

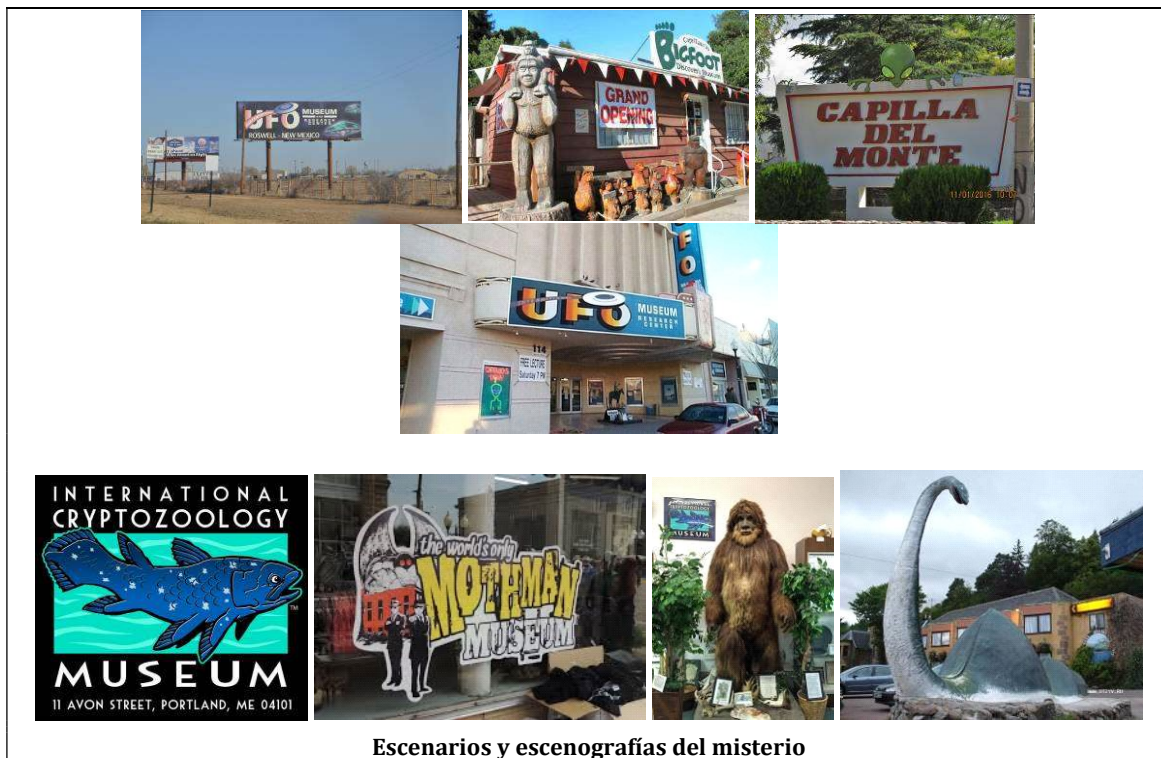


LA RAZÓN HISTÓRICA.
Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas
ISSN 1989-2659
Número 50, Año 2021, páginas 173-228
www.revistalarazonhistorica.com

ESCENARIOS Y ESCENOGRAFÍAS DEL MISTERIO

MONSTRUOS, EXTRATERRESTRES, MENTIRAS Y NEGOCIOS

Por
Fernando Jorge Soto Roland*



Escenarios y escenografías del misterio

* Profesor en Historia por la Facultad de Humanidades de la UNMdP (Argentina).

IRONÍAS Y FALACIAS

Del miedo al divertimento. De la tensión a la relajación lúdica.

Una *ironía simpática* ha conquistado el misterioso universo de las anomalías. Y aún cuando el límite con el *sarcasmo burlón* se encuentre a sólo un paso, *no se pretende* —en principio— ofender o denostar las creencias de nadie. Hasta los más crédulos defensores de los fenómenos extraños —*forteanos*— se suman al novedoso juego posmoderno de no tomarse nada demasiado en serio. Incluyendo aquellos temas a los que les han dedicado —¿infructuosamente?— gran parte de sus vidas.

Desde hace un tiempo observamos esos cambios. La *criptozoología* y *ufología* ya no son lo que solían ser. En pocas palabras: monstruos y extraterrestres se han reconvertido. De amenazantes entidades extrañas han pasado a ser simpáticas mascotas (en el caso de los *críptidos*) o amigables y estereotipados visitantes del espacio (cuando de alienígenas se trata). La sorna con la que estos temas son muchas veces tratados y comercializados, permiten un acercamiento más distendido y alejado de las apretadas mandíbulas exhibidas por sus primeros defensores.

Eso no significa que algunos libros (o artículos de revistas y periódicos) no sigan conservando la cuota original de dramatismo y seriedad que conocieron en sus orígenes; mucho antes de que las prácticas turísticas y comerciales —generadas en redor de esos temas— las volvieran un tanto *risueñas*, incluso para los creyentes más comprometidos y militantes.

La risa ha dejado de ser un signo necesariamente irrespetuoso, tal como ocurrió en el universo de la religión durante la Edad Media. Las dudas y los cuestionamientos a la ortodoxia criptozoológica y ufológica conviven sin aparente contradicción cuando lo que se vislumbra, detrás de cada una de ellas, es un negocio redituable capaz de sostener la vida económica de una comunidad, ubicándola en el mapa.

Este artículo tratará sobre todo ello. Sobre los festivales, convenciones, congresos, museos, souvenirs y diversas prácticas de la industria turística desplegadas en torno a historias fantásticas; muchas de ellas producto de fraudes concientes y mentiras que quieren ser creídas por enormes colectivos de personas.

Recrear la rutina con una cierta dosis de magia, trascendencia, aventura y excentricismo, ha sido en gran medida el principal motivo de todo ello; convirtiéndose, al

mismo tiempo, en un camino que les permite a sus defensores sentirse diferentes, originales y alejados del resto de los mortales, adscriptos —según ellos— a interpretaciones materialistas, monodimensionales y chatas de ver la realidad. En pocas palabras: el intento por imponer un nuevo paradigma.

Localidades enteras se alimentan y sostienen de falacias o errores. Las mentiras no tienen las patas tan cortas como suele repetirse. Se niegan a morir, muy a pesar de la inexistencia de evidencias incontrovertibles que las conviertan —eventualmente— en verdades. Tal vez por eso, el humor y la distensión sean una de las tantas formas útiles para mantenerlas vivas y presentes en el imaginario. Enmascaradas y sin desechar ese desvelado anhelo —relacionadas con ellas— por alcanzar una superación espiritual e intelectual, no incompatibles con los negocios y el afán de lucro. Los **mitos** son poderosos. Adaptables. Síntomas de “*un estar en el mundo*” por demás interesante, tanto desde el punto histórico, sociológico como antropológico.

Bigfoot (Pie Grande), el *yeti*, el monstruo del Lago Ness, los extraterrestres de Roswell o Capilla del Monte, así como el Hombre Polilla (*Mothman*) de Point Pleasant (West Virginia, EE.UU.) son algunos de los fenómenos sociales que trataré de analizar y entender en las líneas que siguen. Todos ellos son el producto de un riquísimo imaginario colectivo que hunde sus raíces, mayormente, en un ficticio y remoto pasado; siendo la mayoría de ellos —sino todos— el mero producto de historias que se saben relativamente jóvenes.

Es ésta, pues, una historia claramente cultural. Una historia de peregrinos y peregrinajes, de competencia y discusiones, de escenarios y escenografías. De infatigables buscadores de emociones y creencias estrafalarias. Un relato de ilusiones y desencantos que se niegan a desaparecer. Que luchan contra todas las corrientes imaginables, acudiendo, desde hace algunas décadas, a alambicadas especulaciones disfrazadas de teorías científicas y discursos retorcido, aparentemente muy sesudos pero carentes de toda prueba.

Es ésta una *Historia* fundada en “*historias*” que conservan el mismo encanto y fascinación de aquellas que se relataban junto a la hoguera primitiva, cuando recién empezábamos, como especie, a manipular y tratar de comprender el mundo.

Así como a aprovecharnos de él.

PAREIDOLIAS CULTURALES

Alrededor de los “marcianos” y monstruos que alimentan los grandes mitos contemporáneos, inaugurados a lo largo del siglo XX, tarde o temprano se fueron organizando eventos comunitarios con los cuales fue factible construir —e imponer— toda una serie de “*tradiciones locales*”, materializadas en un variado número de actividades turísticas y comerciales que permitieron, no sólo embolsar suculentos dividendos a las arcas públicas y privadas de las respectivas regiones, sino también crear una ilusión de realidad mucho más concreta que los meros relatos en los se fundan esas historias.

Evanescentes e imaginarias, las criaturas en cuestión alcanzan de ese modo una materialidad imposible de conseguir de otra forma. Las estatuas de Bigfoot o de Nessie, así como la de alienígenas decorando cartelerías, vitrinas y avenidas, acercan a la *gente común* a esas entidades que sólo unos pocos afortunados dicen haber tenido al alcance de la vista alguna vez.

El show acababa de empezar de la mano de un ***turismo alternativo*** (esotérico, ufológico, criptozoológico) dispuesto a explotar al máximo los nuevos sistemas de creencias en ciernes; ajeno —desde el vamos— a la honesta búsqueda de la verdad o, en su defecto, intentando imponer una verdad *diferente* y en apariencia totalmente “*nueva*”.

La mentira (creída o disimulada) se convirtió en un bien de cambio. Millones de personas estaban dispuestas a pagar por ello. El negocio se hizo evidente y la necesidad de sostenerlo, acudiendo incluso a la ironía y el humor, se convirtió en una *cuestión de Estado* cuando las autoridades políticas reconocieron su real impacto en las economías regionales.



El negocio de lo extraordinario

Comunidades enteras, en diferentes partes de mundo, ven sus arcas apuntaladas por actividades turísticas de este tipo; llegando a plantearse entre ellas una descarnada competencia a la hora de reclamar para sí mismas el estatus de ser “*la cuna original*” de tal o cual leyenda.

Es este impulso de *orgullo regionalista* el que ha llevado a buscar —y encontrar— un trasfondo histórico que sustente esas creencias. La *antigüedad* (inexistente en la mayoría de los casos estudiados) genera prestigio. Prosapia. Linaje. Todo ello muy conveniente a la hora de legitimar las historias extraordinarias en las que pretenden apoyarse. Cuanto más profundas sean las raíces, mayor peso tendrá el mito y más concretas se volverán las *pareidolias culturales* sobre las que levantar monumentos.

“*Los aborígenes ya hablaban, hace mucho tiempo, de Pie Grande*”, dicen unos. “*Nessie acongojaba a los residentes del Lago Ness desde hace siglos*”, sostienen otros. “*¿Extraterrestres? Han estado incursionando en la zona mucho antes de lo imaginado*”, sentencian los guías locales.

En pocas palabras, parecería que no hay nada nuevo bajo sol. Pero, cuidado. No hay que dejarse encandilar, ni creer en todo lo que se nos dice. Abandonemos por el momento la relajada actitud del turista, dispuesto a tragarse cualquier cosa en pos de

divertimento, y adoptemos la poco simpática postura del escéptico. Ella será la que podrá componer un estado de situación más acorde a las pruebas y evidencias disponibles (o mejor dicho, a la ausencia de ellas).

FAUNA REGIONAL

Injusto sería meter a todos dentro de una misma bolsa. Las mentiras se ven sazonadas por el error y la mala interpretación consecuente. Muchas de las anomalías referidas son susceptibles de ello y la fauna humana local tiene ejemplares para satisfacer todos los gustos. Atentos y distraídos. Falaces y sinceros.

Están los **defensores** que lucran honestamente con sus dichos, convencidos de ser las puntas de lanzas a una nueva era de mentes abiertas y alto nivel espiritual. Creen en lo que predicán. A pesar de esa cualidad un tanto inocente e infantil, no es fácil diferenciarlos de una segunda categoría, la de los **hipócritas**. Lobos con piel de cordero que no se tragan un ápice de lo que divulgan, pero dicen creerlo. Son éstos los que hacen de la mentira conciente un negocio y, aunque no exista (al menos que yo conozca) una estadística que indique cuál es el porcentaje de sinvergüenzas sin culpa, muchos suponen que son mayoría. Finalmente está el **traidor local**. El detractor que denuncia la falsedad de las tradiciones regionales puestas a la venta. Suele ser escondido por el resto. No es tendido en cuenta dentro de la comunidad. Pone en riesgo todo el conglomerado, especialmente cuando hace causa común con el peor de todos los apóstatas: el **forastero escéptico**. Aquel que llega, critica y se va. Éste es de todos el más odiado y combatido. No sólo porque los trapos sucios se lavan en casa, sino por adjudicársele la ignorancia y el desconocimiento propio del que *no es de casa*. El celo regional indica que únicamente los locales NYC (nacidos y criados) son capaces de tener la información y los contactos suficientes para conocer sobre las temáticas del lugar. En los detalles tal vez tengan razón, pero nada impide que un foráneo consiga lo mismo (o más) tras un proceso de investigación concienzudo.

Sin dudas, los mitos e historias fantásticas tienen en un amplio sector de los residentes permanentes a sus más fieros defensores. Una concepción casi patrimonialista

de los mitos sobrevuela el imaginario local. Ellos son y se sienten *la comunidad*. Los propietarios de sus cuentos y los únicos capaces de comprenderlos cabalmente. Con ellos comulgan los más crédulos. El **bárbaro extranjero** nada tiene que opinar sobre cuestiones que no le son propias.

