



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA  
COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**ARTE Y TURISMO. IMAGINAR UNA NUEVA  
HOLOCENOSIS O UN NUEVO ECOSISTEMA**

Presentado por María Domingo Ballesteros

Tutelado por María Teresa Cortón de las Heras

Segovia, 11 de Julio de 2022

## RESUMEN

Arte y turismo han mantenido una estrecha y fecunda relación a lo largo de la historia. El arte ha sido un reclamo turístico, solo hay que pensar en los recursos culturales de ciudades como París, Roma o Madrid que, sin duda, tienen un gran poder de atracción para los turistas; es lo que conocemos como turismo cultural. A este tándem habría que añadir otra disciplina la psicología del arte que analiza el proceso del creador, la obra y la percepción artística del receptor. Aunque se trata de un fenómeno complejo, que se puede estudiar desde distintas perspectivas, trataremos de analizar su importancia en el ámbito del turismo inmersivo; si bien somos conscientes de que resultaría imposible analizar en este trabajo todos los aspectos que pudieran ser de interés, partiendo de la base de que las relaciones entre arte, turismo y psicología han sido fecundas y gratificantes desde el principio, y se han ido modificando hasta la actualidad, donde el turista demanda nuevas iniciativas y estrategias turísticas a través del metaverso o el entorno virtual.

**Palabras clave:** Arte, turismo, salud mental, exposiciones inmersivas, emociones.

## ABSTRACT

Art and tourism have maintained a close and fruitful relationship throughout history. Art has been a tourist attraction, you just have to think about the cultural resources of cities like Paris, Rome or Madrid that, without a doubt, have a great power of attraction for tourists; It is what we know as cultural tourism. Another discipline should be added to this tandem, the psychology of art, which analyzes the process of the creator, the work and the artistic perception of the recipient. Although it is a complex phenomenon, which can be studied from different perspectives, we will try to analyze its importance in the field of immersive tourism; Although we are aware that it would be impossible to analyze in this work all the aspects that could be of interest, starting from the basis that the relationships between art, tourism and psychology have been fruitful, and gratifying from the beginning and have been modified until the today, where the tourist demands new tourism initiatives and strategies through the metaverse or the virtual environment.

**Key words:** Art, tourism, mental health, immersive exhibitions, emotions.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
---------------------------	----------

### **CAPÍTULO 1**

#### **LA PSICOLOGÍA DEL ARTE**

1.1. ¿Qué es la psicología del arte?.....	7
1.2. Psicología del arte a lo largo de la historia. ....	8
1.3. La Gestalt y el arte. ....	10
1.4. Psicoanálisis y el arte.....	12

### **CAPÍTULO 2**

#### **LA PSICOLOGÍA Y EL TURISMO**

2.1. Relación entre psicología del arte y turismo .....	21
2.2. Psicología y turismo: motivaciones del viajero.....	27
2.3. Importancia del arte en nuestro cerebro.....	31

### **CAPÍTULO 3**

#### **EL ACERCAMIENTO ENTRE LAS EMOCIONES Y EL TURISMO**

3.1. Emociones en el mundo del turismo.....	36
3.2. Nuevas tecnología y turismo.....	38
3.3. Casos de estudio: “Meet Vincent Van Gogh” y “Monet, la experiencia inmersiva”.....	41
3.3.1. Meet Vincent Van Gogh.....	43
3.3.2. Monet, la experiencia inmersiva.....	45

<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>48</b>
--------------------------	-----------

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>53</b>
---	-----------

## Introducción

Viajar y sentir son dos palabras que van de la mano hoy en día. En los años 70, con los inicios del auge del turismo en España, se buscaba el descanso con el mítico turismo de sol y playa. Sin embargo, el turismo ha ido evolucionando con el paso de los años en todo el mundo. En la actualidad, aunque se quiere descansar y desconectar de lo cotidiano, también se intenta experimentar con diferentes experiencias para adquirir nuevos conocimientos. Quien se imagina ir a París y no visitar la mítica Torre Eiffel, el museo del Louvre o a Londres y no ver el Big Ben. Para conocer los lugares más emblemáticos del mundo -escenarios llenos de sensaciones- es necesario saber su historia y símbolos que permanecerán en nuestro imaginario personal, en nuestro recuerdo de por vida.

De la misma manera que han ido evolucionando los tipos de turismo, lo han hecho las metas y objetivos del turismo. Al principio, se buscaba solo el descanso, ahora conocer su historia. Un ejemplo que resume el tema de este TFG es la visita al campo de concentración de Auswitch; aunque no es un turismo saludable para la salud mental, representa la conexión evidente entre turismo y psicología, al percibir sensaciones y emociones íntimas provocadas por las injusticias y barbaridades humanas. En el caso de un amante del arte que visita el Museo del Prado y contempla su obra más famosa, Las Meninas de Diego de Velázquez y Silva, recibe otro tipo de sensaciones relacionadas con el pintor.

De estas ideas nace el presente proyecto. Analizaremos las conexiones existentes entre psicología y turismo para poder explicar las emociones que se producen cuando viajamos y admiramos una obra de arte. Debemos entender el arte en su sentido más amplio: arte escénico, literario, pictórico, musical... Todo es arte capaz de remover las emociones personales. El estudio de las ideas que están detrás de las producciones artísticas, ha pasado por distintas etapas desde finales del siglo XIX en el que participan teóricos del arte, críticos, historiadores, psicoanalistas y psicólogos; todos escriben sobre las relaciones entre el arte, la mente y la cultura. Su recorrido histórico demuestra que la psicología del Arte es una disciplina que ha estado presente transversalmente en muchas corrientes psicológicas. El análisis de la mente humana y su relación con las obras de arte nos permite entender las sinergias, los mecanismos de la creatividad, la percepción, el genio artístico e incluso, la patología o enfermedad y su terapia mediante la creación artística.

Por todo lo expuesto, el objetivo principal de este trabajo de investigación es el estudio del arte, emociones y turismo. En cada uno de sus tres capítulos se pretende dar respuesta a cuestiones relacionadas con el objeto de estudio. Así, en el primer capítulo establecemos un marco teórico y conceptual sobre la psicología del Arte. Las aportaciones iniciales aparecen vinculadas al psicoanálisis de Sigmund Freud. Después las teorías de la escuela de la Gestalt serán fundamentales para el futuro de la disciplina. La gran

aportación de Lev Vygotsky a la definición de la psicología del Arte o los estudios de Ernst Gombrich dedicados a la psicología de la representación visual fueron la continuación a los análisis anteriores. Este recorrido histórico muestra que la psicología del Arte es una disciplina que ha estado presente de forma transversal en muchas corrientes psicológicas -en permanente actualidad- y que necesita una continuidad al hilo de las últimas investigaciones.

El segundo capítulo se dedica a estudiar la psicología y el turismo. Desde la psicología el elemento fundamental para propiciar la actividad turística es la motivación, proceso que impulsa al ser humano a realizar una serie de comportamientos orientados a satisfacer necesidades e intereses generados interna o externamente. Las motivaciones se han agrupado en dos categorías generales: primarias, necesidades fisiológicas básicas (sed, hambre, sueño, sexo, etc.), y secundarias o sociales (curiosidad, seguridad, intimidad, respeto, etc.). Además, se aborda el tema de la psicología social -fundamental para el turismo como fenómeno social-, ya que como vamos a ver más adelante, dentro de la psicología social existen otros tipos de psicología presentes en el mundo del turismo como la psicología diferencial y el turismo psicológico; muy beneficiosos para los profesionales del turismo.

En el capítulo tercero analizamos el tema de las emociones en el proceso turístico. En el antes y el después de la práctica turística también se producen numerosas emociones, desde los nervios previos a las vacaciones hasta los recuerdos de la experiencia vivida. Como veremos, las nuevas tecnologías han ayudado mucho a experimentar y sentir un turismo inmersivo. Trataremos el papel fundamental que han tenido las tecnologías en el mundo del turismo para lograr experimentar la creación artística en primera persona con las llamadas exposiciones inmersivas. ¿Quién se iba a imaginar, que podría caminar sobre un cuadro de Van Gogh o sentarse en la mítica cama de la habitación de Arles? Hoy en día todo es posible gracias al metaverso o el entorno virtual.

Y, por último, en la parte final de este proyecto se enuncian y argumentan las conclusiones de la investigación realizada sobre arte, turismo y salud y las futuras líneas abiertas sobre los beneficios múltiples del conocimiento de las obras artísticas a través del viaje ya que promueve el crecimiento personal en todas sus dimensiones: emocional, cognitiva, física y social.

# **CAPÍTULO 1**

## **La Psicología del Arte**

## 1.1. ¿Qué es la psicología del Arte?

Para comenzar a establecer una estrecha relación entre psicología y arte, entre turismo y arte vamos a comenzar relacionando directamente el individuo al arte. En esta primera toma de contacto tenemos que comenzar hablando del psicólogo Rudolf Arnheim (1904-2007). De origen alemán, estudió psicología, filosofía, historia del arte e historia de la música; auténtico conocedor de las artes y vividor de ellas. Este psicólogo -uno de los primeros en establecer su conexión- afirmaba que los seres humanos pueden desarrollar nuevas cualidades y emociones simplemente apreciando las obras de arte. Así Arnheim (1954) dijo “donde quiera que haya seres humanos, hay arte”. En otras palabras, el arte no es privilegio de una minoría sino una actividad natural de la humanidad en su conjunto.

Siguiendo con este hilo argumental, Arnheim en su obra “Psicología del Arte” afirma lo siguiente para establecer los principios de relación entre ambas disciplinas:

la psicología, como ciencia humanista, está comenzando a nacer de un inestable acercamiento entre las interpretaciones filosóficas y poéticas del hombre, por un lado, y las investigaciones experimentales sobre los músculos, los nervios y las glándulas, por otro. Y apenas hemos llegado a acostumbrarnos a lo que pudiera ser tal ciencia de la mente cuando nos vemos enfrentados con la tentativa de abordar científicamente la más dedicada, la más intangible, la más humana de las manifestaciones humanas. Ensayamos una Psicología del arte. (Gisèle Marty, 1999, p. 13)

¿De qué trata esta rama de la Psicología?

Como fundamento tiene el estudio, la creación o la apreciación del arte desde un punto meramente psicológico. A la vez analiza capacidades del ser humano como la memoria, la percepción o la emoción que nos permiten relacionar directamente al arte con el turismo, y por ello, más adelante, serán objeto de estudio de esta investigación.

Siguiendo con la psicología del Arte, estudios recientes han demostrado que el arte sirve como terapia curativa, lo que conocemos como “arteterapia”. Se ha verificado que la creación o percepción del arte nos provoca una liberación de dopamina, una de las hormonas que nos produce sentimientos de realización, bienestar y felicidad. A su vez, el arte, en todas sus vertientes (pintura, música, danza, etc.) puede ayudar a controlar sensaciones de estrés o ansiedad, así como crear en nuestra mente un sentimiento de autorrealización positivo que engloba el desarrollo de actividades y relaciones sociales.

Durante el análisis de diversas fuentes se ha consultado la obra de Amós Vázquez Ortega “Gestalt, Creatividad y Arte. Un camino de espiritualidad laica”, donde se cita a Ramón Ballester, psicoterapeuta Gestalt, especializado en Arteterapia.

La palabra arte encierra en su esencia el misterioso encanto de una honda sabiduría. El arte reclama, tanto cuando lo percibimos como cuando lo realizamos, una especie de atención no habitual. Una atención que nos pone en contacto con nuestros niveles más profundos, con nuestro interlocutor interno. (Vázquez Ortega, 2014, p.107)

Este párrafo resume la relación entre arte y ser humano. El arte nos hace conectar con lo más recóndito de nuestro ser, nos hace encontrar emociones internas, así como exteriorizarlas. El arte no es una simple pintura, no es una simple “musiquilla”, no es una simple obra de teatro, no es un simple edificio... El arte nos ayuda a ser más humanos, y por ello, nos emociona esa pintura o esa canción que nos pone “la piel de gallina” e incluso, esa obra de teatro con la que reímos, lloramos y pensamos. Por lo tanto, el arte provoca muchas emociones; de su análisis y estudio se ocupa la psicología del arte, un ámbito de la psicología que analiza el arte como producto de mente humana y que tiene en cuenta el creador, el objeto artístico creado y la persona receptora de la creación.

Aunque se han dado muchas definiciones de arte a lo largo de la historia para concretar su significado -según la Real Academia Española (RAE)- es la “manifestación de la actividad humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma lo imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros”.

Es evidente que el arte y la cultura están estrechamente relacionados; premisa que les une con el turismo. Cuando se habla de arte quizá imaginemos grandes obras pictóricas, escultóricas o arquitectónicas que se han ido realizando a lo largo de la historia, como la Gioconda de Leonardo da Vinci, el David de Miguel Ángel, la Capilla Sixtina o el Coliseo de Roma. Estos quizá sean algunos de los ejemplos más emblemáticos y conocidos que nos vienen a la cabeza al pensar en arte. Pero cuando viajamos no solo apreciamos obras artísticas, también asistimos a espectáculos de danza, conciertos, obras teatrales, experiencias con el patrimonio histórico y artístico, etc. Todas estas vivencias, tanto en nuestra residencia habitual o fuera de ella, nos pueden llevar al pasado o a lugares remotos, pero es incuestionable que producen unos sentimientos y emociones en nosotros, analizados por la psicología del arte.

## 1.2. Psicología del arte a lo largo de la historia.

Tiene un principio científico que ha ido evolucionando a lo largo de la historia. Es reciente y tiene mucho camino que recorrer.

La psicología del Arte empezó a mostrarse con los estudios de Sigmund Freud y su psicoanálisis, que analizaremos más adelante. En este epígrafe no podemos hablar de una psicología del arte como tal, pero sí del interés que suscitaba en muchos intelectuales.

Uno de los primeros fue Gustav Fechner (1801-1887), filósofo y psicólogo alemán, autor de “Introducción a la Estética” (1876), donde empieza a reconocer que existía una clara relación entre lo que conocemos como obras de arte y las vivencias personales provocadas en el interior del espectador u observador. Posteriormente, esta teoría cobraría más fuerza influyendo en sus seguidores e incluso, en otros estudiosos de la percepción. De hecho, ya desde los inicios de esta rama de la psicología se estableció un enlace entre el individuo y el arte; entre los sentimientos íntimos que experimenta el espectador y la creación artística.

