



## Nuevo mundo mundos nuevos

Nouveau monde mondes nouveaux - New World New Worlds

Images, mémoires et sons | 2024

---

# El viaje inmóvil. La experiencia del Mareorama en la Exposición Universal de París 1900

*The motionless journey. The Mareorama experience at the 1900 Paris Universal Exhibition*

Carla Lois

---



### Edición electrónica

URL: <https://journals.openedition.org/nuevomundo/95565>

DOI: 10.4000/nuevomundo.95565

ISSN: 1626-0252

### Editor

Mondes Américains

Este documento es traído a usted por École des hautes études en sciences sociales (EHESS)



### Referencia electrónica

Carla Lois, «El viaje inmóvil. La experiencia del Mareorama en la Exposición Universal de París 1900», *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* [En línea], Imágenes, memorias y sonidos, Publicado el 12 febrero 2024, consultado el 27 febrero 2024. URL: <http://journals.openedition.org/nuevomundo/95565> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/nuevomundo.95565>

---

Este documento fue generado automáticamente el 13 de febrero de 2024.



Únicamente el texto se puede utilizar bajo licencia CC BY-NC-ND 4.0. Salvo indicación contraria, los demás elementos (ilustraciones, archivos adicionales importados) son "Todos los derechos reservados".

---

# El viaje inmóvil. La experiencia del Mareorama en la Exposición Universal de París 1900

*The motionless journey. The Mareorama experience at the 1900 Paris Universal Exhibition*

**Carla Lois**

---

## Introducción

- 1 Las exposiciones universales decimonónicas fueron ámbitos en los que se desplegaron una amplia variedad de innovaciones técnicas. Era una época en la que las técnicas y los instrumentos atravesaban la vida social en varias dimensiones: “los grandes descubrimientos en las ciencias físicas, que han cambiado nuestras imágenes del universo y nuestro lugar en él; la industrialización de la producción, que transforma el conocimiento científico en tecnología, crea nuevos entornos humanos y destruye los antiguos, acelera el ritmo general de la vida”<sup>1</sup>. La tecnología –entendida aquí genéricamente como el conjunto de conocimientos propios de ciertas técnicas y de la ciencia aplicados a la resolución de problemas concretos– trasvasaba el ámbito de la academia científica y encarnaba en objetos de consumo y circulaba en forma de mercancías. En otras palabras: las innovaciones técnicas eran la objetivación del progreso y, al mismo tiempo, lo producían.
- 2 Por otro lado, las exposiciones universales del último tercio del siglo XX no fueron meras exhibiciones de objetos sino que fueron, sobre todo, “una manera de reinstaurar una relación social en un periodo y en un contexto singular”, una manera de implementar un gran relato, un modo de encarnar públicamente un orden y una celebración popular de la modernidad y de los bienes mercantiles.<sup>2</sup> Tenían una agencia social y política que iba de la mano de la expansión de una cultura de masas que, entre otras cosas, se expresaba en la expansión de un público dispuesto a consumir diversos

productos de la industria cultural. Respecto de la masividad, las cifras de la Exposición Universal de París son contundentes: se inauguró el 14 de abril de 1900 y permaneció abierta al público durante 205 días, a lo largo de los cuales desfilaron 50 millones de visitantes. Se registraron 83.000 expositores, de los cuales 40.000 eran extranjeros. El billete de entrada tenía el accesible precio de un franco (cuando la hora de trabajo se pagaba entre cuarenta y cincuenta centavos), y se podía adquirir en los quioscos y los cafés. Se trataba de un verdadero cambio de escala: la exposición de Chicago en 1893, que había sido la más descomunal hasta entonces, había contado con la visita de 26 millones de personas, la mitad de lo registrado en París 1900.

- 3 Esa masividad implicaba nuevas formas de consumo que apuntaban a satisfacer el gusto, la curiosidad y las demandas de entretenimiento de un *grand public* burgués que se estaba expandiendo y consolidando.
- 4 Un caso sintomático de esta tendencia fueron las grandes estructuras que experimentaban con la refracción y la reflexión de los espejos, la mecánica del movimiento y, luego, con la electricidad para crear espectáculos de simulacros y simulaciones, tales como la proyección de imágenes que estimulaban experiencias sensoriales. Específicamente en la Exposición Universal de París 1900 se instalaron diversos dispositivos<sup>3</sup> que incorporaban las tecnologías más innovadoras aplicadas al divertimento, muchos de los cuales se presentaban públicamente por primera vez, tales como el cineorama<sup>4</sup> y el diorama<sup>5</sup>. El hecho de que las personas no necesitaran un cierto nivel de educación para disfrutar de las vistas que ofrecían los dispositivos<sup>6</sup> contribuyó a la popularidad de estas atracciones y, a su vez, ese alcance amplificado hizo que estas experiencias formaran parte de la configuración de un sentido común estético propio de las metrópolis cosmopolitas de *fin de siècle*.
- 5 Uno de esos inventos novedoso fue el Mareorama, un enorme aparato que simulaba la cubierta de un barco sobre la que podían instalarse más de 300 pasajeros virtuales de un viaje marítimo ilusorio cuyos paisajes se desplegaban — a modo de panoramas móviles — a ambos lados del “barco”.
- 6 En este artículo examinaré, en primer lugar, las exposiciones universales desde el ángulo espacial para revisar cuáles fueron las proposiciones geográficas y las claves interpretativas para “leer” el mundo montadas en las exposiciones universales decimonónicas. En segundo término, analizo el Mareorama como objeto y como práctica de la modernidad poniendo el foco en los modos en que se utilizaron técnicas científicas para crear espectáculos basados en convenciones de simulacro e ilusión en las que el interés del público no pasaba por conocer los mecanismos de funcionamiento de los aparatos ni las sofisticadas explicaciones técnicas, sino por suspender la credibilidad y dejarse sorprender por las maneras en que esos desarrollos desafiaban la percepción ordinaria de los sentidos.<sup>7</sup>