Pero de todas las voces autorizadas que se escuchan dentro del universo del *turismo alternativo*, las de los **guías** son las más respetadas y tenidas en cuenta. Ellos encarnan al difusor por antonomasia. El divulgador autorizado (incluso con carnet) que no teme en inventar sobre la marcha, amparándose en el desconocimiento de los turistas circunstanciales y en la exhibición de una supuesta sapiencia sin límites sobre las cosas raras de la región. El “*yo soy de acá*” es su credencial más importante y lo habilita a decir cualquier cosa en un contexto de vacaciones generalmente relajado, poco exigente y por demás abierto a creer cualquier cosa. No hay que olvidar que se ha pagado por escuchar esas historias raras, sin discutir las o ponerlas en duda.

Pero los guías son como los icebergs. Apenas la punta de una estructura mucho más profunda, representada por las empresas y agencias turísticas. Verdaderas usinas vendedoras de humo, emociones forzadas y sensacionalismo. Juegan un rol fundamental en estos contextos de *turismo extraño*, estimulando las fantasías, quitando al viajero de la cotidianidad y sumergiéndolo en un universo de luces, naves alienígenas y monstruos imposibles de captar en el día a día. Sus tours, excursiones y expediciones en pos de misterios proliferan, apoyadas sobre una realidad mostrada y comercializada como extraordinaria, *descontrolada*. Ajena a las leyes de la mediocridad de la rutina. En pocas palabras, proponen una **cosmovisión mágica** en la que todo es posible. Un mundo más entretenido, que le permita al visitante hablar sobre él al menos durante un par de días.

¿Quién puede resistirse a observar a un extraterrestre o a sus maravillosos ingenios voladores pagando sólo unos pesos? ¿Qué espíritu desangelado negaría toparse con Bigfoot, el monstruo del Lago Ness o el mismísimo Abominable Hombre de las Nieves, a tan bajo precio y con decenas de testimonios que avalan la experiencia?

El que cree, paga. Y el que no, también.

La búsqueda de confirmación de esas creencias parecería depender, pues, del grosor de la billetera. Hasta en esto el privilegio de clase se hace más que evidente; contribuyendo a mantener los *sucesos extraordinarios* dentro de un núcleo bastante reducido de personas. Principales divulgadores y defensores de los mismos. La clase media.

Como sucede con la velocidad en el mundo del automovilismo, **el asombro cuesta dinero**.

Cuando se paga por algo, especialmente por experiencias anómalas (danzas de ovnis en el cielo, huellas de monstruos en los bosques o estelas en superficies lacustres) es difícil reconocer que uno ha sido timado. El gasto requiere de una cierta edición: exagerar el evento a la hora de relatarlo, agregarle detalles y sucesos que devienen de la pura imaginación o mala interpretación de lo observado. Por eso casi todos salen satisfechos. Emocionados. La **maleable memoria** se confabulará con ellos y hará el resto, agregando, quitando y transformando el recuerdo. El **asombro inventado** irrumpirá, volviéndose más complejo y rico en matices a medida que pase el tiempo. Llegará un momento en que lo rememorado será una pura fantasía producto de una *memoria imperfecta*.

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y PEREGRINOS DE LO IMPOSIBLE

En el **peregrinaje hacia lo imposible** la mayoría de los turistas aspiran encontrar una serie de condiciones mínimas que conviertan sus heterodoxas incursiones en algo medianamente confortable. No bastan los buenos campings. Si lo que se persigue es convertir el lugar de destino en un centro turístico permanente, que nuclea por varios días a un número considerable de personas, las **“historias extraordinarias”** tampoco son suficientes. Las ansias de aventuras deben combinarse, al menos al final de la jornada, con una **hotelería** digna y una oferta de **restaurantes** y **bares** que permitan rememorar y difundir las experiencias vivenciadas con cierto confort. Verdaderas cámaras reverberantes en donde los mitos encuentran eco (especialmente cuando se desata la competencia por relatar el suceso más impactante).

Estimuladas, las fantasías se canalizan en paseos, tours, excursiones y hasta “expediciones” en pos de misterios; con los que se pretenden superar la realidad cotidiana, asentar las nuevas y viejas creencias, comulgar con lo extraordinario e incorporar una cosmovisión abierta a todas las posibilidades y, por supuesto, al entretenimiento.

La **infraestructura turística** debe ser aceptable. Pero ello no se consigue de la noche a la mañana. En algunos casos demanda décadas. En otros, nunca llega a concretarse. Mueren en el intento cuando los mitos no son lo suficientemente movilizados o resultan artificialmente impuestos sin que el contexto geográfico o histórico ayude. En el mejor de los casos pueden mantenerse como meros “*lugares de paso*”. Sitios que no requieren más que de un par de horas para ser explorados y conocer “todos sus misterios” (especialmente *fuera de temporada*, que es cuando no se organizan festivales o convenciones que alimenten el cuento).

A modo de ejemplo citaré cuatro pueblos que pueden incluirse en la última de las categorías arriba señaladas. Tres ellos en Estados Unidos (Point Pleasant y Flatwoods, en West Virginia; y Van Meter en Iowa) y uno en Argentina (Punta Indio, provincia de Buenos Aires).

El primero, es el más famoso gracias al libro escrito por el extravagante periodista John Keel en 1975 y una película de Hollywood, basada en esa misma obra, de 2002 (*The Mothman Prophecies*)¹. **Point Pleasant** es la cuna del *Hombre Polilla* y sede del único museo del mundo dedicado a la criatura. Hay incluso una estatua que conmemora su primera aparición en 1966, con la cual miles de turistas se fotografían, exhibiendo sonrisas que no estuvieron presentes cuando —aparentemente— se dieron los terroríficos sucesos que inauguraron la leyenda.² No hay mucho más por reco-

¹ Véase film *Las Profecías de Mothman*. Disponible en Web: <https://www.youtube.com/watch?v=Ybe5MYEcIZU>

² Véase del autor: *El Hombre Polilla (Mothman). 50 años sobrevolando el imaginario*. Disponible en Web: <https://www.revistalarazonhistorica.com/>. *Regreso a Point Pleasant. Mothman: la restauración de la leyenda*. Disponible en Web: <http://www.monografias.com/docs113/point-pleasant-mothman-leyenda/point-pleasant-mothman-leyenda.shtml>. *El Hombre Polilla (Mothman) y su permanente reinención*. Disponible en Web: <https://www.monografias.com/docs114/hombre-polilla-mothman-y-su-permanente-reinencion/hombre-polilla-mothman-y-su-permanente-reinencion.shtml>

rrer en el pueblo. A no ser que se desee visitar la Zona TNT, una región boscosa ale-
daña al casco urbano, donde ocurrieron algunas de sus más renombradas aparicio-
nes. Medio día es más que suficiente. Tal vez por ese motivo la alcaldía y los vecinos
estén promocionando otros eventos paranormales en la región, incluyendo la tene-
brosa experiencia de pernoctar en un hotel encantado.³



Flatwoods (West Virginia) es un insignificante pueblito de 400 habitantes levan-
tado a la vera de una ruta. Un rincón apartado de la región de los Apalaches que fuera
escenario, en 1952, del avistamiento de un monstruo (por demás bizarro) que los
ufólogos de entonces terminaron relacionándolo con un extraterrestre. La localidad
dispone de una escasa pero vistosa cartelería que le informa al circunstancial visi-
tante en qué extraña comarca está posando sus botas y un local de venta de souve-
nirs que aspira a ser considerado museo. Una media docena de enormes sillas de
madera, ubicadas en diferentes parques del pueblo, estimulan a que el turista se
tome algunas fotos recordatorias de su paso por ahí. Pero, nada más. No hay un solo

³ Sergent, Beth, *Un lugar interesante: Lowe Hotel abraza su historia y su futuro*. Disponible en Web: <https://www.mydailyregister.com/news/20531/an-interesting-haunt-lowel-hotel-embraces-its-history-and-future>

hotel (a no ser uno a varios kilómetros del casco urbano). Con este panorama *resulta imposible que “lo imposible” se convierta en negocio. Al menos por ahora.*⁴



Flatwoods: Cartelería, souvenirs, juguetes y fiestas en torno a la criatura

Van Meter, en el Estado de Iowa, con sus apenas 1.100 residentes intenta desde el año 2013 instalar una leyenda local basada en extraños sucesos ocurrido en 1903. Fecha en la que una criatura semejante a un pterodáctilo, con una inclasificable luz en la frente, asoló a la zona infundiendo un horror inenarrable, que un grupo de investigadores locales plasmaron en un librito.⁵ La comunidad lucha por volver famoso su festival anual y las guías por el pueblo, pero los inconvenientes que tiene por delante parecerían hasta el momento insuperables. Sólo un “circo” mejor equipado (con hoteles, bares, restaurantes y demás servicios) podrá, eventualmente, colocar a Van Meter en el mapa redituable del misterio.⁶

⁴ Véase del autor: *El Monstruo de Flatwoods: la larga persistencia de lo absurdo*. Disponible en Web: <https://www.monografias.com/docs/14/monstruo-flatwoods-larga-persistencia-lo-absurdo/monstruo-flatwoods-larga-persistencia-lo-absurdo.shtml>

⁵ Véase: Lewis, Chad, Voss, Noah y Nelson Kevin Lee, *The Van Meter Visitor. A True & Mysterious Encounter with the Unknown*, Blackwell North America, USA, 2013.

⁶ Véase del autor: *El extraño Visitante de Van Meter. Anomalías, festividades y monstruos inventados*, en Revista La Razón Histórica N°44 año 2019. disponible en Web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7368865>



Van Meter
Un monstruo del pasado que intenta generar negocios

Finalmente en Argentina, la localidad de **Punta Indio**, a 150 kilómetros al sur de Buenos Aires, pretende, por lo menos desde el año 2012, publicitar a través de los medios masivos de comunicación las supuestas cualidades “energéticas”, “misteriosas” y “legendarias” del lugar. De acuerdo con los rumores que circulan, allí pulularían presencias alienígenas, barcos fantasmas y demás entidades paranormales. “Un pueblo rodeado de fenómenos inexplicables” que no consigue instalarse en el imaginario de la gente, ni llamar la atención más allá de los minutos que generosamente les ofrecen algunos canales de televisión. La carencia de infraestructura turística hace el resto.⁷

⁷ Véase del autor: *El Espectral barco fantasma de la Bahía de Samborombón*. Disponible en Web: <https://www.monografias.com/trabajos109/espectral-barco-fantasma-bahia-samborombon-argentina/espectral-barco-fantasma-bahia-samborombon-argentina.shtml>



Aunque en lo personal con gusto me pasaría más de un día en cualquiera de esos pueblitos, el turismo circunstancial que transita por ellos no requiere de más tiempo que del arriba señalado. La excepción se da sólo en determinadas fechas del año, cuando se celebran, en clima claramente festivo, algunos **festivales** regionales de los hablaremos más tarde.

PAISAJES Y ROMANTICISMO CONTEMPORÁNEO

Como es de esperar, el **paisaje** también ayuda. Los recursos naturales son imprescindibles al momento de analizar el impacto que tienen ciertas locaciones en los visitantes. El **contexto** geográfico genera significado. No es algo inocuo. Más allá de lo puramente estético, produce sentimientos profundos, que podemos rastrear hasta en los más lejanos tiempos históricos, cuando lo sagrado y lo numinoso impregnaban el entorno.

Bosques y selvas, montañas, lagos y desiertos, en especial aquellos poco frecuentados, alimentaron y siguen alimentando las **fantasías** y los **terrores** del imaginario contemporáneo; principalmente cuando son publicitados con adjetivos que tienden a exaltar las supuestas particularidades extraordinarias que se concentran en ellos.

La literatura romántica del siglo XIX es un claro antecedente de lo que sostenemos y los **libros de viajes** los mejores ejemplos que tenemos a mano para confirmarlo.⁸

Es así como se ofrecen, se compran y se venden regiones enteras. Enclaves *exóticos*, nidos de monstruos y criaturas feéricas, extra e intraterrestres (no olvidar la famosa **Cueva de los Tayos**, en Ecuador), edulcoradas todas ellas con relatos extravagantes y una parafernalia de carteles, muñecos y publicidad a cargo de agencias turísticas dispuestas a inventar y/o promover fantasías salidas de las más irracionales (y entretenidas) cosmovisiones: las de sus propios investigadores y promotores.

SABIOS Y CREYENTES

Toda área de conocimiento, sea cual fuere, genera y ensalza a sus **sabios** y **especialistas**. Tarde o temprano éstos aparecen, tanto como producto de la obsesión y metódico trabajo sobre un tema o, simplemente, por la espectacular exposición mediática. La televisión y la radio están pobladas de estos personajes. Mascarones de proa de temáticas atractivas de las que pueden decirse cualquier cosa, sin que sus contrincantes intelectuales encuentren el mismo espacio para rebatirlas. Los *sabios del misterio* venden bien. Los escépticos, no tanto. Por este motivo, todas aquellas regiones famosas por ser depositarias de supuestos fenómenos paranormales cuentan con sus **autoridades**. Popes de la especulación y las “teorías” más descabelladas; responsables directos de los mitos locales que circulan, apoyados en la experiencia y los detalles (muy jugosos, por cierto) que sólo ellos conocen, por el hecho de estar permanentemente en la zona.

