



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA *Iztapalapa*

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

COORDINACIÓN DE SOCIOLOGÍA

TESINA PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA

CONSUMO CULTURAL

EL CASO DE LOS ESPECTADORES DE LA EXPOSICIÓN SURREALISTA

LA INTERPRETACIÓN DE LOS SUEÑOS, MUESTRA PICTÓRICA

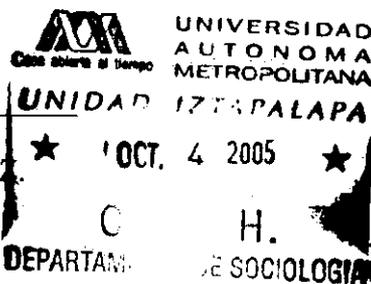
DEL MUSEO TAMAYO ARTE CONTEMPORÁNEO.

AUTOR

VICTOR M. CLAVEL PONCE

ASESOR

DR. JOSÉ OTHON QUIROZ





DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

COORDINACIÓN DE SOCIOLOGÍA

TESINA PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA

CONSUMO CULTURAL

EL CASO DE LOS ESPECTADORES DE LA EXPOSICIÓN SURREALISTA

LA INTERPRETACIÓN DE LOS SUEÑOS, MUESTRA PICTÓRICA

DEL MUSEO TAMAYO ARTE CONTEMPORÁNEO.

AUTOR

VICTOR M. CLAVEL PONCE

ASESOR

DR. JOSE OTHON QUIROZ.

A G R A D E C I M I E N T O S

A todos aquellos que, en contra de mi voluntad, presionaron
para que yo concluyera una licenciatura.

A todos... excepto al ficticio Dios.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	2
Disertaciones	9
La Teoría de los Campos de Pierre Bourdieu	13
Propuestas Teóricas Sobre El Consumo Cultural	19
¿Qué Entender Por Consumidores De Arte?	25
Los Estudios Sobre El Consumo Cultural De Arte En México	29
Distribución De Museos Y Galerías De Arte En El Distrito Federal	38
El Museo Tamayo Arte Contemporáneo	46
Breve Historia	46
Características Y Oferta Cultural Del Museo Tamayo Arte Contemporáneo	47
Exposiciones Y Visitantes 1986-1998	50
<i>La Interpretación De Los Sueños. La Composición Social De Sus Espectadores</i>	52
<i>La Interpretación de los Sueños</i>	52
<i>Datos básicos</i>	55
<i>¿Público consuetudinario o casual?</i>	61
<i>Valoración estética</i>	73
CONCLUSIÓN	86
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	88
ANEXO	

INTRODUCCIÓN

Al interior de la estructura segmentada de la sociedad el individuo es catalogado en función a diversas características -sean estas económicas, simbólicas, ideológicas, etc.- y es situado, conforme a sus prácticas, en la clase baja, media, alta o en los estratos o elites más altos. De acuerdo con esta división, el sistema de estratificación en clases sociales desarrolla una dinámica en la que cada estrato está dividido en función del capital cultural¹, simbólico y escolar *distinguiéndose* una de la otra, de manera tal que cuando las clases bajas y medias ascienden a la escuela y a la enseñanza, de inmediato las clases media-alta, alta y élites apelan al capital cultural y simbólico para diferenciarse y alejarse de las prácticas que van haciéndose comunes para toda la población. Una de estas estrategias recurridas por las clases mencionadas para efectos de diferenciación, acontece en el campo² del Arte.

El presente trabajo explora una dimensión del campo del arte a partir del Consumo Cultural, es decir, me cuestiono sobre *quiénes* consumen una expresión cultural tan peculiar que requiere de dispositivos específicos para su decodificación, como es el caso del arte contemporáneo, específicamente la pintura.

Con relación a los estudios del arte, la Sociología de la Cultura concentra su atención en tres tipos de unidades de análisis y observación: la obra –de un artista en particular o grupo de artistas, de un estilo y sus derivaciones o de un periodo histórico- (Kavolis, 1970; Francastel, 1975; Moulin, 1978), las instituciones culturales promotoras o consumidoras de arte (véase, Williams, 1981; Moulin, 1983) y los artistas, sus formaciones, espacios de acción y campos de autonomía (Bourdieu, 1980) En consecuencia tres

¹ Si entendemos por estos términos en el sentido que el sociólogo Pierre Bourdieu les otorga que no es más que lo específicamente propio de la clase a la que se pertenece.

² Más adelante se dirá qué se entiende por un campo, de acuerdo con Pierre Bourdieu.

unidades se desprenden de lo anterior: la producción, distribución y consumo de los productos artísticos, este último es de mayor interés para el desarrollo de este trabajo, el cual *pretende analizar exploratoriamente la composición social de quienes consumen arte contemporáneo, específicamente la pintura en el Museo Tamayo Arte Contemporáneo*. Es necesario señalar que dejo a un lado la dimensión estética y formal de la obra de arte así como estilos y corrientes artísticas, por demás interesantes, para dedicarme sólo al conocimiento de sus usuarios y también quiero aclarar que si elegí a esta expresión artística es porque ésta pertenece a lo que se denomina “alta cultura”, además del carácter sui géneris que las envuelve. Por otro lado el espacio en que se llevará a cabo el estudio nos ofrece las características y la oferta cultural adecuadas para tales efectos. En esta tesitura, el presente estudio, de carácter elemental y exploratorio, deberá entenderse como punto de partida para la comprensión de una fracción de los procesos culturales en y desde el consumo cultural en el campo del arte.

Me parece interesante conocer esta parte de la cultura, ya que como lo constatan algunos estudios no sólo se consume compulsivamente y tampoco el consumo, y en menor medida el cultural, es el último eslabón de la cadena económica, sino que el consumo implica todo un proceso sociocultural en el que se podrían hacer visibles por ejemplo, las categorías de una cultura, o en un plano individual, y diría más subjetivo, podríamos preguntarnos sobre el significado y el sentido que otorga una persona a los objetos culturales que consume. También esta clase de estudios nos permitirían conocer la formación social del gusto a través del consumo cultural.

El significado y el sentido que las personas otorgan a ciertos objetos particulares varían de una a otra, y en la construcción de este significado no sólo intervienen el nivel educativo o económico, también se encuentran presentes la familia y el medio social en el

que el individuo se desarrolla. De hecho podemos observar cómo el crecimiento económico y los cambios sociales de una nación inciden en la formación de consumidores, en la demanda de objetos culturales específicos y en la construcción de nuevos significados y sentidos. En este sentido Christine Frérot en su libro *El mercado del arte en México, 1950-1976* señala que “... a partir de los años cuarenta, las progresivas transformaciones sociales, basadas en un desarrollo económico más acelerado, modificaron la orientación de las artes plásticas, y México pasó de un arte regionalista (indigenista y nacionalista) a un arte cosmopolita e internacional. Los imperativos económicos (la clientela era casi exclusivamente estadounidense) aunados al desarrollo industrial y al incremento de la población urbana concentrada en la capital, fueron otras razones que subrayaron la relación entre el desarrollo industrial y el artístico” (Frérot, 1990: 11). El trabajo de la autora sugiere, no lo hace explícito, que la clase media, acompañada del desarrollo económico, comenzó a demandar un arte diferente (pintura de caballete) al establecido por el Estado y la Escuela Mexicana de pintura (muralismo). Básicamente, la burguesía urbana (y la vinculada al capitalismo internacional), intelectuales, funcionarios que leían, viajaban y se mantenían informados sobre lo que sucedía en otras partes del mundo, constituían esta nueva clase media. Es decir, entre este grupo de personas se encontraba presente, diríamos, el germen de una cultura “internacional” mexicana.

“La clase media en embrión se convirtió paulatinamente en una clientela digna de considerar, pues creó una demanda de obras tradicionales a precios moderados (escenas intimistas mediocres o paisajes locales); además este sector se perfiló como comprador potencial del mercado del arte durante los próximos años que siguieron” (Frérot, 1990: 17) cuyos gustos y demandas artísticas abarcaban obras de vanguardia como el abstraccionismo, el geometrismo, el surrealismo, etc. Más adelante Frérot continúa

diciendo que “el desarrollo de las clases medias y de la burguesía fue sorprendente, especialmente en las ciudades, que se convirtieron el crisol de las razones del crecimiento. La expansión de actividades gubernamentales (notable en el plano cultural con la creación de un elevado número de instituciones) confirmó la doble intervención del Estado en la economía y la cultura. En forma paralela, proliferaron espacios privados de difusión: las galerías de arte” (Frérot, 1990: 31).

Por otra parte, hay que señalar que la oferta de arte en México, y las rupturas con la Escuela Mexicana (conformada por Siqueiros, Diego Rivera y José Clemente Orozco), se nutrió y diversificó con el exilio de muchos artistas a nuestro país en la segunda posguerra, artistas que le dieron impulso a la generación de un arte de vanguardia, tales como André Bretón, Remedios Varo, Leonora Carrington, Wolfgang Paalen, Alice Rahon, entre otros pertenecientes a la corriente surrealista³, corriente que le dio un viraje a la plástica mexicana. “Las repercusiones que tuvo el surrealismo en México fueron múltiples y extensas en el tiempo, e incluso no ejercieron un efecto inmediato en las artes plásticas; su presencia, más o menos perceptible, se detectó más tarde en artistas jóvenes como Pedro Friedeberg, Javier Esqueda, Arnaldo Coen y otros, todos nacidos a en los años treinta y cuarenta, y en pintores de la generación anterior como Alberto Gironella y Gunther Gerzo” (Frérot, 1990: 38).

Como podemos observar un crecimiento económico acelerado, el surgimiento de la clase media y una diversificada oferta de arte lograron que el arte se convirtiera en una buena inversión y en un elemento de prestigio social por quien lo consumía.

³ La primera exposición surrealista en México fue en Enero de 1940 que reunió pintores europeos y mexicanos y fue organizada por Wolfgang Paalen y Cesar Moro en la Galería de Arte Mexicano.

Actualmente, los estudios que se han realizado sobre el consumo cultural en México parten de la crítica fundamentada en la carencia de conocimiento sobre el impacto de las políticas culturales, y es sólo hasta la década de los noventa cuando se empiezan a realizar análisis sobre los destinatarios de dichas políticas, por esta razón hay que aclarar que este trabajo no se inclina por evaluar las políticas estatales en materia de cultura, sino que su objetivo es sólo el que se mencionó arriba.

Mi estudio carecería de sentido si éste no fuera situado en un marco teórico conceptual específico y por ello se presentarán dos aportes teóricos sobre el consumo cultural: el primero proviene de la Antropología establecido por Mary Douglas y Barón Isherwood que, según los autores, es aplicable tanto a las sociedades industriales como a las tribales; el segundo modelo teórico es formulado por Néstor García Canclini para quien el consumo cultural implica todo un proceso sociocultural en el que se realiza la apropiación y los usos de los productos culturales. Cabe señalar que este modelo teórico es elaborado con base a las aportaciones de otras disciplinas sociales, lo cual le otorga un carácter multidisciplinario y dado este matiz será, primordialmente, la base y guía en lo precedente para el objetivo de este trabajo. La razón por la que considero la propuesta teórica de Canclini es porque ha sido este quien ha incursionado con mayor profundidad en el campo de arte a través de su consumo para entender la composición social de sus consumidores⁴. Por lo tanto, las posiciones de estos autores serán expuestas en el bloque uno de este trabajo.

