

<sup>12</sup> Para un amplio desarrollo de este tema véase Callejo Gallego, 2006, p.205 y sig.

### Referencias bibliográficas

- Álvarez Sousa, Antonio: *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*, Bosch, Bosch Turismo, Barcelona, 1994. ISBN: 84-7676-283-6.
- Bourdieu, Pierre: "Campo Intelectual y Proyecto Creativo", documento electrónico traducido por José Muñoz Delgado (s/d).
- Callejo Gallego, Javier: "Análisis de imágenes", cap.12, pp.195-213, en Gutiérrez Brito, Jesús (coord.): *La investigación social en turismo. Perspectivas y aplicaciones*, Thomson, Madrid, 2007. ISBN: 84-9732-524-9.
- Henderson, Joan: "Presentations of the Orient: Singapore and UK tour operator brochures compared", en AA. VV., *Tourism, Culture and Communication*, vol. 3, n° 2, 2001, pp.71-80.
- Hunter, William C.: "A typology of photographic representations for Tourism: depictions of groomed spaces", en AA. VV., *Tourism Management*, vol. 28, n° 4, agosto 2007.
- Joly, Martine: *La imagen fija*, Ed. La Marca, Buenos Aires, 2003. ISBN 950-889-059-2.
- López, Mabel: *La lectura de la imagen fotográfica. Abordajes semióticos*, Proyecto Editorial, Buenos Aires, 2000. ISBN 987-98107-0-8.
- Markwick, Marion: "Postcards from Malta. Image, consumption, context", en AA. VV., *Annals of Tourism Research*, vol.28, n° 2, 2001, pp.417-438
- Martín de la Rosa, Beatriz: "La imagen turística de las regiones insulares: las islas como paraísos", en *Cuadernos de Turismo*, año 2003, vol. 11, pp.127-137. ISSN: 11139-7861.
- Molina, Arturo: "Los folletos de destinos turísticos para la promoción turística en los casos de Barcelona, Córdoba y Toledo", cap. 17, pp.443-466, en Font Sentias, Josep: *Casos de turismo cultural. De la planificación estratégica a la gestión del producto*, Ariel, Ariel Turismo, Barcelona, 2004.
- Norrild, Juana: "Las postales como creadoras de imagen de destino. El gaucho y la identidad argentina", en *Revista Estudios y perspectivas en turismo*, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, CIET, vol. 10, n° 1 y 2, enero/ abril, 2001. Número especial dedicado al turismo rural.
- Penhos, Marta: *Mirar, saber, dominar. Imágenes de via-*

*jeros en la Argentina*, catálogo, Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes, Buenos Aires, 2007. ISBN: 978-987-22030-7-8.

- Rojas Mix, Miguel: *El Imaginario. Civilización y cultura del s. XXI*, Prometeo Libros, Buenos Aires, 2006. ISBN: 987-574-081-0.
- Santana Talavera, Agustín: "Mirando culturas: la antropología del Turismo", cap. 4, pp. 103-125, en Rubio Gil, A. (coord.): *Sociología del Turismo*, Ariel, Barcelona, 2003.
- Silva, Armando: *Imaginario urbanos*, 5a edición corregida y ampliada, Arango Editores, Bogotá, 2006. ISBN: 958-27-0060-2.
- Sternberg, Ernest: "The iconography of the tourism experience", *Annals of Tourism Research*, vol. 24, n° 4, 1997, pp. 951-969.
- Urry, John: *O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*, cap.1, pp.15-32, Studio Nobel, Saõ Paulo, 1996.

---

**Abstract:** In this essay some conceptual bases are described for the analysis of the commercial touristic photographic image, it means, that one which create and diffuse the image of a touristic destiny helping its commercialization. For it, there are in use theoretical - methodological heterogeneous concepts, from different areas of study (Sociology, Semeiotics, Visual Arts, Tourism)

**Key words:** tourism – photography – imaginary – image – analysis of the image – touristic field – consume.

**Resumo:** Neste trabalho descrevem-se algumas bases conceituais para a análise da imagem fotográfica comercial turística, isto é, aquela que cria e difunde a imagem de um destino turístico ajudando a seu comercialização. Para isso, se utilizam conceitos teórico-metodológicos heterogêneos, provenientes de diferentes áreas de estudo (Sociologia, semiótica, artes visuais, turismo).

**Palavras chave:** turismo – fotografia – imaginário – imagem – análise da imagem – campo turístico – consumo.

(\*) **Vilma L. Santillán.** Licenciada en Turismo Cultural por la Universidad del Museo Social Argentino. Actualmente, desarrolla su tesis de Maestría en Comunicación y Creación Cultural (Fundación Walter Benjamin-Universidad CAECE).

---

## Arte y nuevas tecnologías

Mercedes Pombo (\*)

Fecha de recepción: agosto 2010

Fecha de aceptación: octubre 2010

Versión final: diciembre 2010

**Resumen:** El texto indaga acerca de las problemáticas que se desprenden del arte multimedial y sus prácticas. Reflexiona sobre la virtualidad y la interactividad como aspectos fundamentales de este tipo de obras, en donde se genera una nueva relación entre espacio y tiempo. De allí surge otra manera de pensar al arte y su lógica.