Fuente de consulta obligada de periodistas y curiosos foráneos, los *especialistas residentes* se ven rodeados de un aura especial, que muy pocos se animan a atacar. Sus credenciales (en caso de tenerlas, y si son universitarias mucho mejor) se convierten en un prueba irrefutable de credibilidad. Claro que no siempre un doctorado o en-

⁸ Véase del autor: *El viajero del romanticismo. El siglo XIX y la experiencia sensible del viaje*. Disponible en Web: <https://www.monografias.com/trabajos21/viajero-romanticismo/viajero-romanticismo.shtml>

trenamiento avanzado en determinada materia es suficiente. Tal como señalan **Daniel Loxton** y **Donald Prothero** en su magnífico libro *Ciencia Abominable: “Un candidato a doctorado en realidad tiende a perder parte de su amplitud de entrenamiento en otras materias. La mayoría de los científicos están de acuerdo en que cualquier que haga alarde de un título académico mientras plantea sus argumentos es un verdadero traficante de credenciales”*.⁹ En otras palabras lo que busca es intimidar a los miembros de su audiencia, haciéndose pasar por un todopoderoso **experto**.

Es opinión generalizada que *los que vienen de afuera* nunca están del todo bien informados, ni alcanzan el eximio grado de conocimiento que los locales poseen (tengan o no títulos académicos). Una clara **xenofobia intelectual** se asoma por detrás de sus actitudes y escritos (generalmente autoeditados); que no dejan de ser otra fuente de ingresos y de publicidad, en especial cuando los libros no se venden más allá de los límites del terruño.

Difíciles de rebatir en sus propios terrenos, los *sabios* ven en los **escépticos** a sus peores enemigos. **Negacionistas** que buscan explicaciones a todo lo extraño, desoyendo el llamado de la intuición y el sexto sentido que sólo los **“abiertos de mente”** saben interpretar convenientemente.

Escudados por sus vecinos y seguidores —así como por los emprendimientos turísticos que tienen en ellos a los principales sustentadores de los mitos que venden— las **autoridades en cuestiones extrañas** promueven un discurso por momentos **esquizofrénico**, con el que se busca llegar a más personas y convencer mejor a los indecisos.

Esta actitud esquizofrénica se percibe al comparar lo que los expertos dicen frente a un micrófono con lo que efectivamente escriben o comunican a sus grupos de pares. En principio, hay una notable regulación del discurso público. **Se cuidan más al decir que al escribir**. Cuando conferencian para todos suelen **edulcorar la misteriosa realidad** a la que le dedican tanto tiempo. Se quedan con la versión más conservadora de sus propios delirios. Una versión **exotérica**, dirigida al común de los creyentes (o están a punto de creer). La otra, la **esotérica**, es más críptica, alambicada, extravagante y orientada a los *iniciados*. Suele quedar confinada sólo en los

⁹ Loxton, Daniel y Prothero, Donald, *Abominable Science. Origins of the yeti, Nessie and other famous cryptids*, Columbia University Press, USA, 2013, pág. 21.

textos; que adquieren de ese modo una condición cuasi “sagrada” (especialmente entre los que no leen o leen muy poco). Son en esas páginas en donde los monstruos y los extraterrestres se alejan de las hipótesis más “mundanas” para entrar en elucubraciones aún más disparatadas, en las que se mezclan la teoría cuántica, la relatividad, dimensiones alternativas, estados alterados de conciencia, sistemas de controles suprahistóricos o misteriosos súperespectros capaces de modificar por completo el sentido de realidad vigente.

Es a lo que se aspira: a cambiar el paradigma. Alejarse del **materialismo** (al que odian) para caer en un **idealismo** romantizado imposible de atrapar. Carente de evidencias. **Elusivo**. “*Celoso*”, como lo denomina Robert Scheaffer.¹⁰

Para los sabios expertos sólo *unos pocos* son capaces de entender los galimatías que proponen. Los demás, no entienden nada. Y si son de fuera, mucho peor.

PARTICULARISMOS, IDENTIDAD Y MENTIRAS

Lo **diferente**, lo **estrambótico**, lo **bizarro**, pueden instituirse en la clara e intransferible señal de identidad de un lugar. Por tal motivo, cuanto más **rara** sea la historia —y las criaturas protagonistas asociadas a ella— mayor será el **particularismo** que diferencie a una localidad de otra. Es la forma de ser original. De mostrarse distintos del resto.

Poco no importa que los sucesos extraños atenten contra el sentido común o las leyes naturales. En realidad, cuanto más **inverosímiles** y **absurdos** sean los eventos asociados al pueblo, mejor recibidos serán por *sabios* y las autoridades políticas; concientes de que de esa **singularidad** puede depender el turismo y el crecimiento económico del sitio.

Pero no siempre suele darse esta conveniente veta de **originalidad**. A veces se carece completamente de ella. La historia local y los rumores puede que no acompañen el intento, o que la falta de imaginación y riesgo no habilite a que ciertos vecinos audaces se lancen a inventarlas de ex profeso. En esos casos, lo extraordinario no

¹⁰ Scheaffer, Robert, *Veredicto OVNI. Examen de la evidencia*, Editorial Tikal, España, 1996 (1° edición en inglés 1986), pp. 232-252.

germinará y pueblitos, que podrían haber desarrollado un neo-mitología entretenida, lucrativa e interesante, seguirán siendo parajes conquistados por el tedio.

Claro que también hay casos en los es posible **importar monstruos**.

Cuando una idea funciona bien en otro sitio puede ser copiada o imitada. Y, aunque en muchas ocasiones esto no termina de cuajar convenientemente, hay casos en los que sí prospera. Como ocurre con ciertas criaturas de aspecto humanoide, peludas y gigantescas del folclore estadounidense o canadiense que encontramos desperdigadas por todo el mapa norteamericano; distinguiéndose entre ellas sólo por su color, altura, número de dedos impresos en las huellas, comportamiento y olor que dejan a su paso.¹¹ Variaciones sobre un tema que podemos rastrear claramente desde hace siglos en distintas partes del mundo: la del **Hombre Salvaje**. Ubicua, pero no en todos los casos explotada económicamente.¹²

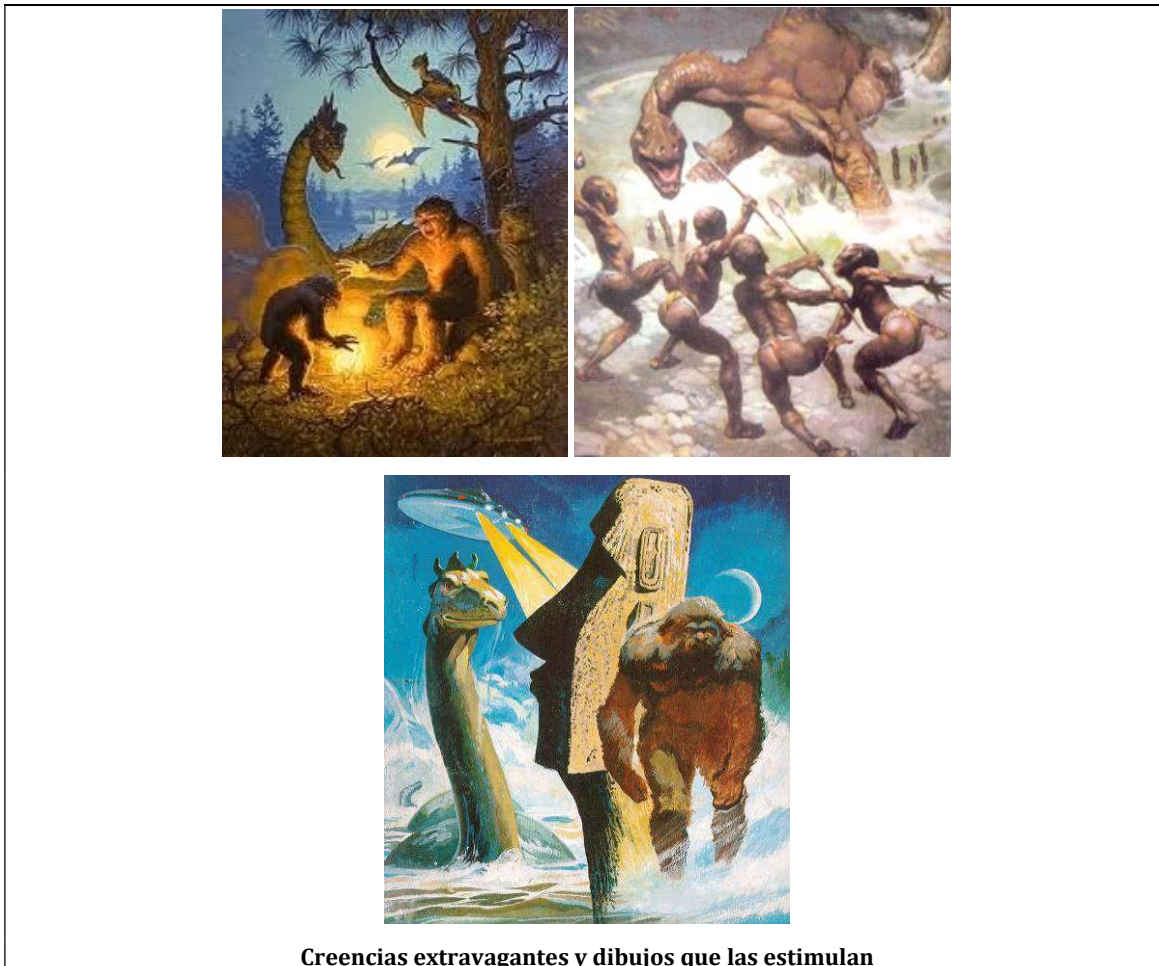
Que una comunidad entera pueda organizar parte de su economía y fama internacional en torno a una historia falsa requeriría que *creyentes e hipócritas* superaran numéricamente a los *escépticos* y, en consecuencia, trabajaran en función de un propósito común. La **cooperación** en gran escala depende de creer en las mismas historias no necesariamente verdaderas. En estos casos la mentira dispondría de una fuerza de **cohesión** pocas veces promocionada por razones puramente éticas.

Somos animales tremendamente crédulos, por tal motivo el historiador Yuval Noah Harari afirma que: *“cuando se trata de unir a las personas en torno a una misma historia, la ficción goza de tres ventajas. La primera es que, en tanto que la verdad es universal, las ficciones tienden a ser locales. En consecuencia, si queremos distinguir a nuestra tribu de los forasteros, una **historia ficticia** nos servirá mucho más como un indicador de identidad que una historia verdadera. (...) La segunda gran ventaja de la ficción sobre la verdad tiene que ver con el principio de la desventaja que establece que las **señales confiables** deben ser costosas para el emisor. De lo contrario, pueden ser fácilmente imitadas por los falsificadores. (...) Creer en historias ridículas y extravagantes exige un costo mayor y, por ende, una mayor **señal de lealtad**. (...) La tercera*

¹¹ Véase: Hatcher Childress, David, *Bigfoot Nation. The history of Sasquatch in North America*, Adventures Unlimited Press, Illinois, 2018.

¹² Véase: Bartra, Roger, *El Salvaje Artificial*, Ensayos/ Ediciones Destino, Barcelona, 1991.

ventaja es que la verdad suele ser dolorosa y perturbadora. De ahí que quien se apega a la realidad pura tenga pocos seguidores”.¹³



Mentime que me gusta y hace bien, sostiene un dicho popular. Y parecería ser la premisa de los tiempos que corren. Saturados de medios de comunicación dispuestos a divulgar a los cuatro vientos **fakenews** de todo tipo que —a la postre— resultarían ser más útiles que las frías verdades.

Muchas de las falacias tuvieron en un principio la inocente intención de entretener, rellenar espacios en los diarios cuando los veranos hacían que las noticias importantes escasearan, o canalizar la veta literaria y fantástica de algún periodista ajeno

¹³ Harari, Yuval Noah, “¿Por qué la ficción triunfa sobre la verdad?” En *The New York Times* del 26 de mayo de 2019. disponible en Web: <https://www.nytimes.com/es/2019/05/26/espanol/opinion/yuval-harari-poder-verdad.html?smid=fb-share-es>

a sus códigos deontológicos.¹⁴ Pero resultaron más útiles que lo pensado inicialmente.¹⁵

Lo imaginario viene generando negocios y aunando esfuerzos y creencias desde hace siglo. Si no véase lo redituable que resultaron las **reliquias** durante el medioevo. No hay razón que logre combatir las del todo —hasta hoy— con eficiencia.



Reliquias medievales católicas. Movilizaron millones de personas y dinero

FÁBULAS MEDIÁTICAS

Centenares de programas de radio y televisión, en especial los “*documentales*” del *History Channel*, alimentan a diario el universo de estas temáticas *paracientíficas*; abocados en mantener vigentes los fenómenos originados dentro de las **pseudociencias**.