Heinrich Wölfflin (1864-1945), crítico e historiador de arte suizo. No es psicólogo, pero sí uno de los mejores historiadores del arte cuyas obras analizan el Renacimiento y el Barroco. Wölfflin -fiel conocedor de la historia del arte y del arte-

afirma en su obra “Conceptos Fundamentales de la Historia del Arte” (1915), que existía una conexión entre arquitectura y psicología. De hecho, compara la evolución del arte en la historia con la evolución de las personas y épocas. A la par de los tiempos, el pensamiento y la percepción humana se transforman. Para este autor el arte va de la mano de la evolución psicológica racional del artista y por ello, su estilo o forma de apreciar las cosas se modifica.

Wilhelm Worringer (1881-1965), historiador alemán y teórico del arte. En su obra “El arte y sus interrogantes” empieza a tomar contacto con el concepto del sentimiento vital en el proceso de creación artística; relaciona la perspectiva, desde la que el artista observa el mundo, y su desarrollo psicológico. A este autor se le atribuyen las primeras justificaciones teóricas del arte expresionista, así como su famosa teoría de la empatía expuesta en “Abstracción y Empatía” (1907).

Worringer, de manera directa, a través de la teoría de la Empatía expone que el hombre se expresa de manera profunda no a través del lenguaje, sino mediante la actividad artística. Defiende que, a través del arte, el individuo puede transmitir su subjetividad, sus emociones y expresiones más profundas. Además, -en esta teoría- afirmaba que el ser humano expresa sus emociones personales según la época histórica en la que viva y diferencia, por ejemplo, una época de guerra de una de auge económico, donde los sentimientos generalizados de la sociedad son totalmente distintos. En esta obra escribe que “el valor de la obra de arte, aquello que llamamos su belleza, reside, en términos generales en su capacidad de brindar felicidad”. (Worringer, 1907), cita que ayuda a entender la conexión entre arte, emociones e individuo; la obra de arte basa su valor e importancia en la felicidad que proporciona al receptor.

El siguiente investigador es Lev Vigotsky (1886-1984), psicólogo ruso, que comienza a plantear la necesidad de analizar el arte como un instrumento de expresión de las emociones humanas y desarrollo de la actitud de socialización. Dicho en otras palabras, entender el arte como transmisor de emociones y de relaciones sociales. Vigotsky fue el fundador de la psicología histórico-cultural o psicología socio-histórica, teoría que afirma que el desarrollo psicológico de una persona y sus capacidades psicológicas están marcadas por el momento histórico en que vive, sus relaciones sociales y el ambiente social. Por lo tanto, investigó y analizó la relación entre la mente y lo social; conviene recordar que el turismo es una actividad social.

Vigotsky buscaba una explicación objetiva a esta relación mente-social. Pensaba que cuanto más subjetiva fuera esta relación menos válida era. Buscaba una expresión de las emociones que despertase el arte en un conjunto social. Es así como se empieza a establecer evidencias de que el arte también es un fenómeno social -al igual que el turismo-, relación que se establece más adelante. Este autor afirma

en nuestra opinión, la idea central de la psicología del arte (más bien del arte y la psicología), es el reconocimiento de la superación del material a través de la forma artística, o el ver el arte como una manifestación social del sentimiento. (Vigotsky, 1960, como se citó en Elkonin 2006)

Para terminar, volvemos al inicio con la figura del alemán Rudolf Arnheim (1904-2007), psicólogo, filósofo e historiador del arte y de la música; uno de los primeros

investigadores en estudiar la corriente psicológica de la Gestalt aplicada al arte, y aquí surge la pregunta ¿qué es la escuela de la Gestalt?

### 1.3. La Gestalt y el arte.

La escuela de la Gestalt nació a principios del siglo XX en Alemania, de la mano de los precursores Max Wertheimer (1880-1943), Wolfgang Köhler (1887-1967), Kurt Koffka (1887-1941) y Kurt Lewin (1890-1947). Surgió de algo tan simple como el siguiente ejemplo: la secuencia de imágenes en un cuaderno. Cuando éramos pequeños hemos jugado a dibujar en las hojas de una libreta o cuaderno; al pasarlas rápidamente se consigue una imagen secuenciada en movimiento. Si nos fijamos en cada hoja, el dibujo permanece estático; si las pasamos rápidamente no vemos las hojas en movimiento, vemos la figura dibujada en movimiento. Esto fue un cambio de percepción, que recibió el nombre de “phi-fenómeno” y supuso el nacimiento de la escuela de la Gestalt.

El término “Gestalt” viene del alemán -no tiene una traducción única sino múltiple- pero el más utilizado es forma, de ahí que esta corriente también reciba el nombre de Psicología de la forma. La teoría de la Gestalt afirma que la mente es la encargada de modificar, mediante ciertas leyes incluidas en los estudios de sus precursores, todo aquello relativo a la forma que llega al intelecto mediante nuestros canales sensoriales como la percepción visual o la memoria. Según Marty (1999) el propósito de la Gestalt fue “el explorar la manera como la sensibilidad humana interpreta las señales procedentes del medio” (p. 71); establece la relación directa entre medio-estímulo, explicadas por la sensibilidad del hombre. El ejemplo más evidente relacionado con este tema es el siguiente: nos encontramos delante de una obra de arte que nos transmite cierta información al cuerpo y cerebro a través de estímulos como nuestra sensibilidad y múltiples sentidos. Como vemos, la escuela Gestalt tiene un claro punto de partida en sus investigaciones y es la percepción.

Max Wertheimer, fundador de la psicología de la Gestalt, fue un psicólogo alemán que se interesó en estudiar la organización perceptual, es decir, el estudio de la percepción de las cosas y cómo nuestra mente las transforma, las modifica o nos hace sentir lo que recibimos. Su interés por estudiar la percepción humana comenzó cuando estaba en una estación de tren y observó que sus luces, de manera intermitente, creaban una ilusión de movimiento. Así, nació el “fenómeno Phi”, como una ilusión del cerebro que percibe un movimiento continuo en donde solo hay una sucesión de imágenes -como ya hemos visto en el ejemplo anterior de la libreta-.

Rudolph Arnheim, uno de los principales estudiosos de la psicología del arte y de la escuela Gestalt, dijo en una ocasión sobre Wertheimer que “enfocaba la psicología como un científico puro interesado en las leyes del funcionamiento general y, al mismo tiempo, como un poeta que habla de la humanidad”. Alabó el trabajo de Wertheimer que establecía una clara relación entre arte y psicología. Más tarde, en el Instituto de Psicología de la Universidad de Frankfurt, conoció a los que serían dos de sus seguidores, Wolfgang Kohler y Kurt Koffka, juntos formarían el inicio de la escuela de pensamiento Gestalt.

En 1890 Von Ehrenfels, quien tenía cierto interés en la percepción de melodías musicales, analizó una de las primeras demostraciones de los fenómenos gestálticos. Para este autor una melodía no podía ser únicamente una suma de notas, sino que tenía que ser

algo más. La suma de notas es capaz de transmitir ciertas emociones en función de la percepción personal; se podría hablar de percepción musical. Pero serían Wertheimer, Kofka y Kohler los que indagarían más en la percepción visual.

A finales del siglo XX -aunque ya Wertheimer y el resto de los autores mencionados habían formulado las leyes básicas de la escuela Gestalt- aparecen otros grandes investigadores que enunciaron nuevas leyes. Entre ellos destacamos a Irvin Rock y Stephen Palmer, psicólogos americanos, autores de la ley de la región común y de la conectividad.

La escuela de la Gestalt tuvo como objetivo importante averiguar dónde y de qué modo se produce la agrupación gestáltica de la imagen, a partir de la percepción. Wertheimer afirma, como otros autores, que estos mecanismos gestálticos estaban en niveles muy tempranos del procesamiento de imagen, sin embargo, los mencionados Irvin Rock y Palmer opinaban todo lo contrario, que ese fenómeno tenía lugar en niveles más superiores de procesamiento. Irvin Rock, en un libro póstumo “Indirect Perception” (1997), volvía a defender que la percepción visual era algo complejo. En su opinión, no es un proceso directo en el que a través de los estímulos se obtiene información que llega a nuestra retina; es un proceso indirecto en el que algunas percepciones conscientes provienen de otras percepciones previas.

Para terminar, nos gustaría destacar dos fenómenos gestálticos en la psicología del arte actual; el primero relativo a un artista más conocido, y el segundo, a uno menos conocido pero muy representativo de la teoría de la Gestalt.

Antes debemos referirnos a la investigación sobre la percepción del cuadro de A.C. Hochberg (1970). Demuestra que los movimientos oculares acompañan a la inspección cognitiva de una escena, por lo que la naturaleza de la percepción es intencionada y da lugar a el “procesamiento top-down”, que se produce cuando un sujeto tiene una meta o un objetivo y procesa la información que recibe de cierto estímulo según sus propios intereses o propósitos. En otras palabras, que el control de la atención propia es voluntario y dirigido a unas metas propias, objetivos o intereses. Más adelante analizaremos la relación que tiene esto con el bienestar que produce la actividad turística.

Volviendo a los fenómenos gestálticos en la psicología del arte actual -partiendo de la referencia anterior- encontramos la teoría de figura-fondo, una de las aportaciones más interesantes.

Dos ejemplos para entender la teoría de figura-fondo: el primero, hace referencia a los estudios de Schuster y Beisl (1978) que utilizan obras de Dalí (“La persistencia de la Memoria”) y obras de Magritte (“Los Amantes”) que siguen la ley propuesta: un primer elemento más nítido –la imagen– y un segundo elemento más difuso que se presenta en segundo plano –el fondo–. Las respuestas a las preguntas ¿en qué nos fijaremos? ¿qué veremos primero? o ¿qué nos transmite cada elemento del cuadro? dependen solo de nuestra percepción visual.

Vamos a añadir un tercer ejemplo con un artista, menos conocido, pero con obras muy representativas de la aportación de la Gestalt a la psicología del Arte. El autor es M.C. Escher (1898-1972) y la obra “Relatividad” (fig. 1) de 1953, donde se aprecia la

teoría de figura–fondo, con un papel más inquietante, ya que algo que puede parecer normal a simple vista se puede volver imposible.

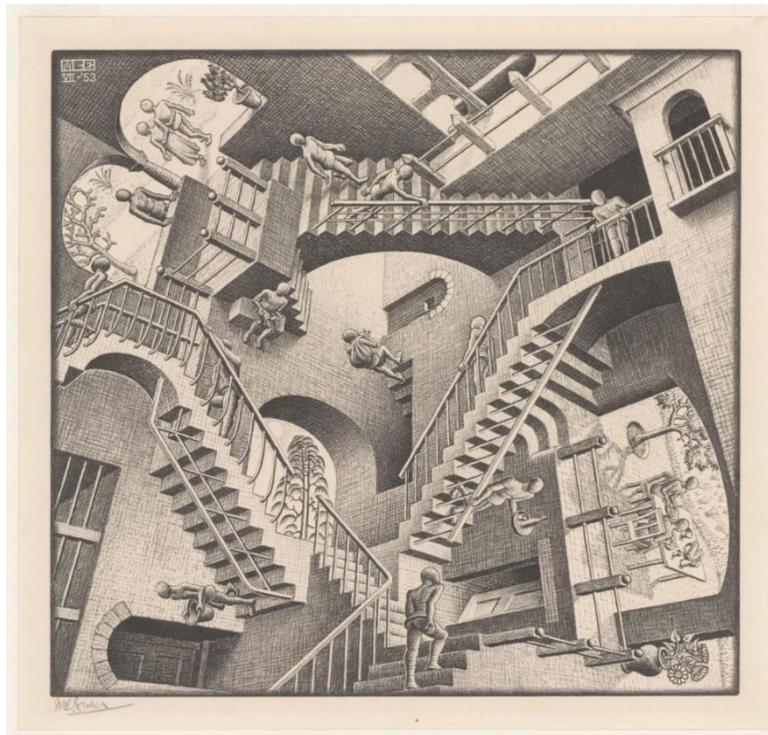


Fig. 1. Relativity. M.C. Escher.

Fuente:

[https://ep01.epimg.net/verne/imagenes/2015/07/13/album/1436801897\\_490586\\_1436806342\\_album\\_normal.jpg](https://ep01.epimg.net/verne/imagenes/2015/07/13/album/1436801897_490586_1436806342_album_normal.jpg)

Esta obra es conocida como el edificio paradójico ya que a simple vista puede parecer un simple edificio con escaleras; al fijarte en cada una de las partes se observa que tiene una figura (primer plano) y un fondo (segundo plano), pero si sigues mirando te das cuenta de que parece un edificio retorcido y lo que se apreciaba en un segundo plano pasa a un primer plano. En el edificio de Escher, es posible bajar una escalera y encontrarse en el edificio superior. Paradójico, ¿verdad? Este es uno de los fenómenos de percepción visual que se logra en los cuadros de Escher.

Para concluir, la percepción visual es un aspecto muy importante si hablamos de psicología del arte. A continuación, se establece la relación existente entre la Gestalt y el arte. Como turistas o viajeros necesitamos desarrollar nuestra percepción visual con el fin de disfrutar y sentir el arte, entendiendo este término como un todo.

#### 1.4. Psicoanálisis y el arte.

La psicología del Arte empieza a ver la luz con los estudios de Sigmund Freud (1856-1939), neurólogo austriaco de origen judío, una de las personas más influyentes del siglo XX. Padre del psicoanálisis, estudia la mente humana y elabora una teoría basada en que el cerebro guarda recuerdos y emociones en nuestro subconsciente. Como gran amante del arte pasaba muchas horas en los museos; cuyas obras admiraba, interpretaba y sentía en su interior. De hecho, coleccionaba esculturas. En su opinión, “el arte era un

movilizador de angustias”. Asimismo, creía firmemente en la relación entre el arte y la mente, por ello, en este epígrafe, analizaremos la relación entre psicoanálisis y arte. Antes de entrar en materia, vamos a explicar algunos de los descubrimientos de esta mente maravillosa de la historia de la medicina.