En el segundo bloque expongo los dos únicos trabajos realizados sobre el consumo cultural que tienen como objeto de estudio a la pintura, estudios que señalan una

⁴ Los estudios que ha realizado Néstor García Canclini sobre este tema han tenido como base el análisis del impacto de las políticas culturales sobre sus destinatarios, esto más que nada para la evaluación de éstas y su mejoramiento.

composición social ajena a la esperada por una concepción tradicional de espectador de arte ideal. El tercer bloque muestra ilustrativamente la distribución de la infraestructura cultural en el Distrito Federal y se hace notar cómo esta distribución no concuerda con la distribución espacial y poblacional. En el cuarto bloque se exponen las características y la oferta cultural del Museo Tamayo Arte Contemporáneo y la sala específica en donde se levantará la información necesaria, sala que exhibe la exposición de pintura contemporánea, perteneciente a la corriente Surrealista, titulada *La interpretación de los sueños*. El quinto bloque expone los resultados arrojados por el instrumento de investigación (cuestionario) aplicado a una muestra poblacional de 37 personas seleccionadas aleatoriamente, es decir, uno de cada tres fue interceptada al final de su recorrido por la sala y se le solicitó responder el cuestionario. Finalmente se presentan las conclusiones.

Para el presente trabajo diseñé un instrumento de investigación con el que se pretende explorar la composición social de los consumidores de arte. El cuestionario⁵ tiene como soporte tres dimensiones de análisis: la primera dimensión corresponde a los datos socioeconómicos, y en ella se inquiriere sobre la edad, sexo, estado civil, nivel educativo, ocupación e ingresos económicos; la segunda dimensión versa sobre si se trata de asistentes consuetudinarios u ocasionales, es decir, me pregunto si se trata de personas informadas sobre las diferentes exposiciones que el museo exhibe y que tienen el hábito de asistir a un museo sea este u otro, o en dirección contraria, si se trata de personas que solo “pasaban por ahí” y decidieron entrar al museo o que habían sido enviados por parte de la escuela; la tercera dimensión está compuesta por preguntas abiertas las cuales hacen referencia a la valoración estética que se tiene sobre la exposición, por ello pregunto, por ejemplo, desde

⁵ Ver cuestionario en el anexo.

cuándo le interesa el arte, qué cuadro le había gustado y por qué, si leyó completamente la explicación que se encuentra escrita en el muro al inicio de la sala y si le sirvió de ayuda para una mejor comprensión de la muestra, qué no le gustó y por qué, etc.

Todos los datos recabados por medio del cuestionario, fueron procesados en el programa estadístico SPSS y los resultados fueron interpretados con base en la estadística descriptiva.

Es necesario mencionar que originalmente este trabajo estaba dirigido a analizar el consumo cultural en galerías de arte, sobre todo aquellas que habían asistido a la feria internacional de arte en España (ARCO 05) pero la reticencia, la desconfianza y en muchos casos hasta un exacerbado *snobismo* impidieron que este estudio se llevara a cabo en estos espacios. Si se había elegido desde un principio a las galerías era porque en éstas la dinámica es distinta a la de un museo: en éstas no sólo se expone sino también se vende arte, por lo que los resultados de la investigación serían quizá completamente distintos a los realizados hasta ahora. Por esta razón, muchos de los supuestos que guiaban este estudio tuvieron que ser modificados, ya que de un inicio uno de mis objetivos era analizar los criterios sociales en que las artes plásticas se valorizan por lo que no sólo se incluían a los consumidores sino también a los productores y los medios por los que las artes plásticas circulan, es decir, se iba a tomar en cuenta a todo el circuito producción, circulación y consumo.

Finalmente, si bien pudieron ser incluidas más preguntas en el cuestionario, el carácter exploratorio de esta investigación sobre los consumidores de arte, me parece, lo justifica.

DISERTACIONES

*“Lo que el público reclama es la imagen de la pasión,
no la pasión misma”.*

Roland Barthes

Hace algún tiempo asistí al Museo de Arte Moderno a una muestra de arte contemporáneo de varios artistas de nacionalidades diversas. En esta exposición se hallaba una instalación que francamente nunca aprehendí el significado que el artista deseaba expresar, así como el de otras más. La instalación se componía de un cubo con lados aproximados a los dos metros de largo y con una puerta por la que era posible ingresar adentro. Las paredes del interior estaban cubiertas con laca negra; dispuesto diagonalmente un cuerpo cilíndrico metálico y hueco, de color amarillo, dividía el espacio cuyo diámetro tendría quizá una distancia de ochenta centímetros. Este cuerpo geométrico, que tiene las características de un tubo de los que comúnmente son usados para el drenaje, se elevaba a unos treinta centímetros por arriba del piso. Del techo al centro del cubo pendía un foco encendido que raquíticamente iluminaba el interior. Observaba esta instalación cuando de pronto ingresa un par de vigilantes, esos que se cercioran de que el comportamiento del visitante sea el adecuado y que además le dicen a uno que no puede tocar los objetos o rebasar la línea dibujada en el suelo que separa la persona de la obra. Ya en el interior uno susurra algunas palabras al otro señalando a la vez al tubo y después al foco, palabras que produce risa entre ellos y, sin más, dirigieron algunos ademanes despectivos hacia el tubo (probablemente pensaron que éste estaría mejor en sus hogares cumpliendo su “función” de tubo al igual que el foco). Con las manos cubriéndose la boca conteniendo las carcajadas, los vigilantes salen del cubo regresando la mirada por encima del hombro hacia el cilindro y el foco (estas personas seguramente rebasaban los cuarenta años de edad) Al instante

penetró una pareja joven, hombre y mujer, con todas las trazas de pertenecer a una clase acomodada los cuales no rebasaban los 30 de edad. Después de unos segundos de observación en silencio el primero, con gran ímpetu de aparente diletantismo, explicaba la obra a su compañera quién sólo asentía con la cabeza sin pronunciar palabra alguna: hablaba sobre la disposición de los objetos, del por qué de los colores, de las dimensiones del lugar, e incluso recurrió a nombres de artistas y a los de otros museos y exposiciones a las que ya había asistido, etc., como referencia a su explicación.

De la breve descripción de mi experiencia es posible, en principio, derivar cuando menos una observación: las diversas formas de *ver* un objeto de arte que se expone a un público que se pretende homogéneo y los diferentes modos de expresar la valoración del mismo en los tres casos citados arriba: el primero, el mío, que no sabía qué sentir o pensar sobre lo observado; en el segundo, el de los vigilantes, la instalación fue objeto de mofa y sarcasmo; y en el tercer caso se expresa una supuesta sensibilidad y un conocimiento del objeto artístico. Ahora bien, cómo entender y explicar esta situación.

Desde varios ángulos este fenómeno ha sido objeto de análisis y discusión lo que ha desembocado en estudios realizados desde múltiples disciplinas con diversos enfoques como la Antropología, la Sociología, la Comunicación, la Semiótica, la Historia del Arte, etc., en otros casos las fronteras entre las disciplinas se han diluido dando lugar a estudios multidisciplinarios. Las primeras disertaciones que se conciben con respecto a este fenómeno parten del carácter incuestionable del arte, es decir, este campo es percibido descontextualizado de todo posicionamiento sociocultural y, más aun, se piensa que el juicio estético que se exprese sobre cualquier obra de arte es independiente y único de las

condiciones sociales en que es generado, o sea que el juicio estético es el mismo provenga de quien provenga. Sabemos que esta discusión no es nueva y también se podría agregar que esa postura no puede ser aplicada en un periodo histórico, el actual, en el que todo tiene múltiples formas de ser interpretado y en el que ningún significado es ya inmutable, un periodo histórico que ya no cree en que la experiencia artística sea la contemplación solitaria y descondicionada del espectador individual frente a una pintura, sino un proceso complejo en el que intervienen diversos intermediarios: la escuela y los medios masivos como formadores del gusto, el museo, el mercado del arte, los críticos, la publicidad y el público que reproducen o modifican ese condicionamiento básico que todos recibimos, por lo que, sin entrar en mayor detalle en ese asunto, es preciso hacernos los siguientes cuestionamientos: si el arte carece de un significado inmutable entonces ¿qué instaura las predisposiciones para el arte en quienes lo consumen? ¿Cómo se constituyen esos consumidores? y ¿qué significa para ellos apreciar arte? En suma: ¿cómo podríamos asociar esos modos de ver, sentir e interpretar el arte con los procesos socioculturales que precisamente los configuran o establecen?

Estariamos tentados en atribuir dichos modos, predisposiciones y sentidos a las instituciones educativas, pero también sabemos que el gusto por una pieza de arte y la sensación que genera, por ejemplo la pintura, desborda a este tipo de institución lo cual nos remite a otras como la familiar o el origen de clase que en su conjunto constituyen, diríamos, un *hábitus*. En este sentido me propongo a continuación exponer dos posturas teóricas las cuales nos podrían ayudar a dilucidar sobre la composición social de quienes consumen arte.

La primera propuesta es formulada por Mary Douglas y Baron Isherwood, ésta parte de una definición antropológica del consumo en general, definición que según estos autores es aplicable tanto a las “sociedades industriales como a las tribales” (Douglas e Isherwood, 1990: 71) La segunda aproximación conceptual también proviene de la Antropología pero su definición contiene elementos de otras disciplinas sociales lo que le da mayor consistencia. El interés de Néstor García Canclini por desarrollar una teoría de Consumo Cultural se justifica “teórica y metodológicamente debido a la parcial independencia lograda por los campos artísticos e intelectuales en la modernidad⁶” (García Canclini, 1999: 41) pero también por el inexistente cuestionamiento, por parte de las instituciones gubernamentales encargadas de difundir la cultura, de los destinatarios de las políticas culturales sobre todo en México en particular y en América Latina en general.

Antes de empezar con la exposición de las propuestas teóricas sobre el consumo cultural es preciso matizarlas con otra teoría de la cual podríamos decir que es la base de donde surgen las investigaciones sobre el consumo cultural y sus propuestas teóricas para el caso de México. Pero también la exposición, a grosso modo, de esta teoría es pertinente para los objetivos del presente trabajo ya que su autor incursionó durante mucho tiempo en lo que él denominó el *campo del arte*. La *Teoría de los campos* de Pierre Bourdieu se presentará en primer lugar sólo para englobar a las dos propuestas teóricas que disertan sobre el consumo cultural.

⁶ En un artículo publicado por el INAH, en los Cuadernos de Trabajo 1, dice: “El campo artístico se integró con independencia relativa y criterios internos de legitimidad a partir de los siglos XVI y XVII. La complejización del proceso productivo fue diferenciando las áreas del trabajo, separando los aspectos de la actividad humana –el cultural, el político, el económico, la vida cotidiana- y liberando a cada uno de ellos del control religioso”.

La Teoría De Los Campos De Pierre Bourdieu

Los estudios de Pierre Bourdieu se centran, fundamentalmente, en el análisis de los consumos culturales, del arte y de la educación. Es por esto que para comprender cómo se generan las categorías de percepción estética que determinan la experiencia subjetiva de lo bello desde Bourdieu, es necesario hacer referencia a los conceptos de hábitos, campo, capital cultural y creencia.

Pierre Bourdieu señala a la Teoría de los Campos Culturales como un esquema ordenador de las partes estructurantes de la sociedad en la que se da por hecho una clara indisolubilidad entre lo material y lo cultural. En cada uno de los ámbitos que ha analizado, como el de la política o el del arte postula ciertas leyes, a las que les otorga el carácter de universales, que les imprime dinamismo a los campos. El autor lo explica de la siguiente manera:

“Existen leyes generales de los campos, campos tan diferentes como el de la política, el de la filosofía o el de la religión que tiene leyes de funcionamiento invariantes (...) gracias a esto el proyecto de una teoría general no resulta absurdo y ya desde ahora es posible utilizar lo que se aprende sobre el funcionamiento de cada campo en particular para interrogar e interpretar a otros campos” (Bourdieu, 1984: 135)

Así, para Bourdieu los campos se presentan como “espacios estructurados de posiciones (o de puestos), cuyas propiedades dependen de su posición en esos espacios y pueden ser analizadas independientemente de las características de sus ocupantes” (Bourdieu, 1984: 135)

En este sentido, para entender el funcionamiento del campo artístico, que es lo que aquí interesa, es preciso mencionar que se trata no de la suma de las personas que se

consagran a la producción cultural, sino del sistema de posiciones que ocupan esos agentes en la cultura. En palabras del autor, el campo artístico, “a la manera de un campo magnético, constituye un sistema de líneas de fuerza: esto es, los agentes o sistemas de agentes que forman parte de él pueden describirse como fuerzas que, al surgir, se oponen y se agregan, confiriéndole su estructura específica en un momento dado del tiempo”.