El ocultismo y el misticismo no se quedan atrás, conformando en muchos casos una argamasa teórico-especulativa en la que se mezclan Bigfoots, alienígenas y **criaturas feéricas**, interdimensionales, capacidades telepáticas, visión remota y una alta empatía ecológica con el ambiente, producto —claro— de un elevado nivel de evolución espiritual.¹⁶ Sin ahondar en instancias especulativas más retorcidas y carentes

¹⁴ Véase del autor: *La Kolchakización de la realidad*. Disponible en Web: <https://www.falsaria.com/2020/03/la-kolcharizacion-de-la-realidad-%e2%80%95a-proposito-de-la-serie-kolchak-el-rondador-nocturno-%e2%80%95/>

¹⁵ Véase del autor: *Los portales del imaginario: diarios, monstruos y extraterrestres*. Disponible en Web: <https://www.falsaria.com/2017/05/los-portales-del-imaginario-diarios-monstruos-extraterrestres/>

¹⁶ Véase: Newkirk, Greg, *El conjuro de Bigfoot* en *Week in Weird*. Disponible en Web: <http://weekinweird.com/2019/04/19/the-conjuring-of-bigfoot-the-forgotten-tale-of-the-time-lorraine-warren-met-sas-quatch-in-tennessee/>

de evidencias (aunque con cierta lógica interna), en las que se proponen materializaciones del inconciente colectivo y demás variantes paranormales por el estilo.¹⁷ El grado de delirio de muchos de estos programas, especialmente el conducido por **Giorgo Tsoukalos**, es tal que, frente a ellos, personajes como **Fabio Zerpa** (1928-2019) o **Fernando Jiménez del Oso** (1941-2005) parecerían ser dilectos discípulos de Mario Bunge.¹⁸

Congresos y simposios, convenciones, reuniones informales y revistas especializadas en las temáticas que nos convocan, enarbolan estas realidades paralelas en las que los disparates son las estrellas, apoyándose en un sensacionalismo gráfico hoy posible gracias a los enormes avances tecnológicos derivados del ámbito de la fotografía, las ciencias visuales y la informática. La mentira se encuentra muy bien pertrechada en sociedades ávidas por lo mágico y dispuestas a creer en cualquier cosa. Aún cuando el **testimonio fotográfico** sea impreciso, ambiguo, casi siempre fuera de foco —a contracorriente de los enormes logros conseguidos en las últimas décadas— miles de personas siguen apoyando sus creencias en esas imágenes confusas y anacrónicas. No ha habido grandes mejorías en este aspecto. Siguen siendo las mismas fotos, una y otra vez desacreditadas, las que decoran los escenarios explotados turísticamente. El **fenómeno original** (como lo suelen denominar los *misteriólogos*) sigue siendo esquivo y abierto a todo tipo de interpretaciones. Ni siquiera sus timoratos y controversiales pasos dentro del ámbito académico parecen haber dado solución al problema.¹⁹

La seriedad aburre. Lo extraordinario resulta una mercancía mucho más aceptable que las desencantadas explicaciones racionales, que muy pocos quieren escuchar.

¹⁷ Véase: Keel, John. *Operación Caballo de Troya*, Reediciones Anómalas, España, edición castellana 2017 (primera edición en inglés Putman, New York, 1970). / Harpur, Patrick, *Realidad Daimónica*, Editorial Atalanta, España, 2007. / Caravaca, José Antonio, “*Bigfoot: entre eslabones perdidos, extraterrestres y entes sobrenaturales*”. Disponible en Web: <http://caravaca.blogspot.com/2016/04/bigfoot-entre-eslabones-perdidos.html>

¹⁸ Véase: Franco, Alejandra, *¿Por qué creemos en monstruos?* en Caracteres.mx. Disponible en Web: <https://caracteres.mx/por-que-creemos-en-monstruos/>

¹⁹ Véase: Hill, Sharon, “Clases de educación paranormal que aparecen en las principales universidades”. Disponible en Web: <https://sharonahill.com/2018/12/13/paranormal-education-classes-showing-up-at-major-universities/>

“El espectáculo controla el ambiente”. Es lo que afirma el antropólogo Ignacio Cabria García en su *Historia social de los ovnis en España*.²⁰

Un temprano ejemplo de ello resultaron ser las “*Alertas Ovni*” organizadas hacia fines de la década de 1970, que movilizaron a miles de adeptos al tema, tanto como sus billeteras (para beneplácito de los lugares en los que se congregaba la gente). Esas reuniones nocturnas fomentadas por los medios y que tanto nos recuerdan a las escenas de la película de Steven Spielberg, *Encuentros Cercanos del Tercer Tipo*, resultaron ser “(...) sesiones a medio camino entre la observación científica y la charanga. (...) Un nuevo tipo de festejo popular con el convencimiento de estar aportando algo al conocimiento de los ovnis, siendo ellos [los participantes] parte del fenómeno mismo. (...) Una participación en el ritual de la moderna ufología. Una ceremonia de recreación”.²¹

VIDRIEDAS Y MONSTRUOS

Villa El Chocón es un pueblito de la provincia de Neuquén (Argentina), a orillas del embalse *Ezequiel Ramos Mexía*, que se salvó de la extinción de pura casualidad. De no haber sido por un fósil que encontraron casualmente en sus inmediaciones, seguramente hoy sería uno más de los tantísimos “*pueblos fantasmas*” que dejó como legado el neoliberalismo de la década de 1990.

Próspera y pujante desde su creación en 1974, su central hidroeléctrica (Hidronor) se convirtió en corazón de la localidad; fuente de trabajo, buenos sueldos y bienestar para todos sus trabajadores. El aislamiento con el resto del país generó un fuerte sentimiento de identidad y las halagüeñas perspectivas de poder vivir allí para siempre. Pero en noviembre de 1993 el *menemato* (gobierno de Carlos Menem) decidió privatizar todo, en su afán por reducir el Estado. Y así se inició la debacle.

²⁰ Cabria García, Ignacio, *Entre ufólogos, creyentes y contactados. Una historia social de los ovnis en España*, Cuadernos de Ufología, España, 1993.

²¹ *Ibidem*, Pág. 228.



Villa El Chocón, cartelería publicitaria

Mucha gente se fue del lugar. Tras las indemnizaciones por despido algunos intentaron suerte poniendo quiscos y almacenes, pero no fue suficiente. Migraron y la villa quedó casi abandonada. Fue un verdadero desastre. Las calles estaban desérticas. El consumo se redujo al mínimo. El antiguo paraíso se había convertido en un infierno.

*“Después de la privatización hubo una negociación para ver quién se quedaba con El Chocón, que dependía de la Nación —dice José Luis Mazzone (ex-intendente)—. La Nación se quería sacar de encima la villa, porque **Hidronor** no existía más. La provincia de Neuquén tampoco la quería, y no sabía si comprarla para salvarla o trasladar los habitantes a otro lugar. Y justo en ese momento en que no se sabía si **El Chocón** seguía existiendo o no, apareció el dinosaurio”.*²²

²² Prénz, Miguel, *Gigantes. La guerra de los dinosaurios en la Patagonia*, Tusquets Editores, Buenos Aires, 205, Pág. 108. Nota del autor: recomiendo esta maravillosa crónica de la historia del Chocón, con sus idas y vueltas, conflictos, celos y logros.



Giganotosaurus Carolinii, fósiles en el museo de Villa El Chocón

El 25 de julio de 1993 (en pleno camino hacia el desastre), **Rubén Carolini**, un mecánico que trabajaba en la central y dedicaba parte de su tiempo libre a buscar fósiles, como mero aficionado, se topó con el esqueleto de una nueva especie de carnívoro gigante, mucho más grande que el famosísimo *Tyrannosaurus Rex* del film **Jurassic Park** (estrenado ese mismo año). De hecho, el nuevo espécimen resultó ser el carnívoro más grande del mundo. Los paleontólogos lo bautizaron *Giganotosaurus Carolinii*, en honor a su descubridor, y se convirtió en una estrella mundial, capaz de movilizar a miles de turistas hacia la Patagonia sólo para poder sacarse una foto a su lado. La *dinomanía* de la época contribuyó con el éxito.

*“El dinosaurio fue un bum, una tabla de salvación para la economía del Chocón, porque el museo nació con él —dice Sonia Arévalo, encargada de la boletería—. Yo siempre digo que al museo hay que cuidarlo, porque generó mucho trabajo después de la privatización de Hidronor. Calculé que acá entran 150 mil personas por año. Don Carolini es un héroe para el pueblo.”*²³

La provincia de Neuquén terminó comprándolo por 5 millones de dólares y, desde entonces, sus vecinos viven del turismo que orbita en torno al **Museo Ernesto Bachmann**, a cuyas espaldas se levanta el centro comercial de la localidad.

Hoy en día es posible no sólo encontrarlo a **Mupo**, el dinosaurio mascota del Chocón, representado en yeso a las puertas del museo, sino también todo un variado merchandising que exhibe al **“Gigano”** (como llaman cariñosamente al fósil) en mates, termos, lapiceras, llaveros, láminas decorativas, muñecos de peluche, calcomanías, vasos, remeras y una impactante cartelería dentro y fuera del ejido urbano.

²³ *Ibidem*, Pág. 15



Villa El Chocón: museo, Mupo y el milagro del *Giganotosaurus Carolinii*

Frente a la realidad concreta —“científico-económica”— que se trasunta detrás del museo de Villa El Chocón, nos encontramos con otra que, aunque parecida, resulta por demás diferente. Una especie de *alter ego* distorsionado, lejano de cualquier propósito académico y más cercano al show. Un **espectáculo freaky**. Una exhibición de rarezas —cercana a los gabinetes de curiosidades del siglo XIX— con idéntica efectividad: atraer gente y activar la economía local. Nos estamos refiriendo a esos muestrarios de **fantasías** y **disparates** que resultan ser los museos criptozoológicos y ufológicos, desperdigados por el mundo.

Sorprendentemente éstos también llenan vitrinas. Por lo general, las encontramos atiborradas por una parafernalia de **objetos descontextualizados** —la mayoría artificiales— y fuera de cualquier catálogo avalado por la seriedad científica. Como dijimos al principio, en estos museos hay mucho de **sarcasmo**. Sus curadores están muy lejos de pertenecer al mundo de la museología profesional. No son más que meros acumuladores de **souvenirs**, baratijas de muy

diferentes procedencias y reconstrucciones exageradas (en goma, plástico o yeso) de las muchas y **bizarras criaturas** a las que se les dedican espacio, tiempo y dinero; en un intento por materializar cuentos, relatos y testimonios de supuestos eventos anómalos. Una reconstrucción, por momentos hollywoodense, que entretiene y convoca —en este mundo de teléfonos celulares con cámaras incorporadas— a tomarnos decenas de fotos frente a los monstruos preferidos de la **infancia**.

En verdad, estos *museos* se acercan más a **Disneylandia** que al Museo del Prado o el Louvre. Cualquier persona mal informada —o por demás ingenua— puede llegar a creer que lo allí expuesto tiene relación directa con una realidad biológica o tecnológica concreta. Se equivocaría. Todo en esos lugares es **aparente**. Hasta los pocos “fósiles” que salpican aquellas vitrinas barrocas son simples **falsificaciones**. Nadie ha encontrado hasta ahora un cráneo de Bigfoot o los metacarpos reales de un yeti tibetano. Ni que hablar sobre los restos de una sirena o los de un chupacabras. Menos aún, los de un patillo volador.²⁴

²⁴ Véase del autor: *Museos Bizarros. Las vitrinas del morbo, la ironía y el Misterio*, Revista El Escéptico, España, N°46, Abril de 2017, pp. 14-32. Disponible en Web: https://issuu.com/arsapc/docs/ee_46 / Asimismo: *Un museo de Otro Mundo. El Museo OVNI de Victoria (Entre Ríos)*. Disponible en Web: https://www.academia.edu/41341092/UN_MUSEO_DE_OTRO_MUNDO_EL_MUSEO_OVNI_DE_VICTORIA



Vitrinas y objetos en museos “anómalos”

Pero esta mirada escéptica y crítica no está exenta de cierta condescendencia. En lo personal disfruto muchísimo al recorrer museos de este tipo. Me la paso muy bien. Representan un muestrario claro del *imaginario social contemporáneo* y una fuente de información por demás interesante sobre la cuestión que nos convoca. Claro que “no hay que pedirle peras al olmo”, como reza el refrán. Aquello es casi un mero divertimento. Muy complicado mentalmente estaría el visitante que creyera que todo eso es real. Ni Mickey, Pluto o Tribilín, moviéndose por *Magic Kingdom*, lo son.

ANUNCIOS DE LO EXTRAÑO

No todo lo que brilla es oro, ni la oferta turística lo que promete. De ahí que la desilusión sea, en muchos casos, una de las constantes que se advierte en las opiniones dejadas por los visitantes, tras la concurrencia a los *museos bizarros* arriba referidos.

Junto a la sorpresa y a la necesaria **desactivación voluntaria del sentido crítico** que estas instituciones exigen (si lo que se trata, claro, es de disfrutar de la visita), los curiosos de turno suelen verter **juicios** entre los cuales el “*sentirse estafado*” compite con adjetivos calificativos de no muy recomendable transcripción en estas líneas. Y no es casual que las más duras invectivas provengan de los “**creyentes**”. Es entendible: son los primeros en sentir que “*sus temas*” son tomados para la chacota, aún cuando la intención del “*curador*” no haya sido esa. Casi nunca lo es.

Pero antes de todo esto, hay de saber dónde ir y cómo llegar. En pocas palabras: **sentirse atraído**. Es ahí en donde entran en juego los **carteles**, de los que haremos referencia a continuación. Cuestión que sólo recientemente se ha convertido en tema de estudio, tanto de la historia como de la teoría del turismo.