Sigmund Freud, junto con Joseph Breuer, comenzaron a investigar la histeria: enfermedad nerviosa que conlleva cambios psíquicos y alteraciones en las emociones y cambios físicos relacionados con convulsiones, parálisis e incluso sofocos. A partir de su estudio, Freud dio con algunos de los elementos claves en el psicoanálisis:

- El inconsciente: se podría definir como todo aquello a lo que no puede acceder nuestra mente, es lo que está más allá de nuestra conciencia. Para alcanzar las ideas que se encontraban en el inconsciente, Freud tenía sus propias técnicas -que veremos más adelante en un caso real y clave para el desarrollo del psicoanálisis-.

- Experiencias tempranas de la niñez: este punto engloba varios aspectos estudiados e investigados por Freud. Sus teorías afirmaban que, durante el desarrollo de un niño, desde el momento en el que nace, tenía ciertas fantasías, ansiedades infantiles, deseos pasionales (teoría que desarrolló con el desarrollo psicosexual de un niño) e incluso temores y ansiedades infantiles que, al no ser expuestas al exterior, al quedarse en el interior de la mente, luego se convertían en ideas ocultas en el inconsciente y, por tanto, en ideas que modificarían e incluso podrían afectar a su vida adulta.

Durante las edades psicosexuales, el niño o niña, tiene muchos problemas que no entiende. A la edad de seis años, más o menos, en la mitad del desarrollo psicosexual que establece Freud, el niño, comienza a experimentar lo que se conoce como “el complejo de Edipo”: observa la relación de sus padres y se pregunta cómo es la relación que él debe seguir, tiene la inquietud de dónde vienen los niños, comienza a preocuparse por su desarrollo sexual.

El niño, desde que nace, ve a su madre como su ser más querido y único en su vida, sin embargo, al observar que su padre también ama a su madre, encuentra aquí un claro enemigo hacia su “amor platónico”, que es su padre. Al ver a su padre como enemigo, pero a su vez, querer seguir sus pasos, el niño comienza a seguir a su padre y sus actuaciones; nacerá su pasión y atracción hacia las mujeres, ya que su amor hacia su madre es meramente familiar.

En el caso de la niña, se llama “complejo de Electra”, el amor de la niña sería hacia su padre y la madre sería su enemiga, así la niña comenzará a fijarse en los hombres de cara a un desarrollo sexual. Estos complejos, normales según Freud, en el caso de que aparezca algún fallo, se podría producir un desarrollo hacia la homosexualidad.

- Método de la libre asociación: es la confesión íntegra de la vida del paciente que es contada con todo detalle, sin que exista ningún tipo de impedimento o represión como el miedo.
- Teoría de la represión: narra cómo una experiencia, normalmente desagradable o dolorosa se borró de la mente, o se convirtió en parte del

inconsciente. Así, esa experiencia aparentemente no existiría en nuestra mente consciente, pero afectaría a nuestra vida desde la parte del inconsciente. Se trataría de una experiencia reprimida.

- **Transferencia:** punto que se alcanza entre el analista y el paciente tras mucho tiempo de hablar sobre experiencias personales y ver al analista como un amigo, un confidente e incluso, algo más. Normalmente, a raíz de esta confianza, el paciente acaba enamorándose de su analista, que representa una figura parental con la que puede vivir de nuevo los traumas de su infancia.
- **Interpretación de los sueños:** es una de sus investigaciones más importantes, con la que consiguió establecer una clara relación entre la psicología y el mundo onírico. Freud, afirmaba que a través de los sueños podemos encontrar fantasías sexuales reprimidas o el cumplimiento de deseos que guardamos en nuestro interior. Dado que las escenas de los sueños a menudo aparecen deformadas, disfrazadas, expresadas de otra manera, se necesita de un análisis para interpretar dichos sueños y así, interpretar lo que ocupa lugar en nuestro inconsciente. Freud (1899) define su investigación de la interpretación de los sueños de la siguiente manera:

Los sueños son el primer eslabón de una serie de formaciones psíquicas (...) su valor es más teórico que práctico y nos pueden ayudar a explicar la génesis de las fobias, neurosis e ideas obsesivas (...) Cada sueño se revela como una formación plena de sentido a la que cabe asignar un lugar preciso en la actividad consciente.

- **Estructura de la personalidad (yo, ello y superyó):** También conocidos en latín como “ego”, “id” y “superego”. El yo, es quizás la parte más real de nuestra personalidad interior. Es el contacto con la realidad y con otros individuos. Es nuestra parte consciente. Así como el ello es nuestra parte inconsciente, la parte que engloba nuestros deseos o nuestros impulsos sexuales instintivos. El ello es sinónimo de necesidad, hay unos deseos en nuestro inconsciente que queremos satisfacer. Por último, tenemos el superyó o superego, que se podría decir que es más inconsciente que consciente. Es una toma de contacto con la responsabilidad en la realidad. Así como el yo era una relación con los individuos, el superyó es la sociedad y la sociedad pocas veces satisface nuestras necesidades. Dicho de otra manera, el superyó es la parte del inconsciente que nos hace ser conscientes de muchas cosas y nos hace tener responsabilidad, es como “la voz de la conciencia”, es como esa voz de padre que nos recuerda cuando no cumplimos con nuestras obligaciones.

Freud en su obra “Estudios sobre la histeria” (1895) analiza la aplicación de estos términos en un caso concreto: Anna O, paciente de Joseph Breuer, mentor y amigo de Freud, presentaba síntomas aparentemente físicos como dificultad para hablar (después mutismo), parálisis parcial de partes del cuerpo, pérdida de sensibilidad en manos y pies, espasmos involuntarios, alucinaciones visuales... Tras miles de pruebas se descartó que

fueran síntomas de alguna enfermedad física y se llegó a la conclusión de que eran síntomas de una enfermedad mental, la histeria tratada por Breuer, durante años, a través de la hipnosis. Anna había vivido mucho tiempo dedicada únicamente a cuidar de su padre gravemente enfermo hasta su fallecimiento, momento en que el estado de histeria de la paciente había llegado a su límite. Mediante sesiones de hipnosis, Breuer veía como mejoraba, por lo que parecía un método efectivo para tratar la enfermedad; no fue así, su paciente se enamoró de él y Breuer tuvo que abandonar el tratamiento. Freud se dio cuenta de que el método de la hipnosis llevaba a la transferencia -que como hemos mencionado- es el estado de enamoramiento entre paciente y analista.

En este momento Freud comienza a desarrollar su teoría del psicoanálisis, a través de “la curación por palabra”; método en el que el paciente libera todos sus pensamientos íntimos mediante la palabra, llegando hasta su inconsciente para poder resolver sus problemas y liberar sus angustias. sí mismo, este autor se dio cuenta de que este método era más efectivo que la hipnosis, aunque también podía correr el riesgo de llegar hasta la transferencia.

Llegados a este punto, ya podemos dar una definición de lo que es el psicoanálisis. Teoría creada por Sigmund Freud que tiene un claro objetivo, la investigación y tratamiento de la mente humana con relación a los problemas emocionales de la infancia, la interpretación de los sueños o la técnica de asociación libre. El psicoanálisis se ha utilizado siempre como teoría para conocer el funcionamiento de la mente, método para tratar los problemas psíquicos o de investigación y, por último, muy importante para este estudio, como forma para ver y analizar los fenómenos culturales y sociales; aquí estaría el arte, la literatura, el cine e incluso los movimientos políticos y grupales.

Debemos recordar que Freud siempre tuvo presente la teoría de unión entre la psicología, el bienestar y el arte (en su sentido amplio). Para mostrar esta relación escribió “Psicoanálisis del arte”, que consta de cinco ensayos que analizan la vida o las obras de los artistas desde un punto de vista psicoanalítico:

- “Un recuerdo infantil” de Leonardo da Vinci
- El “Moisés” de Miguel Ángel
- El delirio y los sueños en la “Gradiva” de W. Jensen.
- Un recuerdo infantil de Goethe en “Poesía y Verdad”
- Dostoievski y el parricidio

Nos vamos a centrar únicamente en los dos primeros: “Un recuerdo infantil” de Leonardo da Vinci. Este hombre universal a través de sus numerosas obras expresó sus emociones reprimidas del inconsciente. Freud (1917), para poder ahondar en la investigación, decidió utilizar uno de los pocos documentos que existen sobre la vida del pintor; un breve texto -incluido en sus memorias infantiles- que narra un sueño en el que un buitre se posaba sobre él, le introdujo su cola (pene) en la boca y la meneó dentro de ella

parece que yo estaba destinado a estar siempre profundamente preocupado con los buitres –pues uno de mis primeros recuerdos es que estando yo en la cuna vino un buitre sobre mí, y abrió mi boca con su cola, y golpeó muchas veces mis labios con su cola.

Su significado: el buitre haría referencia a madre y a la gratificación oral de ser amamantado, que, según Freud, es uno de los principales placeres del ser humano que experimenta en su edad temprana. Aunque también este recuerdo se puede interpretar como una supuesta fantasía de una relación sexual pasiva, que desarrollaría en su edad adulta. Freud afirmaba, que Leonardo da Vinci era homosexual, y de hecho lo reprimió durante toda su vida. El psicoanalista lo dedujo porque en ese sueño, la referencia sexual es pasiva (le introducen la cola), no activa. Además, culpa de este hecho a su madre, que desde la infancia le dio grandes muestras de cariño -al ser abandonada por su marido- convirtiendo al hijo en el hombre de la casa, al ocupar el lugar del padre, lo que provocaría una madurez precoz de su erotismo y le robaría parte de su masculinidad.

Por lo tanto, para el austriaco, la interpretación del sueño corresponde a la representación de una “fellatio”, un acto sexual en que el pene se introduce en la boca de la persona. Es sorprendente el carácter pasivo de esa fantasía, que para Freud se asemeja a ciertos sueños o fantasías de mujeres u homosexuales pasivos que tienen el papel femenino en la relación sexual.

Si ya se había especulado con las inclinaciones homosexuales de Leonardo, para el padre de la teoría del psicoanálisis era evidente: Da Vinci fue un homosexual que, además, reprimió su tendencia sexual durante toda su vida.

Años después, Leonardo pasó a vivir con su padre y su madrastra teniendo en su vida dos figuras maternas y una paternal, ausente durante la niñez.

Estos sentimientos reprimidos los observamos en alguna de sus obras como La Gioconda o Mona Lisa, cuya sonrisa hace referencia a de su madre. Aunque Leonardo no tenía ninguna dificultad en plasmar desnudos masculinos, era casi incapaz de hacerlo con los femeninos (nueva señal de homosexualidad).

Otra de sus obras en la que reflejó su sueño es La Virgen, el Niño y Santa Ana (fig. 2) en la que las telas, de forma disimulada, recuerdan al buitre que dibujó en sus bocetos. Por una parte, hace referencia al sueño con el buitre y al recuerdo de chupar el pezón de su madre durante el amamantamiento, y por la otra, intenta explicar el cariño que recibió de su madre biológica primero, y de su madrastra, después. Su idea era representar a su madre junto a la Virgen, madre de Dios, dado que él había sido criado únicamente por la figura materna. De nuevo, en esta obra, localizamos una sonrisa parecida a la de La Gioconda que recuerda la de su madre.

Sin duda, el arte fue una manera de expresar sus sentimientos más ocultos.



Fig. 2. La Virgen, el Niño y Santa Ana. Leonardo Da Vinci

Fuente:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Un\\_reuerdo\\_infantil\\_de\\_Leonardo\\_da\\_Vinci#/media/Archivo:Leonardo\\_Freud.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Un_reuerdo_infantil_de_Leonardo_da_Vinci#/media/Archivo:Leonardo_Freud.jpg)

En segundo lugar, Freud analiza El Moisés de Miguel Ángel (figs. 3-4). En este caso no buscaba los sentimientos y emociones ocultas del inconsciente del artista, sino averiguar qué acontecimiento y qué instante del autor representa la obra.



Fig. 3. El Moisés. Miguel Ángel

Fuente: <https://masdearte.com/especiales/miguel-angel-julio-ii-y-las-visiones-inconclusas/>

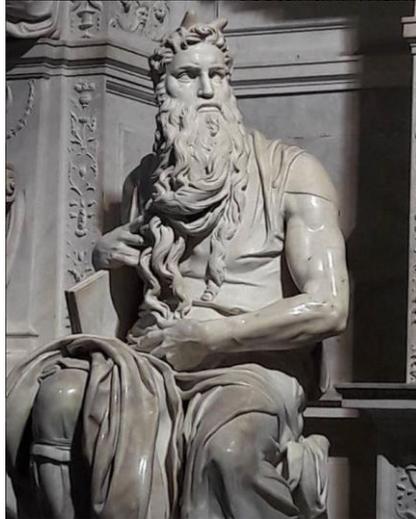


Fig. 4. El Moisés. Miguel Ángel

Fuente: <https://www.enroma.com/moises-de-miguel-angel/>

Freud en numerosas ocasiones viajó a Roma para visitar la iglesia de San Pietro in Vincoli donde se encuentra El Moisés. Una imagen que transmite fuerza debido sobre todo a la “terribilitá” en la mirada, vocablo italiano que designa la fuerza espiritual de las obras de Miguel Ángel junto al realismo. El espectador tiene la impresión de que la escultura se puede levantar y salir andando de la sala.

El mismo Freud admitió que ninguna otra obra le había ejercido un efecto tan impactante, por lo que sentía la necesidad de descubrir que es lo que realmente quería representar. Por ello, inició una investigación que analizaba los aspectos formales de la escultura:

- La inclinación de las tablas.
- La postura de Moisés en su asiento.
- El juego de los dedos de la mano derecha y la ondulación de la barba.
- La inclinación de la cabeza.
- La dirección de la mirada.

Según la reconstrucción de la escena (basada en la mano y barba), se desarrollan tres secuencias:

1. Primera: Moisés se encuentra sentado, quieto, en posición de reposo.
2. Segunda: Moisés gira su cabeza y se da cuenta de la escena. En un arrebato de ira, afloja la presión sobre las Tablas de la Ley dejándolas casi caer.
3. Tercera: Moisés se da cuenta, se detiene y acerca la mano que tenía sobre la barba a las Tablas de la Ley para sujetarlas.