El campo se caracteriza por su autonomía, debido a que se trata de un sistema regido por leyes propias en cuyo interior se detecta una lucha, cuyas formas específicas habría que buscar, entre el recién llegado que trata de incorporarse y el dominante que trata de defender su monopolio y excluir a la competencia. El campo serviría de mediación entre lo individual y lo social, es una red de relaciones objetivas entre posiciones, es un espacio donde los agentes pueden actuar pero a su vez se encuentran limitados por las mismas reglas que conforman el campo.

Según Eduardo Andino, en un análisis de las diversas teorías de la comunicación de Pierre Bourdieu, menciona que, para que funcione un campo cultural es preciso que haya algo en juego y gente dispuesta a jugar dotada de un *hábitus*. Esto implica el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego y de lo que está en juego. Para darle mayor claridad a lo anterior definiremos los siguientes conceptos: *hábitus*, *creencia*, *capital cultura* y *poder simbólico*.

En su libro *La Distinción*, Pierre Bourdieu define *hábitus* como:

“El proceso por el que lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerden con las subjetivas. Si hay una homología entre el orden social y las prácticas de los sujetos no es por la influencia puntual del poder publicitario o los mensajes políticos, sino que estas acciones se insertan, más que en la conciencia – entendida intelectualmente- en sistemas de hábitos, constituidos en su mayoría desde la

infancia. La acción ideológica más decisiva para constituir el poder simbólico no se efectúa en la lucha por las ideas, en lo que puede hacerse presente en la conciencia de los sujetos, sino en esas relaciones de sentido no conscientes, que se organizan en el hábitus y sólo podemos conocer a través de él. El *hábitus*, generado por las estructuras objetivas, genera a su vez las prácticas individuales, da a la conducta esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción”.

En esta dirección podríamos agregar que el hábitus implica, por sí mismo, ser un cúmulo de técnicas, de referencias, un conjunto de creencias generadas en condiciones objetivas de existencia; es la conciencia que el agente adquiere a través de su participación activa en el juego del campo. Al momento que el hábitus acciona, éste sistematiza las prácticas y garantiza su coherencia con el desarrollo social. A su vez, tiende a reproducir las condiciones objetivas que le dieron origen, pero, ante contextos diferentes puede reorganizar las prácticas adquiridas y producir acciones transformadoras.

El hábitus aparece también como un “sistema socialmente constituido de disposiciones estructuradas y estructurantes que es adquirido en la práctica y constantemente orientado hacia las funciones prácticas” (Gamboa Eduardo: 91).

Por lo tanto, el hábitus es el conjunto de los esquemas de percepción, de apreciación y de acción inculcados por el medio social en un momento y lugar determinados; es un conjunto de disposiciones socialmente adquiridas mediante el aprendizaje. Aparece como la mediación entre las condiciones objetivas y los comportamientos individuales, en sí, diríamos, es una subjetividad socializada.

Por otra parte, la *creencia* será entendida como la fe en el valor absoluto de la “apuesta”, junto con el reconocimiento fundamental del juego y de las apuestas que permite el juego campal.

Al interior de cualquier campo los bienes económicos y culturales están repartidos de manera desigual y de acuerdo a esta distribución de bienes se conforma la jerarquización de posiciones dentro de este. En este sentido, entendemos por qué dentro de los campos hay una lucha constante por la apropiación del capital económico, capital que es susceptible de convertirse en *capital cultural* para lograr un mejor posicionamiento y así poder obtener poder simbólico. Así para Bourdieu el *capital cultural* es un tener, transformado en ser, una propiedad hecha cuerpo que se convierte en una parte integrante de la persona, un hábitus (Bourdieu, 1984: 62).

El capital cultural puede existir bajo tres formas: en el *estado incorporado*, o sea, bajo la forma de disposiciones duraderas del organismo; en el *estado objetivado*, bajo la forma de bienes culturales, cuadros, libros, diccionarios, instrumentos, maquinaria, los cuales son la huella o la realización de las teorías o de críticas a dichas teorías, y de problemáticas, etc.; y finalmente en el *estado institucionalizado*, como forma de objetivación muy particular, porque tal como se puede ver con el título escolar, confiere al capital cultural –que supuestamente debe garantizar- propiedades totalmente originales.

-Capital cultural incorporado: para poseerlo es necesario una gran cantidad de capital económico y de tiempo; se refiere a una inculcación y asimilación constante de conocimientos. Su característica principal es que es intransferible.

-Capital cultural objetivado: se refiere a los bienes culturales como libros, pinturas, fotografías, instrumentos, maquinaria, etc. y su principal característica es que tiene la capacidad de ser transferido y por lo mismo representa un recurso de poder para quien lo posee.

-Capital cultural institucionalizado: este viene a ser la garantía con la que cuenta el capital cultural incorporado y se define como la culminación del proceso de apropiación de este último. Un ejemplo es el título escolar, el cual certifica “una competencia cultural y confiere a su portador un valor convencional, constante y garantizado jurídicamente” (Bourdieu, 1984: 64).

De esta manera la conjugación de estos capitales es muy importante dentro de la lógica de los campos porque desde el momento de que estos se poseen, el agente aspirante a algún campo buscará reconocimiento por parte del grupo al que quiera pertenecer y si logra obtenerlo, intentará adquirir un lugar dentro de los estratos superiores de éste para así obtener poder simbólico que “es el producto del valor instituido de la composición de los capitales, característica reconocida en función de la estructura de las posiciones de fuerza del campo considerado (en arreglo combinado de otras especies de capital, de su monto, y en concordancia con el hábitus como historia objetiva interiorizada)” (Bourdieu, 1984: 90-91).

Como consecuencia de la existencia del poder simbólico dentro del campo existe un mecanismo de dominio que se basa en hacer reconocer/desconocer “los capitales que operan como apuesta, y que dirigen los criterios (los sistemas de juicios con o sin regla explícita) que definen el ejercicio legítimo de un tipo específico y determinado de práctica cultural. Se hace patente que en ello se juega el poder de conservar o transformar la estructura de las relaciones objetivas de fuerza dentro del campo” (Bourdieu, 1984: 85)

Dentro de esta lógica, los agentes que ocupan las posiciones dominantes dentro del campo, es decir, los que poseen mayor cantidad de capital cultural, se opondrán, utilizando múltiples recursos, a los que intentan entrar al campo. Estos múltiples recursos se

denominan como estrategias de dominio, y dentro de estas estrategias las más relevantes son, sin duda, la *legitimidad* y la *autoridad*.

La legitimidad se entiende como un reconocimiento o aceptación que proveen los agentes dominantes, sobre cierta conducta como propia del campo, es decir, como parte de la lógica de apuestas sobre lo que está en juego.

La autoridad se entiende como el efecto simbólico que, por una creencia colectiva en el valor del juego, confiere a los agentes dominantes un reconocimiento no sólo de que son fuertes, sino que además son una autoridad justa y útil. También es una capacidad estratégica para restaurar el orden establecido, o en último caso, si las circunstancias lo requieren, hacer uso de la misma pero en su categoría de excluyente. Lo anterior significa que aquellos que no se adapten a las reglas del campo serán atacados con formas de difamación, injuria, estigmatización, descrédito o deshonra.

Finalmente, la teoría de los campos de Pierre Bourdieu es útil debido a que nos permite aprehender al arte como un fenómeno cultural que implica en sí mismo una serie de dinámicas socioculturales con características específicas. Por lo que es posible agregar (siguiendo los objetivos de este trabajo) que el llamado hábitus “programa” el consumo de los individuos y las clases, aquello que van a “sentir” como necesario.

Concluyendo, si se habló aquí de autoridad y legitimidad es porque la concepción de Pierre Bourdieu parte de la noción marxistas de la ideología y la lucha en su interior, así como del funcionamiento de las instituciones que la reproducen. Estas últimas, empero, no constituyen un reflejo de la organización social pues poseen una autonomía, si bien reproducen la cultura dominante, logrando la adhesión de los grupos dominados de la estructura social al interior de este proceso.

En lo que respecta a la apreciación que ejercen los individuos de los bienes culturales producidos en el campo del arte y la valoración que hacen de éstos (en este caso el arte pictórico) se expondrán a continuación dos propuestas teóricas sobre el consumo cultural para dar cuenta sobre la composición social de quiénes aprecian una expresión artística como es la pintura.

Propuestas Teóricas Sobre El Consumo Cultural

De inicio Douglas e Isherwood consideran el consumo de cualquier tipo de mercancía como una *práctica cultural*. Para arribar a esta idea los autores desechan, sin dar mayor detalle, la propuesta de consumo establecida por la teoría económica por considerarla demasiado general la cual indica que “el consumo no es producto de ninguna imposición; la decisión del consumidor es libre. El consumidor puede ser irracional, supersticioso, tradicionalista o experimentador” no importa el consumidor individual ejerce su elección soberanamente (Douglas e Isherwood, 1990: 71) De la contabilidad federal rechazan que el consumo empieza donde termina el mercado. “Lo que sucede con los objetos materiales una vez que han abandonado el almacén y van a dar a las manos de los compradores finales forma parte del proceso del consumo” (Douglas e Isherwood, 1990: 71). Para los autores estas dos concepciones del consumo suscitan incontables problemas y no constituyen una definición completamente satisfactoria, ya que dan por sentado que el consumo es un asunto privado. Por tal motivo proponen reconocer al consumo no en términos completamente económicos, sino inmerso en todo proceso sociocultural “el consumo es, por antonomasia, la arena donde la cultura es motivo de disputas y remodelaciones... es un área del comportamiento protegida por reglas que están en posibilidad de comprobar explícitamente que ni el comercio ni la fuerza están siendo

aplicados a una relación libre” (Douglas e Isherwood, 1990: 72-73) De esta manera asumen que los bienes no son sólo mercancías que satisfacen necesidades y que alientan el despliegue competitivo sino también “son necesarios para hacer visibles y estables las categorías de una cultura”, es decir, sirven para establecer y mantener relaciones sociales.

Este enfoque ofrece otra manera de comprender la función de los bienes materiales y de sus significados sociales y así mismo nos ayuda a entender cómo estos logran establecer categorías sociales. Estos autores concluyen que la función esencial del consumo

“...es su capacidad para dar sentido. Olvidémonos de la idea de la irracionalidad del consumidor. Olvidémonos de que las mercancías sirven para comer, vestirse y protegerse. Olvidemos su utilidad e intentemos en cambio adoptar la idea de que *las mercancías sirven para pensar*⁷; aprendamos a tratarlas como un medio no verbal de la facultad creativa del género humano” (Douglas e Isherwood, 1990: 77)

Desde otra óptica no muy distinta a la anterior, Néstor García Caclini en su libro *El consumo cultural en México* se preguntaba:

“¿Por qué el consumo cultural es uno de los temas menos estudiados en México y en América Latina? Su lugar casi vacío en la vasta bibliografía existente sobre arte, literatura, comunicación y culturas populares parece indicar que una de las cuestiones que menos interesa es conocer qué les pasa a los públicos, los receptores, las audiencias. Ni siquiera está claro como sería mejor denominar a quienes son los destinatarios de la producción y comunicación de la cultura.

⁷ Las cursivas no proceden del original.