## El mundo encapsulado en París: el Teatro del Mundo

- 7 Para formular la idea del “mundo como exhibición”, Timothy Mitchell tomó como punto de partida la experiencia de la delegación egipcia que, de camino a la 8ª Reunión Internacional de Orientalistas (que tuvo lugar en Estocolmo durante el verano de 1889) pasó por París. Ahí, los miembros de la comitiva tuvieron la oportunidad de subir a la recientemente estrenada torre Eiffel — que, dicho sea de paso, duplicaba la altura de la

Gran Pirámide — y expresaron su asombro ante la perspectiva visual que se tenía desde lo alto.<sup>8</sup>

- 8 Esta anécdota sintetiza, al menos, dos aspectos claves que fueron denominadores comunes a todas las exposiciones universales del *fin de siècle*. El primero de ellos consiste en la aparición de nuevas experiencias lúdicas: muchos de los objetos, los aparatos y las arquitecturas eran imponentes; estaban hechos con materiales de vanguardia y funcionaban a partir de mecanismos basados en las maravillas tecnológicas más recientes. Esto se ve muy claro en el caso de la torre Eiffel: además de ser una obra digna de admiración por representar una estructura ingenieril que desplegaba la majestuosidad del hierro, ofrecía una experiencia interactiva: los visitantes podían entrar al monumento, transitarlo y recorrerlo.<sup>9</sup> Precisamente la posibilidad de ascender a la torre, ofreció a los visitantes la oportunidad de elevar el punto de observación. Lo mismo ocurría con otras atracciones, tales como las grandes ruedas de hierro,<sup>10</sup> los panoramas (y otros dispositivos inmersivos similares<sup>11</sup>), los telescopios<sup>12</sup>, el visionado estereoscópico<sup>13</sup> y varias otras. En todos estos casos, la mirada de los observadores se situaba y resituaba desde ángulos novedosos y desconocidos hasta entonces, y esto, ciertamente, implicó la configuración de nuevos modos de percibir el espacio.
- 9 El segundo aspecto tiene que ver con una cuestión conceptual que estuvo presente en todas las exposiciones universales: el montaje de diversas *capas de carácter geográfico*, es decir, el persistente interés por mostrar paisajes y lugares del mundo. En el caso reseñado por Mitchell tenemos una suerte de “Cairo itinerante” que recorría el mundo, de exhibición en exhibición. Pero en términos más generales, lo que sorprendía era que gran parte de los entretenimientos proponían formas de visualización de lugares y paisajes lejanos: el Panorama de Congo, el Estereorama móvil de Algeria y el Teatro Camboyano y muchos otros de naturaleza similar. En estos dispositivos se daba una inversión en la lógica del movimiento alrededor del mundo: no eran los viajeros quienes se acercaban a esos lugares, sino que eran los lugares los que recorrían el mundo a la busca de visitantes.
- 10 En cada exposición, diversas *cápsulas geográficas* se ordenaban en el espacio predial de la feria y, así, componían un mosaico de piezas del mundo e incluso un mapa geopolítico.<sup>14</sup>
- 11 Además, la feria propiamente dicha estaba organizada en pabellones atribuidos a países, regiones y otras varias escalas geográficas. Tanto las delegaciones oficiales de países asistentes como las empresas privadas que participaban “metían en una cápsula” autocontenida aquello que querían exhibir: maquinarias, vestidos, artesanías, libros, obras de arte, elementos etnográficos, réplicas arquitectónicas y varias cosas más. En la práctica, esto funcionaba como una estrategia de formación de identidades geográficas, muchas basadas en estereotipos de paisajes que se vinculaban a estereotipos culturales de pueblos y comunidades, y que en estos actos de montaje se legitimaban y se consolidaban ante el público internacional. A su vez, la escenografía de la feria era un palimpsesto de estilos arquitectónicos y monumentos icónicos de la diversidad geográfica y cultural del mundo. Más todavía: el nombre de las ferias — *Exposition Universelle* y *World Fair* — daba a entender que dentro de los muros de la feria se condensaba el mundo entero. Así como los atlas monumentales del tipo *Teatrum orbis terrarum* del siglo XVI se multiplicaron exponencialmente gracias a las innovaciones en las técnicas de impresión que permitieron que un universo creciente de lectores pudiera recorrer y conocer el mundo a lo largo de las páginas de un libro sin moverse

de un escritorio,<sup>15</sup> las exposiciones universales permitieron que los visitantes pudieran recorrer el mundo, ver paisajes y visitar geografías lejanas sin salir del perímetro de un predio enclavado en una ciudad.

