantener el anonimato.

Con la colaboración de:



Esta revista ha recibido una ayuda a la edición
del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte



màster en
fotografía
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

www.masterfotografia.es

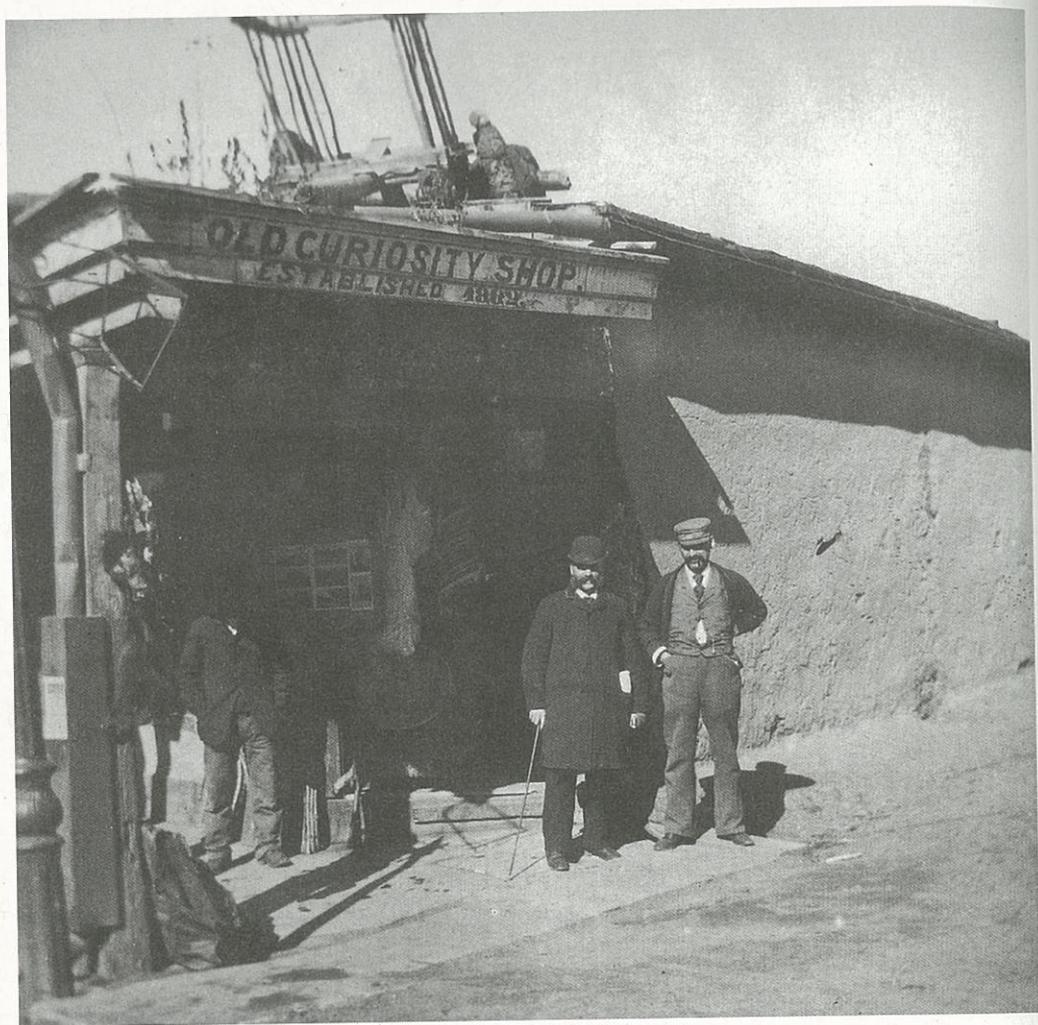
Con la colaboración del grupo TURICOM.
La experiencia turística: imagen, cuerpo
y muerte en la cultura del ocio.