Dado que los pocos ensayos disponibles sobre el tema suelen limitarse a aproximaciones intuitivas, carecemos de los datos básicos y la reflexión teórica sobre quienes asisten o no a los espectáculos, quienes se quedan en su casa a ver televisión, qué ven, escuchan o leen, y cómo relacionan esos bienes culturales con su vida cotidiana” (García Canclini, 1993: 11)

Para definir el consumo cultural, García Canclini descarta aquellas nociones generadas desde un plano conductista, es decir aquellas en donde el consumo queda reducido a una simple relación entre necesidades y bienes creados para satisfacerlas. Pero suprimir esta definición implica también trascender dos nociones que la sustentan: la primera corresponde al carácter naturalista de las necesidades, las cuales no son inmutables sino que también son construidas socialmente y que incluso las más elementales como las biológicas no se satisfacen de igual forma en las diversas culturas. “Lo que llamamos necesidades –aún las de mayor base biológica- surgen en sus diversas presentaciones culturales como resultado de la interiorización de determinaciones de la sociedad y de la elaboración psicosocial de los deseos. La clase, la etnia o el grupo al que pertenecemos nos acostumbra a necesitar tales objetos y a apropiarlos de cierta manera” (García Canclini, 1993: 23). La segunda noción supone que los bienes tienen sólo un valor de uso para satisfacer necesidades concretas y aquí el autor se está refiriendo a la concepción instrumentalista de los bienes. “A la crítica novecentista que descubrió la frecuencia con que el valor de cambio prevalece sobre el de uso, nuestro siglo añade otras esferas de valor –simbólicas- que condicionan la existencia, la circulación y el uso de los objetos. Éstos se hallan organizados, en su abundancia y su escasez, según los objetivos de reproducción

ampliada del capital y de distinción entre las clases y los grupos” (García Canclini, 1993: 24)

De lo anterior el autor define inicialmente al consumo cultural como *el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos*⁸ (García Canclini, 1993: 24)

Posteriormente, esta formulación adquiere mayor consistencia al examinar distintos modelos que se han utilizado para explicar el consumo, entre ellos los provenientes de la economía a la que le critica el colocar al consumo al final del proceso global de la producción. De los modelos que este autor examina menciona aquellos que definen al consumo como lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital; como el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social; o como lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre los grupos; o como sistemas de integración y comunicación; o como proceso de objetivación de deseos; finalmente añade la definición del consumo como un proceso ritual.

De la discusión establecida entre los modelos mencionados que dan cuenta cada uno del consumo cultural, Canclini acepta que cada uno de ellos es necesario para explicar aspectos del mismo, pero, sin embargo, cada uno por separado no es capaz de explicar plenamente el concepto del consumo cultural, en otras palabras: ninguno de ellos es autosuficiente.

⁸ Las cursivas proceden del original.

Ahora bien, en lo que atañe al presente trabajo ¿cómo podríamos justificarlo si los modelos mencionados arriba pareciera que son aplicables a cualquier tipo de consumo⁹? Más arriba se mencionó que el consumo cultural enfocado al arte se justificaba por su parcial independencia lograda en la modernidad, liberándose del control religioso y político que le imponía criterios absolutos de valoración. “La independencia de estos campos – también se refiere a la ciencia y a la literatura- se produce, en parte, por una secularización global de la sociedad; pero también por transformaciones radicales en la circulación y el consumo. La expansión de la burguesía y los sectores medios, así como la educación generalizada, van formando públicos específicos para el arte y la literatura que configuran mercados diferenciales donde las obras son seleccionadas y consagradas por méritos estéticos... Un conjunto de instituciones especializadas –las galerías de arte y los museos, las editoriales y las revistas, las universidades y los centros de investigación- ofrecen circuitos independientes para la producción y circulación de estos bienes” (García Canclini, 1993: 33) De este manera el consumo cultural, y específicamente el del arte, se constituye como una práctica específica por la naturaleza *sui géneris* de los productos generados por el campo artístico. En este sentido los bienes culturales se distinguen porque son bienes en los que el valor simbólico predomina por su valor de uso o de cambio, “los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción

⁹ Al respecto Mabel Piccini en la introducción al libro *Recepción artística y consumo cultural* señala que “desde una perspectiva antropológica y social no existen mercancías que los individuos no invistan de una dimensión simbólica” por lo que todo consumo es un proceso cultural independientemente de que a la vez cumpla funciones prácticas para la sobrevivencia. Estas consideraciones nos llevarían a pensar en que todos los objetos siendo culturales pueden ser estudiados. Más adelante la misma autora es contundente: “... no se ve el sentido a esta necesidad de transformar ciertas prácticas que entrañan una intensidad de la vida vivida en simple consumo, desgaste, incorporación –por lo demás invaluable. ¿Podemos reducir ese estado de shock, como decía Walter Benjamín, a una especie de deglución, digestión, desecho de bienes intercambiables?” (Piccini, 2000: 381-382).

de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles” (García Canclini, 1993: 34)

En lo que respecta a los consumidores de bienes culturales, y sobre todo los que consumen arte, estos cuentan con una formación particular en la historia de cada campo cultural “que orientan su consumo por un aprendizaje del gusto regido por prescripciones específicamente culturales”.

Finalmente, el consumo cultural es definido como:

“el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica¹⁰” (García Canclini, 1993: 34).

En suma, de la revisión de las dos nociones del consumo cultural podemos destacar que ambas se separan o rechazan la concepción economicista de consumo, así mismo coinciden en que la racionalidad del consumidor es la de construir un universo inteligible, tanto para él como para quienes lo rodean, con los objetos que elija al afirmar por un lado que las mercancías sirven para pensar a la vez que son necesarias para hacer visibles y establecer las categorías de una cultura; por otra parte se asume que la función esencial del consumo es su capacidad para dar sentido, es una práctica sociocultural en la que se

¹⁰ Las cursivas proceden del original.

construyen significados y sentidos del vivir con lo cual este es pensado “como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales” (Mata, 1997: 7)¹¹.

En conclusión, es necesario señalar que los estudios sobre el consumo cultural, sobre todo en México, parten de la crítica fundamentada sobre lo que podría ser una paradoja: la carencia de estudios sobre el impacto de las políticas culturales en los públicos que asisten a los eventos etiquetados como alta cultura, en un país que ha dado mayor impulso y desarrollo a los museos como instrumentos educativos y de comunicación y que ha tratado de extender esta clase de vínculos a las masas. Una vez más, aclaro: en este trabajo no se discutirá dicho impacto o los alcances de las políticas culturales sino más bien su objetivo es explorar la composición social de quienes consumen arte en un espacio tan específico como lo es el Museo Tamayo Arte Contemporáneo.

¿Qué Entender Por Consumidores De Arte?

Existen diversos términos que designan a este grupo de personas: espectadores, usuarios, públicos, lectores, etc. Estas personas cuando visitan un museo buscan educación, información, esparcimiento o sensaciones estéticas. Para esta diversidad de intereses es posible encontrar una diversidad de museos que demandan un conjunto de visitantes, por ejemplo:

“(…) El museo-templo generaría un visitante respetuoso y temeroso; el museo-escuela supondría un visitante deseoso de aprender y con una inmensa capacidad de

¹¹ A estas definiciones del consumo cultural podríamos añadir una más procedente de los estudios de los medios de comunicación formulado Martín Barbero. Este autor considera al consumo como producción de sentido: “...el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales” (citado por Guillermo Sunkel, 2002: 3)

acumular información; el museo-lúdico concebiría y generaría un visitante activo con necesidad de hacer cosas, representar escenas, manipular aparatos; o el museo-empresa cultural que consideraría al visitante bajo una perspectiva próxima a la del cliente que hay que conquistar y mantener y al que hay que ofrecer un mensaje atractivo, breve y que se conecte con sus intereses” (García Ángela, 1999: 83)

De acuerdo a lo anterior observamos que los museos demandan a un público con características en común y dentro de estas características también hallamos distintas clasificaciones y jerarquías.

Algunos autores clasifican a los públicos de museos según su capacidad de aprender que, por ejemplo, serían aquellas personas que van a un museo sin prestar atención y aprenden poco o hiperactivas y que tienen una mayor disposición para aprender¹². El segundo grupo asiste a un museo bajo intereses particulares porque al parecer sabrían qué van a apreciar y qué quieren aprender, en este grupo caben los estudiantes, investigadores y, en sí, todos aquellos relacionados con el campo museístico: especialistas, profesores, artistas, críticos, curadores, etc. El tercer conjunto está compuesto por aquellos que son visitantes ocasionales y que exploran el museo al azar y sin una ruta definida.

Aurora León jerarquiza a los públicos de museos de arte en especializado, culto y gran público.

El especializado se conforma por investigadores, eruditos, artistas y críticos: los miembros del campo, para quienes el museo se vuelve un espacio de experimentación empírica, un laboratorio.

¹² Parafraseando a Bourdieu en este grupo encontraríamos con el Capital Cultural suficiente o insuficiente para la apreciación y valoración de las obras de arte.

El público culto está constituido, según la autora, por estudiantes profesionales y por personas de niveles medios y altos, que, aunque no cuenten con un nivel educacional elevado, en su capital cultural se encuentra inculcada la capacidad de apreciación artística.

El gran público se constituye por trabajadores, empleados, estudiantes de educación media y superior, comerciantes, etc. Este público busca el museo educativo que ofrece talleres, proyecciones y cursos.

Para uso exclusivo de planeación de exposiciones existe otra clasificación de públicos de museos: el público organizado (visitantes previamente organizados en grupos) y el público libre o espontáneo.

Los grupos organizados (estudiantes, turistas, personas de la tercera edad) asisten a algún museo en un horario y fecha determinados, casi siempre cuentan con la orientación de un guía. Lo anterior nos estaría indicando que esta clase de grupos no deciden qué ver, ni cómo verlo y tampoco el tiempo que destinarían a una obra en particular, quien decide y organiza la visita es el guía de acuerdo a un itinerario.

Los visitantes libres o espontáneos deciden qué, cómo y con quién ver la exposición los cuales no establecen compromisos con horarios ni itinerarios, el recorrido es por su propia cuenta.

Otra clasificación es la que distingue entre público frecuente (por lo menos tres veces al año, aunque estos índices varían de un país a otro), público eventual (una o dos visitas al año) y el no público (por lo menos dos años sin visitar un museo)¹³.

De acuerdo a este apartado es posible decir que asistir a una exposición de arte es una experiencia preponderantemente social. Finalmente, y con base a lo anterior, defino los consumidores de arte como un grupo de personas con un hábitus predefinido que no se

¹³ Coelho, Texeira. Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario. p. 426.

reduce, en su constitución, a las instituciones educativas sino que también se incluyen a la familia y el medio social en el que se ha conformado dicho hábitus; personas con los medios informacionales (incluyendo a la Internet) necesarios por los que se enteran de los eventos culturales, es decir, son personas informadas; en suma, cuentan con el capital cultural suficiente para hacer inteligibles obras de arte, y que por lo tanto estas características influyen en la decisión para asistir a un museo de arte o a algún otro espacio donde se exponga el llamado “arte de alta cultura”.

Los Estudios Sobre El Consumo Cultural De Arte En México

Básicamente las gestiones que se han realizado para el desarrollo de investigaciones sobre el consumo cultural han provenido de tres ámbitos: instituciones gubernamentales de cultura, instituciones académicas y las industrias culturales. Estas investigaciones abarcan desde la búsqueda de democratización de las políticas culturales para darles mayor consistencia hasta la mejor mercantilización de las industrias culturales. En lo que respecta a los estudios de públicos de arte nos encontramos que en nuestro país existen solo dos investigaciones impulsadas desde el ámbito académico: el primero fue dirigido por Rita Eder, en 1977, y tenía por título *El público de arte en México: los espectadores de la exposición Hammer*. El segundo trabajo, realizado en cuatro exposiciones de arte que se presentaron en el Distrito Federal entre 1982 y 1983, tenía por título *El público como propuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte* cuyos autores fueron Esther Cimet, Martha Dujovne, Néstor García Canclini, Julio Gullco, Cristina Mendoza, Francisco Reyes Palma y Guadalupe Soltero.