Como reza un axioma del marketing: “*nadie puede consumir lo que no conoce*”. Y hacer conocer algo no es otra cosa que despertar **interés**, incentivar el **deseo** y crear a posteriori la **necesidad** de satisfacerlo. Los carteles, como parte de este proceso publicitario de “*dar a conocer*”, no sólo cumplen con esa misión económica sino que también se convierten en creadores y sostenedores de una **identidad cultural y turística** bien específica. Sintetizan, aglutinan, vuelven concretas determinadas características de un sitio, al punto —en ocasiones— de generar un **estereotipo** (a veces una **caricatura**) más que vendible.

La **cartelería** que hallamos en diferentes latitudes, referidas a la temática UFO y criptozoológica, cumple con todas esas exigencias. Los carteles **motivan**, incitan a la **curiosidad** y a la **imaginación**. Generan **emociones** a partir de un atractivo visual imposible de obviar, incluso antes de llegar a destino. Pocos viajeros pasan impávidos frente a las **curiosas** y **lúdicas** señales de tránsito que exhibimos abajo, anunciando aquello que el turista puede encontrar algunos kilómetros más adelante.





Pero si de carteles propiamente dichos hablamos tendríamos que hacer un escueto e incompleto recorrido por los más emblemáticos: aquellos que —como los de Villa El Chocón— identifican claramente a una localidad, diferenciándola del resto. Veamos algunos ejemplos, antes de seguir.





Cartelería OVNI- Roswell, Nuevo México (EE.UU.)



Cartelería OVNI: Área 51, Nevada (EE.UU.) y Wycliffe Well (Australia)

Es de suponer que cada uno de los carteles exhibidos arriba tenga sus propias y particularísimas historias, que revelen no sólo el devenir cultural, turístico y político de esas ciudades, sino también la evolución de su imaginario local e intereses económicos. Muy lejos estamos de conocerlas. Demandaría mucho tiempo y esfuerzo escribirlas. Desconozco si ya se ha hecho. De lo que sí podemos dar testimonio es del

devenir de un cartel que fuera emblemático de la ciudad de Capilla del Monte (Córdoba, Argentina) y que por años hizo las veces de anfitrión a los turistas, anunciándoles el arribo a uno de los centros de turismo ufológico más importantes del mundo.



Se mantuvo en pie por un lustro. Menos tiempo del imaginado por muchos. Se había hecho carne con el pueblo. Algunos pensaban que había estado allí desde siempre. Era un símbolo único en la región y en el país todo. No había nada igual en otra parte, al menos por estas latitudes meridionales. Pero, a raíz de un cambio en la política local, el 31 de enero de 2020 fue desmantelado y suplantado por otro más colorido, aunque totalmente anodino. Aquel mediodía, en el que operarios del municipio quitaron al ET y cubrieron su rastro con nuevas tonalidades, mataron un ícono y la localidad perdió parte de su identidad.²⁵

²⁵ Véase del autor: “Y un día se llevaron al marcianito verde Capilla del Monte” en *Factor 302.4 El Blog de Alejandro Agostinelli*. Disponible en Web: <https://factorelblog.com/2020/02/14/adios-muneco/>



Ya sea utilizando formas abstractas, geométricas o naturales (también *sobrenaturales*, como podemos ver) los carteles representan una de las herramientas más efectivas de la promoción turística. Forjan la imagen de un lugar. Transmiten los valores y la idiosincrasia de un territorio. Expresan sus mitologías y símbolos compartidos. Incluso sus tradiciones criptozoológicas y ufológicas. Evidencian también una cosmovisión particular, propia. *Vendible* por ser exclusiva y distinta. Un identidad que expresa las preferencias de un grupo o un época y, por tanto, siempre cambiante.²⁶ Los carteles sintetizan los deseos y parte de la cultura comunitaria, sus creencias y valores. Dicen más de lo que expresan a simple vista.

SAFARIS IMPOSIBLES

Bigfoot no existe.

A pesar de la ingente cantidad de evidencia acumulada que dicen tener los criptozoológicos, nada resultó ser hasta ahora una prueba definitiva de su existencia. Todo lo contrario. Es sólo una interesantísima fantasía. Un producto del imaginario colectivo que encuentra sus raíces más lejanas en los relatos de *Hombres Salvajes* de los bosques de la Edad Media europea y en leyendas aborígenes de América, pero con

²⁶ Véase: Alcocer, J.C., *El Mundo del cartel*, Ediciones Granada,, Madrid, 1991. / Asimismo: Coronado, D., *La metáfora del espejo: teoría e historia del cartel publicitario*, Alfar, Sevilla, 2001.

ciertas salvedades que debemos tener en cuenta. Y entre las primeras está el hecho de que aquellos *salvajes primitivos* del viejo y del nuevo mundo no tenían el aspecto simiesco de nuestro hirsuto y moderno Pie Grande. Eran simples seres humanos asalvajados. Sucios, de cabellos lagos y enmarañados. Muy poco parecidos a las criaturas que nos acostumbró el *History Channel* o la serie *Monster Quest*. En el caso norteamericano se enrolan dentro del catálogo de seres mitológicos y sobrenaturales propios del folclore, cuya violencia y canibalismo eran algunos de sus rasgos más destacados. Criaturas ligadas más al mundo de lo espiritual que el de una “*biología anómala*”.

Como bien señalan **Loxton** y **Prothero**, las viejas historias y creencias ha sido reinterpretadas (o mal interpretadas) por los cazadores de monstruos actuales, forzando semejanzas que no existen y proyectando al *Bigfoot moderno* en antiguas leyendas nativas; buscando con ello confirmar la existencia de la bestia.²⁷ El anacronismo no podría ser más claro y evidente, en especial cuando se conoce —gracias a la preciosa investigación realizada por los autores nombrados— el origen real de todo este cuento.

La semilla de la que germinó la leyenda del moderno Bigfoot la sembró, en la década de 1920, un maestro de escuela que trabajaba en una reserva de la etnia Salish de la Columbia Británica (Canadá). Se llamaba **John W. Burns** (m. 1962) y en su tiempo libre se dedicó a recopilar informes de testigos oculares sobre *gigantes* que vivían en las montañas, a los que llamó “*sasquatchs*”.²⁸

De acuerdo a esos relatos locales, transmitidos de boca de en boca desde aproximadamente mediados del siglo XIX, esos “*gigantes*” vivían en aldeas, portaban armas, usaban ropa y hablaban. Incluso, algunos hasta andaban a caballo y conversaban con los testigos. Es evidente que se trataba de hombres comunes, cuya altura probable-


²⁷ Loxton, D., y Prothero, D., op.cit., Pág. 34-35.

²⁸ Véase: Según indica Joe Nickel [en su libro *Tracking the Man Beast: Sasquatch, vampires, zombies and more*, Media Baking Inc., 2011] el término *Sasquatch* es una adaptación ideada por Burns a partir del nombre que usaban los aborígenes de la Columbia Británica (uno entre muchos otros): *sokqueatl* o *soos-q'tal*. Su intento de homogeneizar el nombre de la criatura tuvo éxito. Jh, W. Burns, datos. Disponible en Web: <http://sasquatchresearchers.org/forums/index.php?topic/786-john-w-burns-coined-the-word-sasquatch/>

mente se exageraba a fin de remarcar su **alteridad**. El tamaño, como bien ha indicado el historiador Lucien Boia, siempre ha sido una manera clara y directa de identificar al **“Otro”** (gigantes y pigmeos pululan en las leyendas de antaño y diarios de viajes de exploradores desde el siglo XVI).²⁹


Do the hairy, 8-foot tall Sasquatch still live? I have spent over 16 years, as teacher at Chehalis Indian Reserve, seeking them

1 HAVE spent more than 16 years trying to find them. In the mountains west of British Columbia, Canada's most remote area of Indians. They are the mysterious Sasquatch—or giant ape-like but, according to some, much more than that. I have spent more than 16 years trying to find them. In the mountains west of British Columbia, Canada's most remote area of Indians. They are the mysterious Sasquatch—or giant ape-like but, according to some, much more than that. I have spent more than 16 years trying to find them. In the mountains west of British Columbia, Canada's most remote area of Indians. They are the mysterious Sasquatch—or giant ape-like but, according to some, much more than that.



John W. Burns

Maestro de escuela que acuñó la palabra “Sasquatch” al menos en dos artículos publicados. El primero 1929, en la popular revista *McLean* y el segundo en 1954 en la *Revista Liberty*. Sus historias, recabadas de la tradición oral aborigen de la Columbia Británica sería el fundamento para lo que más tarde se convertiría en el fenómeno Bigfoot.



Muy lejos estaban esos *sasquatches* descriptos por Burns del moderno **Bigfoot**, caracterizado por ser el gigante (eso sí) de más de tres metros de altura, completamente peludo, evasivo y con un aspecto más ligado a un homínido primitivo. Un **“eslabón perdido”**. Un sobreviviente del dilatado árbol genealógico de la humanidad. Entonces, ¿cuándo surgió esa leyenda? Según Loxton y Prothero, a mediados de la década de 1950 como resultado de un **truco publicitario**, en un pueblito de la Columbia Británica llamado **Harrison Hot Springs**.

1957. La Columbia Británica cumplía 100 años y el gobierno provincial puso a disposición, de los diferentes pueblos que componían la región, unos 600 dólares para financiar a la comunidad que presentara un proyecto original y atractivo que convo-

²⁹ Boia, Lucien, *Entre el ángel y la bestia*, Editorial Andrés Bello, España, 1995.

cara al turismo. Los vecinos de Harrison se juntaron en asamblea. Pensaron. Debataron un tiempo y finalmente, basándose en los escritos de John Burns, propusieron algo en verdad novedoso: **una cacería de sasquatchs**.

Si bien la propuesta fue rechazada con el gobierno central, la idea llegó a los medios. Un diario de Vancouver la hizo propia y difundió la noticia. El resultado fue inesperado. Cazadores, turistas, curiosos, periodistas de televisión y radio acudieron a Harrison, convirtiendo el proyecto en un éxito de marketing sin precedentes. Sin gastar un solo peso, el pueblo quedó señalado en el mapa norteamericano. Incluso el propio municipio ofreció una recompensa de 5000 dólares para quien pudiera capturar a la criatura viva; aconsejándole a los vecinos no expresar escepticismo respecto de los sasquatchs.³⁰

Se organizaron expediciones. Decenas de buscadores de monstruos dieron sus primeros pasos en el tema, convirtiéndose a la postre en famosos criptozoólogos que difundieron y adornaron la leyenda. Hoteles, restaurantes, estaciones de servicio, bares y tiendas, vieron beneficiadas sus arcas. El negocio acababa de empezar. Entonces, algunos diarios y la radio publicaron el testimonio de un hombre que decía haber visto a la criatura muy de cerca, dos años antes, en 1955. Se llamaba **William Roe** y a él le debemos la primera descripción del moderno Bigfoot (aún cuando todavía no era llamado de este modo). Su **Sasquatch** no se parecía en nada a los indios gigantes de Burns. Era un primate y por demás misterioso. De 1,84 metros de altura, todo cubierto de pelo castaño oscuro con puntas plateadas. El espécimen era una hembra. Tenía senos. Sus brazos eran gruesos y largos. Le llegaban casi hasta las rodillas. Los pies eran más anchos que los de un hombre común. La cabeza era alta, con una nariz ancha y plana. Los labios y la barbilla sobresalían más que su nariz. El cuello grueso y bajo. Roe relató que la criatura debió olerlo y por eso se alejó de él, no sin antes mirarlo por encima del hombro, mientras avanzaba.³¹

³⁰ Nota: esto me recuerda una charla mantenida en Capilla del Monte con un remisero quien me dijo que el propietario de la agencia de autos le recomendaba a sus choferes que inflaran las historias de ovnis en la zona, evitando dar explicaciones racionales, porque eso atraía turistas.

³¹ Véase declaración jurada de William Roe. Disponible en Web: <https://sasquatchalberta.com/classic-encounters/william-roes-1957-sworn-affidavit/>

Pero hay un problema. Donald Prothero, en *Abominable Science*, descubrió que nunca nadie había visto personalmente a William Roe. Ningún criptozoólogo lo conoció cara a cara. Ni siquiera aquel que hiciera famosa la declaración jurada de la que se extrajo la descripción arriba detallada. Además, nadie había escuchado la historia de Roe antes del circo mediático de Harrison Hot Spring de 1957.

Sólo un año más tarde, en **1958**, la historia tomaría un nuevo giro en el norte de California. En la localidad de **Bluff Creek**, un contratista de construcción de carreteras llamado **Raymond Wallace** denunció la aparición de unas gigantescas huellas en su sitio de trabajo y les tomó un molde de yeso. Lo fotografiaron y salió en los diarios locales. La noticia se expandió como la peste. Y a pesar de las sospechas tempranas del sheriff —de que todo era una farsa— el nuevo nombre que los periódicos le dieron a criatura —Bigfoot (Pie Grande)— alcanzó fama internacional.

Sólo después de la muerte de Wallace en 2002, sus familiares revelaron que todo había sido una broma para espantar a los merodeadores nocturnos que asolaban el lugar de trabajo en la carretera. Incluso mostraron los moldes de madera de los pies que se habían usado.