A modo de conclusión, se podría indicar que el momento exacto que representa Miguel Ángel es en el que Moisés recupera la compostura exterior, sin caer en la emoción interior, salvando así las Tablas de la Ley.

Se han analizado dos ejemplos de Leonardo y Miguel Ángel; el primero se puede considerar como una de las primeras interpretaciones freudianas y el segundo, uno de los más significativos para Freud.

De esta manera quedaría demostrada la relación que existe entre la mente, el inconsciente y el arte. Al fin y al cabo, se podría decir que el arte es una forma de expresión de los artistas, bien como plasmación de sus emociones o como válvula de escape. En el siguiente capítulo analizaremos su relación con el turismo.

**CAPÍTULO 2**  
**La psicología y el turismo.**

## 2.1. Relación entre psicología del arte y turismo

Ya hemos analizado la influencia del arte en la personalidad, el ánimo o la salud mental del ser humano. Es evidente, que en el sentido amplio de la palabra, el arte (musical, arquitectónico, pictórico, teatral, literario, etc.) tiene una estrecha y directa relación con el bienestar de las personas. Existe una clara correspondencia entre la mente y el arte, pero vamos a dar un paso más estudiando la conexión entre psicología y turismo.

Si recordamos bien la psicología del Arte afirmaba que el arte es capaz de producir sentimientos y emociones positivas o negativas en el ser humano. Cualquier manifestación artística puede provocar risa, llanto, miedo o todas a la vez. Estos estados afectivos se convierten en emociones en el momento en que exteriorizamos la manifestación o estímulo interior.

De hecho, si hablamos de salud mental nos estamos refiriendo a la necesidad de exteriorizar los sentimientos internos, puesto que así forjamos nuestra personalidad. Si damos una definición -según la psicología del comportamiento- a la palabra emoción podríamos decir que es una estructura de comportamiento que nace de causas internas o externas, directas o indirectas, cuyo efecto persiste en el tiempo incluso con la desaparición del estímulo.

Así mismo, las emociones no se manifiestan de la misma manera en el mundo; de hecho, en algunas culturas, está mal visto exteriorizar ciertas emociones. Así, por ejemplo, en la cultura occidental es más habitual ver llorar a una mujer que a un hombre; en otras culturas no hay esta diferenciación, al estar mal visto llorar en público. Si comparamos Occidente con Oriente, en China las diferencias son aún más evidentes. Como, por ejemplo, mientras que en Occidente el aplauso tiene un significado de felicidad o respeto, en China significa todo lo contrario, desilusión o preocupación; un niño sacando la lengua quiere expresar desagrado en Occidente, mientras que en China expresa sorpresa. Como vemos, a la hora de viajar y conocer el mundo no solo tenemos que descubrir el destino, sino también sus gestos y forma de expresar emociones.

Es más, existen múltiples estados emocionales, pero solo hay tres naturalezas básicas de emoción: miedo, ira y placer. El primero, el miedo hace referencia a algún temor extremo asociado a una experiencia vivida; el segundo, la ira se asocia a una frustración existente y, por último, el placer se identifica con algo que nos produce satisfacción o bienestar. Podemos ver estas tres naturalezas de la emoción en el mundo del turismo, incluso pueden llegar a ser protagonistas de nuestro viaje, condicionar nuestro destino o la actividad turística. Aunque el turismo se utiliza como sinónimo de búsqueda del bienestar físico, mental e incluso social, podemos enfocar el viaje con el fin de poder establecer relaciones sociales y emociones placenteras.

Si aplicamos este tema al arte, desde luego no puede faltar la mención del teatro y las máscaras de la comedia y la tragedia. Probablemente una de las imágenes más representativa de la existencia de emociones en el arte y, por supuesto en el teatro, el arte de representar y transmitir. Este gusto del arte por comunicar emociones no es reciente - existe desde el inicio de los tiempos-. Los griegos ya representaban obras teatrales en las que para construir un personaje -género, personalidad o emoción- utilizaban las conocidas máscaras griegas (figs. 5-6) que con el tiempo se han ido perfeccionando para poder dar más información del personaje al que representan.



Fig. 5. Máscaras griegas de la tragedia y comedia

Fuente: <https://www.usroasterie.com/historia-de-las-mascaras-griegas.html>



Fig. 6. Máscaras griegas de la tragedia y comedia

Fuente: <https://www.cultura10.org/griega/mascaras/>

Quizá, una de las mayores polémicas, según el contenido emocional de la obra, es la expresión facial de La Gioconda o Mona Lisa (fig. 7) de Leonardo Da Vinci. Parece que su mirada sigue al espectador desde cualquier punto, lo que puede parecer inquietante, junto a su sonrisa. Su expresión facial ha sido una de las más cuestionadas en la historia del arte y, todavía hoy es una incógnita que perturba al público que desconoce si expresa serenidad, tristeza, alegría, emoción... Como no hay ninguna documentación que lo pueda determinar, está sin resolver. Probablemente era lo que pretendía el autor; la percepción individual de la obra de manera diferente.



Fig. 7. La Gioconda o Mona Lisa. Leonardo Da Vinci

Fuente: [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/mona-lisa-enigmas-obra-maestra-leonardo-da-vinci\\_12799](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/mona-lisa-enigmas-obra-maestra-leonardo-da-vinci_12799)

Resulta evidente que, para poder expresar una emoción, primero hay que percibirla. Si hablamos de percepción nos estamos refiriendo a todo lo que percibimos a través de los sentidos y que sirve de alimento a nuestra psique. Dicho de otra manera, la percepción nos ayuda a organizar los datos sensoriales que recibimos. Así sabemos que en el exterior hay un objeto, que es real y, según lo que conocemos, le atribuimos unas cualidades. Todos estos datos sensoriales percibidos son organizados en nuestro cerebro en base a nuestras necesidades, deseos y experiencias. Esto nos lleva al inicio de la psicología del arte. Lo que percibimos, por ejemplo, una obra de arte nos va a producir, según las necesidades, deseos o experiencias propias, una emoción diferente. Por tanto, aunque el arte puede influir bastante en la mente de las personas, es un aspecto muy subjetivo, al depender de la personalidad de cada individuo. Una misma obra artística observada por varias personas al mismo tiempo, va a provocar percepciones y sensaciones diferentes.

Además, hay múltiples factores que influyen:

- La atención: nuestra capacidad de percepción de algo se puede ver alterada por la atención que pongamos que se basa en factores externos e internos. Entre los primeros encontramos, por una parte, las modificaciones de estímulos, como la percepción de un ruido cercano que puede enfocar nuestra atención hacia ese estímulo externo o hacia el movimiento cercano que podemos discernir con el mismo efecto; el tamaño de los objetos, si es grande captará más nuestra atención que si es pequeño.
- Por otra parte, están los estímulos internos: motivos o motivaciones. Debido al objeto del estudio, se aplicará en un ejemplo turístico. Viajamos a una ciudad, tenemos hambre y ponemos toda nuestra atención en buscar un restaurante. Resulta evidente que en un viaje la atención se centrará en

nuestras motivaciones turísticas: visitas a museos o conocer la ciudad; factor interno que focaliza nuestra atención. Aún, en relación con este ejemplo, hay otro factor interno que determina la atención, los intereses personales. Como hemos mencionado, si lo que nos interesa es conocer la ciudad o los museos enfocaremos nuestra atención en ese objetivo. Por ello, la percepción nos ayudará a tomar decisiones en nuestros viajes.

- Características del observador: tales como las necesidades, los valores, la actitud o la personalidad de quien recibe los estímulos desde una percepción u otra. Si nos fijamos en el ejemplo anterior de la persona que tiene hambre durante su viaje -según sus características propias y subjetivas-, va a preferir un lugar u otro para comer. De nuevo, estas peculiaridades nos ayudan a tomar una decisión mientras practicamos turismo. Igualmente está demostrado que según la “forma de percibir” de un individuo se pueden descubrir aspectos importantes de su personalidad. Esto es posible gracias a lo que conocemos como “pruebas proyectivas” basadas en la presentación de una serie de estímulos para que el individuo proyecte su personalidad ante el estímulo que recibe.
- El aprendizaje: nuestras percepciones dependen también del aprendizaje previo y de las experiencias vividas con anterioridad a la exposición a cierto estímulo. A través de nuestro aprendizaje y nuestro acondicionamiento hemos aprendido a asociar entre sí objetos, personas, palabras y sonidos con las emociones, los actos, las recompensas y los castigos, entre otras cosas. Así se ha ido alterando nuestra percepción. Como ejemplo, dos personas realizando el mismo viaje, un marinero y un profesor de botánica y se exponen al mismo estímulo, un parque lleno de árboles. Ambos lo van a percibir de manera diferente debido a su profesión; el marinero lo verá como un contraste con su entorno habitual y el profesor de botánica como algo cotidiano en su vida, algo normal. En este caso, el marinero recibirá una percepción del estímulo más impactante. En síntesis, el aprendizaje vivido va a condicionar nuestra percepción de las cosas.

A través de este análisis se llega a la conclusión de que la percepción del mundo del individuo se basa tanto en factores individuales de la personalidad -innatos, adquiridos, intelectuales y afectivos-, como del campo perceptivo y de los objetos, ya que el lugar o el momento en el que se observa algo también va a modificar la percepción del individuo.

Aunque los fenómenos perceptivos tienen mucha importancia en el mundo del arte, no siempre ha sido así. Hace mucho tiempo, los egipcios pintaban figuras de perfil que carecían de perspectiva, pero no fueron los únicos, en las pinturas chinas, las líneas tendían a separarse en lugar de unirse. De hecho, no fue hasta la llegada del Renacimiento italiano cuando se introdujo la perspectiva lineal en el mundo del arte. Ya en el siglo XX

encontramos un claro ejemplo de punto de vista basado en la perspectiva en el cuadro Gala mirando al mar (fig. 8), 1975 de Salvador Dalí; curiosa obra de arte que representa a una mujer mirando al mar, pero si observamos la imagen a 18 metros veremos representado a Abraham Lincoln, expresidente de Estados Unidos. Dalí quiso poner en evidencia que un cambio en la organización perceptiva nos permitiría observar imágenes distintas.



Fig. 8. Gala mirando al mar. Salvador Dalí

Fuente: <https://www.salvador-dali.org/es/obra/catalogo-razonado-pinturas/obra/870/gala-desnuda-mirando-el-mar-que-a-18-metros-aparece-el-presidente-lincoln>

Asimismo, en el siglo XX nació una corriente artística que jugaba con la organización perceptiva, el Op art (Optical art), o lo que es lo mismo arte óptico. Destacamos al artista Yaacov Agam y su obra Doble metamorfosis II (fig. 9) en la que se produce un cambio de formas continuo según el ángulo visual que elija el espectador.



Fig. 9. Double Metamorphosis II. Yaacov Agam.  
Fuente: <https://www.moma.org/collection/works/78793>

Ya hemos analizado como la psicología del Arte está directamente relacionada con la percepción -a través de los sentidos- y con las emociones que nos producen ciertos estímulos que percibimos. A través de los ejemplos se ha puesto en evidencia la relación directa con el mundo del turismo, pero no podemos terminar este apartado sin antes analizar la relación directa entre tiempo libre y salud mental desde el punto de vista turístico.

Si hablamos de turismo no podemos olvidar el elemento básico para que se produzca: el tiempo libre unido al ocio en nuestro periodo vacacional. Con el término tiempo libre se hace referencia a un espacio temporal, una vez concluidas las obligaciones laborales y si hablamos de ocio, a toda actividad que hemos elegido voluntariamente con el objetivo de entretenernos.

El tiempo libre lo podemos dividir en diario -espacios en los que no trabajamos durante el día-; fines de semana -incluye aspectos sociales y de recreación en sociedad- y, el vacacional, objeto de nuestro análisis. Las vacaciones son sinónimo de descanso, desconexión y sobre todo de bienestar, tanto físico como mental. Está demostrado que los periodos de descanso ayudan a las personas que tienen algún tipo de trastorno psíquico con la evasión del día a día y de sus problemas. Durante nuestro periodo vacacional -según nuestras necesidades, motivaciones o intereses- vamos a buscar un tipo de ocio u otro, siempre con el objetivo de alcanzar el bienestar. Esta temática será también abordada en el siguiente epígrafe: las motivaciones y necesidades que nos mueven a hacer turismo, puesto que lo primero que aparece en nuestro interior es una necesidad o motivación para buscar la satisfacción propia.

## **2.2. Psicología y turismo: motivaciones del viajero.**

Como se ha expuesto, nuestra capacidad de hacer turismo se basa en nuestras motivaciones y necesidades. De hecho, se podría decir que las motivaciones, los motivos y las necesidades son los motores de la conducta humana.

Analicemos las motivaciones y su proceso. La motivación es una actitud del ser humano que favorece la aparición de una conducta como respuesta a un estímulo recibido. Por ejemplo, una campaña publicitaria busca desarrollar un comportamiento en el individuo incidiendo en su motivación. Existen tres fases: la primera caracterizada por un motivo que nos impulsa a la acción producida por una necesidad o déficit de algo que buscamos satisfacer; en la segunda se manifiesta la conducta y la tercera alcanza el objetivo y se produce la satisfacción.

Una vez que sabemos qué es la motivación conviene tener en cuenta que su origen puede ser fisiológico (hambre, sed, deseo sexual...) o social (proceso de socialización en nuestra vida y, por lo tanto, aquí se sitúa el turismo). Así mismo, podemos referirnos a la motivación fisiológica como un estado motivacional primario y a la social, como secundario. En este caso concreto, la investigación se centra en los estados motivacionales secundarios, al estar relacionados con el tema central de este proyecto. Pero conviene no olvidar que durante la práctica del turismo se pueden presentar estados motivacionales primarios. Por ejemplo, supongamos que nos encontramos en una ciudad desconocida practicando actividades turísticas y de pronto se nos manifiesta una motivación interna primaria relacionada con el hambre; debemos satisfacerla mediante el llamado turismo gastronómico, pero, al mismo tiempo, es una motivación secundaria por ser una actividad social. Además, se desarrolla la motivación de la curiosidad que nace en nuestro interior y nos impulsa y motiva a realizar una constante búsqueda de nuevos estímulos. Con frecuencia, esto ocurre en el mundo del turismo, porque cuando viajas quieres conocer, probar o recibir nuevos estímulos.