El trabajo de Eder tiene el mérito de haber inaugurado los estudios sobre el público de arte en nuestro país y de lanzar la preocupación sobre el principal receptor de las políticas estatales en materia de cultura: el espectador. “Si bien el Estado expresa hoy la intención de impulsar un arte para todos, es importante aclarar qué encierra este concepto, ya que escasas veces hay una estructuración concreta de tan importante proyecto” (Eder, 1977: 55).

La colección Armad Hammer, que tuvo como escenario la sala principal del Palacio de Bellas Artes, estaba compuesta por pinturas de artistas consagrados como Leonardo Da Vinci, Miguel Angel, Rembrandt Van Rihn, Gustave Moreau, Vincent Van Gogh, Pablo

Picasso, Amadeo Modigliani, Chagall, Gauguin, Sargeant, Rubens, Goya, Tiépolo, Fragonard, Corot entre otros, pinturas que abarcan desde el Renacimiento hasta mediados del siglo XX. A esta exposición, según los cálculos, asistieron cerca de 170 mil personas durante veintiún días, dicho fenómeno permitió a la autora explorar ciertos aspectos de la organización de la cultura en México, pero más importante aún conocer la composición social de sus asistentes y sus actitudes frente al arte de “alta cultura”. Para este fin Eder diseñó una encuesta de 35 preguntas que incluía preguntas abiertas y fue aplicado de manera personal a 355 asistentes seleccionados al azar de cinco en cinco. La encuesta fue estructurada de acuerdo a seis supuestos: 1) la suposición de un público heterogéneo en cuanto edad, escolaridad, ocupación y nivel socioeconómico; 2) la afluencia de tanta gente a esta exposición se debió a una publicidad masiva y altamente elaborada emitida por la televisión y la radio; 3) el prestigio de los nombres incluidos en la exposición que son parte de la cultura digerida y que son mencionados en los libros de texto de nivel secundaria (como Leonardo Da Vinci, Miguel Angel, la Juno de Rembrant y Goya); 4) a menor grado de escolaridad, mayor identificación con la cultura del pasado y menor conocimiento de las vanguardias; 5) “la acción del arte culto sobre las mayorías, en la medida en que éstas no tienen preparación, se realiza en forma vertical, es decir, no hay una transformación del enfrentamiento con el arte en experiencia, lo cual produce una aceptación pasiva no crítica de la cultura establecida o tradicional” (Eder, 1977: 56) y 6) “los movimientos de vanguardia, sobre todo aquellos que pueden calificarse como arte de participación, podrían despertar por lo menos el mismo interés que la colección Hammer si el público tuviese conocimiento de que existen y que a través de estas formas de arte habría la posibilidad de establecer una relación horizontal, es decir, no recibir bienes de cultura sin los instrumentos

cognoscitivos necesarios y sí en cambio hacer del arte una experiencia que es gestada desde el espectador” (Eder, 1977: 56).

Los resultados arrojados por el instrumento de investigación revelaron en primer lugar una predominante población joven (el 47% se encontraba entre los 15 y 24 años) y dentro del sector ocupacional la mayoría eran estudiantes (36.9%) y en cuanto a la escolaridad el 45.9% eran universitarios. Con respecto al segundo supuesto el 85% de los asistentes se enteró por medio de la radio, la televisión o el periódico. En lo que toca a los supuestos tres y cuatro el 26.7% se inclinó por los cuadros impresionistas, así mismo se señala que hubo casi en el mismo porcentaje preferencias por Rembrant, Rubens y Sargeant, en dirección contraria pintores más cercanos a la época contemporánea sólo gustaron al 10% (Moreau, Van Gogh, Gaugin, Chagall y Modigliani) “Si bien el público era fundamentalmente universitario, las observaciones de campo denotaron una precaria comprensión y conocimiento de la pintura. Ello puede deberse a varias explicaciones que tienen que ver con la discutible relación en la sociedad mexicana entre el acceso a la universidad y el acceso a la cultura oficial o establecida” (Eder, 1977: 61) Del quinto supuesto se desprende que el 53% de los universitarios prefirió a los impresionistas mientras que los visitantes cuya escolaridad no fue más allá del nivel medio superior se inclinó por la pintura renacentista. Se hace notar la aceptación acrítica de la cultura establecida cuando a los entrevistados se les inquiriere sobre lo que menos le gustó de la exposición y el 40% afirmó que le había gustado todo, lo cual, dice la autora, indica un desconcierto frente al prestigio que acompaña a las grandes obras que les inhibe en las respuestas. Del lado opuesto sólo el 15% criticó a la exposición argumentando que se daban cuenta que todo lo que veían era importante pero que no entendían nada y que hubiesen deseado una visita guiada con un vocabulario que pudiesen entender. Finalmente en cuanto

al sexto supuesto fue explicado con base a cinco preguntas abiertas (que no especifica en su trabajo) una vez que se les exponía a los visitantes a grosso modo las tendencias artísticas, dirigidas a ponderar los conocimientos del arte contemporáneo. Según Eder, cuando se les explicaban a los visitantes las tendencias artísticas éstos deseaban prolongar la entrevista y hacer preguntas con respecto a la exposición y “la razón de ello es comprensible: el *arte culto*, pero sobre todo la pintura, es estructuralmente complicado, necesita de una serie de conocimientos para ser decodificado. Tal como el arte y la cultura son distribuidos, ya sea en forma privada o a través del Estado, pasan al conjunto de la sociedad como una experiencia inasible” (Eder, 1977: 65)

El segundo trabajo sobre públicos de arte pretendía explorar la estructura del consumo cultural de los asistentes a cuatro exposiciones de arte realizadas entre los años de 1982 y 1983 en la Ciudad de México y ligado a ello conocer la relación entre las políticas culturales y su recepción, su aprovechamiento y su resignificación. “En las notas periodísticas que a veces analizan la crisis de los museos, o en entrevistas a sus responsables, suelen mencionarse las limitaciones de presupuesto, las demandas y presiones de los artistas que quieren exponer y los intercambios y compromisos internacionales, pero el público casi nunca aparece. El modo en que suelen enunciarse las prioridades de la política cultural, tanto por parte de los funcionarios, los directores de museos como los artistas, revela que el público es poco tomado en cuenta como interlocutor activo, y sus necesidades no ocupan un lugar protagónico más allá del discurso, en las prácticas artísticas” (1987: 9).

Esta investigación fue realizada en tres museos estatales de la ciudad de México: el Palacio de Bellas Artes, el Museo de Arte Moderno (MAM) y el Museo Nacional de Arte (MUNAL). El primero exhibió 175 piezas, entre esculturas, dibujos y acuarelas de

Augusto Rodin entre el 14 de Mayo y el 15 de Agosto de 1982; Henry Moore fue expuesto en el MAM y de este artista se presentaron 145 esculturas, 88 dibujos y 46 obras gráficas, se estima que a esta exposición asistieron, del 4 de Octubre de 1982 al 24 de Enero 1983, aproximadamente 180 000 personas. Del 8 de Julio al 14 de Octubre las obras de Tapio Wirkkala, un artista que combina el diseño industrial con el arte y que hace una especie de arte objeto (funcional), convocó a cerca de 30 000 visitantes por mes también en el MAM; El MUNAL albergó la muestra pictórica y fotográfica de Frida Kahlo y Tina Modotti, respectivamente. A esta exposición asistieron 64 240 personas del 14 de Julio de 1983 al 4 de Septiembre de ese mismo año.

Operativamente hablando a los autores de esta investigación les interesó conocer: 1) el perfil socioeconómico y educacional de los visitantes a estos museos; 2) los medios por los cuales se enteraron de las exhibiciones para evaluar el impacto de los medios de comunicación masivos (radio, TV, prensa) y compararlo con la información obtenida por amigos, o la atracción ejercida por la mera presencia del museo en la ciudad; 3) se exploraron los criterios estéticos y culturales desde los cuales el público percibe y juzga las obras y 4) evaluar, en suma, cómo y por qué la oferta de los museos se encuentra y desencuentra en las necesidades y los códigos culturales de los visitantes. Para este tipo de indagación se pusieron en práctica una multiplicidad de técnicas de investigación: un cuestionario de 18 preguntas que incluía preguntas abiertas, entrevistas directas, observaciones prolongadas en las salas y en las entradas de los museos y la realización de croquis del recorrido por parte de los espectadores, esto último para saber cómo se relacionaron con el espacio del museo y con las obras mismas. El cuestionario en el primer estudio (Augusto Rodin) fue aplicado a una muestra de 97 visitantes, entrevistados inmediatamente después de salir de la exposición; en la segunda (Henry Moore) la muestra

se conformó de 97 asistentes; la muestra de la exposición de Tapio Wirkkala constó de 50 personas, mientras que la muestra tomada en la exposición de Frida Kahlo y Tina Modotti estuvo constituida por 210 visitantes. El total de la suma de las muestras de las cuatro exposiciones es 454 cuestionarios aplicados.

Cuantitativamente, de manera global, este estudio mostró que, en las cuatro exposiciones, la gran mayoría del público proviene de los sectores medios y medios alto de la población urbana predominando los estudiantes universitarios (60%) y profesionales (26%). No hubo en ninguna exposición, entre los encuestados, algún obrero o empleado manual. Los visitantes con instrucción secundaria ascendían al 13% mientras que los que cursaron sólo la primaria representaba el 7%. La mayor parte del público que asistió a las exposiciones se enteró por los medios masivos de comunicación (televisión, radio y la prensa) el cual representa al 52%; el 17% se enteró por las recomendaciones de amigos que ya habían asistido. Las edades oscilaron entre los 20 y los 40 años. El 51% del público manifestó que esta era la primera vez que asistía a un museo. Predominaron las visitas colectivas: el 40% asistió con su familia; el 29% acudió con amigos y el resto lo hicieron solos o porque los enviaban de la escuela.

En lo que toca a las preguntas abiertas, estas fueron formuladas de la siguiente manera¹⁴: ¿qué es lo que más le gustó de esta exposición?, ¿qué fue lo que no le gustó?, ¿prefiere usted las exposiciones de pintura o escultura?, ¿Cuál cree usted que sea la utilidad de asistir a museos y exposiciones?, ¿qué le parecen los textos informativos que acompañan la exposición?, ¿qué es lo que usted eliminaría del museo? y, ¿qué es lo que agregaría usted al museo? Estas preguntas que dan dirección a los presupuestos 3 y 4 mencionados arriba,

¹⁴ Cada exposición contó con otras preguntas abiertas que sólo hacían alusión a esa exposición en específico, por lo que los resultados de éstas no modificó sustancialmente el balance global del estudio.

dentro de los análisis de los autores, señalaron, en suma, que los visitantes mexicanos encuentran dificultades para vincularse con los museos de arte y aprovechar plenamente los diversos aspectos de su oferta cultural, debido a los obstáculos que presentan las exhibiciones poco didácticas, el carácter extraño del arte actual en relación con los códigos visuales más comunes y a la falta de entrenamiento estético “culto” en la mayoría del público. “Al responder a la encuesta, los visitantes pidieron audiovisuales, folletos, visitas guiadas, cédulas, textos y ambientaciones que ayuden a contextualizar las obras y conocer sus antecedentes. Pero también hubo pedidos que en los museos haya bibliotecas, cafeterías, restaurantes y lugares de descanso¹⁵. Hubo quienes sugirieron sillas y bancos para contemplar la exposición y también para conversar. Esto nos hace pensar que en el público asistente hay quienes desean romper con la concepción tradicional de los museos, la que hace de la obra lo primero y único, sin tomar en cuenta la necesidad de los espectadores de comunicarse, intercambiar experiencias, y opiniones sobre lo que se exhibe, quebrar el silencio y la solemnidad que impone el museo”. Y más adelante concluyen “las dificultades de la mayor parte del público y las demandas de explicación, información, visitas guiadas, etc. son muestras claras de las carencias y deficiencias que en materia de educación artística padece nuestro país” (Canclini, 1987: 221).