Depósito Legal: CS699-2016

ISSN: 2254-9757

**CON
CRE
TA**

A la memoria de Fernando Estévez



«La "Vieja tienda de curiosidades" en San Francisco Street era una célebre tienda turística especializada en utensilios nativos. Entre los artículos que cuelgan del exterior se encuentran las típicas 'curiosidades' compradas por los turistas: ediciones fotográficas, mantas coloridas, cestas, pieles de animal e incluso rifles». Cestelli Guidi, Benedetta y Mann, Nicholas: *Photographs at the Frontier: Aby Warburg in America 1895-1896*, Merrell Holberton y The Warburg Institute, Londres, 1998, p. 79.

¡La revolución de los objetos!

Arte, turismo y reproductibilidad en la obra de Fernando Estévez

Roberto Gil Hernández

« Ante nuestros ojos hemos tenido estos objetos con aura, los que nos proporcionan la presencia única de una obra de arte, de un objeto histórico extraordinario. Pero qué ocurre cuando los reproducimos miles de veces, cuando hacemos copias de ellos alterando su forma y tamaño en un sinfín de fotografías, postales, pósters, carteles... ¿Se diluye el aura en esas innumerables copias?»

Fernando Estévez, *Aura, Veneración, Identidad. Objetos extraordinarios de la historia de Tenerife*

El autor analiza el compromiso del antropólogo Fernando Estévez con las relaciones sociales y culturales que se establecen entre los sujetos y las cosas, señalando la utilidad intelectual, emocional y estética tanto del objeto artístico como del *souvenir*.

Unos años antes de su repentina desaparición el pasado año, el antropólogo Fernando Estévez se refirió varias veces a la posibilidad de que, un día cualquiera, se produjera «la revolución de los objetos». Una afirmación, cargada de ironía, con la que este autor no pretendía otra cosa

que inducir a la gente de su entorno hacia una reflexión cuya profundidad solo era comparable con su evidente singularidad. De hecho, se podría decir que su aseveración aspiraba a «cambiar de forma» nada más ser enunciada, para adquirir finalmente el aspecto de una petición. Pues, lo que comportaba era simplemente una reflexión sobre los posibles efectos que podría desencadenar en nuestro mundo un hecho sin precedentes: que los numerosos artefactos no-humanos con los que convivimos tomaran la decisión de disentir de nosotros, desobedeciendo por completo nuestras normas elementales de socialización¹.

1 Un planteamiento que, a pesar de ejercer con el claro ánimo de provocar, nunca respondió a una práctica inocente. Fernando Estévez apuntó en multitud de sus trabajos un amplio conocimiento acerca de paradigmas como las teorías del Actor-Red desarrolladas en DOMENECH, MIQUEL y TIRADO, FRANCISCO JAVIER: *Sociología simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*, Gedisa, Barcelona, 1998.



Hotel Oasis. Maspalomas, Gran Canaria. Corrales y Molezún con la colaboración de De la Peña. 1964. Antigua disposición del hall del hotel que incluye como parte de su decoración, entre otros objetos artísticos, una de las arpilleras de Manolo Millares.

Fueron varias las ocasiones en las que Fernando Estévez reflexionó sobre esta cuestión, e incluso llegó a barajar —valiéndose de la anatomía de los archivos y colecciones museísticas que tuvo a mano mientras fue director y coordinador del Museo de Historia y Antropología de Tenerife— la posibilidad de plasmar semejante horizonte a través de una exposición². Además, como muestra de esta enorme preocupación académica por esclarecer la naturaleza de las relaciones sociales y culturales que se desarrollan en los límites, pueden contabilizarse abundantes manifestaciones en su obra³. Sin embargo, aquí voy a