**Palabras claves:** arte – multimedia – interactividad – virtualidad – espectador – tecnología – expansión – creatividad.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 146]

*Probablemente, uno de los más interesantes caminos abiertos a las búsquedas artísticas es el descubrimiento y la exploración de nuevas formas de verdad, conducidas de un modo confuso por la dinámica de la virtualización.*

Pierre Lévy

En el arte dos mundos circulan en paralelo, por un lado el artista romántico y loco, que salpica pintura, originalidad y sentimientos; y por otro lado un artista más racional y reacio al vínculo con los sentidos y las emociones. Dentro de este último estereotipo es que se ubican las artes multimediales y sus protagonistas. Un arte ligado a la ciencia, en donde el espectador, para aprehender la obra, debe poner sobre la mesa sus cualidades de la razón y el entendimiento, como quien resuelve un teorema. El arte multimedial se presenta como un diálogo entre el hombre y la máquina, entre el arte y la ciencia. Pero en este caso, no se trata de la tecnología como una herramienta más de creación artística; sino que aparece como el fundamento de esta comunicación. El centro de atención de los actos y los pensamientos. A través de la tecnología las sociedades construyen hoy sus saberes, sus sentimientos sus valores y conductas cotidianas. Nos encontramos entonces frente a un vínculo que traspasa sus límites y se ubica de forma transversal, en plena interrelación disciplinaria.

Al hablar de cualquier manifestación multimedial surgen dos conceptos fundamentales que se ven cuestionados y puestos en el tapete: el espacio y el tiempo. Este último aparece en las artes multimediales como una idea añeja, que no aporta ningún sustento a la producción. Por el contrario, lo que caracteriza a este tipo de arte es lo no perdurable en el tiempo, su aspecto efímero y cambiante. Por su parte el concepto de espacio muta hacia la idea de expansión. Tal como plantea Rodrigo Alonso (2005) el espacio como tal se estira, derribando fronteras y límites. No solamente físicos sino mentales. En cualquier manifestación, sea arquitectónica, escénica, fotográfica, cinematográfica o virtual el espacio cobra una nueva dimensión, alejada de sus límites y cerca de lo grandilocuente. Estamos dentro de un mundo virtual que genera conceptos virtuales. Y éstos tienen como mayor y mejor característica, sus posibilidades expandidas casi hasta el infinito. Y hacia eso se vuelca el arte multimedial, hacia un concepto que juega con lo eterno e ilimitado, permitiendo al artista ubicarse en un nuevo rol. El rol del creador absoluto del universo.

Es por eso que esta nueva forma de vincularse con el arte y el diseño de imágenes ha cobrado tantos adeptos e importancia en la última década. El abismo hacia el infinito siempre ha sido un incentivo muy grande para artistas de todas las épocas. ¿Y qué más abarcador y grandilocuente que el arte sin fronteras, ilimitado y absoluto?

La virtualidad, según las palabras de Michel Serres (1992) es un estar “fuera de ahí”. Cuando una persona, un acto o una información se virtualizan, se colocan en un “fuera de ahí”, o sea se desterritorializan. De alguna manera se trata de una desconexión con el mundo físico o geográfico, cortando con la concepción clásica del espacio-tiempo. La multiplicación de espacios virtuales nos convierte en nómadas que saltan de una red a otra, de un espacio a otro. De acuerdo a Pierre Lévy. “La fuerza y la velocidad de la virtualización contemporánea son tan grandes que exilian a los seres de sus propios conocimientos, los expulsan de su identidad, de su oficio, de su país” (1999, pp. 133)

Frente a este universo de cambios sustanciales en la concepción de espacio y tiempo, también surgen planteos vinculados a la relación de lo público y privado. Cuando aparece el concepto de globalización, uno de los primeros planteos es que la mirada personal y los espacios y experiencias propias podrían perderse en la inmensidad de los medios de comunicación. Lejos de que esto suceda, hoy la memoria y el autoconocimiento son incorporadas a la tecnología y sus programas; lo cual conduce a un nuevo vínculo entre lo que es personal y lo que es información compartida y pública. El universo de lo privado se disipa ante la mirada ajena. En el mundo virtual no queda espacio para la diferenciación taxativa de uno y otro. Ambos mundos coexisten sin molestarse, invitando a una nueva forma de vinculación, en donde la exposición de la vida privada se comparte públicamente. Pero no por eso se pierde la personalidad y originalidad de los recuerdos y sentimientos personales.

La tecnología cambia a una velocidad vertiginosa, modificando día a día sus parámetros. El universo tecnológico –en palabras de Rodrigo Alonso (2005)– “es fluido e inestable, variable y procesal”. Tal vez sea esta característica de la tecnología, tan instantánea y fugaz, lo que despierta interés en el mundo del arte y alimenta la búsqueda incesante de los artistas.