En conclusión, las características que comparten ambas investigaciones es que se llevaron a cabo en exposiciones temporales en las que predominaron artistas extranjeros con obras de prestigio internacional; el impacto de los medios masivos de comunicación fue decisivo para una concurrencia multitudinaria a los museos; una asistencia de personas con alto nivel educativo pero, sin embargo, ello no significó una mayor comprensibilidad

¹⁵ Paradójicamente en los tres museos se encuentran estos servicios, así como otras actividades paralelas a la sola exhibición de pinturas o esculturas como talleres para niños, proyección de películas entre otras, lo cual nos estaría indicando la falta de hábito a la asistencia de esta clase de museos.

de lo apreciado, además con respecto a este nivel y añadiendo el ocupacional nos revela un uso restringido del museo en una ciudad con un poco más de 8 y medio millones de habitantes; en general, existe una falta de preparación en la decodificación de las obras de “alta cultura” por los asistentes.

Lo anterior expone una composición social de los asistentes que no corresponde al tipo ideal demandado por los museos de arte, por ejemplo no se hicieron notar dispositivos que indicaran una actitud de contemplación “desinteresada” y prolongada ante un cuadro o la manifestación del placer estético. Pero, no obstante, esta asistencia profusa no indica más que una inquietud por parte de la población para conocer estas expresiones lejos de que si tienen o no los códigos culturales que hacen descifrable las obras. Si bien es evidente que la mayoría de asistentes eran estudiantes universitarios, su presencia en el museo nos estaría indicando que quizá ellos saben que asistir a esta clase de eventos es importante aunque no sepan en qué radique esta importancia, ¿en aumentar el nivel cultural como declaró la media de entrevistados?, si esto fuera así entonces, en consecuencia, cabría hacernos la siguiente pregunta: ¿qué significa aumentar el nivel cultural? ¿estarán pensando que sólo las instituciones estatales proporcionan las disposiciones necesarias para un “ascenso cultural”?

Ambos estudios, y en general los que versan sobre el consumo cultural, permiten conocer la composición social de los destinatarios de las políticas culturales, sus necesidades, sus inclinaciones y las formas concretas en que perciben una manifestación artística independientemente si la percepción es acertada o no. En este sentido podemos observar que en la actual dinámica democratizadora iniciada a partir de principios de los noventa cuando los ciudadanos del D. F. pueden elegir a un jefe de gobierno, es posible realizar eventos culturales los cuales responden en cierta medida a las necesidades de la

composición heterogénea de la población de la Ciudad de México y su área metropolitana, como los realizados en el Zócalo capitalino que atiende a diversos sectores de la sociedad¹⁶.

Finalmente, es viable pretender que si se realiza un estudio sobre el consumo cultural de arte sin la publicidad masiva como la que tuvieron los dos trabajos anteriormente expuestos y sin una afluencia multitudinaria, éste arrojaría resultados parcialmente distintos.

¹⁶ Al respecto véase el estudio *Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II festival de la Ciudad de México* realizado en 1991 por Néstor García Canclini (Coordinador)

Distribución De Museos¹⁷ Y Galerías De Arte En El Distrito Federal

En anteriores estudios sobre el Consumo Cultural en el Distrito Federal se daba cuenta de la baja correspondencia entre el crecimiento urbano y la estructura y distribución de los equipamientos culturales. Y una de las explicaciones que se daba al respecto era que la expansión acelerada del área urbana más la llamada zona metropolitana, o sea la ciudad de México más la periferia de población conurbada, contribuyó al distanciamiento de los centros de exposición cultural (museos, galerías, teatros, etc.) de la mayoría de la población urbana, y esto es comprensible ya que dentro de la gestión de servicios urbanos, en las zonas de anárquico crecimiento, se demandaban aquellos que son prioritarios para la subsistencia humana como drenaje, energía eléctrica, suministro de agua, etc. “No sólo son las diferencias de ingresos y nivel escolar las que determinan diversas relaciones con los bienes culturales. También interviene la manera en que el irregular y complejo desarrollo urbano –sin una expansión planificada y descentralizada de los servicios y equipamientos– agrava las distancias económicas y educativas. La combinación de estos obstáculos, la forma en que se potencian unos a otros, genera procesos de segregación cultural y de escaso aprovechamiento de muchos de los servicios existentes” (García Canclini, 1993: 46).

En esta parte del trabajo se expondrá esta baja correspondencia entre el espacio urbano y aquellos lugares que exhiben el arte denominado de “alta cultura” en el Distrito Federal: los museos dependientes del INBA y las galerías de arte privadas. Y adelantando

¹⁷ Se toman en cuenta sólo aquellos museos que dependen del Instituto Nacional de Bellas Artes que se encuentran dentro del Distrito Federal.

un poco las observaciones se notará enseguida que sólo dos delegaciones concentran la mayor oferta cultural de esta clase, como lo muestra el siguiente cuadro.

CUADRO 1

DELEGACIÓN	GALERÍAS Y MUSEOS POR DELEGACIÓN	PORCENTAJE DE GALERÍAS Y MUSEOS POR DELEGACIÓN
Cuauhtémoc	55	45.45%
Miguel Hidalgo	34	28.10%
Álvaro Obregón	8	6.61%
Coyoacán	8	6.61%
Benito Juárez	5	4.13%
Tlalpan	3	2.48%
Iztapalapa	2	1.65%
Magdalena Contreras, La	2	1.65%
Venustiano Carranza	2	1.65%
Azcapotzalco	1	0.83%
Xochimilco	1	0.83%
Cuajimalpa de Morelos	0	0.00%
Gustavo A. Madero	0	0.00%
Iztacalco	0	0.00%
Milpa Alta	0	0.00%
Tláhuac	0	0.00%
TOTAL	121	100.00%

Elaboración propia a partir de datos extraídos de las siguientes fuentes: Atlas de Infraestructura Cultural, 2003, CONACULTA; Sistema de Información Cultural <http://www.conaculta.gob.mx/ed.htm>; Mapa de Galerías, arte-mexico.com. La segunda columna incluye los museos y galerías dependientes del INBA.

Como es evidente, las delegaciones Cuauhtémoc¹⁸ y Miguel Hidalgo¹⁹ concentran la mayor cantidad de galerías y museos: 55 (45.45%) y 34 (28.10%), respectivamente.

¹⁸ En esta delegación se encuentran la mayoría de museos dependientes del INBA: Museo del Palacio de Bellas Artes, Ex Teresa Arte Actual, Museo Nacional de Arte, Museo Nacional de San Carlos, Museo Nacional de la Estampa, Museo Nacional de Arquitectura, Museo Mural Diego Rivera, Laboratorio Arte Alameda, Salón de la Plástica Mexicana.

¹⁹ Museos dependientes del INBA en esta delegación encontramos dos: Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo, Museo de Arte Álvar y Carmen T. de Carrillo Gil

Estamos hablando de que ambas delegaciones, que entre las dos suman 84, tienen cerca del 74% de galerías y museos en todo el Distrito Federal²⁰.

En el otro extremo observamos que de las 16 delegaciones, 5 no cuentan con espacios de exposición de arte: Cuajimalpa de Morelos, Gustavo A. Madero, Iztacalco, Milpa Alta y Tláhuac.

El 26.45% se distribuye entre las 9 delegaciones restantes, de las cuales 16 (13.22%) galerías y museos se reparten entre Álvaro Obregón²¹ y Coyoacán; el otro 13.22% se reparten entre Azcapotzalco, 0.83% (1), Benito Juárez, 4.13% (5), Iztapalapa, 1.65% (2), La Magdalena Contreras, 1.65% (2), Tlalpan, 2.48% (3), Venustiano Carranza²², 1.65% (2) y Xochimilco, 183% (1)²³.

El siguiente diagrama nos ilustra la distribución de aquellos espacios que exponen de lo que se denomina arte “alta cultura” por delegación.

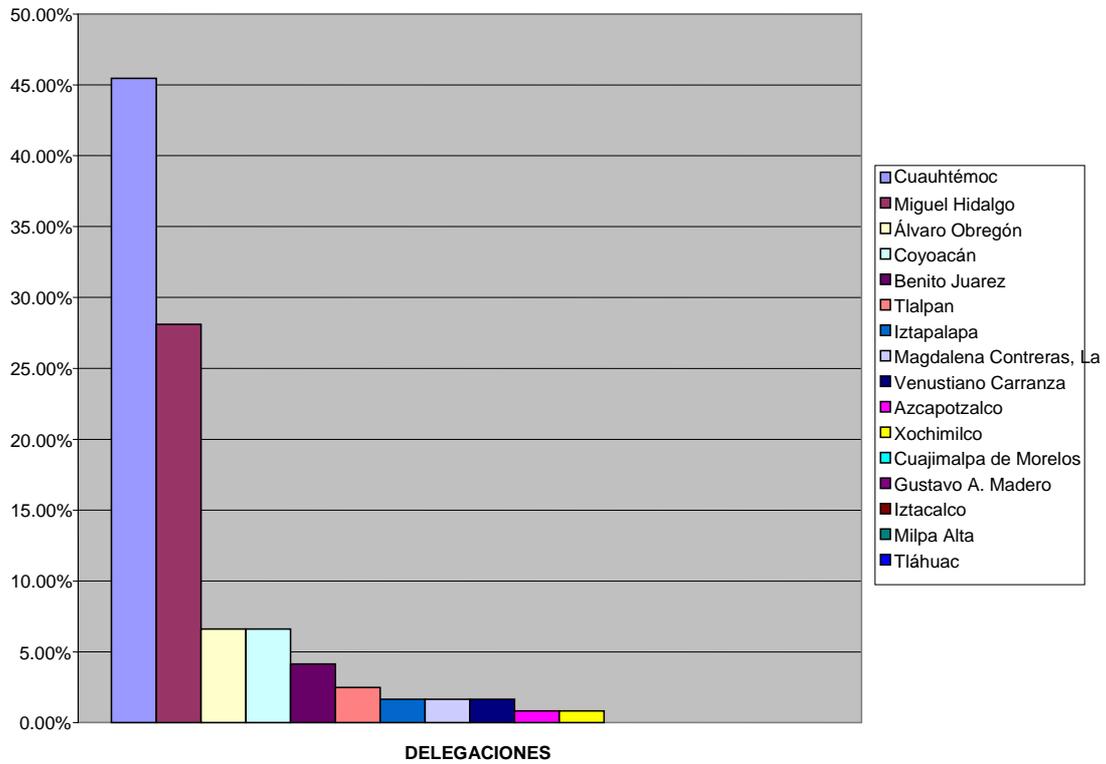
²⁰ Ya en el estudio del Consumo Cultural de García Canclini, muy citado en este trabajo, se hacía notar que casi toda la oferta cultural que se podría llamar clásica (centros educativos, librerías, museos, salas de teatro y cine) se hallaba concentrada en el triángulo que va, en el centro de la ciudad, desde el parque de Chapultepec hasta el zócalo dirigiéndose hacia el sur (Ciudad Universitaria y su entorno). “Dentro de este triángulo se ubican nueve museos nacionales, 41 museos oficiales y privados de los 57 que existen en la capital, la mayoría de los centros culturales y recreativos (universidades, bibliotecas, teatros, cines, salones de baile, estadios deportivos, plazas de toros, etcétera)” (García Canclini, 1994: 46).

²¹ En esta delegación son tres los museos dependientes del INBA: Museo Tamayo Arte Contemporáneo, Museo de Arte Moderno y la Sala de Arte Público Siqueiros.

²² En esta delegación existe sólo una galería dependiente del INBA: Galería José María Velasco

²³ Cabe señalar que las galerías que se encuentran en Azcapotzalco, Iztapalapa (aquí la otra corresponde al FARO de Oriente) y Xochimilco son espacios que se encuentran en el interior de las tres unidades académicas de las Universidad Autónoma Metropolitana.

