



www.eumed.net/rev/turydes/

Vol 7, Nº 16 (junio/junho 2014)

EL TURISMO POST 9/11: LA FIGURA DEL TURISTA EN EL CINE DE TERROR ESTADOUNIDENSE.

Maximiliano E. Korstanje

Departamento de Ciencias Económicas.
Universidad de Palermo, Argentina

Resumen

El presente comentario intenta indagar en los cambios que ha sufrido el cine de terror estadounidense a raíz del atentado terrorista del 11 de Septiembre. Particularmente, el cine de terror americano a lo largo de la historia ha demostrado querer resolver una profunda dicotomía entre el mundo civilizado, la humanidad y “lo salvaje”. En estas circunstancias, las narrativas mostraban que los villanos estaban encuadrados dentro del mundo animal. La introducción de la técnica humana, gracias a la inteligencia, permitían que los finales llegaran siempre a buen término. Los expertos, policías, guardias costeras eran casi siempre los héroes que protegían a la comunidad. Asimismo, las víctimas eran turistas anónimos de los cuales nada se sabía. Sólo el héroe sobreviviente exhibía su biografía al espectador. Por el contrario, el 11 de Septiembre ha acelerado un cambio abrupto en esta forma de pensar el mundo. El villano, ya no es una bestia sino una persona con poder, político o millonario que tortura y asesina por el mero placer de hacerlo, sólo para sentir el dolor del prójimo.

Palabras Claves. Miedo, Turismo, 9/11, Cine de Terror, Villanos, Turistas

Abstract

The present notes of research explores in the substantial shifts created by the attacks to World Trade Centre in 2001 on the horror cinema. Certainly, American horror movie, as a genre, has been showed an attempt to resolve the dichotomy between civilized, uncivilized World and nature. Circumstantially, the synopsis posed villains as embedded with animal world. The introduction of human technique, based on rationale, allowed the closed ends, where villains were traced or assassinated. The net of experts, polices or Guard Coasts protected the community from the potential threats. Rather, post 9/11 the society experienced a collapse of her external boundaries. The archetype of villain was not a beast any-longer, but a powerful person whose pleasure is the maximization of other suffering.

Key Words. Fear, Tourism, 9/11, horror movies, Villain, tourists.

Introducción

En los últimos años, la literatura especializada ha puesto gran parte de su atención en el poder del cine como generador de atracción para ciertos destinos turísticos. El cine internacional como pujante industria se encuentra estrechamente ligado al turismo. No es extraño observar el aumento en la cantidad de turistas a Nueva Zelanda luego que supo que gran parte del Señor de Los Anillos se filmó en esos paisajes (Busby & Klub, 2001; Busby, Brunt, & Lund, 2003; Connell, 2005; Hudson & Ritchie, 2006; O'Connor, Flanagan & Gilbert, 2008; Forsey & Low, 2014). No obstante, poca atención se le ha dado al “código político” también presente en las películas modernas. Algunos estudios han puesto sus esfuerzos por comprender la relación del Imperialismo francés con su manera de hacer cine (Rascarolli, 2013; Mazierska, 2013). Por desgracia dicha tradición no ha sido adoptada ni por la industria del cine anglosajón, mucho menos el hispánico.

Discusión

Toda película permite deconstruir la forma de pensar de una época como así también los miedos y esperanzas de una sociedad. En la investigación aplicada del turismo, este campo permanece no solo muy poco explotado sino incomprendido. En este contexto, la presente nota de investigación explora la conexión entre el turismo, el cine de terror y el terrorismo en contextos de hyper movilidad y concentración de riqueza como el que presente hoy el capitalismo moderno. Nuestra tesis apunta a que el 11 de Septiembre ha causado un serio quiebre dentro de la sociedad estadounidense cerrándola hacia dentro, y creando formas estereotipadas de etnocentrismo que pueden plasmarse en su manera de hacer cine de terror.

Para una mejor comprensión del fenómeno, debemos separar conceptualmente lo que es el cine de terror clásico del moderno. Hace décadas atrás, el arquetipo del villano estaba encarnado por un animal, que iba desde mortales hormigas en el caso de Marabunta, hasta el temible Tiburón. La tensión principal estaba puesta entre el habitar humano y el mundo salvaje. Con la tragedia del 9/11, la situación cambió radicalmente. El villano comenzó a ser retratado como un sádico hombre de poder, o millonario tan igual a nosotros mismos que nos generaba un pánico inusitado. La dicotomía hombre vs. naturaleza se ha transformado en hombre vs. hombre. Siguiendo esta explicación, ni el Tiburón ni las hormigas podían moverse fuera de su propio instituto natural. Más aún, los finales (la mayoría de ellos cerrados) daban a la técnica humana una mayor eficiencia y eficacia para disciplinar al monstruo. Lo mismo no sucede con el cine de terror contemporáneo post 9/11 donde los villanos no son atrapados. Lo visible que años atrás caracterizara la sociedad del riesgo, en términos de Beck (2006), hoy se ha transformado en algo más siniestro, donde como reconoce L. Howie (2012), la amenaza, el mal co-habita con nosotros mismos en la sociedad. Precisamente ese ha sido el mensaje central que ha creado el terrorismo internacional cuando selecciona cuatro aviones de línea comercial para estrellarlos contra los símbolos político, económico de la mayor potencia mundial. En el fondo, todo parece indicar que los terroristas han sido educados en las mejores universidades occidentales.