Antes de producirse una motivación aparece la necesidad: sensación de carecer de algo que hay que satisfacer para que desaparezca su carencia. En el caso concreto del turismo se puede presentar la necesidad de viajar para desconectar, que no será satisfecha hasta que se realice el viaje.

Dentro de los factores motivacionales para viajar existen: factores push y factores pull. Los primeros, internos, son de empuje; motivos relacionados con la satisfacción de necesidades imprescindibles para conservar la vida y, los segundos, factores externos, que nos arrastran a realizar ciertas actividades para satisfacer nuestros deseos.

En consecuencia, resulta necesario para viajar conocer las necesidades y motivaciones del individuo; también en el ámbito profesional. Por ejemplo, para una

agencia de viajes es muy importante poder ofrecer a sus clientes las experiencias más satisfactorias. Por ese motivo, se suele consultar la “pirámide de las necesidades humanas” (fig. 10) de Abraham Maslow, donde se jerarquizan para lograr su satisfacción (la altura en la pirámide es sinónimo de importancia). En opinión de Maslow (1943) “las personas tienen -en un orden particular- cinco tipos de necesidades. En la medida que se satisface un nivel de necesidad, se activa el deseo de cumplir el siguiente”.



Fig. 10. Pirámide de A. Maslow

Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide\\_de\\_Maslow](https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow)

Sin embargo, Maslow no fue el único en crear un orden jerárquico de las necesidades; Philip Pearce (1982) elaboró una pirámide estableciendo las motivaciones turísticas, de menor a mayor importancia:

- 1. Necesidad de relajación (descanso/actividad).
- 2. Necesidad de estimulación (seguridad/emociones fuertes)
- 3. Necesidades sociales (de familia y relaciones íntimas de amistad).
- 4. Necesidades de autoestima (desarrollo personal, cultural, histórico, medioambiental).
- 5. Necesidades de autorrealización (búsqueda de la felicidad).

Dejando a un lado las motivaciones personales e incluso las necesidades, el impulso principal vendría de una necesidad provocada por el interés, el entusiasmo, la curiosidad, etc., del ser humano. Dicho de otra manera, los motivos y las motivaciones para viajar son algo muy subjetivo, siempre dependerán de la personalidad del individuo, de sus circunstancias personales, etc., y sería difícil establecer unas motivaciones generales. En algunos casos se puede decir que el turista viaja en base a sus intereses o su necesidad de aprendizaje. Aun así, hay tres grandes grupos de motivaciones generales en el mundo del turismo:

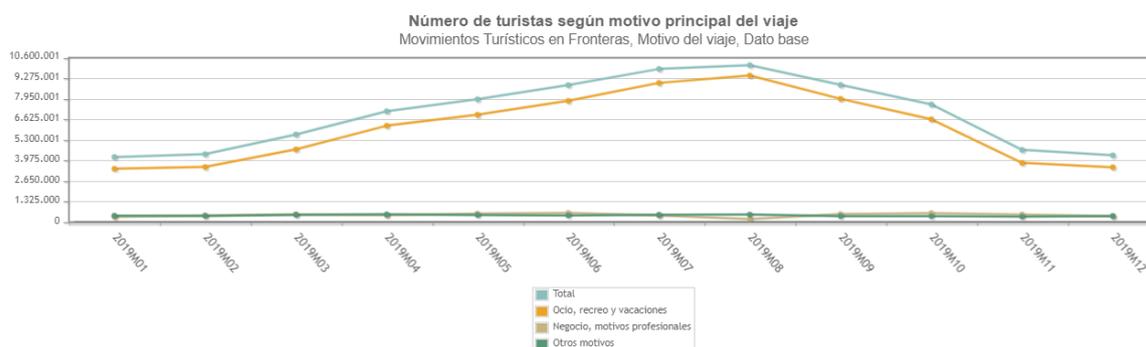
- Motivaciones personales: la necesidad de contacto con la naturaleza en la que necesitamos esta relación con el medio ambiente para encontrar nuestro bienestar o la de conocimientos.

- Motivaciones familiares: viajes que nos incitan a visitar a la familia fuera del lugar habitual de residencia o simplemente la necesidad de compartir más momentos con ella.
- Motivaciones sociales: necesidades de distinguirse del grupo (sobresalir de otros) o de imitación (seguir los pasos de otros).

Aunque es difícil establecer motivaciones comunes a todos los individuos, John Crompton (1979) basó sus teorías de las motivaciones principales del viaje en dos aspectos: la necesidad de escapar y la búsqueda de lo nuevo. El turismo es una liberación de la represión que produce la rutina diaria, el trabajo y las obligaciones personales de cada individuo; vemos el turismo como un sinónimo de libertad. Un requisito para satisfacer esa necesidad es tomar distancia con el ambiente doméstico; es necesario abandonarlo durante un tiempo para poder sentir esa liberación, la posterior relajación y bienestar general del individuo. Por otra parte, la búsqueda de lo nuevo está ligada al aprendizaje y desarrollo interno/externo del individuo que viaja en función de esa motivación y tiene un deseo por aprender y descubrirse a sí mismo.

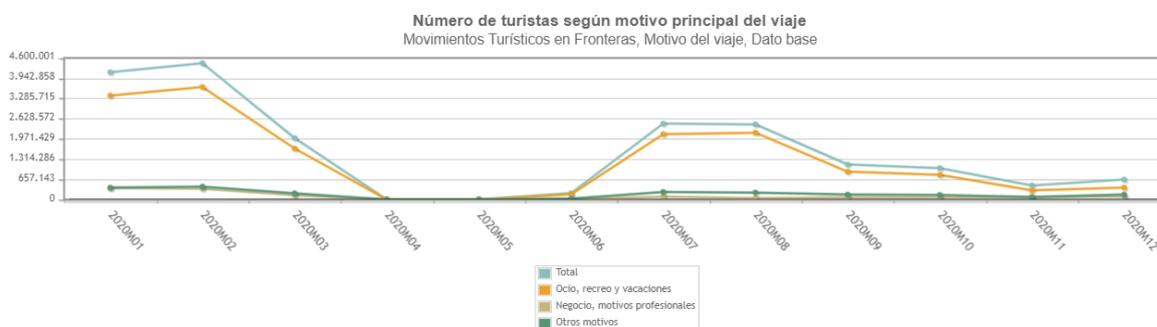
Pero, el ser humano no solo viaja por motivación o por satisfacer una necesidad, lo hace por otros motivos como el ocio en su tiempo libre o por “obligación”, por motivos de trabajo. También -como hemos analizado- puede viajar por causas familiares. El Instituto Nacional de Estadística (INE) realiza todos los años un informe sobre los motivos principales de los turistas para realizar un viaje. Nos ha parecido relevante para el análisis mostrar dos gráficas en las que se aprecia el cambio motivacional en España entre 2019 –año en el que se viaja con normalidad– y 2020 –afectado por la Covid 19–.

Tabla 1. Número de turistas según el motivo principal del viaje (2019)



Fuente: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=13864#!tabs-grafico>

Tabla 2. Número de turistas según el motivo principal del viaje (2020)



Fuente: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=13864#!tabs-grafico>

Como se puede observar en las gráficas (tablas 1 y 2), el principal motivo para realizar un viaje es el ocio; se busca la satisfacción y bienestar. A continuación, a la par, el turismo de negocios y otras motivaciones. Del año 2019 al 2020 el turismo decrece a causa de la COVID-19; sufre una pequeña recuperación y, de nuevo, un descenso por miedo a la pandemia y sus restricciones para frenar la propagación. Por lo tanto, resulta evidente que el turismo también depende de factores externos que no se pueden controlar.

Desde luego, todos los estudios, informes o análisis que se realizan son de gran ayuda para conocer mejor el mundo del turismo, la mente del consumidor o turista y, de esa manera poder mejorar su experiencia y favorecer su satisfacción. Este tipo de investigaciones las lleva a cabo la psicología del turismo, una rama de la psicología social. Sin embargo, no conviene olvidar que la propia psicología social ayuda a conseguir mejorar la experiencia turística como se analizará en el siguiente epígrafe.

### 2.3. Psicología social.

Ya podemos afirmar que la práctica de turismo y sus actividades resultan beneficiosas para nuestra salud. Aunque, hoy en día, la práctica del turismo lo vemos como algo normalizado, no siempre fue así. Es a partir del siglo XX cuando la burguesía generaliza el turismo por placer; la práctica más común era el turismo de salud. Visitaban balnearios para lograr un bienestar físico y mental. Tras la Segunda Guerra Mundial el turismo empezó a convertirse en un fenómeno de masas por:

- Aumento del tiempo libre al reducir la jornada laboral a ocho horas diarias y el domingo como no laborable.
- Incremento del nivel adquisitivo y mejoras en las condiciones de trabajo: periodo de vacaciones y retribuidas.
- Firma en 1992 del tratado de Maastricht, clave para mejorar la movilidad dentro de Europa.
- Mejoras generales en el sector de los transportes y sus infraestructuras.
- Mejoras en el área de información y comunicación con la aparición y posterior desarrollo de las nuevas tecnologías, que hoy en día facilita nuestros viajes.
- Nacimiento de los turoperadores y las agencias de viaje que promocionan los viajes con la reducción de las tarifas y los precios de los alojamientos.

Por estas y otras muchas razones, se puede dar respuesta a la pregunta ¿por qué viajamos? Todos estos aspectos fueron decisivos para el desarrollo del turismo.

Si bien, todo lo expuesto nos ayuda a comprender por qué viajamos, hay razones más subjetivas. Podríamos preguntarnos ¿qué nos incita a viajar? La respuesta alude a aspectos internos.

A continuación, realizamos un pequeño repaso a lo ya estudiado. Nos incita a viajar la motivación, las necesidades y la satisfacción. La sensación de carencia o falta de algo nos produce una necesidad que, en el caso concreto del turismo, estaría producida por un motivo como la necesidad de desconexión o de conocer un destino para buscar nuestra satisfacción y bienestar general.

Por lo tanto, para que la actividad del viaje se produzca, tiene que existir un motivo que nos impulse a realizar esta actividad y alcanzar el bienestar. En opinión de Crompton (1979) la actividad turística dependía de tres factores: la homeostasis, los motivos de empuje o arrastre y los factores sociopolíticos. El primer impulso para viajar es un desequilibrio en nuestra homeostasis, es decir el malestar que sentimos cuando estamos convencidos que necesitamos viajar para alcanzar el bienestar total. Este desequilibrio en nuestra homeostasis se produce por factores de empuje y arrastre tales como escapar de nuestros problemas diarios, rutina, profundizar en nuestro ser, en nuestras aficiones, aumentar nuestras relaciones sociales y mejorarlas, etc. De esta manera, la homeostasis y los factores de empuje y arrastre nos incitan a viajar. Posteriormente a este proceso interno, los factores sociopolíticos son los que nos ayudan a elegir el destino que queremos visitar. Para este autor (1979) “la motivación para viajar tiene su raíz en el estado de tensión y desequilibrio que se produce a nivel psicológico en el turista por efecto de necesidades y deseos”.

Estos aspectos son analizados por una rama de la psicología llamada psicología social que estudia la influencia que tienen las relaciones sociales sobre la conducta y los estados mentales del ser humano. Aunque tiene otras subáreas, en este caso nos interesa el área de la psicología del turismo que examina los procesos psicológicos relacionados con la conducta individual y social del individuo a la hora de realizar una actividad turística, así como el estudio del comportamiento o la interacción existente entre individuos durante su práctica.

En 1935, Robert Glücksmann daba una de las primeras definiciones de turismo desde un punto de vista sociológico; se refería al turismo como un fenómeno social y no meramente económico como se creía hasta ese momento. He aquí sus palabras “el movimiento de forasteros es la suma de las relaciones entre personas que realizan su estancia circunstancialmente en un lugar y los habitantes habituales del mismo”.<sup>1</sup>

Otro autor -ya mencionado- Pearce, considerado el padre de la psicología del turismo, estudió las actitudes de los turistas, sus comportamientos y convivencia con los residentes. Este autor, en relación con el estudio de las variables relacionadas con los turistas, estable tres niveles:

- Nivel de demostración: analiza todos los estudios realizados relacionados con las actividades del turista y el choque existente entre turista y residente.
- Nivel simbiótico: investiga: investiga, aparte de la relación entre turista y guía turístico, los estudios relacionados con motivación, salud, disfrute y bienestar del turista (a ellos nos hemos referido al mencionar a este autor).
- Nivel de consulta: engloba todos los estudios relacionados con la satisfacción del turista.

Gracias a todas sus investigaciones, Pearce consiguió importantes datos sobre los roles turísticos y las distintas motivaciones y comportamientos de los turistas que aparecen reflejados en su mencionada “pirámide de las motivaciones”.

De igual forma, la psicología del turismo tiene relación con otras disciplinas de la psicología como la psicología diferencial que estudia las diferencias entre personas motivadas, entre otros, por aspectos motivacionales, educativos o económicos; la psicología cultural que analiza las diferencias de comportamiento entre personas de distintas culturas. Aunque estas son solo dos disciplinas con las que tiene relación la psicología del turismo, existen otras muchas, como la psicología étnica, la psicología social y de masas, la psicología de la comunicación...

Otra de las subáreas de la psicología social que tiene más relación con el turismo es la psicología del ocio y tiempo libre. Antes de definir esta materia, debemos recordar que a lo largo de la historia siempre ha existido el ocio. Los griegos entendían el “skhole” (parar o cesar) como estar desocupado para disponer de tiempo para uno mismo, y conseguir un estado de paz y contemplación creadora; para los romanos el ocio era no trabajar e introducen “el ocio de masas” en los anfiteatros, termas o teatros; en la Baja Edad Media y el Renacimiento se caracterizaba por dedicarse a actividades elegidas como la guerra, la política, el deporte o la religión; en la Edad Moderna, el ocio (improductivo) se contraponía al trabajo (productivo); con la revolución industrial, la jornada de trabajo aumentó y en 1948, la Asamblea de las Naciones Unidas aprueba la Declaración

---

<sup>1</sup> Citado en Dachary, A y Arnáiz, S. (2006), p. 12.