DIAGRAMA 1



Elaboración propia a partir de datos extraídos de las siguientes fuentes: Atlas de Infraestructura Cultural, 2003, CONACULTA; Sistema de Información Cultural <http://www.conaculta.gob.mx/ed.htm>; Mapa de Galerías, arte-mexico.com

Sumado a lo anterior, del lado de la población, las dos delegaciones que ostentan el mayor porcentaje de galerías y museos (74%), la Cuahutémoc y la Miguel Hidalgo, concentran al 10.10% de la población total del Distrito Federal²⁴, es decir, cuentan 868,895 habitantes, lo cual indica que por cada galería o museo hay 9762.86 personas (1.12%). Ver el siguiente cuadro.

²⁴ El Censo Nacional de población y vivienda del 2000 llevado a cabo por el INEGI registró 8, 605,239 habitantes en el Distrito federal.

CUADRO 2

CUADRO 2 DELEGACIÓN	HABITANTES	GALERÍAS Y MUSEOS	HABITANTES POR GALERÍA Y MUSEO	%
Cuauhtémoc	516255	55	9386.4	1.82%
Miguel Hidalgo	352640	34	10371.7	2.94%
TOTAL	868895	89	9762.86	1.12%*

Elaboración propia a partir de datos extraídos de las siguientes fuentes: INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000; Atlas de Infraestructura Cultural, 2003, CONACULTA; Sistema de Información Cultural <http://www.conaculta.gob.mx/ed.htm>; Mapa de Galerías, arte-mexico.com.

La segunda columna incluye los museos y galerías dependientes del INBA.

* Este porcentaje debe ser leído de manera horizontal.

Si sumamos las poblaciones de las delegaciones donde se ubica el 26.45% de galerías y museos tendremos que el número de habitantes es de 5, 538, 696 cantidad que representa el 64.36% de la población total del Distrito Federal. En esta dirección, tenemos que existen 173, 084.25 habitantes por galería o museo lo que representa el 3.13%, lo cual queda representado en el siguiente cuadro.

CUADRO 3

DELEGACIÓN	POBLACIÓN	GALERÍAS Y MUSEOS	HABITANTES POR GALERÍA Y MUSEO	%
Iztapalapa	1773343	2	886671.5	50.00%
Álvaro Obregón	687020	8	85877.5	12.50%
Coyoacán	640423	8	80052.8	12.50%
Tlalpan	581781	3	193927	33.33%
Venustiano Carranza	462806	2	231403	50.00%
Azcapotzalco	441008	1	441008	100.00%
Xochimilco	369787	1	369787	100.00%
Benito Juárez	360478	5	72095.6	20.00%
Magdalena Contreras, La	222050	2	111025	50.00%
TOTAL	5538696	32	173084.25	3.13%*

Elaboración propia a partir de datos extraídos de las siguientes fuentes: INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000; Atlas de Infraestructura Cultural, 2003, CONACULTA; Sistema de Información Cultural <http://www.conaculta.gob.mx/ed.htm>; Mapa de Galerías, arte-mexico.com.

La segunda columna incluye los museos y galerías dependientes del INBA.

* Este porcentaje debe ser leído de manera horizontal.

El siguiente cuadro nos expone las delegaciones que no cuentan ya sea con alguna galería o museo, además podemos observar que la sumatoria de sus poblaciones representa un poco más de un cuarto de la población total del Distrito Federal, es decir, cuentan con 2, 197, 648, o sea el 25.54%.

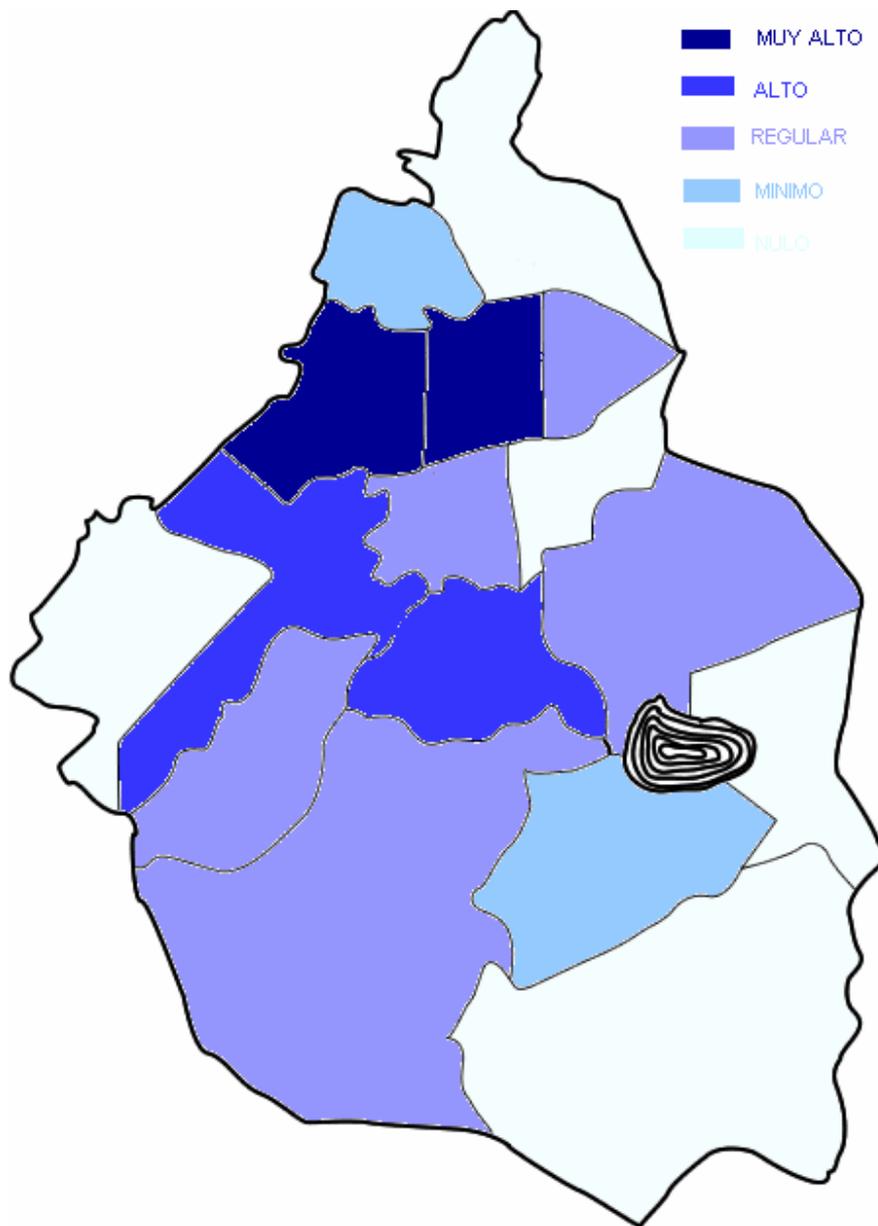
CUADRO 4

DELEGACIÓN	POBLACIÓN	GALERÍAS Y MUSEOS	HABITANTES POR GALERÍAS Y MUSEO	%
Gustavo A. Madero	1235542	0	0	0.00%
Iztacalco	411321	0	0	0.00%
Tláhuac	302790	0	0	0.00%
Cuajimalpa de Morelos	151222	0	0	0.00%
Milpa Alta	96773	0	0	0.00%
TOTAL	2197648	0	0	0.00%

Elaboración propia a partir de datos extraídos de las siguientes fuentes: INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000; Atlas de Infraestructura Cultural, 2003, CONACULTA; Sistema de Información Cultural <http://www.conaculta.gob.mx/ed.htm>; Mapa de Galerías, arte-mexico.com.

Lo que podemos concluir en esta parte del trabajo son algunas observaciones de carácter puntual. En primer lugar si dividimos la población total del Distrito Federal entre el número total de galerías y museos que exponen arte nos percataríamos de que existe sólo una galería o museo por cada 71117.67 habitantes, es decir, 0.82% de la población por galería o museo. El cuadro 2 nos mostró que sólo dos delegaciones concentran el mayor número de galerías y museos en el D. F., cerca del 74%, y sin embargo concentran al 10.10% de la población total. En el otro extremo, el cuadro 4, nos muestra una ausencia total de espacios expositores de arte y que además estas cinco delegaciones concentran un poco más de un cuarto de la población total de la ciudad de México. El resto de las delegaciones (cuadro 3) suman al 64.36% de la población y a su vez cuanta con el 26.45% del total de galerías o museos del Distrito Federal.

El siguiente mapa nos muestra, por cortes naturales, las delegaciones que cuentan ya sea con menor o mayor número de espacios que exponen arte, para ello dividí las delegaciones en cinco niveles: Muy alto: la Cuahutémoc y la Miguel Hidalgo (74%); Alto: la Álvaro Obregón y Coyoacán (13.22%); Regular: Venustiano Carranza, Benito Juárez, Iztapalapa, La Magdalena Contreras y Tlalpan (11.56%); Mínimo: Azcapotzalco y Xochimilco (1.66%) y Nulo: Cuajimalpa de Morelos, Gustavo A. Madero, Iztacalco, Milpa Alta, Tláhuac (0.00%).



Elaboración propia con datos del Atlas de Infraestructura Cultural, 2003, CONACULTA; Sistema de Información Cultural <http://www.conaculta.gob.mx/ed.htm>; Mapa de Galerías, arte-mexico.com.

EL MUSEO TAMAYO ARTE CONTEMPORÁNEO

Breve Historia

El pintor oaxaqueño Rufino Tamayo tenía en sus manos 300 obras de arte moderno, valuada en 1976 en 40 millones de pesos, que deseaba regalar a la nación mexicana bajo el supuesto de que en nuestro país se carecía de espacios que exhibieran las manifestaciones pictóricas contemporáneas internacionales y de que la mayoría de mexicanos no contaban con los medios económicos para trasladarse al extranjero y observar el arte contemporáneo.

Con tres presidentes se comunicó Rufino Tamayo para que el gobierno construyera un museo donde se albergaría la obra plástica de los artistas más importantes del siglo XX en el mundo²⁵. Al primer presidente que le propuso el proyecto fue a Gustavo Díaz Ordaz pero éste respondió: “pero qué caso tiene que vengan los turistas a ver arte que encuentran en sus países de origen; no verán aquí nada mejor que el nuestro”²⁶. Luis Echeverría en un principio se mostró entusiasmado por la idea y de hecho el dinero para la construcción del museo provendría de la Secretaría de Educación Pública, pero un día, cuenta Tamayo: “me salió con que siempre no. Alegaba que la gente de izquierda le alegaba que no iba a ser un museo para el pueblo”²⁷, luego añade irónicamente: “por qué se cree que esa clase arte no es accesible; pero se trata de abrirle posibilidades al pueblo; ese arte obedece a una

²⁵ De hecho existieron muchas protestas para llevar a cabo este proyecto, sobre todo provenían de artistas mexicanos que se expresaban de la siguiente manera: “El gobierno no debe permitir que se mutile aún más el bosque de Chapultepec, patrimonio de nuestro pueblo, para satisfacer caprichos de Rufino Tamayo, quien con apoyo estadounidense pretende tomar el parque histórico (como en 1847), para construir su museo de arte contemporáneo entre los de Arte Moderno y Antropología e Historia (éstos sí justificados) y lograr que la gran burguesía pueda lucir sus estolas de mink, joyas y grandes limusinas en las exposiciones arte puristas que piensa presentar ante masas populares que acuden a Chapultepec para descansar de sus miserias y hambres”, afirmaron los pintores y grabadores Adolfo Quinteros y Sarah Jiménez, destacados miembros del Salón de la Plástica Mexicana. Citado por Eduardo Camacho en el periódico Excelsior del 23 de Julio de 1979, Sec. B, p. 8.