- 2 Uno de los últimos proyectos en los que trabajaron Fernando Estévez y su equipo versaba precisamente sobre esto; sobre los derechos a los que podían acogerse los objetos, especialmente aquellos que poseían un papel cardinal en el ámbito de la cultura. La citada exposición, que nunca llegó a materializarse, tenía el título provisional de *La huelga de los objetos*.
- 3 Al tiempo que se ocupaba de la imagen ilustrada y científica de los primeros habitantes de las Islas Canarias en *Indigenismo, raza y evolución. El pensamiento antropológico canario*. Publicaciones científicas del Excmo. Cabildo Insular de Tenerife, 1987; Fernando Estévez también hizo apuntar sus investigaciones a la comprensión de dispositivos liminales de memoria como el archivo, en textos como «Guardarlo todo, recordar nada. Pasado, historia y amnesia bajo la memoria digital» en GONZÁLEZ, ANTONIO G.: *Exceso y escasez en la era global. La nueva complejidad de la política, la economía, el sujeto, la ciudad y el arte*, II Seminario Atlántico de Pensamiento. Obra social de la Caja de Canarias, Islas Canarias, 2004, pp. 184-203; el *souvenir*, en «Curiosidades, especímenes, souvenirs: las momias como objetos-viajeros en el tráfico Canarias-Europa» en OLIVER, JOSÉ M. y RELANCIO, ALBERTO: *El descubrimiento científico de las Islas Canarias*, Fundación Canaria Orotava de Historia de la Ciencia, La Orotava, 2007, pp. 227-237; y el arte, en «Millares o la excavación sin arqueología» en *El artista como arqueólogo: Millares y el Museo Canario*, Caja de Canarias, Las Palmas de Gran Canaria, 2007, Comisario: Franco O. Cica.



Ínsula bananaria. Uno de los souvenirs inspirados en la imaginaria habitual turística canaria, creado específicamente para la exposición *Souvenir, souvenir: la colección de (los) turistas*, 2009, co-comisariada por Fernando Estévez.

citar solo algunos ejemplos del interés que nuestro autor profesó hacia el universo de tan peculiares *actantes*⁴.

A través de la lectura sosegada de los textos de Walter Benjamin, Fernando Estévez interiorizó nociones indisolubles del ámbito de los objetos. Estoy hablando de conceptos fundamentales como el *aura*. Una entidad concebida como el resultado de la «reificación» de estos artefactos a través de su «alienación en el mundo de las mercancías»⁵. Un ejercicio que, además de otorgarles un cierto valor de uso y valor de cambio, también los facultaba para encerrar en su interior —como resultado de un «ejercicio fantástico y monstruoso»— los pensamientos, sentimientos e incluso las emociones de quienes se relacionan directamente con ellos, convertidos desde entonces en el sustento primordial de su «agencia social»⁶.

4 El término *actante* procede de la semiótica y define a los participantes humanos o no-humanos dentro de una narración. En el marco de la Teoría del Actor-Red (ANT) iniciada en la década de los ochenta por investigadores como Bruno Latour o Michel Callon, se emplea para denominar los elementos (neutros) que forman parte de una red, independientemente de su forma física o intangible, individual o colectiva. Una formulación monista y simétrica del mundo que no atiende a dualismos.

5 MARX, KARL: *La ideología alemana y otros escritos filosóficos*, Losada, Madrid, 2005 (1846) y BENJAMIN, WALTER: *La obra de arte en la época de su reproducción mecánica*, Casimiro, Madrid, 2010.

6 FRANKLIN, ADRIAN: *Tourism: An Introduction*, Sage Publications, Londres, 2003 en ESTÉVEZ GONZÁLEZ, FERNANDO: «Narrativas de seducción, apropiación y muerte o el souvenir en la época de la reproductibilidad turística» en *Acto: revista de pensamiento artístico contemporáneo*, nº 4, Acto Ediciones, Santa Cruz de Tenerife, 2008, p. 45.



Orgía de souvenirs presentada de acuerdo a los cánones que dicta el mercado de consumo turístico creada para la exposición *Souvenir, souvenir: la colección de (los) turistas*, 2009.

Con todo, fue en pleno auge de lo que Benjamin definiera como «la época de la reproductibilidad» que se produjo un fenómeno de hondas consecuencias para estos objetos. La industria cultural había alcanzado tales niveles de desarrollo que, su peso económico, así como sus estrechos vínculos con el creciente universo digital, la hicieron superar con creces a la industria de la producción de bienes, obrando así la «conquista total del ocio por las relaciones de producción capitalista» en campos tan diversos como el mercado del arte y, sobre todo, el negocio turístico⁷. Dos ámbitos que, pese a figurar con distinta profusión en las investigaciones de Fernando Estévez, han dado muestras más que evidentes de su hegemonía.