Los criptozoólogos —principales fogoneros del cuento— desatendieron por décadas la historia de Wallace. El globo se les hubiera pinchado de entrada. Sólo después de esconder bajo la alfombra esos sucesos (y la primigenia opinión de la policía local)

salió a luz el famosísimo film de Roger Patterson y Bob Gimlin de 1967, que parecería ser una clara teatralización de lo que el misterioso Roe relatara unos años antes.³² Todo lo que siguió después es historia.

Montañas, bosques y pantanos de América del Norte se llenaron de Bigfoots de todo tipo.

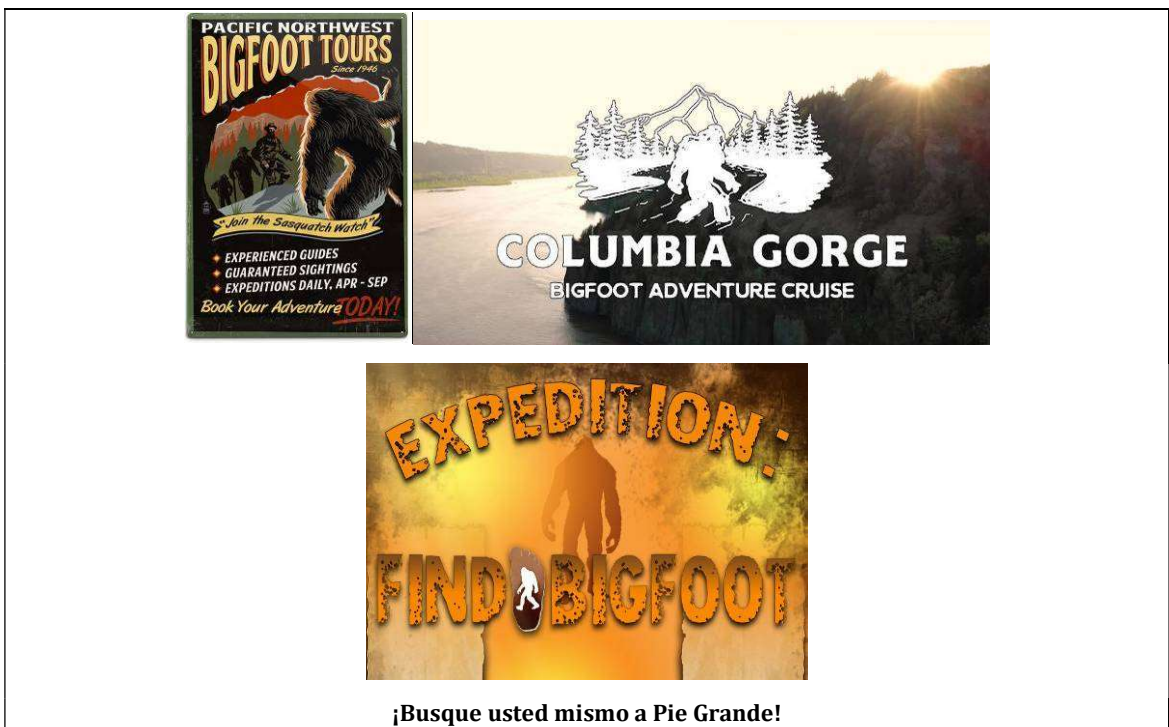
Pero el sistema de creencias fue más fuerte. A pesar de lo inconsistentes que resultarían las pruebas a favor de la existencia de Bigfoot, numerosas localidades del noroeste estadounidense y la Columbia Británica canadiense —entre ellas Harrison Hot Springs y Bluff Creek— siguieron embolsando dinero; levantando museos y vendiendo —entre otras cosas— tours diurnos y nocturnos para buscar —hasta el día de hoy— al elusivo hombre -mono.



Por módicas cifras, que van de los 80 a los 300 dólares por día (según el tour elegido), cualquiera de nosotros puede convertirse en un *Bigfoothunter* y recorrer los

³² Loxton, D., y Prothero, D., op.cit., Capítulo 2 Bigfoot.

escenarios que, según se dice, transita la criatura. La comodidad y la buena alimentación están aseguradas en cabañas y albergues de montaña, muy a pesar de estar ubicadas (como reza la promoción) en “lugares no divulgados de encuentros con el ser”. Guías experimentados, en extremo simpáticos y locuaces, enseñan las técnicas para seguir sus rastros por el bosque, dominando sus gritos y golpes contra los árboles para lograr una comunicación. Caminatas por la noche, con tecnología de visión nocturna y la oportunidad de aprender a tomar huellas de yeso, son algunas de las muchas (y divertidísimas) atracciones ofrecidas por numerosísimas empresas.³³

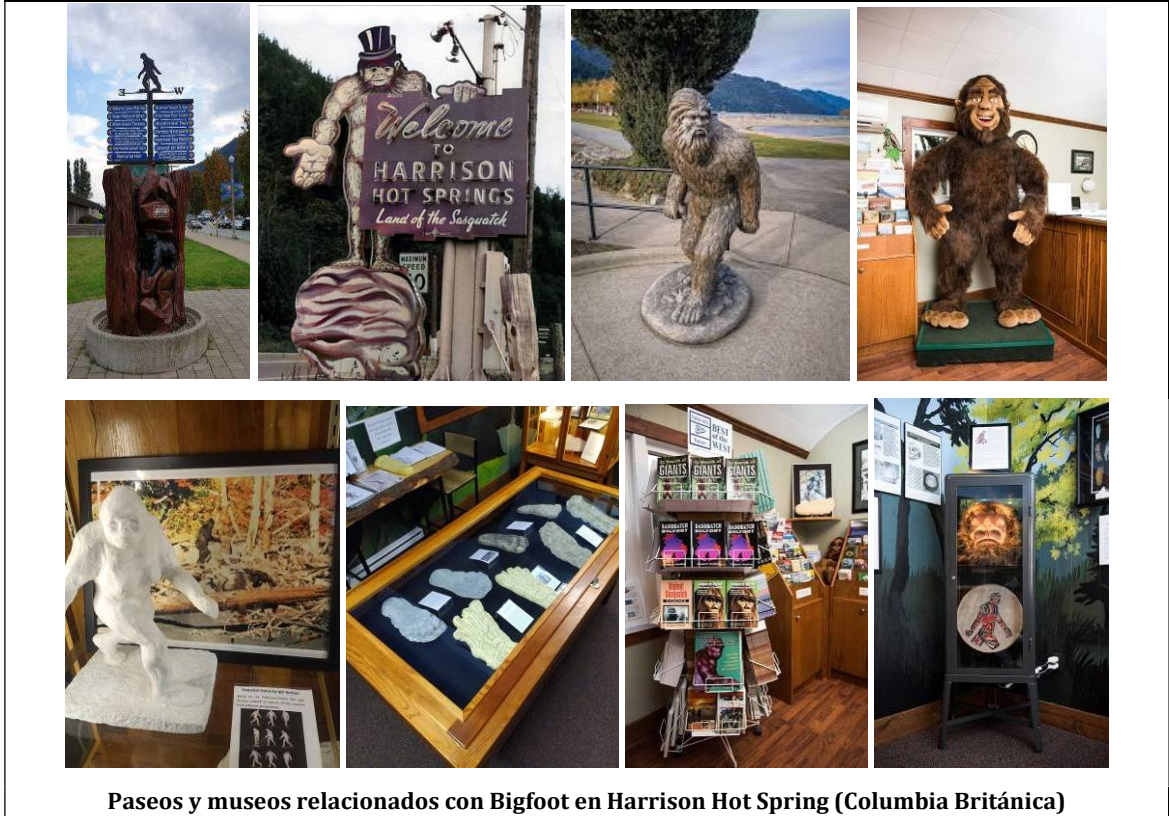


¡Busque usted mismo a Pie Grande!

En la localidad canadiense de Harrison Hot Spring la iconografía Bigfoot invade incluso sus calles principales. Una estatua y un pequeño museo retroalimentan el mito y preparan al turista para internarse en los bosques cercanos pos de la mitológica criatura.

Idéntico agradecimiento expresa la comunidad de Bluff Creek a su adorada mascota.

³³ *The Bigfoot Adventures* es sólo uno de los muchos ejemplos. Disponible en Web: <https://www.bigfootisalive.com/>



Paseos y museos relacionados con Bigfoot en Harrison Hot Spring (Columbia Británica)



Bluff Creek y zonas aledañas- Paseos y museo alegórico a Bigfoot

La industria Bigfoot se ha expandido por todo Norteamérica. Es una fuente muy interesante de ingresos y generadora de trabajo. La fuerza del mito es todopoderosa. La gente lo busca. Necesita de él. Paga por él. Es entretenido, interesante, controvertido. Nos hace soñar y viajar con la imaginación. Recorrer los escenarios emblemáticos de la criptozoología es parte del negocio. Se confunde ya con la investigación que pretende ser ciencia. Finalmente, si se desea transitar por uno de los corredores turísticos más famoso relacionado con hirsuto gigante de la leyenda, la autopista Scenic 7 es la ruta indicada: **La Carretera de Sasquatch**.³⁴

³⁴ Véase: *La carretera de Sasquatch*. Disponible en Web: https://1.bp.blogspot.com/-Wdm9_RRDxsQ/TuUPKEBtG3I/AAAAAAAAAC-4/gorZhEptRn4/s1600/cliff-by-bigfoot-breeding-sign.JPG /



Imágenes de la Carretera Sasquatch (Scenic 7, Columbia Británica)

TROFEOS DE CAZA

Alguien dijo que los **souvenirs** de un viaje son como la comida del avión: todo el mundo la mira con desdén, pero al final se la termina comiendo.³⁵

Sin importar cuán **kitsch** o ligados al mal gusto puedan resultar, los souvenirs se venden de a millones y sólo venciendo el sentimiento vergonzante por su adquisición con una dosis de sarcasmo es posible inhabilitar cualquier juicio estético que podamos hacer de ellos. De todos modos, muy pocos terminan en vitrinas prestigiosas. La mayoría sólo puede aspirar a los estantes de una biblioteca desordenada y, casi siempre, acompañados por excusas simpáticas o emotivas.

En el universo de la criptozoología (y también de la ufología) los **souvenirs** resultan ser lo únicos **trofeos** que un “cazador de monstruos” (circunstancial o de tiempo completo) puede llevarse a su casa por una módica suma. Convengamos que la remotísima posibilidad de exhibir en el living la cabeza disecada de un Bigfoot real no sólo resultaría imposible, sino algo por demás desagradable. “Y como a cambio de

³⁵ Chuet-Missé, Juan Pedro, “De las postales a instagram. ¿Cuál es el origen de los souvenirs?”, *Tendencias*, agosto 2019. Disponible en Web: https://www.tendenciashoj.com/viajeros/souvenirs-recuerdos_642380_102.html

pan, buenas son tortas”, toda el área influida por la leyenda del patudo hombre de los bosques está salpicada de tiendas que ponen a la venta objetos de todo tipo, en directa referencia a la criatura. Es un **negocio** por demás redituable. El **mercado del recuerdo** mueve centenares de millones de dólares por año; y lo viene haciendo desde hace mucho tiempo. Especialmente desde la primera mitad del siglo XX, cuando el turismo, cumpliendo con su definición moderna, se volvió masivo.

Es curioso que una práctica turística alternativa como la de salir en pos de un homínido supuestamente extinto —naves extraterrestres o monstruos lacustres como Nessie— se origine en la búsqueda de un **escape de lo ordinario**, para terminar recordando la aventura gracias a objetos que, por sí mismos, son la más de las veces nada extraordinarios.