- 12 En esta clave, es válido pensar las exposiciones como “miniaturas” en tanto eran “objetos falsos de provistos de una objetividad psicológica real” pero a los que “es preciso concederles cierta objetividad”. Evidentemente, esa objetividad no es la del geómetra – que ve exactamente la misma cosa en dos figuras semejantes dibujadas a escalas distintas- sino una objetividad que anida en la imaginación.<sup>16</sup> Para adaptar esta idea, que Gaston Bachelard pensó para la literatura, al caso de las exposiciones universales, voy a agregar que esa imaginación es, ni más ni menos, que lo que Derek Gregory llamó “imaginación geográfica”,<sup>17</sup> es decir, los modos en que creamos sentidos de lugar, visualizamos paisajes y nos movemos en el espacio, nos situamos y establecemos posiciones relativas con otros sujetos y otras cosas, y que influye en cómo nos desenvolvemos en la vida social.
- 13 De hecho, a pesar de que se montaban piezas estilo reproducciones que pretendían conmovir por su fidelidad respecto de un original, está claro que las miniaturas no tenían pretensiones miméticas. El efecto de realismo y representación fidedigna que se lograba era, a las claras, *aceptado en su falsedad*, sin intenciones de hacerlo pasar por cierto. En este sentido, los objetos montados eran *ficciones*, construcciones estéticas hechas para agrandar, atraer y entretener, incluso cuando remitieran a hechos reales.<sup>18</sup> Este aspecto habla de la *naturaleza espectacular* de las ferias en un doble sentido, que refiere tanto a su dimensión impresionante y cautivante, como también al formato material de un verdadero espectáculo montado para el disfrute de visitantes-espectadores.
- 14 Lo que desde el punto de vista conceptual era una miniatura, desde el punto de vista material era una maqueta. Y en tanto maqueta, la feria funcionaba como un gran teatro en el que el montaje hacía las veces de escenografía y los visitantes participan activamente como si fueran actores de la obra de teatro a la que estaban asistiendo. En este sentido, la experiencia de los visitantes-espectadores-actores nos hace pensar en personas y comunidades que habitan el mundo como si este fuera una exhibición, pero “no una exposición del mundo, sino el mundo organizado y captado como si fuera una exposición”.<sup>19</sup> Así, los espectadores eran los verdaderos actores que, articulando el drama de las ferias internacionales en esos escenarios tan milimétricamente diseñados y montados, le dieron vida y visibilidad a la experiencia de la modernidad.

## El Mareorama como experiencia inmersiva

- 15 En el contexto de un gusto estético modelado por la expansión del turismo, las exposiciones universales fueron incluyendo cada vez más actividades y locaciones que tenían como tema los viajes;<sup>20</sup> y una de esas atracciones fue el Mareorama.
- 16 Exhibido por primera vez en la Exposición de París en 1900, el Mareorama fue emplazado en un predio que estaba en la sección de entretenimiento, en el Champs de Mars (entre la torre Eiffel y la estación ferroviaria Moulineux), específicamente en la gran avenida en la que se localizaban estas grandes atracciones, entre el quai d’Orsay y l’Avenue de Suffren. Formaba parte de un amplio espacio lúdico ubicado a orillas del río Sena, donde se emplazaron varios dispositivos de visualización del mundo o de partes

de él: el Cineorama, el Panorama Transatlantique, el Palais de l'Optique, el Panorama y el Tour au Monde.

- 17 El Mareoráma fue concebido por Hugo D'Alesi, un pintor paisajista de origen rumano (Frédéric Alexianu aka F. Hugo d'Alesi 1849–1906). El financiamiento del montaje del dispositivo mareorámico y de la construcción del palacio que albergaría el mareorama se sostuvo con el aporte de particulares. A los efectos de despertar el interés de estos pequeños y medianos inversores, la Sociedad anónima que llevaba adelante este emprendimiento distribuyó un boletín para suscriptores ilustrado con atractivos grabados y pinturas, tales como escenas de sociabilidad en la cubierta de un barco. En estos boletines, además, la Sociedad anónima proponía y sugería estrategias de publicidad gráficas que apuntaban convencer a los inversores que podía lograrse, sin mucho esfuerzo, la afluencia del público, por lo que estaba casi garantizado que sería una atracción rentable.<sup>21</sup>
- 18 En el aspecto tecnológico, el dispositivo mareorámico era una estructura compleja.<sup>22</sup> Estaba embutido dentro de un monumental edificio de 40 m x 34 m., con una altura de 23 m., sobre cuyo techo había una terraza abierta al público<sup>23</sup>. Como aparato, el Mareorama consistía en una gran plataforma de unos 30 m de largo x 9 m de ancho<sup>24</sup>, que hacía las veces de una cubierta de barco transatlántico.
- 19 Los visitantes subían a la plataforma y asistían a un espectáculo que tenía aproximadamente media hora de duración. En ese lapso de tiempo, dos panoramas en movimiento, cada uno ubicado a los laterales de la cubierta, mostraban imágenes continuas del mar y de las costas a lo largo del viaje. Cada panel tenía 750 m de largo y 13 m de alto, por lo que, en total, los lienzos tenían una superficie de 20.000 m<sup>2</sup>. Con el objetivo de hacer correr los lienzos, el borde superior de cada uno de ellos estaba enganchado a pequeños carros en un riel y había sido reforzado con una delgada banda de acero para evitar el hundimiento. Este mecanismo daba por resultado una estructura envolvente.
- 20 La novedad del Mareorama era el movimiento generado por grandes cilindros asegurados por flotadores e impulsados por motores hidráulicos (que quedaban ocultos por cortinas y accesorios de manera tal que se mantuviera la magia ilusoria del espectáculo) que simulaban la marejada de alta mar para los visitantes.
- 21 Para que la experiencia resultara impresionante (o, en los términos de sus protagonistas, “para lograr la perfección del ilusionismo”<sup>25</sup>, los telones móviles representaban paisajes reconocibles: el viaje partía de Marsella, pasando por Argelia, Sfax, Nápoles, Venecia y Constantinopla. El diseño de esas pinturas estuvo a cargo del propio d'Alesi, quien se inspiró en los paisajes que había observado un año antes durante un viaje que realizó entre Marsella y Yokohama. Luego contrató un equipo de pintores decorativos y de escenas que, durante ocho meses, se dedicaron a transferir los bocetos que propio d'Alesi había realizado a lienzos finamente acabados.
- 22 El efecto de realismo se construía apelando a varios sentidos simultáneamente. Entre los efectos especiales<sup>26</sup> más sorprendentes estaba la recreación de una brisa marina y de aromas típicos de esos ambientes<sup>27</sup>, una iluminación variable que simulaba el movimiento del sol y representaba diferentes momentos del día, tormentas eléctricas y otros fenómenos meteorológicos. Los viajeros virtuales, confortablemente instalados en la plataforma del barco, podían oír el sonido de la sirena al partir, ver el humo de la chimenea e interactuar con una actuada flota de tripulantes vestidos a tal efecto<sup>28</sup>.