Aun así, el *souvenir* turístico y la obra de arte pertenecen a órdenes distintos. El arte es entendido como una de las manifestaciones más elevadas de lo que podría denominarse como la «alta cultura». Y, por esa misma razón, debe entenderse como el reflejo de ciertas formas de saber, las cuales podrían parangonarse en determinados contextos con el poder⁸. Luego el objeto artístico debe entenderse como el resultado de una pluralidad de estrategias de representación específicamente encaminadas a potenciar su «función sistemática como signo»⁹. Lo que vendría a restar la utilidad de estos artefactos más allá de su funcionalidad como objetos de índole intelectual, emocional

7 SANTA ANA, MARIANO: «Promesas de felicidad», *Paisajes del placer, paisajes de la crisis. El espacio turístico canario y sus representaciones*, Fundación César Manrique, Teguiise, Lanzarote, 2004, p. 55.

8 En la práctica, lo que hace que un cuerpo, unos gestos, unos discursos, unos deseos sean identificados y constituidos como individuos, es en sí uno de los primeros efectos de poder. FOUCAULT, MICHEL: *Microfísica del Poder*, Las Ediciones de La Piqueta, Madrid, pp. 144.

9 BAUDRILLARD, JEAN: *El sistema de los objetos*, Siglo XXI Editores, México D.F., 2010, p. 83.

y estética —aun contando la salvedad que suponen algunas piezas de arte conceptual. Ahora bien, si Hannah Arendt no se equivocaba, un objeto de arte solo perdura cuando este, sin estar «al servicio de alguna función práctica y mundana», es capaz de convertirse en una «herramienta o recurso para la supervivencia individual»¹⁰.

Algo similar, por otra parte, podría sostenerse con respecto los recuerdos de viaje. Utensilios concebidos popularmente como *baratijas*, fabricados masivamente, y cuya apariencia reiterada suele bascular entre un sinfín de tipologías insertas en las amplias fronteras que van de lo kitsch a lo folclórico. No obstante, a causa de esta misma condición híbrida, el *souvenir* puede describirse también como una especie de «correlato material de la experiencia intangible del desplazamiento», el cual, ejemplifica a la perfección, como metonimia o metáfora, los «elementos estereotipados de las culturas y sociedades visitadas». De esta forma, los objetos turísticos se constituyen como artefactos privilegiados a la hora de evidenciar la movilidad permanente de cosas y personas que nos impone la posmodernidad, atando su productividad a su capacidad para «congelar y localizar una experiencia efímera» que ha sido vivida en un «tiempo extraordinario»¹¹.

Dando por cierto lo planteado acerca del carácter de cada una de estas familias de *actantes*, ha sido Jean Baudrillard quien mejor ha apuntado su importancia conjunta, al definir su naturaleza sociológica como algo que sobrepasa lo meramente «decorativo». Y lo hace para cumplir una función muy concreta, pues este tipo de objetos «significan el tiempo»¹²; esto es, ejemplifican el paso de los años. Para el caso del arte, de una manera retrospectiva, en la medida en que una obra es capaz de sobrevivir a su fecha de ensamblaje apelando a la inteligibilidad y a los sentimientos de su público. Mientras que, para el *souvenir*, lo inmortalizado es la apropiación, la *exotización* y la nostalgia —la mayoría de las veces de inspiración colonialista—¹³ que este desencadena como un recuerdo, una vez superado el *trance* del viaje.

Hay un aspecto más que comparten estos dos tipos de artefactos que, sin duda, los vinculan con todo lo anterior. Objetos de viaje y objetos artísticos también tienen en común su *historialidad*. Lo

10 ARENDT, HANNAH: *Entre el pasado y el futuro* en BAUMAN, ZYGMUNT: *Arte, ¿líquido?*, Ediciones Sequitur, Madrid, 2015, p. 16.