La creación de realidades inmateriales se encuentra todavía en su primera fase de desarrollo. O por lo menos eso es lo que creemos, porque es tan grande el abanico de posibilidades creativas de esta nueva concepción artística que traspasa cualquier estadística. La virtualización se presenta como la plataforma de despegue para una constante pérdida de la noción de realidad y, de ser así, las perspectivas concretas de lo virtual crecen incommensurablemente. El cruce del arte con la ciencia cada día es más frecuente. Obras como el Bio arte de Eduardo KAC y la coneja albina trasmutada genéticamente u obras telemáticas –que por medios electrónicos actúan a distancia sobre un determinado objeto– son ejemplos de lo que ocurre en este campo cultural. De esta manera vemos como el taller del artista se convierte en un laboratorio. Otro aspecto a tener en cuenta al pensar en una obra de arte interactiva es la relación que se entabla con el

espectador como parte integrante de la creación. Esto suscita varios interrogantes y cuestionamientos, ¿esto convierte al espectador en co-autor? ¿el público se transforma en creador? En realidad esta intervención activa del espectador en la obra de arte no nace con las nuevas tecnologías; sino que se desarrolla desde la aparición del arte cinético (mecanismos primero y electrónicos después), con las performances y las instalaciones. De hecho, Umberto Eco (1962) plantea este concepto de espectador activo, planteando sus posibilidades creativas y autorales dentro de una obra de arte. Este autor afirma que la postura activa que puede tomar un espectador frente a ciertas obras abiertas –ligadas mayormente al arte conceptual– permiten (e invitan) al público a terminar de darle un sentido a la obra, según sus propias experiencias.

Esta realidad se vincula estrechamente con el arte y la tecnología, porque no solo el espectador se ubica en un rol diferente, de creador o co-autor sino que también el solo hecho de estar colgado en la red, de que todo el mundo se acerque e interactúe con él, derriba las fronteras acostumbradas sobre el artista y su producción. No hay control, no se trata meramente de una reproducción de las obras sino el arte como objeto concluido.

Estas y muchas otras pueden ser las reflexiones y cuestionamientos que se despiertan frente a este nuevo camino virtual. Preguntas que abren nuevas preguntas y que se muerden la cola en el intento de encontrar respuestas. Así es. Se trata de una disciplina que recién comienza y que tiene mucho trayecto por recorrer. Un camino hacia el arte, la reflexión humana y sus vínculos sociales.

### Referencias bibliográficas

- Alcalá, José Ramón Net.Art vs. Web.Art: *Creadores, activistas, pintamonas y otros negocios del arte on-line*. En: <http://liminar.com.ar/netart/alcalanetart.pdf>
- Alonso Rodrigo (2005) *El espacio expandido*. En [http://www.roalonso.net/es/arte\\_y\\_tec/espacio\\_expandido.php](http://www.roalonso.net/es/arte_y_tec/espacio_expandido.php)

- Eco, Umberto (1962) *Obra abierta*, Barcelona: Agostini.

- Lévy, Pierre (1999) *¿Qué es lo virtual?* Buenos Aires: Paidós.

- Pagola, Lila *Formas de institucionalización textual de las obras de net.art en el mundo del arte*. En: <http://www.liminar.com.ar/jornadas04/ponencias/pagola.pdf>

- Pérez Tort, Susana (s/f) *Artes visuales sin fronteras. Video, fotografía y "otros soportes"*. En <http://www.rosariarte.com.ar/contenidos/index.php?op=nota&nid=249&pn=1>

- Serres, Michel (1995) *Estar fuera de ahí* en Atlas Cátedra: Madrid.

---

**Abstract:** The text investigates about the problematic that gives away from the multimedia art and its practices. It thinks about the virtuality and the interactivity as fundamental aspects of this type of works, where a new relation between space and time is produced. So, there arises a new way of thinking the art and his logic.

**Key words:** art – multimedia – interactivity – virtuality – spectator – technology – spreading – creativity.

**Resumo:** O texto investiga respeito das problemáticas que se desprendem da arte multimedial e suas práticas. Reflexiona sobre a virtualidade e a interatividade como aspectos fundamentais deste tipo de trabalho, em onde se gera uma nova relação entre espaço e tempo. De ali surge outra maneira de pensar à arte e sua lógica.

**Palavras chave:** arte – multimídia – interatividade – virtualidade – espectador – tecnologia – expansão – criatividade.

(<sup>1</sup>) **Mercedes Pombo.** Licenciada en Artes Plásticas de la Universidad de Bs. As y fotógrafa. Ha cursado también estudios relacionados con el periodismo y crítica de arte. Docente de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación.

---

## Leer y estudiar en la universidad. Una secuencia lógica de acciones a seguir

Marcelo Bianchi Bustos (<sup>1</sup>)

**Resumen:** Se presentan en este artículo algunas ideas básicas que constituyen un insumo para el momento de trabajar en el aula cuestiones vinculadas con la lectura y el estudio.

**Palabras claves:** metodología de estudio – secuencia de aprendizajes – lectura – escritura.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 148]

Fecha de recepción: agosto 2010  
Fecha de aceptación: octubre 2010  
Versión final: diciembre 2010