- 23 La ficción del *devenir-turista* se reforzaba con otras múltiples estrategias. Una de ellas fueron los micro espectáculos incrustados en este del Mareorama, tales como una banda de marineros napolitanos cantando la tarantela o música. En efecto, durante el viaje, los espectadores disfrutaban de música en vivo interpretada por una orquesta oculta. Para ello, Hugo d'Alési encargó una sinfonía a Henri Kowalski (1841-1916), compositor francés de origen polaco e irlandés. El estilo de Kowalski seguía la tradición de la música programática romántica. La pieza escrita para el Mareorama era una “sinfonía descriptiva para orquesta titulada ‘Illusion d’un voyage en mer’”<sup>29</sup>. La sinfonía incluía varios movimientos, que correspondían a las diferentes etapas del viaje por mar: “Nápoles”, “Venise”, “En vue de Sousse, chanson tunisienne” y “En vue de Constantinople”.<sup>30</sup>
- 24 El desplazamiento simulado era generado por la combinación de la sensación corporal de movimiento y por el desplazamiento de las imágenes: la conjunción de ambos producía un punto de vista en permanente reubicación, reeditando un desplazamiento que, aunque ficticio, se experimentaba como real en convivencia con los espectadores. La experiencia inmersiva apostaba a lograr el efecto de la ilusión “de lo real”. En cierto sentido, había una “superposición del espacio de la imagen con el del observador”,<sup>31</sup> que aseguraba el efecto inmersivo.
- 25 Así, el viaje simulado no era sólo una experiencia visual sino una sensación corporal.<sup>32</sup> Había sido concebido como “un panorama viviente, un espectáculo animado por una acción dramática en la clase espectadores se verían involucrados (...), donde el movimiento del objeto que ocupa todo el campo división da al espectador inmóvil la ilusión de su propio desplazamiento”<sup>33</sup>. Espectadores inmóviles que se entretienen disfrutando de un viaje inmóvil es, en efecto, una imagen contundente del efecto de modernidad.

## El Mareorama como experiencia social de la modernidad

- 26 Si la modernidad construye su carácter único sobre el movimiento incesante y alienado, el Mareorama se inscribió coherentemente en esa concepción de la vida social incluso a partir de su inmovilidad. Reemplazaba el anclaje terrestre con la ilusión del movimiento. Ponía el mar en la tierra. Podía, incluso, sacudir el cuerpo de un espectador devenido en viajero. El paisaje panorámico que llevaba siglos alejado de un espectador que miraba contemplativo desde la lejanía lo inabarcable<sup>34</sup>, ahora se transformaba en una atmósfera envolvente que interpelaba todos los sentidos.
- 27 La prensa se hizo eco con entusiasmo del Mareorama incluso antes de la inauguración. *La Gazette de France*, en enero de 1897, señaló que la mayoría de los entretenimientos propuestos para la exposición parecía ser bastante mediocres excepto la empresa colosal de d'Alési. La nota termina afirmando que el Mareorama parecía tener un éxito asegurado entre el *grand public* debido a que se trataba de una obra de arte ingeniosa e inédita, basada en una concepción pictural, decorativa, musical y mecánica gigantesca que era totalmente atrevida, y que atraería la curiosidad los visitantes más que cualquier otro dispositivo, incluso entre el público ilustrado.
- 28 El *Petit Parisien*, en su edición del 9 de julio de 1887, también destacó la grandiosidad del Mareorama y consideraba que iba a ser una de las pocas atracciones capaz de interesar

a todas las clases sociales y a todas las edades. Más todavía: afirmó que se trataba de una lección de geografía pintoresca e informó que el espectáculo será ofrecido de forma gratuita a los niños todos los días de 9 a 10 de la mañana. Se le atribuía un preciado valor de instrucción para la sociedad francesa, algo que también realizó *Le Figaro* (además de describir con fascinación los detalles del aparato Mareorama).