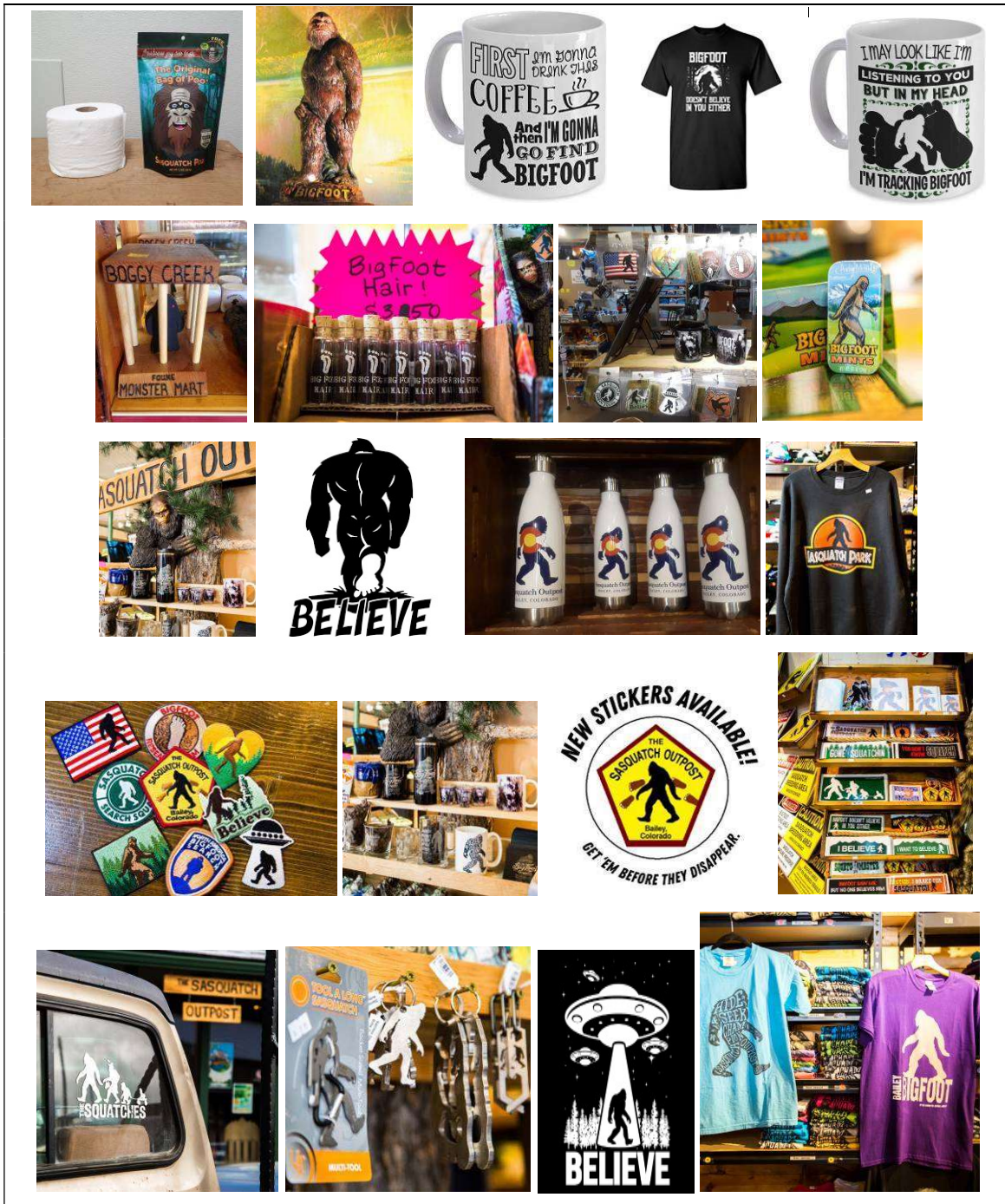
Desde las piedras, caracoles y hojas que solemos juntar en los viajes, pasando por aquellos que caracterizan una producción local específica y que por lo general resultan los más caros (cuchillos de Toledo, alfombras persas, etc.), hasta las simples postales, camisetas, tazas, calendarios, peluches o calcomanías, los souvenirs son un ingrediente inseparable del **consumo masivo** y el producto de una industria (artesanal o en serie) cuya demanda ha ido en aumento desde finales del siglo XIX, cuando las cucharitas conmemorativas se pusieron de moda.³⁶

Claro que un “*recuerdo de viaje*” es también una muestra de singularidad y poderío económico. Explicitan, por lo general, la posibilidad de haber viajado sitios exóticos, misterios, raros. Corredores turísticos al margen de lo convencional. Y es ahí cuando la ecuación arriba señalada se invierte: lo ordinario se convierte en símbolo de lo extraordinario (¿Acaso todos tenemos en una repisa la escultura de un yeti de plástico comprada en el Nepal?).

Duraderos, fáciles de transportar y baratos. Esas son las tres condiciones básicas de un souvenir; amén de ser el producto identitario de un lugar específico y un medio simbólico para compartir con otros el sitio visitado.

³⁶ Véase: Potts, Rolf, *Souvenir*, Bloom Bury, USA, 2018.

Si se desea materializar el “Yo estuve allí”, la adquisición de souvenirs es uno de los pasos indispensable que hay que dar cada vez que uno viaja a la caza del misterio.



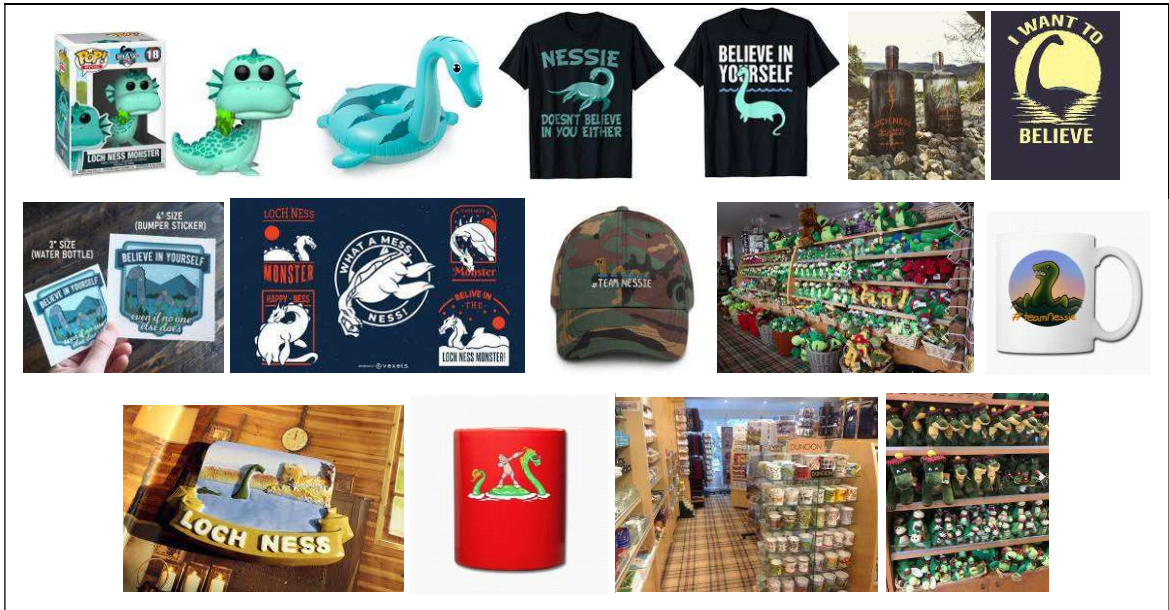


Souvenirs de Bigfoot



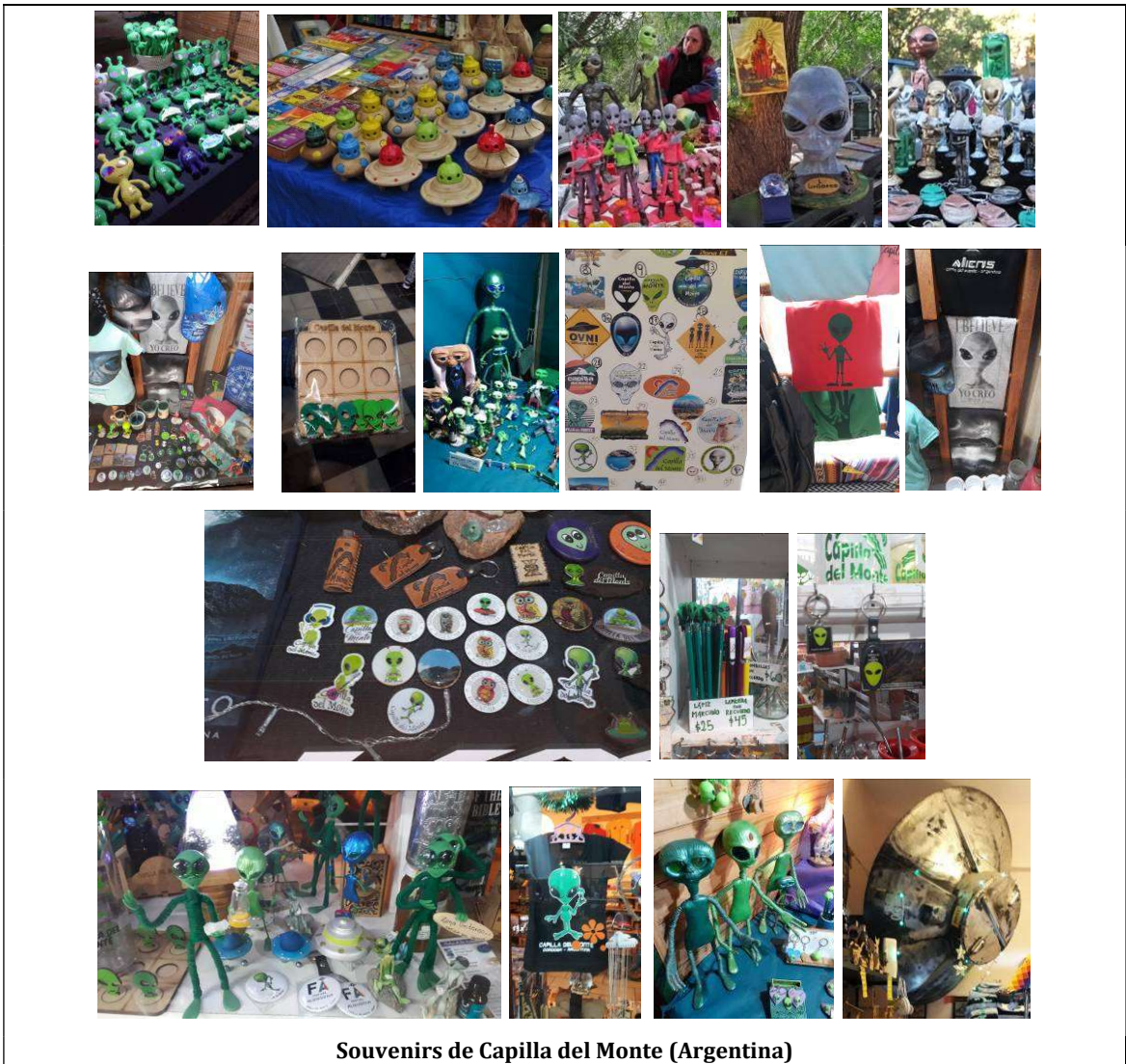


Souvenirs de Roswell, Nuevo México





Souvenirs Nessie, Lago Ness, Escocia



Souvenirs de Capilla del Monte (Argentina)

RETROALIMENTANDO LA FANTASÍA

Grupos regionales de rimbombantes siglas, grupúsculos barriales y “pistoleros solitarios” necesitan reunirse de tanto en tanto. Encontrar un espacio común. Verse la cara y hacerse ver al resto de la comunidad, anunciando su existencia y estimulando la convocatoria de turistas, curiosos y creyentes en determinadas locaciones emblemáticas relacionadas con el misterio. Todas las nombradas en este trabajo lo son. Congresos y convenciones, simposios y conferencias se anuncian periódicamente con bombos y platillos. Las anomalías atraen gente. Los extraterrestres y los críptidos son convocantes y los organizadores lo saben, tanto como las autoridades políticas que los apoyan. Municipios y cámaras de comercio se suman a esas iniciativas a sabiendas de que la economía local se verá reactivada. Hoteles, salas de conferencias, bares, restaurantes y tiendas, taxis, remises y guías de turismo aumentarán sus ingresos durante los días que dure el evento, generalmente organizado a poco de empezar la alta temporada veraniega o en los recesos invernales, cuando se requiere levantar un poco el consumo. Son parte de un negocio. No hay que olvidarlo. Pero al mismo tiempo se constituyen en los foros donde intercambiar conocimiento, discutir, chusmear y alimentar el ego, por el sólo hecho de subirse a una tarima con una identificación colgando del cuello.

De todos modos, aquellos que han estudiado y participado activamente en estas reuniones, están de acuerdo en muy pocos son los que escuchan al otro. *Cada maestrillo con su librillo* terminan conformando compartimentos estancos. Impermeables a las ideas contrarias y a la crítica. Celosos, irreductibles y en extremo susceptibles, los participantes sólo hacen causa común ante el peor de sus enemigos: **el escéptico**. El hereje que cuestiona o descrea de todo es el receptor de los dardos; máxime si resulta ser un apóstata, es decir, un creyente reconvertido en impío *negacionista*. Ahí sí los *misteriólogos* se alinean en un solo frente. Reaccionan corporativamente y quizás sea por eso que pocos (muy pocos) disidentes encuentran voz en esos eventos, que terminan convirtiéndose en un espacio de retroalimentación de fantasías. Un ámbito en el que sólo se consolidan los mitos y creencias preexistentes y en los que cualquier idea, por disparatada que sea, es aceptada y aplaudida sin el más mínimo sentido crítico.

Claro que cuando se asiste a una de estas reuniones uno sabe a qué atenerse y qué decir, sin convertirse en el aguafiestas al que todos dirigirán sus miradas. El sistema de creencia no se discute, como nadie pone en duda el dogma católico implícito en el *Credo* cuando se asiste a misa. Hay que cuidar las formas y moverse siempre dentro de los límites aceptados por los especialistas en misterios y sus fetiches (pelos y huellas de Bigfoot, fotos de naves alienígenas o filmaciones de monstruos marinos y lacustres).