11 ESTÉVEZ GONZÁLEZ, FERNANDO: *Óp. Cit.*, pp. 35, 42, 44.

12 BAUDRILLARD, JEAN: *Óp. Cit.*, p.83.

13 ROSALDO, RENATO: *Cultura y verdad. La reconstrucción del análisis social*, ABYA-YALA, Quito, 2000, p. 94. APPADURAI, ARJUN: *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, Trilce, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2001 en ESTÉVEZ GONZÁLEZ, FERNANDO: *Óp. cit.*, p.189.

que quiere decir que ambos poseen la capacidad de actuar como *cronotopos*, como elementos relacionados de un modo excepcional y prácticamente indisoluble con su contexto de producción espacial y temporal. A su vez, esta *historialidad* es precisamente la que explicita su portentosa habilidad para convertirse en una suerte de dispositivos inmortales, cuya agencia debe determinarse como entidad plenamente inserta en la economía política del goce consumista; epicentro del sistema mundial capitalista actual.

En efecto, las sociedades posmodernas han hecho del *deseo* uno de sus principales motores, tolerando su presencia creciente en la escena social, e incluso popularizando su acceso a través de las diferentes vías que para ello proveen los mercados. Sin embargo, tiene razón Zygmunt Bauman cuando especifica que, en realidad, «nuestro deseo no desea satisfacción», sino que únicamente ansía «seguir deseando»¹⁴. De forma que, el derecho al *goce*, que implica un consumo basado en la posesión y el control, no responde a otro principio que al de la racionalización de sus dimensiones excesivas e incontrolables, a la domesticación de esa «inmortalidad momentánea» que oferta la industria del ocio bajo la apariencia de «experiencias totales». En suma, para el *yo* posmoderno «ser hacia la muerte» late con la vida, al mismo tiempo que la eternidad puede seducir «tanto como una tumba»¹⁵.

De vuelta al pensamiento de Fernando Estévez, lo que este señala al respecto del *souvenir* y la obra de arte es exactamente esto, a pesar de que ambos bienes sostengan una similar promesa incumplida de felicidad, que en el caso del primero remite siempre a un tiempo «por venir», y, en el del segundo, es incumplida «de inmediato»¹⁶. Ciertamente, los discursos del consumo en ambos terrenos comportan el desarrollo de una alegoría que funciona a modo de narración «de la vida hacia su inevitable destino en la muerte»¹⁷, a pesar de que su temática pueda asociarse en muchos casos a lo lúdico, lo festivo y lo contemplativo. Es más, su significación temporal define fielmente su inevitable relación con lo finito, en la medida en que esta solo surte efecto cuando se produce el cese de su actividad, y por ende, se legitima la utilidad de sus dimensiones cronotópicas. En otras

14 «La idea de un estado fijo, inmóvil, final, permanente nos parece tan extraña y absurda como la imagen de un viento que no sopla, un río que no fluye, una lluvia que no cae... En la vida feliz en la posmodernidad, cada uno de sus momentos dura solo un rato hasta que llegue el próximo; y ningún umbral debería quedar cerrado una vez cruzado».
BAUMAN, ZYGMUNT: *Op. Cit.*, pp.19-20.

15 BAUMAN, ZYGMUNT: *Ibidem*, p.20.

16 SANTA ANA, MARIANO: *Op. Cit.*, p.55.

17 ESTÉVEZ GONZÁLEZ, FERNANDO: *Op. Cit.*, p.47.



Fotograma de la película *Millares* (1966), filmada por Alberto Portera, en la que puede verse al artista autoenvolverse en una de sus arpilleras simulando la forma en que se momificaban los antiguos canarios. La presencia en su obra de elementos pertenecientes al ámbito de la arqueología explica el interés de Fernando Estévez por la misma.

palabras, tanto la creación seriada como la de autor resultan igualmente funcionales como bienes de consumo, pues ambas sirven para «negar el momento de la muerte», imponiendo en su lugar el «éxtasis de una muerte eterna»¹⁸. Un eufemismo que no hace sino posponer, cuando no niega directamente la «muerte auténtica»¹⁹, abrazando la posibilidad de volver a vivir esa u otra experiencia —eso sí, a cambio de un módico precio.