- 29 *Le Temps*, el 10 de enero de 1898, después ofrecer una descripción extremadamente analítica del dispositivo en cuestión, sugirió que se trataba de la atracción más interesante de toda la exposición y volvía a insistir sobre la dimensión educativa que tenía debido a su valor artístico y geográfico<sup>35</sup>.
- 30 La recurrencia de la aparición de noticias sobre el Mareorama en la prensa, independientemente del tipo de valoración que hicieran de él, es un síntoma clave para definir este dispositivo e incluso el evento de las Exposiciones Universales como experiencias de la modernidad. Tengamos en cuenta, por un lado, que, a finales del siglo XIX, la consolidación de la prensa como potencia social y creador de opinión convertía a los medios de prensa en el Cuarto Poder, "una prensa libre y escéptica que opera más allá del control o la influencia del gobierno, a la vez la medida y la garantía de la libertad política".<sup>36</sup> Por otro, los lectores metropolitanos de la prensa periódica ya no eran unos pocos ilustrados, sino que también incluían muchos nuevos grupos sociales funcionalmente alfabetizados. Además, la prensa periódica de *fin de siècle* comenzó a ocuparse de cuestiones "cercanas a los lectores", tales como el tránsito y el crecimiento urbano, por lo que "su público creció de inmediato. El vértigo compartido de la vida en la ciudad avivaba el interés por los temas de actualidad. (...) Para cubrir lo que Gunther Barth describe como acertadamente como 'la noticia más importante del siglo XIX: la vida moderna en las ciudades', la prensa [debió reinventarse]".<sup>37</sup>
- 31 La resonancia que tuvo el Mareorama en la prensa, el modo en que se le dio protagonismo entre un número considerable de atracciones y el tipo de cualidades que realizaban fueron, en su conjunto, un modo de celebrar la modernidad.

## Reflexiones finales. París 1900, un coágulo de la modernidad

- 32 Cualquier reflexión sobre la experiencia de los visitantes de las exposiciones universales debe anclarse en el contexto del cosmopolitismo y de la modernidad, en los que "el curioso y el flâneur son considerados encarnaciones emblemáticas de la modernidad".<sup>38</sup> Lejos de la imagen romántica del flâneur que se deja llevar por el placer de deambular sin rumbo por una ciudad colmada de estímulos incesantes (Benjamin, 2007), los visitantes de las ferias eran "productos reconocibles de un proceso de mercantilización en el cual la rápida alternancia de imágenes reducía a los espectadores deslumbrados al nivel de las apariencias y a la inmediatez de la *Erlebnis* [sensación]".<sup>39</sup>
- 33 Las experiencias inmersivas que posibilitaron los dispositivos ópticos montados en la Exposición Universal de París en 1900 funcionaron como simulacros en el sentido dado por Jean Baudrillard: modelos de lo real que no remiten a nada verdaderamente real y que, de hecho, suplantando la realidad dan lugar a una hiperrealidad<sup>40</sup>. Pero, a diferencia de la crítica sostenida por Baudrillard, diremos que la eficacia de los simulacros de estos dispositivos no radicaba en que representaran alguna dificultad para distinguir la realidad misma de las representaciones sino, justamente, en todo lo contrario: la

visibilización de los hilos que usualmente son invisibles en el simulacro, aquí son elogiados como el artificio que sólo el progreso y la ciencia pueden hacer posible o algo que, en términos más amplios, era un modo de celebrar la modernidad.

- 34 “Ser modernos es formar parte de un universo en el que todo lo sólido se desvanece en el aire”, decía Berman.<sup>41</sup> En efecto, la representación del mundo que hacían las ferias iba mucho más allá de la exhibición de la apariencia material de lugares y culturas: también se exhibían los valores de la modernidad, la feria en sí misma era un monumento a la modernidad.
- 35 Sigue Berman: “hay una forma de experiencia vital – del tiempo y del espacio, de uno mismo y de los demás, de las posibilidades y de los peligros de la vida – que comparten hoy los hombres y las mujeres de todo el mundo de hoy. Llamaré a este conjunto de experiencias la ‘modernidad’. Ser modernos es encontrarnos en un entorno que nos promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación de nosotros y del mundo y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que tenemos, los que sabemos, lo que somos”.<sup>42</sup>
- 36 Eventos tales como las exposiciones universales amplificaron y al mismo tiempo comprimieron la escala del efecto modernidad, ya que contribuyeron a que una porción significativa de la sociedad urbana conociera e incluso se familiarizara con desarrollos técnicos a los que de otro modo no habrían tenido acceso.
- 37 Cuando todavía la sociedad estaba convencida de que era posible combatir la podredumbre, la miseria, la pobreza, las enfermedades y las hambrunas a través del progreso científico, las exposiciones universales fueron los teatros de la modernidad, contruidos sobre confianza típica de la era del Imperio.<sup>43</sup>
- 38 En ese contexto, el dispositivo mareorámico fue un síntoma emergente de los nuevos tiempos modernos: sus innovaciones técnicas, el consumo de un aparato en clave de espectáculo, la masividad de público que lo visitó para entregarse al simulacro de un mundo exótico y la experiencia de todos los sentidos eran todos ellos efectos novedosos.
- 39 El juego inmersivo reconfiguraba la relación cuerpo-espacio y, en particular, resignificaba modos de ver, ya que la posibilidad de moverse dentro de barco generaba las condiciones para alternar la perspectiva de la mirada entre, por un lado, la apreciación visual de los panoramas laterales (que, a su vez, se movían) y, por otro, la visión móvil que se daba en las relaciones interpersonales que ocurrían en la cubierta del navío simulado.
- 40 Todos estos desafíos propios de la coyuntura del *fin de siècle*, se condensaron en el Mareorama, que navegando en el mar de la modernidad, deslumbró a decenas de miles de hombres, mujeres y niños que soñaban con un futuro prometedor. Nunca un viaje inmóvil había llegado tan lejos.