Conferencias, congresos y simposios sobre Bigfoot

La búsqueda de la verdad. Ese resulta ser el slogan más común y repetitivo a la hora de publicitar este tipo de reuniones. Los especialistas proclaman pruebas inéditas,

jamás vistas, incontrovertibles. Pero todo es parte de un show en el que todos creen. Por lo general, la constante es exhibir únicamente **nuevos casos**, nuevos testigos. Cuantos más, mejor. El **testimonio** es la estrella principal y excluyente. Es lo único que pueden mostrar. Hasta la fecha ningún ser extraplanetario o el cadáver de un Pie Grande fue subido al escenario principal. Y las “*pruebas físicas*” de tales encuentros anómalos siempre resultan desilusionantes, escasas o directamente falsas. No faltan, por supuesto, las mal llamadas *nuevas teorías*; que no son más que hipótesis a ser comprobadas. Con ellas, las generaciones más jóvenes y mejor preparadas de **misteriólogos** incursionan en explicaciones cada vez más esotéricas, místicas y ligadas a los fenómenos paranormales.³⁷ Hay en todas ellas una cierta lógica interna, pero ajena a la realidad objetiva y a cualquier tipo de comprobación empírica. Como escribió Ignacio Cabria, en referencia a los especialistas en ovnis: “*Si en los años 60 los ufólogos partían de la astronáutica, ahora parecen inspirarse en Alicia en el País de las Maravillas*”.³⁸ “*Sólo la participación colectiva dentro de un sistema de creencias puede explicar que tanta gente normal se reúna para sostener creencias extrañas y ajenas a la lógica cotidiana*”.³⁹

³⁷ Véase: Manucci, Lucía, El Crucero de la Conspiración. Disponible: <https://facto-reblog.com/2016/04/03/conspira-sea/>

³⁸ Cabria, I., op.cit. Pág. 107.

³⁹ Ibídem, Pág. 145.

This is Historic!
Luis Elizondo
MUFON 2018 -
Keynote Speaker.
See it live or be
there in person!

Plus of these
EXTRA TERRESTRIALS
FUTURE OF
HUMANITY

MUFON 2018
www.MUFONSymposium.com



INTERNATIONAL UFO CONGRESS
2017
26TH ANNUAL

www.UFOCONGRESS.com

PORTAL TO ASCENSION
PRESENTS

EXTRATERRESTRIAL DISCLOSURE

THURSDAY AUGUST 16TH TO FRIDAY AUGUST 17TH / 10AM TO 6PM AND 6 TO 8PM PST
In The History of Humanity it has never come that the reality of the world we live in
has never been so close to us.

www.PortalToAscension.org

UFO CRUISE
THE TRUTH IS OUT THERE

Oct 6-13 2018
SAN CARLOS DE BARILENA
MS DOMESTICA
www.ufo-cruise.com
760-230-9624

Featuring
Dr. Lyanna Felt

XVII CONGRESO INTERNACIONAL DE
OVNILOGÍA
FUMBO A MARTE

6-7-8-9 de Noviembre 2014
Capilla del Monte - Córdoba - Argentina

INVITADOS INTERNACIONALES

ANDRÉS BARRACCO (EELU) FERNANDO CORREA (MEXICO) LAURA SERRANO (EELU) ALFRED WELSH (EELU)

TRIBUTO A LA AMISTAD
y el homenaje al investigador argentino más importante del mundo
JORGE SUAREZ

Presentación de su obra magna del
Benjamín Sobel Ferraciani **3D**

ORGANIZA CENTRO DE INFORMES OVNI

Informes y Reservas
0054 9 35 48407783
005435 48482485

1, 2 y 3 Noviembre
10º CONGRESO INTERNACIONAL DE OVNILOGIA

CON LOS INVITADOS:

HOMBRES DE LAS
FOGAS DE
Paolo Longuzzi Harris (Italia)
Fernando Correa (Mexico)
Ricardo Moyano (Chile)
Jaime Rodríguez de Ecuador

JORGE SUAREZ
ENRIQUE CASTILLO RUIZON
PARADISI DEL CO. CONTACTADO

DOCUMENTAL
EL LEGADO DE LOS DIOS BLANCOS
Integrado Carlos Barado.

PRESENTACION DE LA PELICULA \$55
por su director GUSTAVO GONZALEZ
(Los Peliculas de Puntapietra)

DOCUMENTAL 30 AÑOS DE SILENCIO
El secreto del Comodoro Alfredo Ferrero

PRESENTACION LIBRO
GUIDO RUFFO Y EL TEMPLO
DE LA TRANSFORMACION
de Gustavo Diaz
y Karine Rodriguez

"UN FENOMENO NO
TAN DESCONOCIDO"

TRAS LAS HUELLAS DE LOS
DIOSES

MUSICA, CULTURA, TURISMO Y OVNIS...

INFORMES Y RESERVAS
CAPILLA DEL MONTE, CORDOBA - ARGENTINA
www.ciourforco.org
Tels. 005493548407783 / 00543548482485

URITORCO

Capilla del Monte, Capital Sur de la Ovinia
Córdoba, Provincia de Córdoba

2º CONGRESO INTERNACIONAL DE OVNILOGIA
En Capilla del Monte

OVNI
NO FIOVNI

HUELLA DEL PAJARILLO
PRIMICIA, MARTE

RAZÓN DEL MOMENTO DE CONTACTOS
Los Circuitos de Inglaterra

Primicia
Tras la huella del
Chupacabras

Simposio de Investigadores Argentinos
Homenaje a Jorge Suárez

Los gobiernos saben... ¿usted?

15º CONGRESO INTERNACIONAL DE OVNILOGIA

2-3-4 de Noviembre 2012
Capilla del Monte Córdoba - Argentina

JOSE ESCABILLA (EELU) FERNANDO CORREA (MEXICO) DI. ANGEL L. FERNANDEZ (ESPAÑA) DR. CAROL ROBIN (EELU)

DR. ROBERT SALAS (EELU) DR. ANTONIO LAS HERAS (ARGENTINA) NICOLAS BERNARDI (CHILE) MARIO GONZALEZ (ARGENTINA)

www.ciourforco.org

Du Yéti au Monstre du Loch Ness
Ou en sont les recherches?

18e Rencontre Européenne de Cryptozoologie

18-19 avril 2020
Bruxelles (Belgique)

Rens. : abepar@gmail.com

SATURDAY 6 APRIL
NESSIE 60th ANNIVERSARY SYMPOSIUM

To celebrate the 60th anniversary of the first modern sighting of the Loch Ness Monster (Nessie) we are proud to offer a one day symposium with world renowned Nessie experts, both pro and con!

Speakers include: Adrian Shine (Biology of the Loch), Roland Watson, Paul Harrison and Tony Hammersworth (History of sightings), David Martin-Jones (Nessie in Film) and Stewart Campbell, Charles Paxton and Gordon Rutter (Evidence). There will also be a panel discussion, buffet lunch and a chance to see what photoshop can make of Nessie!

www.nessie80.co.uk
11.30am-6pm • £20 (includes buffet lunch) • The Gaiting House

THIRD ANNUAL CRYPTOZOOLOGY CONFERENCE
In Search of Cryptids




INTERNATIONAL CRYPTOZOOLOGY CONFERENCE

PORTLAND, MAINE SPRING 2019

Cartelería de congresos, conferencias y simposios sobre ovnis y criptozoología

FESTIVALES

Comidas regionales presentadas de manera estrafalaria, libros de autores locales de edición limitada, puestos de ventas de pósters alegóricos, remeras estampadas, souvenirs varios y juegos para niños, orquestas y grupos musicales en vivo, desfiles de disfraces, conferencias y testimonios de supuestos testigos, así como la exhibición de filmes documentales o la elección de la reina vernácula, son algunos de los eventos organizados entorno a los singulares festivales que trataré de analizar a continuación.

Para ello he seleccionado algunos de los más conocidos y significativos, todos de origen americano y orientados a resaltar personajes y entidades de un folklore que se ha internacionalizado a través de una cuantiosa bibliografía e innumerables artículos periodísticos.

Ellos son:

- El *Festival del Hombre Polilla (The Mothman Festival)*, en Point Pleasant, Virginia del Norte, EE.UU.
- El *Festival de Pie Grande (The Honobia Bigfoot Festival and Conference)*, en Honobia, Oklahoma, EE.UU.
- El *Festival Ovni de Roswell (The Ufo Festival)*, en Roswell, Nuevo México, EE.UU.
- El *Festival Alienígena de Capilla del Monte, Córdoba, Argentina*.



Carteles promocionales

¿Qué elementos en común son los que emparentan a los festivales arriba indicados? En principio, todos ellos se definen como *celebraciones periódicas* relacionadas al tiempo libre y al ocio, en la que los miembros de una comunidad —y quienes la visitan— despliegan una multiplicidad de eventos y rituales sociales con los cuales intenta afianzar una cosmovisión compartida del mundo, generando identidad y sentido de pertenencia. Pero, a diferencia de otros festivales de carácter histórico, tienden preferentemente a nuclear a creyentes y adeptos al misterio y lo paranormal; sin excluir de manera explícita a grupos escépticos con cuya participación se da rienda controlada a la ironía y a la burla disimulada.

En pocas palabras, los festivales organizados en rededor de criaturas monstruosas y extraterrestres, tienden a generar un pastiche de credulidad, sarcasmo, *domado escepticismo*, consumismo y diversión, ajeno —a primera vista— a la crítica y abierto a lo grotesco.

Preparados para una audiencia bien específica, organizados con una periodicidad más o menos exacta —en las que siempre hay una fecha de inicio y finalización— estas festividades (o celebraciones locales) fortalecen los valores compartidos por una *fauna humana* por demás *sui generis*.

Es que, en contextos como éstos, la risa y la transgresión están permitidas. Hay mucho de juego (de kermés) en los festivales nombrados; y aunque la gratuidad no es total —siempre hay que pagar algo, cosa que no ocurre en las actividades puramente lúdicas— conservan dos de los aspectos que la sociología le atribuye al “*jugar*”: el hecho de ser deliberados y tener leyes propias.

Siempre hay cumplir con ciertas normas. Una de ellas es el rechazo a la censura. El no tomarse las cosas demasiado en serio —tanto en gestos como en lenguaje—, dando así paso a la ficción y a un clima surrealista donde la creatividad se abre paso y la realidad alternativa generada por el rumor y las leyendas se imponen (al menos por tiempo limitado, que es el tiempo que dura el festival).

Por tal motivo, al tomar distancia de la realidad objetiva, cotidiana y desencantada en la que se vive a diario (la del trabajo y la rutina), quien entra y participa del festival —aún siendo un no-creyente— debe respetar y seguir reglas tácitas, implícitas en el juego. Nadie, por lo general, pretende convertirse en el aguafiestas local gritando

a los cuatro vientos que el Hombre Polilla (*Mothman*), Pie Grande (*Bigfoot*) o los extraterrestres del Cerro Uritorco (*las entidades de la ciudad intraterrena de Erks*) no existen.



Mothman Festival



The UFO Festival (Roswell)



Festival Alienígena de Capilla del Monte

Otro aspecto a tener en cuenta es que los organismos públicos casi siempre están presentes detrás de la organización, disfrazando su escepticismo, exhibiendo su credulidad y soportando las críticas de aquellos vecinos que no advierten que, mas allá de la “mente abierta” publicitada, lo que se persigue es el rédito económico. El negocio que genera el turismo.

Es interesante observar cómo criaturas salidas del imaginario colectivo contribuyen al desarrollo de muchos pueblos del interior, regenerando el casco urbano, reactivando el comercio, colmando las plazas hoteleras.

Poco importa la seriedad académica. De nada sirven los argumentos de la ciencia respecto de los monstruos y marcianitos verdes.

El Caos epistemológico está instalado.

París bien vale una misa.

Fuente romántica de exageraciones y puntales de las leyendas que justifican los festivales descriptos, el turismo y sus guías reproducen y difunden los errores e inventos que a tantos le dan de comer, legitimando y manteniendo vivas a través del tiempo las *mentiras fundadoras* que, de tanto ser repetidas, se terminan convirtiendo en *verdades*.

El afán de lucro y esparcimiento, la credulidad y también la ignorancia desfilan de este modo sin que nadie levante un dedo crítico. Aceptando las maravillas. Conviviendo con las fantasías. Generando un mundo híbrido de discursos y carrozas, exhibiciones y charlas, en las que todo se relaciona con todo y el misterio sigue rindiendo los suculentos dividendos de siempre.

PALABRAS FINALES

Por no considerar en detalle todos los *escenarios* relacionados con el misterio que hay distribuidos por el mundo, este artículo —a pesar ser mucho más extenso que lo planeado originalmente— resulta incompleto. Así todo, creo haber sintetizado los principales componentes de la *escenografía* que se levanta en torno a los temas alternativos analizados, enumerando los intereses económicos, sociales y culturales que giran a su alrededor, en pos de reconocimiento y dinero.

El **negocio del misterio** no sólo está diversificado en **temas** (críptidos, extraterrestres, fantasmas, fenómenos paranormales) sino también en **formatos** (libros, revistas, series de televisión, tours, festivales, congresos, conferencias) lo cual asegura su redituable presencia en el mercado. Cuenta además con el apoyo insustituible

—hasta *germinal*, diría yo— de los medios **masivos de comunicación** que los instalan en la agenda de millones de potenciales viajeros quienes, por intereses espirituales, curiosidad, deseos de adrenalina, credulidad o mero entretenimiento, buscan no sólo ser testigos de eventos extraordinarios sino, al mismo tiempo, interactuar y participar de los fenómenos que hay en góndola.

Existen aventuras maravillosas para todos los gustos: seguir las pistas de Bigfoot por los densos bosques de Norteamérica; contactar con los hermanos superiores del espacio exterior (o interior) en la zona del Uritorco, Roswell o Monserrat (España), o eventualmente, perseguir las estelas dejadas por Nessie en el Loch Ness.

Nada de todo ello es posible sin la puesta en escena que describimos en estas líneas. Todo circo necesita una carpa y una pista para ser tal.

La boletería está abierta. Puede usted, amigo lector, disponer de ella libremente.



**FJSR
BUENOS AIRES
AGOSTO 2020
(PANDÉMICO)**