Este panorama —y solo este— es el que permite entender la profundidad y el compromiso de Fernando Estévez al plantear la posibilidad de ser testigos, algún día, de una verdadera revolución de los objetos. Una algarada concebida como resultado del común acuerdo entre los bienes que atestán los estantes de los museos, su tienda de regalos o de un puesto de *souvenirs* junto a un inmueble patrimonial o una playa, colgando en las lustrosas paredes de una galería de abolengo o una casa de subastas... En cualquiera de los casos, su dilema siempre fue, ¿qué pasaría si obras de arte y recuerdos de toda naturaleza discreparan de su posición en el mercado capitalista? ¿Qué sucedería si estos indiscutibles protagonistas de las interacciones de las que nos vemos liberados cada día, tomaran, de pronto, la determinación marcial de *librarse* de nosotros?

Pues bien, lo que nuestro autor defendió al respecto de *souvenirs* y obras de arte, calificadas tantas veces por la ortodoxia de la economía política como ejemplo del «gasto improductivo»²⁰, es que los mismos reunían todas las condiciones para *rebelarse*. Dicho de otra manera, objetos de viaje y objetos de arte, constituyen uno de los apartados más rentables del comercio transnacional, por mucho que sus dividendos se sostengan en su habilidad para representar el «sentido social del gusto»²¹. De hecho, es ahí precisamente donde reside su valor genuino, en su *áureo* papel como mediadores de la subjetividad humana, la cual constituye y además visibiliza —como lo he apuntado antes— su estrecha relación con el poder. Un poder que, pese a manifestarse en diferentes esferas de su universo social, podría coaligarse para tratar de impugnar las mismas fronteras que

18 STEWART, SUSAN: *On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*, Duke University Press, Londres, 1998, p. 144 citada en ESTÉVEZ GONZÁLEZ, FERNANDO: *Ibidem*, p. 47.

19 DERRIDA, JACQUES: *Dar la muerte*, Paidós, Barcelona, 2000 en ESTÉVEZ GONZÁLEZ, FERNANDO: *Ibidem*, p.47.

20 BATAILLE, GEORGES: *La parte maldita: Precedida de la noción de gasto*, Icaria, Barcelona, 1987 en ESTÉVEZ GONZÁLEZ, FERNANDO: *Ibidem*, p.39.

21 BOURDIEU, PIERRE: *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2010.

otorgan a ambas «familias» su sentido actual, plenamente inserto en la reproductibilidad del goce consumista.

Frente a semejante paisaje, tremendamente desigual para estos artefactos —y que, al fin y al cabo, no hace otra cosa que refractar la injusticia humana— ¿qué mejor reacción que una insurrección? Una huelga de objetos en toda regla, abogando por un cambio real en la significación en linaje de estos bienes inmortales; la obra de arte y el *souvenir*. Dos elementos que han contribuido tanto desde su condición —repetible e irreplicable— a sostener al sistema mundial capitalista, que en su génesis también debe coexistir la posibilidad de su disolución.

Fernando Estévez —como lo he tratado de demostrar a partir del análisis de una parte importante de su pensamiento— no solo estaba encantado con esta posibilidad, sino que, la habría apoyado de manera entusiasta de haber tenido la más mínima oportunidad, convirtiéndose en uno de sus principales instigadores desde la academia²². Y es que, nuestro pensador conocía muy bien lo que todavía resulta ser, desafortunadamente, un secreto para muchos; por más que autores como Bruno Latour lo hayan revelado con insistencia. *Ellos*, los no-humanos, *somos nosotros*. Luego su revolución será nuestra revolución.

22 Una muestra evidente de esta voluntad pudo evidenciarse en la exposición *Souvenir, souvenir. La colección de (los) turistas*, comisariada por el propio Fernando Estévez González, junto a Mayte Henríquez y Mariano de Santa Ana en 2009. En ella se invitaba a reflexionar acerca de la forma en que el turismo induce a los nativos a elaborar *souvenirs* con arreglo a las visiones arquetípicas previamente establecidas por la industria sobre su patrimonio cultural.