---

## NOTAS

1. Berman, Marshall, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1982.
2. Esta idea de George Simmel a propósito de la exposición industrial de 1896 está citada en Emmanuel Pedler, Jacques Cheyronnaud (dir.), *La forme spectacle*. Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales, 2018, p. 10.
3. Según la definición del término “dispositivo” que se encuentra en los diccionarios franceses de empleo común, se distinguen tres sentidos del término: 1) un sentido jurídico en sentido estricto: “el dispositivo es la parte de un juicio que contiene la decisión por oposición a los motivos”. Es decir: la parte de la sentencia (o de una ley) que decide y dispone. 2) un sentido tecnológico: “la manera en que se disponen las piezas de una máquina o de un mecanismo y, por extensión, el mecanismo mismo”. 3) un sentido militar: “el conjunto de los medios dispuestos conformemente a un plan”. Agamben, Giorgio. *¿Qué es un dispositivo?* Anagrama, 2015, p. 14. Aquí articularé algunos aspectos de estas acepciones para referirme a los aparatos de divertimento en términos de mecanismos y estructuras materiales y simbólicas que habilitan y limitan las ideas, las acciones y los juicios de ciertas comunidades o grupos sociales.
4. En el cineorama el público estaba alojado en una gran cesta de un globo aerostático. Debajo de la cesta había una sala de proyección hecha a medida, que albergaba diez proyectores sincronizados dispuestos en un círculo. Cada uno proyectaba sobre una pantalla gigante. El resultado final era una imagen en movimiento de 360 grados. Fue inventado por Philip James de Louthembourg en 1871 pero exhibido en público por primera vez en la exposición Universal París 1900.
5. Los dioramas eran maquetas montadas con grandes murales de telas transparentes pintadas con pinturas opacas o traslúcidas, en una sala cerrada y oscura, que generaba efecto de tridimensionalidad. Había sido inventado por Philippe Jacques de Louthembourg y Charles Bouton en Londres, en 1822 con su socio pero también, al igual que el cineorama, fue exhibido en público por primera vez en la exposición Universal París 1900.
6. Ellis, Markman, ‘Spectacles within doors’: Panoramas of London in the 1790s, *Romanticism*, Edinburgh University Press, 133-148, p. 142.
7. Más que nunca, en este momento, que “las industrias del conocimiento se enmarañaban íntimamente con las de creer y su corolario: las de hacer creer. Cuanto más se afirma – en primer término – el desconocimiento sobre los dispositivos de visión, mejor se ejerce – en segundo lugar- la función política de las imágenes. Cuanto más se proclama indicando su neutralidad, mejor transmiten sus puntos de vista e instalan sus ficciones como si fueran hechos”. Sicard, Monique, *La fabrique du regard. Images de science et appareils de vision (XV<sup>e</sup>- XX<sup>e</sup> siècle)*, París Editions Odile Jacob – Le champ médiologique, 1998.
8. Mitchell, Timothy, “The world as exhibition”, *Comparative studies in society and history* 31, 1989, p. 217.

9. El hecho de poder ingresar a un monumento y recorrerlo era una característica inédita, que se sumaba a la monumentalidad de la torre y a la magnificiencia del hierro. Sin embargo, esto no siempre produjo sensaciones u opiniones positivas. Cuenta Roland Barthes que Guy de Maupassant solía desayunar en la torre Eiffel, pero no porque la admirara sino todo lo contrario: era porque, decía el propio Maupassant, era el único lugar de París desde donde no se veía. Barthes, Roland, *La torre Eiffel. Textos sobre la imagen*. Buenos Aires, Paidós, 2001.

10. La primera de ellas apareció en la Feria de Chicago de 1893: la *Ferris Wheel*, así se llamó en honor a su creador, tenía 76 metros de diámetro, un eje de 89,000 lb, 45.5 pies de largo y contaba con 36 carritos que podían llevar a más de 2000 personas a la vez. De Cauter, Lieven, "The Panoramic Ecstasy: On World Exhibitions and the Disintegration of Experience". *Theory, Culture & Society* (SAGE, London, Newbury Park and New Delhi), vol. 10, 1993, p. 1-23. Cuando los visitantes subían y la rueda comenzaba a girar, tenían la oportunidad de apreciar el campo de exposición desde la altura: "la vista más espectacular fue desde lo alto de otra maravilla tecnológica inventada para la feria de Chicago, la Ferris Wheel, que estaba llena de bombillas eléctricas. Ofreció una vista panorámica de los edificios de exhibición y la zona de diversión" Nye, David, "Electrifying Expositions: 1880-1939". En Robert W. Rydell and Nancy E. Gwinn (eds.) *Fair representations: world's fairs and the modern world*. edited by; with contributions from James B. Gilbert ... [et al.] Amsterdam: VU University Press, 1994, p. 140-156.

11. Sobre la relación entre los panoramas de la exposición de París 1900 y su impacto sobre la percepción del espacio geográfico, véase Castro, Teresa, *La pensée cartographique des images*. Aléasm Lyon, 2011, especialmente p. 45-87.

12. En París 1900, uno de los espectáculos más convocantes fue "La lune à 1 mètre". Consistía en un instrumento de astronomía de 1.60 m de largo adaptado a un aparato fotográfico con una lente 1,25 metros de diámetro que daba la impresión de observar la luna como si se estuviera a 57 km. Fue contruido por la Compagnie Gautier y se tardó nueve meses en construirlo. Hoy en día este aparato está en el Observatorio de París, el vestíbulo de la fachada norte.