Universal de los Derechos Humanos, donde el ocio y tiempo libre son un derecho. Por todo lo expuesto, la psicología del ocio y tiempo libre analiza el comportamiento del individuo en su tiempo libre y durante la realización de actividades de ocio.

La psicología social -en especial la psicología del turismo- representa una gran herramienta para los profesionales del mundo del turismo ya que proporciona datos como las motivaciones del turista, sus tipos, los beneficios para la salud e incluso sus efectos negativos. En el caso de una agencia de viajes, estos datos resultan importantes para conocer mejor al cliente y poder adaptar la experiencia del viaje a su personalidad para que sea más satisfactoria y beneficiosa para su salud. No solo se usa en agencias de viaje, también en campañas publicitarias del sector turístico, atención al turista o incluso por los guías o informadores turísticos.

Muchas veces la práctica de turismo se hace con el fin de mejorar la salud física, pero sobre todo mental. De hecho, se denomina turismo psicológico al que tiene como objetivo restaurar el estado psicológico de la persona. En estos casos, suelen ser personas con problemas y mucho estrés, a los que se les recomienda para lograr su bienestar mental. De hecho, los beneficios son muchos, entre ellos:

- Reducción de estrés y ansiedad: la rutina de trabajo muchas veces puede llegar a saturar nuestro estado psicológico llegando a producir un cansancio mental y emocional; viajar en muchas ocasiones nos libera.
- Desarrollo de habilidades sociales: el turismo es un fenómeno social que nos pone en contacto con otras personas e incluso se comparten experiencias, lo que desarrolla nuestra capacidad interna social.
- Manejo de conflictos: en ocasiones durante nuestros viajes se plantean conflictos que tenemos que resolver, y hacerlo en un lugar alejado de nuestra zona de confort ayuda a desarrollar más esta capacidad interna.
- Aumenta nuestra capacidad de aprendizaje: cuando viajamos realizamos visitas y aprendemos datos, costumbres, conocemos gente diferente, en definitiva, nos enriquecemos culturalmente, siendo un aspecto positivo de cara a nuestro aprendizaje.
- Aumenta nuestra felicidad: como hemos analizado el turismo es sinónimo de bienestar. La emoción por conocer nuevos lugares, culturas, compartir experiencias con seres queridos o con otras personas nos produce un aumento de la felicidad momentánea y posterior, al recordar todos los recuerdos del viaje.

En relación, a ese aumento de la felicidad que produce viajar, existen efectos parecidos en nuestro cerebro motivados por el arte en todas sus vertientes o mirar a la persona que amamos, ya que aumenta el flujo sanguíneo del cerebro hasta un 10%.

El profesor Semir Zeki, neurobiólogo, desde 2008 profesor del University College London (UCL), realizó un estudio en el que sometía a varios voluntarios a la observación de veintiocho imágenes de grandes obras de arte. Tras observar la reacción de sus cerebros, se percató de que se excitaba la misma parte del cerebro que cuando te enamoras. Tras esta investigación pudo afirmar que ver arte producía un aumento de la

dopamina -sustancia que nos hace sentirnos bien y alcanzar bienestar y felicidad- mediante un sentimiento de placer muy intenso. En su obra *Una visión del cerebro* (1995) afirma que “los artistas son neurólogos que estudian la organización de la parte visual del cerebro”. Hay una clara relación entre el arte, los artistas y el cerebro.

Aunque durante este proyecto hemos analizado como el arte y el turismo son creadores de bienestar en nuestra salud; hay experiencias turísticas que pueden ser desagradables y contribuir a la pérdida de la salud psicológica como, por ejemplo, la práctica de turismo extremo que provocan estrés o angustia y hacen que el turista entre en un estado o ataque de pánico caracterizado por un episodio repentino de miedo intenso, que suele ir asociado a prácticas de turismo deportivo extremo o turismo oscuro. Si es verdad, que las agencias de viaje suelen preparar e informar al cliente.

En el siguiente capítulo, se analiza la diferencia entre prácticas de turismo que produce bienestar y otras que lo reducen, pero en ambas, las emociones sentidas en el viaje dependen mucho de la personalidad y forma de ser del individuo.

**CAPÍTULO 3**  
**El acercamiento entre las emociones y el turismo**

### 3.1. Emociones en el mundo del turismo.

Ya hemos analizado y tenemos pruebas concluyentes de que el turismo y más concretamente, las actividades turísticas generan emociones y bienestar para el ser humano. Actividades como la visita a un museo, una catedral, un castillo o la práctica de un deporte extremo, de un turismo de naturaleza pueden provocar un pequeño terremoto de emociones en nuestro interior, dependiendo de nuestros intereses o nuestra personalidad.

También hemos visto que estas emociones se pueden manifestar de manera positiva o negativa. Así, por ejemplo, si somos amantes del arte y visitamos el Museo del Prado, quizá sintamos un sentimiento de admiración, incredulidad o emoción al ver con nuestros propios ojos semejantes obras artísticas. Por el contrario, existen ciertos tipos de turismo que, aunque nos puedan resultar atractivos e interesantes, pueden resultar agobiantes, abrumadores, angustiosos o estresantes; sensaciones que no resultan placenteras. Como ejemplo, el turismo oscuro, negro o de dolor, que es una forma de turismo realizada en lugares donde han sucedido tragedias o están asociados con la muerte.

Es importante destacar que dentro del turismo oscuro también se incluyen las visitas a los cementerios -en auge desde hace unos años sobre todo en Europa-. Así mismo, la tragedia acompaña la visita al campo de concentración de Auschwitz; el turista puede sentir curiosidad o necesidad de aprender de la historia, pero, sin duda, será una experiencia interesante, en donde los sentimientos no quedarán impasibles, apareciendo la angustia, la tristeza o el desasosiego al sentir empatía con el sufrimiento de las personas que vivieron y murieron en este lugar.

Para la transmisión de emociones y vivencias de los lugares, nadie mejor que el guía o informador turístico

Persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, que normalmente posee una titulación específica sobre una zona, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competentes (CEN, Comité Europeo de Normalización, 1809).

Esta es la definición que daba el Comité Europeo de Normalización para la Norma Europea sobre Servicios turísticos en 1809. Hoy en día, y de manera más coloquial, conocemos al guía turístico como la persona que nos guía, nos muestra y nos transmite toda la información que conoce acerca del lugar y también sentimientos. Aunque parezca un simple informador, es la persona encargada de transmitir a los turistas su conocimiento y es muy importante que nos traslade mentalmente, que haga viajar nuestra mente sin

movernos del sitio. Una de las funciones principales de un buen guía turístico es hacer vivir y sentir su relato al turista.

Sin embargo, el turista no solo siente emociones durante la práctica de la actividad turística, sino que las experimenta antes, durante y después.

- Antes de la práctica: los momentos previos a la realización de cada uno de nuestros viajes se suelen caracterizar por la aparición de sentimientos como impaciencia, emoción, ilusión o curiosidad de lo que estamos a punto de vivir, de lo que nos espera en nuestro lugar de destino. Por supuesto estas emociones son muy intensas antes de emprender un viaje y nos producen un cierto vértigo, entre estrés e ilusión, que Michael Brein, el primer psicólogo social de viajes definió como “la fiebre del viaje”.<sup>2</sup>

- Durante: en el transcurso de nuestra práctica turística ya nos encontramos físicamente en el lugar de destino y estamos viviendo multitud de experiencias sobre todo positivas y alguna que otra negativa en función - como hemos dicho antes- del tipo de actividad turística que estemos realizando, de nuestros gustos e intereses o de nuestra personalidad.

- 

Entre las positivas debemos mencionar: estimulación del cerebro, el cuerpo y la mente se renuevan y se alejan de las preocupaciones cotidianas con nuevas experiencias que evocaremos en el futuro; visión más positiva de la vida; mayor conocimiento de la diversidad cultural; confianza en uno mismo; práctica de idiomas, etc. En resumen, podemos experimentar el placer, la excitación o la felicidad si realizamos lo que nos gusta.

Respecto a las negativas, podemos sentir nerviosismo, ansiedad, estrés o falta de empatía. Incluso, en algunos casos de turismo extremo, las agencias de viajes piden a los clientes que se sometan a ciertas pruebas para tener seguridad de que pueden realizar dichas prácticas sin riesgo para su salud física y mental.

- Después: concluido el viaje, las emociones y percepciones que sentimos suelen ser tanto positivas como negativas; las primeras provocadas por las buenas experiencias que hemos vivido y las segundas, por la pena y tristeza del regreso. El viaje ha marcado un antes y un después en nuestra vida. Necesitamos recuperarnos de todas las vivencias y aprendizajes que el viaje nos ha regalado.

---

<sup>2</sup> En 1965, durante sus estudios de doctorado, Brein empezó a investigar sobre la psicología de los viajes.

Igual que las emociones no son solo positivas o en negativas, la obra artística no se resume en una simple admiración de un fenómeno cultural. Las tecnologías han cambiado la forma en la que viajamos y los nuevos avances prometen que las experiencias sean cada vez más emocionantes e interactivas. Actualmente nadie pone en duda que la tecnología y el turismo son un tándem perfecto. Esta combinación, además, influye en la manera de viajar, desde qué destino elegimos hasta las actividades que llevamos a cabo cuando llegamos. Y este será el tema de estudio que a continuación abordaremos.

### 3.2. Nuevas tecnología y turismo.

A principios del siglo XXI, empezaron a desarrollarse de manera masiva lo que hoy conocemos como nuevas tecnologías, y sin lo que no nos podríamos imaginar el mundo de hoy. Las nuevas tecnologías e internet han llegado para ayudarnos en nuestro día a día, ya sea en el trabajo o en los ratos de ocio y descanso.

Nos levantamos, miramos las redes sociales, consultamos la hora, chateamos con nuestros amigos, pero las nuevas tecnologías no solo nos sirven para subir fotos y mostrar en qué lugar del mundo nos encontramos, sino que nos han facilitado mucho sobre todo los viajes. No hace tanto que, cuando viajábamos teníamos que consultar un mapa o la guía de transporte público para poder movernos por la ciudad. En la actualidad, lo tenemos tan fácil como poner en nuestro móvil la dirección a la que vamos y Google Maps nos indica cómo ir de distintas maneras e incluso las líneas del transporte público.

Pero las nuevas tecnologías no solo han contribuido con su ayuda al turista, sino también han ayudado conseguir más visibilidad de instituciones culturales y turísticas como los museos.

Hoy todos los museos tienen una cuenta de Instagram a través de la cual informan al viajero de las novedades. Conviene destacar que el Museo del Prado -como principal pinacoteca del país- se ha abierto un hueco en el perfil de un gran número de turistas a través de su cuenta en TikTok (red social con un año de vida para subir vídeos de bailes). Es evidente que resulta, por lo menos inusual, que el Museo del Prado se haya hecho un hueco en esta red social y, sobre todo, con la que ha conseguido llamar la atención de numerosos visitantes. Esta cuenta, a la vez que enseña las curiosidades de las obras desde diferentes ángulos y puntos de vista (que ni visitando la sala del museo se podrían observar), favorece la curiosidad y necesidad de realizar una visita. Este ejemplo es significativo de cómo se puede acceder a un target más amplio a través de las nuevas tecnologías.

Partiendo de la base de que el turismo establece relaciones sociales, las nuevas tecnologías también favorecen esta interacción entre los seres humanos. Desde el

principio de los tiempos conocemos como relación social, la unión, la interacción entre individuos. Una conectividad de acción –reacción, estímulo– es la respuesta entre dos o más personas, vinculada a una relación personal; las nuevas tecnologías han provocado avanzar un paso más.

La tecnología nos ha facilitado lo que se conoce como una interacción virtual. Es decir, la relación social que conocíamos, pero incorporando un medio tecnológico. Pongamos un ejemplo diario, las nuevas tecnologías nos han ayudado a comunicarnos personalmente, aunque la persona se encuentre a miles de kilómetros de distancia. Suena paradójico teniendo en cuenta el efecto acción–reacción. Incluso, se puede pensar que no es una relación social real, pero las nuevas tecnologías nos devuelvan a la realidad o al menos a lo que se puede asemejar a una relación social real. ¿Y cuál es esta nueva tecnología? La realidad virtual. Antes de comenzar el estudio de la realidad virtual y su relación con el arte debemos destacar unas palabras de Jean Baudrillard, (1997), filósofo y sociólogo francés, cuyo trabajo tiene relación con el análisis de la posmodernidad y la filosofía del postestructuralismo.

La ilusión, que procedía de la capacidad de separarse de lo real a través de la invención de las formas, de oponer otra escena, de pasar al otro lado del espejo, la que inventa otro juego y otra regla de juego, es imposible de ahora en adelante, porque las imágenes se han pasado hacia las cosas. Ya no son el espejo de la realidad, pues han cubierto el corazón de la realidad y la han transformado en hiperrealidad donde de filtro en filtro no hay otro destino para la imagen que la imagen. La imagen ya no puede imaginar lo real, porque ella misma es lo real y no puede trascenderlo, transfigurarlo ni soñarlo, porque se trata de una imagen efectivamente virtual. En la imagen virtual es como si las cosas hubieran avalado su propio espejo.

Si aplicamos esta cita al mundo del arte, Baudrillard nos muestra la evolución de cómo antes las obras de arte eran un espejo de la realidad y ahora, gracias a las nuevas tecnologías, la imagen es hiperreal y nos permite introducirnos en el cuadro a través de una hiperrealidad conseguida mediante la realidad virtual.

Gracias a la realidad virtual y a todo tipo de tecnologías de simuladores se han conseguido grandes avances en el mundo de la cultura. Los museos y exposiciones inmersivas atraen por sus características a un gran número de personas interesadas en este “nuevo arte”.

La inmersión es una práctica expositiva especializada para museos, basada en la creación de una ilusión de tiempo y lugar, mediante la reconstrucción de

características clave de un mundo contextual y la integración del visitante en ese museo creado por nosotros.<sup>3</sup>

Al referirnos a la realidad virtual inmersiva hablamos del espacio creado que consigue trasladarnos física y mentalmente. En el caso de la obra de arte al interior de un cuadro.