Los ataques contra el World Trade Centre no solo alteraron la forma de vida dentro de Estados Unidos, sino la geografía mundial. El sentido de realidad que presentaba a

Estados Unidos como una potencia abierta al extranjero ha cambiado a formas expresas de etnocentrismo y racismo. El otro, no americano, es retratado como peligroso e incivilizado, una amenaza para sí y para los otros. Esto genera, indudablemente, una “jerarquía de nacionalidades” donde en la cima se ubican los ingleses y estadounidenses. Precisamente, ello se refleje en filmes como *Hostel* donde sádicos millonarios pagan sumas exorbitantes para torturar jóvenes, pero el precio que pagan a una cadena criminal depende de la nacionalidad de la víctima. Los americanos valen el doble que cualquier otra nacionalidad. El “ser nacional”, lejos de desaparecer, parece regir la matriz cultural del mundo móvil. Tener la posibilidad de viajar por placer, se ha transformado en un mundo en crisis, en poco menos que un signo de distinción. Occidente, en estos términos, ha desarrollado formas móviles para unos mientras inmoviliza a otros sin ninguna razón aparente. A la vez que fomenta el turismo, prohíbe la migración indeseada. El turista no solo representa el orgullo de occidente como civilización, sino un claro blanco para quienes se consideran enemigos de la “libertad, de la democracia, de los elegidos”. El ataque del 11 de Septiembre genera una antropomorfización del riesgo que pasa del mundo animal al sadismo humano, a la vez que desdibuja los dispositivos clásicos de visualización y control. Lo que más aterra a los occidentales, como bien queda explicitado en películas como *La Masacre en Texas*, *Hostel* o *The Hills have eyes*, es que el villano puede, en cualquier forma, atacar en cualquier momento y en cualquier lugar (Korstanje & Olsen, 2011; Korstanje & Tarlow, 2012).

Zygmunt Bauman ha explicado brillantemente que el terrorismo ha llevado al mundo a un clima insospechado de temor el cual extremó todas las medidas de seguridad en grandes centros de pasajeros y aeropuertos. La vigilancia impuesta por la supremacía de la técnica no solo es amoral, sino crea asimetrías simbólicas entre el deseable y el indeseable. Cuando una persona contrata tecnología de monitoreo en su casa, está dando un doble mensaje al otro. El primero es que debe protegerse, el segundo que no pertenece al grupo de los indeseables (Bauman, 2013). Como evento fundante, el 11 de Septiembre recuerda que los estados se encuentran indefensos y con las manos atadas para proteger a sus propios ciudadanos. Muchos ataques terroristas han quedado en el olvido luego de este evento. G. Achcar (2009) nos habla de una “compasión narcisista” para reflejar la falsa solidaridad que el mundo ha puesto en Estados Unidos a raíz del ataque de Al-qaeda. Ello no significa que otras naciones no puedan lograr una alianza con el coloso del norte, sino todo lo contrario. El poder simbólico imperial funciona creando en otras naciones la necesidad de pertenecer a un “grupo de elegidos”, que se presenta como único, ejemplar y superior.

Interesantes abordajes empíricos en turismo han revelado por ejemplo, que luego de los atentados sufridos en Oslo en 2011, los noruegos siguen considerando a su país un lugar seguro. La conceptualización misma del terrorismo parece vincularse a lo estadounidense en forma directa (Wolff & Larsen, 2014). Misma observación hacen en el caso de Buenos Aires, G. Skoll y M. Korstanje (2012) quienes observan que los argentinos no parecen preocupados por el terrorismo internacional por considerarlo un problema estadounidense y europeo, todo ello a pesar de haber tenido dos atentados contra la comunidad judía en Buenos Aires con casi 80 víctimas fatales.