13. El estereorama era un dispositivo para el visionado de imágenes en tres dimensiones. En París 1900, el estereorama diseñado por Francowich y Gadan estaba instalado en el extremo superior del grupo de atracciones argelinas. También tenía un motivo marítimo: el cilindro principal era un gran panel que tenía algunos barcos pintados, así como también los paisajes de las costas de Argelia, Bône y Oran. Estos paneles seguían un movimiento circular; en otro carril, girando en la misma dirección pero a un ritmo más veloz, había una serie de pequeñas aspas verticales representaban las olas. Esta estructura cilíndrica estaba rodeada por otro cilindro de madera que tenía unas pequeñas ventanas a través de las cuales los espectadores observaban los panoramas móviles que estaban en el interior. El hecho de que las distintas capas de paneles circularan en diferentes planos y a diferente velocidad producía un efecto tridimensional.

14. En un trabajo anterior, Carla Lois analizó cómo los cambios que hubo en el diseño espacial de las exposiciones universales entre 1893 y 1939 expresan las vicisitudes generales de la economía global, las tensiones geopolíticas y los valores culturales de su tiempo. Véase Carla Lois, «¿Geopolíticas de mundos efímeros?», *Terra Brasilis* [Online], 10, 2018.

15. En 1570 apareció la primera edición de lo que gran parte de la historiografía considera el primer atlas moderno: el *Theatrum Orbis Terrarum*, del cartógrafo flamenco Abraham Ortelius (1527-1598), e impreso en las prensas de Plantin. En su libro sobre Ortelius, Giorgio Mangani se refiere al “el tema del espectáculo del mundo observado desde el cielo” y sugiere que Ortelius titula su obra de ese modo sabiendo que la idea de “teatro” había sido un “topos de la filosofía estoica: los dioses se complacían observando desde lo alto de su estrado la vida de los hombres y la parte que cada uno de ellos desempeñaba en la ‘comedia humana’” (Mangani, Giorgio, *Il “mondo” di Abramo Ortelio. Misticismo, geografia e collezionismo nel Rinascimento dei Paesi Bassi*. Franco Cosimo Panini Modena, 1998, p. 38).
16. Bachelard, Gaston, *La poética del espacio*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2005, p. 136.
17. Gregory, Derek, *Geographical Imaginations*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 1991.
18. En muchos casos, esos entretenimientos se vinculaban con cosas y proyectos reales. Por ejemplo, el Panorama Transsibírian, que representaba el viaje en tren por una vía férrea entre Moscú y Pekín que, de hecho, se estaba construyendo en ese momento y la empresa a cargo de dicho proyecto, la Compagnie Internationale des Wagons-Lits, era, a su vez, patrocinador de esta atracción (Hernández Barbosa, Sonsoles. 2017. “Beyond the visual: panoramatic attractions in the 1900 World’s Fair”. *Visual Studies*, International Visual Sociology Association vol. 32, nº 4, 359-370, p. 359; Huhtamo, E. *Illusions in Motion. Media Archaeology of the Moving Panorama and Related Spectacles*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2012, p. 310; Toulet, E.. “Le cinéma a l’exposition universelle de 1900.” *Revue d’Histoire Moderne et Contemporaine* 33 (June), 1986, p. 189). En una doble operación, el Panorama deleitaba al público celebrando una obra de ingeniería descomunal y, al mismo tiempo, funcionaba como una estrategia de promoción comercial de la empresa.
19. Mitchell, cit. 296. Remite a esto (que ya está en una nota anterior): Mitchell, Timothy, “The world as exhibition”, *Comparative studies in society and history* 31, 1989.
20. Sobre la relación entre turismo y geografía abordada desde una perspectiva afín a la de este artículo, véase Williams, Stephen y Alan Lew (2015) *Tourism Geography. Critical understandings of Place, Space and Experience*, Londres, Routledge, 2015.
21. En este sentido, Monsieur Léwita, Administraeur Délégué de la Société anonyme du Maréorama (1 rue Laffitte) autoriza la solicitud de M. Lacau, arquitecto del Mareorama, la instalación de dos postes que señalen el camino hacia el Mareorama, uno en el Pabellón de Manufacturas del Estado y otro en el Palais de la Femme (Ministère du commerce, de l’industrie, des postes et des telegraphes, *Disposition aditionelle*. Paris, Direction des Finances, 2 agosto 1900, folio 7121, firmado Lewita). Así y todo, parece no haber sido muy rentable: todo lo recaudado apenas alcanzó a cubrir la mitad de los costos (Huhtamo 2012, 314).
22. Para garantizar la seguridad de los usuarios, la parte técnica fue objeto de un profundo estudio y de rigurosos controles a cargo del reconocido ingeniero y constructor mecánico, *Chevalier de la Légion d’honneur*, M. Voiria Société Anonyme (1899). *Le Maréorama. Panorama mobile. Hugo D’Alési. Exposition Universelle 1900*. Paris: Banque Française Industrie. Archives nationales, París. Ministère du commerce, de l’industrie, des postes et des télégraphes (1900). (Société Anonyme, 1899, p. 8).
23. Por una disposición adicional que modificada el contrato firmado el 20 de marzo de 1899 entre Alfred Picard, comisario general de la exposición, y la Sociedad anónima de

Hugo d'Alesi (representada formalmente por Alexandre Lewita), se autorizaba a esa sociedad a instalar bares, cafés y salas de espera para el público en la galería del primer piso y en la terraza del segundo piso, siempre y cuando la superficie total dedicada a tales efectos no superará los 546 m<sup>2</sup>, así como también se podrían instalar otros establecimientos de consumo en la sala de subsuelo, sin superar una superficie de 230 m<sup>2</sup> (Société Anonyme, 1899, p. 6). Se le alquiló a E. Mercier & Cia, productor de vinos de Epernay, Marne, una superficie de 230m<sup>2</sup> en la entrada del Palais, en la fachada que da a la Torre Eiffel. Ahí se instalaría una brasserie que incluiría una degustación de vinos (Ministère du commerce, de l'industrie, des postes et des telegraphes, *Disposition additionnelle*. Paris, Bureau des actes administratifs, 12 marzo 1900, folio 59, firmado Morin.