En el siguiente epígrafe analizaremos varios casos de estudio de exposiciones inmersivas. Conviene tener en cuenta que, una realidad virtual inmersiva necesita, para lograr su fin, de un ambiente inmersivo. Esto es, que el espectador no solo ocupa un lugar en el espacio, sino que también interactúe a través de los sentidos (vista, oído, olfato, gusto o tacto) Así conseguimos introducirnos en una realidad inmersiva.

La inmersividad no es solo un nuevo método de nuevas tecnologías, sino una oportunidad de mercado, ya que, esta nueva tipología de exposiciones consigue, entre otras cosas, despertar el interés de un nuevo público.

La exposición inmersiva El mundo de Van Gogh no solo atrajo a amantes del arte o de los museos típicos, sino que sedujo a un gran número de personas interesadas en las nuevas tecnologías aplicadas a las obras de arte; aficionados al arte -quizá no expertos- que quieren sentir y vivir en primera persona la experiencia artística para llegar a su comprensión o esencia.

Sin embargo, no es solo un atractivo para nuevos públicos, también una oportunidad para otros públicos. Como ejemplo, la exposición temporal Hoy Toca el Prado del Museo de Bellas Artes de La Coruña dirigida a todo tipo de público que quiera vivir esta experiencia, pero en especial, a personas con algún tipo de discapacidad visual. Con este fin, se muestran una serie de obras artísticas del Museo del Prado con relieve para que las conozcan mediante el tacto. Los visitantes que no tengan ningún tipo de discapacidad visual pueden acceder a la experiencia mediante unas gafas opacas y descubrir el cuadro por el tacto.

---

<sup>3</sup> EVE, museos e innovación. Recuperado de: <https://evemuseografia.com/2018/10/04/la-museografia-inmersiva/>(Consulta: 6/06/2022)

En las siguientes imágenes se visualiza una obra de la exposición.



Fig. 11. El quitasol, 1777. Francisco de Goya. Museo del Prado  
Fuente: Fotografía autora. Exposición “Hoy toca el Prado”, Museo de arte de A Coruña



Figura 12. Detalle de El quitasol, 1777. Francisco de Goya. Museo del Prado  
Fuente: Fotografía autora. Exposición “Hoy toca el Prado”, Museo de Arte de A Coruña

Una audioguía indica que zona tocar del cuadro para conocer sus siluetas. En las imágenes (figs. 11 y 12) se pueden observar las distintas texturas y rugosidades que ayudan a comprender el cuadro de Goya. Por ello, las exposiciones inmersivas representan un nuevo atractivo para el público y oportunidad de sentir el arte.

A continuación, se analizarán algunos de los casos más conocidos de exposiciones inmersivas.

### **3.3. Casos de estudio: Meet V. Van Gogh y Monet, la experiencia inmersiva**

Cuando hablamos de exposiciones inmersivas, como un espacio interior que pretende transportar al espectador a otro mundo físico y mental, nos referimos a experiencias con una larga trayectoria a lo largo de los años.

La evolución de las exposiciones inmersivas está estrechamente relacionada con transformación del teatro, la ópera y más adelante, el cine. A finales del siglo XIX, se introdujeron en las escenografías de los teatros y óperas el sistema de poleas que conseguían un toque más espectacular y conseguía trasportaba al espectador a otro momento histórico. Además, en 1880 aparecen los sistemas de luces a través de focos que logran la transformación del espectáculo visual en algo único y, tiene lugar lo que se conoce como Expos(itions) mundiales, especialmente en París (1855, 1867, 1878, 1889, 1900) que empezaron a incorporar pequeñas experiencias inmersivas. A la par que estas exposiciones se decoraron edificios civiles con obras pictóricas con temática bíblica e histórica.

Años más tarde, durante el periodo de entreguerras, se empezaron a exponer reconstrucciones de obras que habían sido totalmente devastadas durante el conflicto y que permitían su conocimiento de una forma estática. Tras la Segunda Guerra Mundial esta práctica expositiva se generalizó, pero su mayor aportación fueron las mejoras tecnológicas en películas y proyecciones.

A mediados de los 60 se pensaba que una inversión de este tipo no resultaba viable en los museos. No obstante, las innovaciones tecnológicas del proyector de carrusel Kodak permitió la creación de un nuevo enfoque visual de movimiento inmóvil con imágenes que desarrollaban historias. Su llegada coincidió con la tercera exposición mundial futurista, la expo de Montreal del 67. En esta exposición se pudieron proyectar muchas películas mediante su magia que revolucionaría las exposiciones. Desde Montreal la innovación llegaría a los museos, con una exposición que facultaba al público a tomar decisiones sobre la evolución del argumento de la película. En la actualidad resulta habitual ya que plataformas como Netflix o HBO tienen las llamadas series o películas interactivas, en las que el espectador puede optar.

El mundo de las exposiciones inmersivas comenzó a desarrollarse de forma paralela al mundo del cine y de las nuevas tecnologías, puesto que -como hemos visto- hoy en día hay exposiciones inmersivas gracias a la aplicación de efectos especiales y nuevas tecnologías. Dentro de las exposiciones inmersivas que más auge han tenido en España y han recorrido otras partes del mundo, se encuentran:

- Vida y obra de Frida Kahlo, artista mexicana, cuya vida y trayectoria se dio a conocer mediante una producción visual, sonora y multisensorial que traslada al espectador a su mundo.
- Velázquez Tech Museum experiencia sensorial de 360°. Inspirada en la obra universal de Las Meninas permite al espectador entrar en la obra en cuatro dimensiones, disfrutar de instalaciones interactivas con esculturas de Las Meninas proyectadas con vídeo mapping, (proyecciones sobre superficies que hacen que tengan un aspecto real), acompañadas de música barroca y ritmos contemporáneos y acceder a salas con hologramas para estudiar las diferentes reinterpretaciones de la obra.
- InGoya es una exposición de última generación que proporciona una experiencia inmersiva y didáctica alrededor de la obra de Goya. Más de mil imágenes envuelven al público gracias a cuarenta proyectores sincronizados con música clásica de compositores como Falla, Granados o Albéniz. Se crea un tándem perfecto entre arte y tecnología con la finalidad de acercar al público a la vida y obra del artista.

Si bien estas son solo algunas de las exposiciones que han tenido éxito en España, seguidamente se analizan dos muestras internacionales con prestigio mundial: Meet Vincent Van Gogh y Monet, la exposición inmersiva.

### 3.3.1. Meet Vincent Van Gogh

Exposición inmersiva tridimensional dividida en seis escenarios sobre la vida y obra de este pintor. Se trata de la única exposición oficial del Museo Van Gogh de Ámsterdam, que lleva años recorriendo el mundo y mostrando su obra a través de un viaje inspirado en el universo de Van Gogh.

Encarna al artista torturado e incomprendido. Van Gogh no llegó a vender más que uno de sus cuadros, que actualmente alcanzan precios desorbitados en las subastas. El reconocimiento de su obra no empezó hasta un año después de su muerte, a raíz de una exposición retrospectiva organizada por el Salón de los Independientes. En nuestros días, es considerado unánimemente uno de los grandes genios de la pintura moderna. Su producción ejerció una influencia decisiva en el arte del siglo XX, sobre todo en el fauvismo y el expresionismo; y todavía hoy, tras más de un siglo de experimentos artísticos, la pincelada atormentada y llena de pintura, alimentada por su fuerza interior, conserva toda su expresividad. Ha llegado a la gran pantalla con películas como *Loving Vincent*.

Meet Vincent Van Gogh es una exposición diferente e inmersiva cargada de nuevos recursos tecnológicos como la realidad virtual, las impresiones en 3D, grandes proyecciones de cuadros... En este caso es una exposición con ausencia de cuadros físicos u originales, pero con gran presencia de la corta y turbulenta vida del autor. Permite al espectador sentir, tocar, escuchar y meterse literalmente dentro de sus cuadros. En su página web se explica, que la exposición se basa en la colección de cartas que Vicent escribió a su hermano Theo -dos almas inseparables-, en donde cuenta la historia de su triste vida con sus propias palabras reproducidas en las audioguías que, sin duda, contribuyen a completar la experiencia inmersiva.

Asimismo, en la página web de la exposición se muestran algunas de las actividades a realizar durante la visita:

- utilizar una mesa con microscopio para poder observar con detalle las técnicas y los materiales utilizados por el artista en sus obras.
- tocar las diferentes capas de los cuadros, a través de reproducciones en 3D creados con una técnica llamada Reliefovografía.
- crear tu propio autorretrato, ya que con ayuda de un espejo puedes crear tu retrato al puro estilo Van Gogh.

- hacerte un selfie o una foto en una auténtica reproducción a tamaño real de la mítica habitación de Vincent Van Gogh con su cama amarilla y su manta roja.
- y por supuesto, no se han olvidado de los más pequeños que pueden participar en la “búsqueda del tesoro”.
- 

La exposición se desarrolla a lo largo de seis escenarios que representan las etapas de la vida del autor: el artista emergente en sus primeros años, su vida en Arles -sur de Francia-, su aprendizaje, su amistad con Gauguin, las cartas a su hermano Theo y su estrecha relación y, por último, su etapa más dura, la crisis, la enfermedad y el delirio que le llevaron a la muerte ¿suicidio o asesinato?

Este recorrido se realiza gracias a las narraciones en primera persona, reproducidas por las audioguías de niños o adultos. Para los primeros, la vida de Van Gogh se narra de forma menos dramática, más edulcorada; para los segundos, se describen con detalle y dramatismo su tortuosa y dramática existencia.

Tras su primera edición en Beijing, la exposición ha conseguido el premio concedido anualmente por la asociación Themed Entertainment Association (TEA) a exposiciones inmersivas.

La audioguía es imprescindible para visitar la exposición y poder escuchar las palabras del artista, pero además el aparato reconoce la posición del espectador en el espacio de la exposición y lo reproduce automáticamente.

Así mismo, la muestra se divide en doce áreas interactivas con recursos tecnológicos como proyecciones animadas, reproducciones a tamaño real -como la mencionada habitación de Arles (fig. 13) o la noche estrellada- en las que adentrarse. De su conocido cuadro Peladores de Patatas, se ha recreado un espacio que es un bar y aparece rodeado de patatas; uno de los protagonistas de la obra. Además, no se puede olvidar mencionar las réplicas en 3D que encontramos en la exposición, que permiten conocer detalles de las obras que no percibimos a simple vista.



Fig.13. Reproducción real de la habitación de Arles  
Fuente: <https://www.wonderkidsapp.com/meet-vincent-van-gogh/>

Por otro lado, la exposición va cambiando de ambiente según la etapa de su vida en la que nos encontremos; termina con la etapa oscura y triste motivada por sus enfermedades, los ingresos en centros psiquiátricos y la muerte. El espacio se vuelve más sombrío y lúgubre -con decoraciones en las paredes de fotos de los psiquiátricos-. De esta manera el espectador percibe lo que sentía el artista en cada etapa de su vida.

Este tipo de exposiciones no solo buscan exponer de una manera diferente la obra de un artista, sino que intentan dar respuestas a los visitantes mediante un feedback. A través de ellas se establece una sinergia entre la obra de arte y el espectador, un tándem que busca su participación y avivar sus sentimientos más íntimos.

Meet Vincent Van Gogh comenzó su recorrido mundial en ciudades como Beijing o Seúl, y con un reconocido premio llegó a Europa, en concreto a Barcelona y al centro Ideal fundado para albergar muestras inmersivas. Solo con esta exposición consiguió un total de 161.000 visitantes. Como hemos mencionado, este tipo de exposiciones llegan a un gran número de espectadores y no se centran en un solo target. En 2022, tras Barcelona llegó a Londres o Madrid.

### 3.3.2. Monet, la experiencia inmersiva.

Esta exposición ha tenido lugar en diferentes partes del mundo y promete ser una propuesta única y diferente para sumergirse en las grandes obras pictóricas del impresionismo.

Aunque se ha presentado en muchos países, se analiza la exposición de Barcelona, en 2020, sobre todo por una peculiaridad que descubriremos a continuación.

Ubicada en el centro IDEAL, Centre d'Arts Digitals, espacio cultural digital con un equipamiento tecnológico único en España, en el que se puede experimentar la inmersividad gracias a proyecciones, realidad aumentada, holografías o realidad virtual entre otras cosas. Debido a estas características se utiliza solo para exposiciones inmersivas. En 2021, tras la pandemia de la Covid-19 y, a pesar de las restricciones, logró atraer a cerca de 200.000 espectadores.

El recorrido por la exposición se inicia en la primera sala en donde se encuentran factores formativos, educativos, biográficos del trabajo y de Claude Monet (1840-1926). Quizá esta es la parte más convencional, pero también necesaria para comprender y adentrarnos mejor en la experiencia inmersiva, ya que no se puede olvidar que, aunque este tipo de muestra nos proporciona una experiencia única para el recuerdo, también sirve para popularizar la cultura.

La propuesta de la segunda sala es lúdica. En ella el centro IDEAL construye una estación interactiva con réplicas de obras inacabadas en las que el espectador tiene la posibilidad -con lápices y ceras de colores- de concluir las, para después proyectarlas en las paredes mediante un sistema de proyección; el espectador pasa a ser el protagonista. Es evidente, que es una sala muy especial sobre todo para los niños, donde se convierten en verdaderos artistas.

En la tercera sala (fig. 14) se produce la inmersión. Tiene 1.000 metros cuadrados y 360°, incluyendo el suelo. A través de una experiencia sonora y visual de 35 se repasa la trayectoria de Monet con animaciones de sus obras, caminar sobre el espacio y dentro de las obras, sentarte en una silla y disfrutar de la experiencia o tumbarte en el suelo animado y disfrutar de esta experiencia inmersiva. Por todo ello, el espectador disfruta de las obras desde diferentes ángulos o descubre detalles que no se ven a simple vista.