Conclusión

El cine de terror americano desde siempre ha evidenciado una dicotomía entre el mundo civilizado, la humanidad y “lo salvaje”. En estas circunstancias, las narrativas

mostraban que los villanos estaban encuadrados dentro del mundo animal. La introducción de la técnica humana, gracias a la inteligencia, permitían que los finales llegaran siempre a buen término. Los expertos, policías, guardias costeras eran casi siempre los héroes que protegían a la comunidad. Asimismo, las víctimas eran turistas anónimos de los cuales nada se sabía. Sólo el héroe sobreviviente demostraba su biografía al espectador. Como ya hemos notado, el 11 de Septiembre ha creado un cambio abrupto en esta forma de pensar el mundo. El villano, ya no es una bestia sino una persona con poder, político o millonario que tortura y asesina por el mero placer de hacerlo, sólo para sentir el dolor del prójimo. Los límites externos que permitían construir un adentro-seguro de una afuera-inseguro colapsaron hasta el punto de que no existe hoy lugar seguro para estar. Esta idea permite que Estados Unidos haga creer a su ciudadanía que el mundo es un espacio hostil, y que esa hostilidad afirma la creencia de que se está en el lado correcto. Los americanos se conciben animismos como ejemplares y únicos en muchos sentidos, y el terrorismo por desgracia reafirmar esa imagen desfasada. El riesgo que representa ser estadounidense fuera de Estados Unidos, es proporcional al aura mítica que cae sobre ellos. La moderna concepción del mal determinada por el cine de terror contemporáneo funciona ideológicamente por medio de la tergiversación de la ética por la política. Ello sugiere que el agente institucionalmente designado para protegernos, se corrompe hasta transformarse en victimario. El huésped, en estos casos, es asesinado por el mismo anfitrión que debe cuidar de él. Por otro lado, el miedo que genera este tipo de discursos lleva a presentar los espacios rurales como peligrosos, y con ello a las naciones periféricas. La superioridad del turista estadounidense no queda supeditada ni a su riqueza, ni mucho menos a su patrimonio, sino al grado de valor que alcanza por el riesgo que genera. Su aura de ejemplaridad abre las puertas a ser blanco de ataques terroristas. En el mismo proceso, Estados Unidos se reserva para sí el derecho de intervenir en ese mundo para preservar la paz. Lejos de lo que los turismólogos piensan (que el turismo es un mecanismo para forjar la paz entre los pueblos), tanto la movilidad como la industria del turismo parecen ser mecanismos de producción política que genera insalvables clivajes entre el mundo civilizado y el resto.

Referencias

Achcar, G. (2009). *El Choque de las Barbaries. Terrorismos y Desorden Mundial*. Buenos Aires, Capital Intelectual

Bauman, Z. (2013) *Vigilancia Líquida*. Buenos Aires, Paidós.

Beck, U. (2006) *Risk Society, towards a new modernity*. Buenos Aires, Paidós.

Busby, G., & Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of vacation marketing*, 7(4), 316-332.

Busby, G., Brunt, P., & Lund, J. (2003). In Agatha Christie country: resident perception of special interest tourism. *Tourism (Zagreb)*, 51(3), 287-300.

Connell, J. (2005). Toddlers, tourism and Tobermory: Destination marketing issues and television-induced tourism. *Tourism Management*, 26(5), 763-776.

Howie, L. (2012). *Witnesses to Terror: Understanding the Meanings and Consequences of Terrorism*. Hampshire, Palgrave Macmillan.

Hudson, S., & Ritchie, J. B. (2006). "Promoting destinations via film tourism: an empirical identification of supporting marketing initiatives". *Journal of Travel Research*, 44(4), 387-396.

Korstanje, M. E., & Olsen, D. H. (2011). The discourse of risk in horror movies post 9/11: hospitality and hostility in perspective. *International Journal of Tourism Anthropology*, 1(3), 304-317.

Korstanje, M. E., & Tarlow, P. (2012). Being lost: tourism, risk and vulnerability in the post-'9/11' entertainment industry. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 10(1), 22-33.

Mazierska, E. (2013) "Tourism and Travelling in Jean Luc Godard's *Allemagne 90 neuf Zéro* and *Éloge de l'amour*". In *Open Roads, Closed Borders*. M. Gott & T. Schilt. Chicago, Chicago University Press, pp. 119-136

O'Connor, N., Flanagan, S., & Gilbert, D. (2008). "The integration of film induced tourism and destination branding in Yorkshire, UK". *International Journal of Tourism Research*, 10(5), 423-437.

Rascaroli, L. (2013) "On the Eve of the journey: tangier, Tibilisi, Calais". In *Open Roads, Closed Borders*. M. Gott & T. Schilt. Chicago, Chicago University Press, pp. 19-38

Skoll, G. & Korstanje, G. (2012) "New York–Buenos Aires: Different Solutions to the Same Problem: Terrorism and Citizenry". *ROSA DOS VENTOS*, 4(1): 40-58

Wolff, K., & Larsen, S. (2014). "Can terrorism make us feel safer? Risk perceptions and worries before and after the July 22nd attacks". *Annals of Tourism Research*, 44, 200-209.