24. Société Anonyme, 1899, p. 7.

25. Société Anonyme, 1899., p. 4.

26. Muchas de las atracciones empleaban efectos especiales para simular “realidades”. En Chicago 1893 el ciclorama que simulaba el volcán Kilauea utilizaba pirotecnia y luces eléctricas para dar realismo al espectáculo.

27. Société Anonyme, 1899, p. 4.

28. Société Anonyme, 1899, p. 4.

29. Hernández Barbosa, 361.

30. Kowalski 1900-1901, citado en Hernández Barbosa, cit., p. 361.

31. Bredekamp, Horst, *Teoría del acto icónico*, Madrid, Akal, 2017, p. 89.

32. Bruno, Giuliana, *Atlas of Emotion: Journeys in Art, Architecture, and Film*. Londres, Verso, 2002.

33. Société Anonyme, 1899, p. 1.

34. Oetterman, Stephan. *The Panorama. History of a Mass Medium*. New York, Zone Books, 1998.

35. Société Anonyme, 1899, p. 5.

36. Heffernan, Michael, “The Cartography of the Fourth Estate: Mapping the New Imperialism in British and French Newspapers, 1875-1925.” In *The Imperial Map: Cartography and the Mastery of Empire*, edited by James R. Akerman, Heffernan, Michael. 2009. “The Cartography of the Fourth Estate: Mapping the New Imperialism in British and French Newspapers, 1875-1925.” In *The Imperial Map: Cartography and the Mastery of Empire*, edited by James R. Akerman, Chicago y Londres: University of Chicago Press, p. 261-299, p. 261.

37. Fritzsche, Peter, *Berlín 1900. Prensa, lectores y vida moderna*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores. 2008, p. 71.

38. Fritzsche, 2008, cit, p. 138.

39. Fritzsche, 2008, cit, p. 138.

40. Baudrillard, Jean, *Simulacres et Simulation*. Paris, Éditions Galilée, 1981.

41. Berman, Marshall (1982[1989]), *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Buenos Aires, Siglo XXI Berman, p. 1.

42. Berman, cit., p. 7.

43. Según Eric Hobsbawn, entre 1875 y 1914 se vivió en Occidente una época floreciente y pujante a la que denominó la era del Imperio. En estas décadas, sostiene Hobsbawn,

las tecnologías del vapor y del hierro modificaron radicalmente las formas y las escalas de producción de bienes. En este proceso -también llamado segunda revolución industrial-, la enorme variedad nuevos productos y servicios que se multiplicaban aceleradamente encontraban un mercado de consumidores compuesto por masas de asalariados que se insertaban en un mercado de trabajo que parecía poder ofrecer un número casi ilimitado de puestos de escasa o nula calificación (o que requería destrezas de rápido aprendizaje) para los hombres y mujeres que migraban del campo a la ciudad. Hobsbawm, Eric, *La era del imperio, 1875-1914*. Buenos Aires, Crítica, 1998.

---

## RESÚMENES

Exposición Universal de París 1900 se instalaron máquinas y aparatos de divertimento que incorporaban las tecnologías más innovadoras. Uno de ellos fue el Mareorama, una enorme estructura que simulaba la cubierta de un barco.

En este artículo examinaré, en primer lugar, las exposiciones universales desde el ángulo espacial para revisar cuáles fueron las proposiciones geográficas y las claves interpretativas para “leer” el mundo montadas en las exposiciones universales decimonónicas. En segundo término, analizo el Mareorama como objeto y como práctica de la modernidad poniendo el foco en los modos en que se utilizaron técnicas científicas para crear espectáculos basados en convenciones de simulacro e ilusión en las que el interés del público no pasaba por conocer los mecanismos de funcionamiento de los aparatos ni las sofisticadas explicaciones técnicas, sino por suspender la credibilidad y dejarse sorprender por las maneras en que esos desarrollos desafiaban la percepción ordinaria de los sentidos.

At the Universal Exhibition in Paris in 1900, new amusement machines and apparatus incorporated the most innovative technologies. One of them was the Mareorama, a huge structure that simulated the deck of a ship.

In this article I will examine, first, the World Fairs from the spatial angle to examine the geographical propositions and the interpretive keys to “read” the world mounted in the nineteenth-century universal exhibitions. Secondly, I analyze the Mareorama as an object and as a practice of modernity, focusing on the ways in which scientific techniques were used to create shows based on conventions of simulation and illusion: the public's interest was not captured by knowing the mechanisms of functioning of the devices nor the sophisticated technical explanations, but by suspending credibility and allowing oneself to be surprised by the ways in which these developments challenged the ordinary perception of the senses.

## ÍNDICE

**Keywords:** World Fairs, Paris 1900, Mareorama, modernity, visual studies

**Palabras claves:** Exposición Universal, París 1900, Mareorama, modernidad, estudios visuales

AUTOR

**CARLA LOIS**

Universidad de Buenos Aires