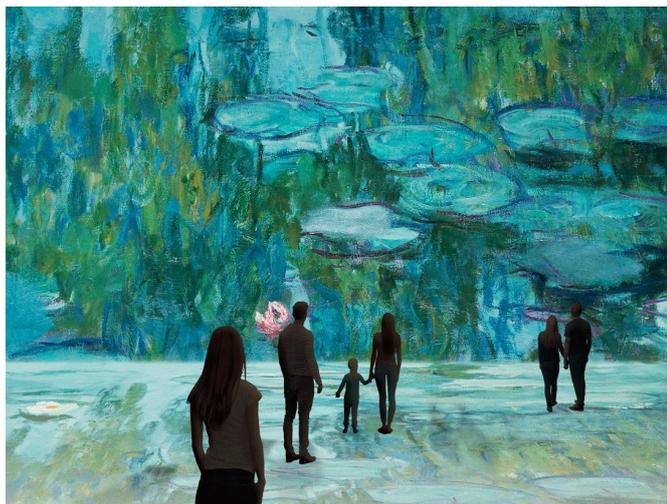


Figura 14: Sala inmersiva de la exposición Monet, la experiencia inmersiva  
Fuente: <https://www.experimenta.es/eventos/monet-la-experiencia-inmersiva-un-viaje-audiovisual-por-el-impresionismo/>

La última sala nos proporciona una experiencia de diez minutos de realidad; mires donde mires te encuentras inmerso dentro de un cuadro. Desde luego es una experiencia sensorial única para el recuerdo.

En marzo de 2020, esta exposición decidió prolongar su estancia en el centro IDEAL, pero esta vez con pequeño detalle adicional -mencionado al inicio de este epígrafe-, la exposición inmersiva cuenta con una obra original de los museos convencionales, como el cuadro las Nenúfares de Monet. Esto muestra un ejemplo de la museología tradicional junto a la nueva museología.

Para terminar, junto la muestra de Barcelona ha habido otras exposiciones multisensoriales de Claude Monet que han recorrido el mundo: Beyond Monet, en Miami o Monet & Friends, en Ciudad de México, donde también se refleja la pintura impresionista; la plasmación de la luz y el instante, sin importar demasiado su identidad o realidad, ya que lo que verdaderamente plasma en el lienzo es su impresión visual.

## **CONCLUSIONES**

Algunas conclusiones que podemos deducir de esta investigación relativa al arte, la psicología y el turismo son:

- Una experiencia artística es la suma del proceso creador de la obra de arte y de su contemplación por el espectador sobre todo desde la percepción estética, área clásica de la psicología.
- La psicología se une al arte en la “Psicología del arte”, materia que se dedica al estudio del arte como producto de la mente humana desde la visión del artista como creador, el espectador como receptor y, el objeto artístico, como la obra de arte.
- La Psicología del arte se basa en el desarrollo de la creatividad y la reducción del estrés y la ansiedad gracias al aprendizaje de las técnicas artísticas.
- El arte es beneficioso para la salud. Produce en nuestro cuerpo dopamina, la hormona que proporciona una sensación de recompensa y endorfinas, las hormonas de la sensación de bienestar que se libera, por ejemplo, cuando realizamos ejercicio físico.
- Ciertas contribuciones a esta disciplina se resumen en autores que han tenido un papel relevante en su desarrollo: Gustav Fechner que comenzó a relacionar el arte con las vivencias y emociones interiores; Heinrich Wölflin afirmaba que había una clara unión entre la arquitectura y el individuo y por último, Wilhelm Worringer para quien la perspectiva del artista se relacionaba directamente con su desarrollo psicológico.
- Para Lev Vygotski, padre de la Psicología del arte, el mayor grado de civismo es la expresión del arte y la cultura y el trabajo un medio para la evolución sociohistórica. Su tesis doctoral sobre Psicología del arte marco un hito en la psicología al apelar al “inconsciente” para definir el aspecto esencial del arte.
- El arte produce emociones y ayuda al desarrollo de las habilidades sociales, muy importantes en el mundo del turismo.
- Según la escuela de la Gestalt la percepción es subjetiva, pues las imágenes se analizan por las vivencias, la cultura y la experiencia personal.
- Las leyes de la Gestalt desarrolladas por los psicólogos de este movimiento parten de que el todo es superior a las partes,

- Sigmund Freud pasaba horas en los museos analizando las obras. De su admiración por ellas nacieron algunos de sus estudios: el complejo de Edipo, un recuerdo infantil de Leonardo Da Vinci o el Moisés de Miguel Ángel.
- Freud vinculó el psicoanálisis con la obra de arte y llegó a las siguientes conclusiones:
  - la relación del creador con su obra
  - el efecto que produce la obra de arte en el espectador
  - la intencionalidad del artista
  - el concepto de lo sublime.
- Relación entre la psicología y el turismo. Para la psicología la motivación es la causa principal para que se propicie la actividad turística.
- Las motivaciones pueden ser primarias (hambre, sed, sueño, sexo, etc.) y secundarias (curiosidad, afecto, superación, etc.). La elección personal de la actividad turística está en función del tipo de necesidades que tengamos (de escape o de búsqueda). La edad y la experiencia favorecen mayores necesidades.
- La actividad turística depende de tres factores: la homeostasis, los motivos de empuje y arrastre y factores sociopolíticos.
- Deducimos que la homeostasis es el equilibrio con el medio que te rodea. Si falta esa armonía o equilibrio necesitamos viajar para escapar de lo cotidiano, desarrollar nuestras aficiones, socializarnos, etc. Los motivos de arrastre nos eligen el destino y, por último, las condiciones sociopolíticas como mensajes publicitarios, guerras, violencia, inseguridad, terrorismo, etc.
- Viajar depende de las necesidades personales (psicosociales o culturales), de las características de los destinos turísticos, junto a las tendencias culturales de los países de origen (campañas publicitarias, modas, promociones, etc.).
- Los viajes estimulan las emociones positivas del ser humano. Nos motivan y ayudan a conocer el mundo y a nosotros mismos.
- La práctica del turismo aporta salud mental y algunos de sus beneficios son:
  - reducción del estrés.
  - desarrollo de habilidades y capacidades sociales.
  - Aumento de la capacidad de aprendizaje.
  - Aumento de los niveles de felicidad.
  - Favorece el manejo de conflictos de vida.

- Los cambios de tendencia y de consumo en la demanda turística se dirigen hacia un mercado donde el turista asume un papel de protagonista y son muy importantes la satisfacción personal y las vivencias.
- Se pretende desarrollar productos y servicios únicos, donde el cliente deje de ser un consumidor pasivo para interactuar en la experiencia turística de forma activa, sensitiva y emocional.
- El turismo experiencial se basa en las emociones y los sentimientos de los viajeros.
- El turismo experiencial o de emociones busca la autenticidad.
- La inteligencia emocional es fundamental en el guía o informador turístico.
- La transformación digital ha cambiado la forma de viajar y los nuevos avances permiten experiencias más interactivas y emocionantes.
- Entre las tecnologías de la información turística destaca internet, pero, además, los teléfonos móviles, internet de las cosas (IoT) o la realidad aumentada o virtual.
- Las exposiciones inmersivas crean una experiencia sensorial para no olvidar. Permiten, al espectador, gracias a la tecnología, conocer a los artistas y formar parte de su historia personal.

Para finalizar, los cambios de hábitos de consumo turístico y de modos de vida de los turistas se inclinan hacia una mayor calidad de sus estancias y viajes y a buscar la salud del cuerpo y mente.

Los nuevos objetivos son la autenticidad, la no masificación, el desarrollo de las emociones, la salud mental, la empatía, etc.

Nos encaminamos de lo objetivo a lo subjetivo, de lo racional a lo emocional, de lo pasivo a lo activo, de lo indirecto a lo directo, de lo homogéneo a lo diverso....

Por todo ello, el perfil de la demanda turística en los próximos años se va a caracterizar por el protagonismo de lo emocional sobre lo racional, de la tecnología y la sostenibilidad, de la naturaleza, un turismo cultural como deleite emocional, un turismo gastronómico lleno de olor y sabor, un turismo deportivo lleno de acción y adrenalina, un turismo sin prisa y con pausa y como no, un turismo de bienestar y mindfulness.

Las líneas de investigación sobre el beneficio del arte y su conocimiento a través del viaje son múltiples ya que promueve el crecimiento personal en todas sus

dimensiones: emocional, cognitiva, física y social. El arte como experiencia de ocio se une a la construcción social generada por el turismo. Es necesario analizar y seguir investigando en la creación y desarrollo de nuevas metodologías de análisis de los impactos cualitativos, económicos y de sus beneficios en la salud psicológica personal de cada uno de nosotros.

## Referencias Bibliográficas

- Aguayo Linares, J. (s. f.). Wölfflin *Conceptos fundamentales, imitación y decoración*. Charlarte. Recuperado de: <https://charlarte.com/100/#:%7E:text=Para%20W%C3%B6lfflin%20el%20arte%20viene,arte%20o%20obra%20de%20arte.&text=Por%20este%20tema%20pu do%20W%C3%B6lfflin,que%20te%20ha%20tocado%20vivir> (Fecha de consulta: 13 septiembre 2021)
- Aguayo, R. (2017, 12 junio). *Psicología y turismo: ¿por qué viajamos?* Rasgo Latente. Recuperado de: <http://rasgolatente.es/psicologia-turismo-viajamos/> (Fecha de consulta: 18 diciembre 2021)
- Artículo con dos autores: Gisele Araújo Pereira; Marlusa de Sevilha Gosling. “Los viajeros y sus motivaciones, un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 26, núm. 1, enero, 2017, pp. 62-85.
- Artículo con un solo autor: Michael Baxandall (2013). “Arte, Sociedad, y el Principio Bouguer.”. *Prismas - Revista de Historia Intelectual*, vol. 17, núm. 2, diciembre, 2013, pp. 143-152
- Beltrán Bueno, M. N., & Parra Meroño, M. C. (2017). “Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar”. *Cuadernos de Turismo*, 39, 41. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290391>
- Calderón-Garrido, D., Martín-Piñol, C., Gustems-Carnicer, J., & Portela-Fontán, A. (2018). “La influencia de las Artes como motor de bienestar: un estudio exploratorio”. *Arte, Individuo y Sociedad*, 30 (1), 77–93. <https://doi.org/10.5209/aris.56350> (Fecha de consulta: 16 febrero 2022)
- Freud, S. (1970). *Psicoanálisis del arte*. Alianza Editorial.
- Gabriel Orlando Peña Sierra, *Vigotsky, arte y psicología*. Recuperado de: [https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home\\_70/recursos/01general/04072013/acpvigotskyartepsicologia.jsp](https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_70/recursos/01general/04072013/acpvigotskyartepsicologia.jsp) (Fecha de consulta: 26 julio 2021)
- Gijon, C. (2021, 23 noviembre). “Cómo visitar El Mundo de Van Gogh (Barcelona): horarios y precios”], *Guías Viajar. Guías Viajar*. Recuperado de: <https://guias-viajar.com/espana/exposicion-van-gogh-alive/> (Fecha de consulta: 24 abril 2022)

- Gil, I. (2022, 21 abril). *Las mejores exposiciones inmersivas de Madrid*. *Time Out Madrid*. Recuperado de: <https://www.timeout.es/madrid/es/arte/las-mejores-exposiciones-inmersivas-de-madrid>  
(Fecha de consulta: 13 abril 2022)
- Gisolf, M. C. (2014, 7 febrero). “Motivación en el Turismo | Turismo en Teoría”. *Motivación en el Turismo | Turismo en Teoría*. Recuperado de: <https://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>  
(Fecha de consulta: 04 marzo 2022)
- Guillén, J. C. (2016, 27 enero). “¿Por qué el cerebro humano necesita el arte?” *Escuela con cerebro*. Recuperado de: <https://escuelaconcerebro.wordpress.com/2015/01/31/por-que-el-cerebro-humano-necesita-el-arte/>  
(Fecha de consulta: 26 septiembre 2021)
- Gutiérrez, J. A. P. (2019, 30 mayo). “¿Qué motiva a viajar a las personas?” *Entorno Turístico*. Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/que-motiva-a-viajar-a-las-personas/>  
(Fecha de consulta: 16 febrero 2022)
- Linares, R. (2018, 10 febrero). “Psicología Del Arte: Definición, Historia, Aspectos, Aplicaciones Y Críticas”. *Psicoportal*. Recuperado de: <https://psicoportal.com/psicologia/del-arte/>  
(Fecha de consulta: 03 de octubre 2021)
- Maltas, M. R. (2019, 25 octubre). “El sueño inmersivo de Monet hecho realidad (virtual)”. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/ccaa/2019/10/24/catalunya/1571925104\\_363281.html](https://elpais.com/ccaa/2019/10/24/catalunya/1571925104_363281.html)  
(Fecha de consulta: 15 abril 2022)
- Marty, G. (1999). *Psicología del Arte*. (1ª edición). Madrid: Ediciones Pirámide.
- Pazos-López, N. (2015). “Mente, cultura y teoría: aproximaciones a la Psicología del Arte” [Mind, Culture, and Art Theory: Approaches to Psychology of Art]. *Acción Psicológica*, 11(2), 127. Recuperado de: <https://doi.org/10.5944/ap.11.2.14214>  
(Fecha de consulta: 15 enero 2022)
- Rull, Á. (2019, 27 septiembre). “Día mundial del turismo: los beneficios psicológicos de viajar”. *elperiodico*. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/ser-feliz/20190927/dia-mundial-turismo-viajar-7642182>  
(Fecha de consulta: 13 febrero 2022)

- Traveler, R. (2021, 13 noviembre). “Barcelona estrena la experiencia inmersiva ‘El Mundo de Van Gogh’”. *Traveler*. Recuperado de: <https://www.traveler.es/articulos/barcelona-estrena-la-experiencia-inmersiva-el-mundo-de-van-gogh>  
(Fecha de consulta: 25 abril 2022)
- Verdú, V. (2012, 18 febrero). “Arte y turismo”. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/cultura/2012/02/17/actualidad/1329508043\\_846399.html](https://elpais.com/cultura/2012/02/17/actualidad/1329508043_846399.html)  
(Fecha de consulta: 12 octubre 2021)
- VV.AA. (1985). *Enciclopedia práctica de psicología*, (v. 1) (1ª Ed.). Barcelona: Ediciones Orbis S.A.