²⁶ Citado por Armando Ponce en Revista Proceso, 18 de Mayo de 1981, Pág. 50 y 51.

²⁷ *Ibid.* Pág. 50 y 51.

evolución... Echeverría me dejó colgado”²⁸. Por último, José López Portillo simpatizó con el proyecto pero dijo claramente que no había dinero, sin embargo la negativa no fue contundente, el presidente cedió un terreno en el bosque de Chapultepec, el ex club de golf azteca. Posteriormente Tamayo recibió de la iniciativa privada, específicamente de Fundación Televisa y el grupo regiomontano Alfa, 100 millones de pesos, para la construcción del museo en 1979. El diseño del edificio estuvo a cargo de los arquitectos Todor González de León y Abraham Zabludovski.

El Museo Tamayo Arte Contemporáneo quedó formalmente inaugurado el 29 de Mayo de 1981 bajo la administración de un patronato presidido por el Grupo Alfa y la Fundación Cultural Televisa. Cinco años más tarde el museo, en medio de escándalos, pasó a formar parte del patrimonio nacional bajo la administración del Instituto Nacional de Bellas Artes.

En 1989, con el propósito de apoyar al museo para que contara con las condiciones adecuadas para su óptimo funcionamiento, Olga y Rufino Tamayo crearon la fundación que lleva sus nombres.

Características Y Oferta Cultural Del Museo Tamayo Arte Contemporáneo

El Museo Tamayo Arte Contemporáneo es primordialmente un lugar de confrontación crítica y de revisión histórica del arte internacional de los últimos cincuenta años, pero que no descuida las posibilidades de exploración que el legado de su fundador exige, ni las últimas expresiones de la creación artística en México lo cual permite a esta institución

²⁸ Ibid. Pág. 50 y 51.

continuar con su compromiso de mantener la presencia del museo en el panorama del arte contemporáneo internacional.

El museo dispone de 10 salas de exhibición, un patio central, depósito de obra, oficinas y estacionamiento para visitantes; cuenta con una tienda en el interior del inmueble que ofrece libros y catálogos, publicaciones especializadas de la obra de Rufino Tamayo, revistas de diseño, arte y arquitectura así como una sala de lectura. Así mismo, como museo público, cuenta con Servicios Educativos en los que se dictan cursos, charlas curatoriales, talleres para niños (*Explora con el arte* que contiene actividades de creación plástica, recorridos interactivos y juegos que buscan facilitar la apreciación, el entendimiento y el disfrute estético del arte contemporáneo), visitas guiadas, talleres familiares de fin de semana, entre otras actividades como los conciertos de Jazz los Miércoles y paseos por la ciudad en el Turibús.

También, el museo alberga la colección reunida por Olga y Rufino Tamayo que consta de 315 obras –entre pintura, escultura, fotografía, instalación y objetos– representativas de las tendencias estéticas que distinguen la producción artística de la segunda mitad del siglo XX. Así, en el acervo se encuentran piezas de la escuela de París, concretamente, obras del informalismo derivado del surrealismo; trabajos representativos del grafismo abstracto español y trabajos relevantes de artistas latinoamericanos.

Actualmente, el museo Rufino Tamayo exhibe cuatro exposiciones, la primera reúne una selección de 26 esculturas, fotografías, videos e instalaciones de los artistas Peter Fischli y David Weiss. “Una de las cualidades primordiales de su trabajo radica en la manera en que logran obedecer y valorar la capacidad de asombro para realizar sus piezas... tanto en la factura de sus obras como en los temas elegidos, hacen elecciones que rompen con las jerarquías del arte y se contraponen a la imagen del artista solitario, al tiempo que

logran conservar un fino equilibrio entre el rigor crítico y el ánimo del juego”²⁹. *La interpretación de los sueños*³⁰ es una selección del acervo del Museo Tamayo Arte Contemporáneo la cual presenta obras que articulan varios usos del subconsciente. Examina la influencia de la interpretación de los sueños –desarrollada por Sigmund Freud– en el surrealismo, representado en esta muestra a través de las obras de Max Ernst, René Magritte, André Masson, Robert Matta entre otros. *Tamayo dibujante* es una muestra que se exhibe en otra sala del museo; las obras reúnen bocetos y ensayos para las futuras obras del pintor oaxaqueño. En la sala titulada Panorámica se proyectan videos experimentales de artistas nacionales e internacionales, en este momento se presentan dos obras de Pola Weiss quien es considerada pionera de los videos de arte en nuestro país. Dichos videos tienen como contexto a la ciudad de México a la que le atribuye un carácter femenino con el afán de entenderla como a un individuo y relacionarse con ella. “La mayoría de sus videos están cargados de interés documental, tintes ecologistas y feministas, énfasis en su historia personal e impregnados también de la forma en que veía el mundo a través de la cámara”³¹. El Cyberlounge es un espacio de reunión e intercambio donde convergen propuestas de arte mediático, mobiliario y publicaciones de arte contemporáneo. En este espacio se presenta la obra digital del Canadiense Geoff Lillemon que mediante la utilización de programas computacionales crea una especie de surrealismo en movimiento, absurdo y oscuro.

²⁹ Curadora Patricia Martín. De la cartelera de Enero y Marzo 2005.

³⁰ que es la que interesa en este trabajo ya que será en esta exposición en donde se aplicará el cuestionario

³¹ Curadora Paola Santoscoy. De la cartelera de Febrero – Marzo 2005.

Exposiciones Y Visitantes 1986-1998

El Museo Tamayo Arte Contemporáneo a realizado exposiciones tanto individuales como colectivas que abarcan la pintura, la fotografía, la escultura, la instalación, el videoarte, el arte sonoro, el tapiz, el dibujo, el mural, el textil, el collage, la arquitectura, técnicas mixtas y multidisciplinarias. En este periodo el museo ha llevado a cabo cerca de 121 exposiciones de artistas nacionales e internacionales en las cuales algunas de ellas han rebasado los cien mil visitantes. El siguiente cuadro nos ilustra por año, número de exposiciones y promedio de visitantes la dinámica expositiva del museo.

CUADRO 5

AÑO	NUMERO DE EXPOSICIONES	PROMEDIO DE VISITANTES
1986	2	33667.5
1987	8	23482.625
1988	10	31661.2
1989	7	27621.85
1990	9	11947.55
1991	5	10873.2
1992	7	18782
1993	7	8199
1994	17	4053.88
1995	10	13500.4
1996	14	20286.21
1997	17	24592.76
1998	8	10433.87
TOTAL	121	239102.045

Elaboración propia con datos proporcionados por el Centro de Documentación del Museo Tamayo

El cuadro nos muestra una interesante fluctuación en el promedio de visitantes, podemos observar que existen años en los que la asistencia es de 31661. 2 (1988) hasta una asistencia de 8, 199 (1993); para 1997 la asistencia aumentó a 24592. 76. Sin embargo en estos años también podemos ver que el número de exposiciones asciende a 10 para el primer año, de 7 para el segundo y de 17 para el tercero.

Dentro de este periodo, 1986-1998, sólo dos exposiciones han rebasado los cien mil asistentes: la primera, fue una muestra retrospectiva de Rufino Tamayo que abarcaba obra mural, pintura, dibujo y gráfica, y dicha exposición convocó a 101, 130 visitantes en 1988. La segunda exposición atrajo a 125, 054 visitantes, en 1989, la cual exhibía la obra pictórica de Fernando Botero. Otra exposición también muy asistida fue la que convocó a 59, 040 visitantes la cual abarcaba pintura, dibujo, instalación y collage del artista Peter Greenaway, exposición que se titulaba *Peter Greenaway. Cine y Pintura, ubicuidades y artificios* en 1997.

El total que nos muestra el cuadro, de los 13 años considerados, nos indica que las exposiciones que ha exhibido el museo, en sí, el promedio de visitantes ha sido 239102.045 por un total de 121 exposiciones. Es necesario señalar que algunas exposiciones no contaban con un cómputo de visitantes, pero también fueron sumadas en el total de exposiciones.

La Interpretación De Los Sueños. La Composición Social De Sus Espectadores

Como he venido señalando a lo largo de este trabajo, tengo la intención de explorar la composición social de quienes consumen arte, específicamente la pintura. En esta parte final expondré los resultados arrojados por el instrumento de investigación aplicado (cuestionario). Pero antes describiré la exposición de pintura que se eligió para efectos de la investigación la cual se encuentra ubicada en una de las salas del Museo Tamayo.

La Interpretación De Los Sueños

Es interesante esta muestra ya que los pintores que la conforman se inspiraron en el descubrimiento del subconsciente por Sigmund Freud, lo cual tuvo un efecto profundo en la corriente denominada *Surrealismo*. El grupo de artistas que se inscribían en esta corriente proponía una revisión dramática de los valores de una cultura occidental que ellos consideraban enferma, a partir del ejercicio de métodos no racionales de producción artística. De acuerdo con el curador de esta muestra, Tobías Ostrander, los surrealistas “desarrollaron varias formas de automatismo, como la escritura, la pintura y el dibujo espontáneos, basados parcialmente en el concepto freudiano de la “asociación libre” a partir del cual pretendían expresar la fuerza creativa del inconsciente en el arte... cada uno de ellos implementó sus propias expresiones de los métodos automáticos que incluyen el azar, las yuxtaposiciones inexplicables y la ilustración de las narrativas de los sueños”³².

³² Del boletín de prensa, 24 de Febrero al 15 de Mayo.

También muchos de los artistas relacionados con el surrealismo buscaron en culturas no occidentales ejemplos de prácticas “automáticas” –como la utilización del trance hipnótico, las alucinaciones y la intoxicación para producir imágenes cargadas de significado. En esta misma línea algunos pintores hacen referencia a formas y símbolos de culturas africanas, precolombinas, esquimales e indígenas norteamericanas (como Wifredo Lam, Víctor Brauner, Graham Sutherland, Carlos Mérida y Rufino Tamayo). Así mismo, las investigaciones realizadas por este grupo se relacionan estrechamente con algunas nociones del “inconsciente colectivo” desarrolladas por Carl Gustav Jung. Jung articuló una teoría “de un inconsciente colectivo evolutivo compuesto de “arquetipos”, tendencias psíquicas heredadas, cuya evidencia empírica observó en la reincidencia de símbolos y mitos a través de las culturas”³³. En sí esta muestra exhibe manifestaciones del subconsciente plasmadas por los surrealistas y propuestas pictóricas sobre el inconsciente colectivo.

Los autores de las obras exhibidas son: Afro, Pierre Alechinski, Kenneth Armitage, Frank Auerbach, Francis Bacon, Víctor Brauner, James Brooks, John Chamberlain, Eduardo Chillida, Giorgio De Chirico, Salvador Dalí, Jean Dubuffet, Max Ernst, Luis Feito, Fizia, Sam Francis, Helen Frankenthaler, Alberto Giacometti, Adolph Gottlieb, Hans Hartung, Willem De Kooning, Wifredo Lam, René Magritte, Marino Marini, André Masson, Roberto Matta, Carlos Mérida, Joan Mitchell, Joan Miró, Henry Moore, Robert Motherwell, Lucio Muñoz, Isamu Noguchi, Marie Luisa de Romans, Mark Rothko, Antonio Saura, Pierre Soulages, Graham Sutherland, Fernando de Szyszlo y Rufino Tamayo.

³³ Ibid.

Como había mencionado más arriba, esta exposición forma parte de la colección del Museo Rufino Tamayo y cubre un periodo de 60 años de artistas que realizaron sus obras en Europa, Estado Unidos y América Latina. En palabras del curador Tobías Ostrander “esta selección de obras... pretende involucrar al público en un diálogo sobre el compromiso creativo con el subconsciente asumido por artistas del siglo pasado”.

Los Espectadores

Si uno se sitúa por un momento en la sala donde se levantó el cuestionario y si en lugar de ver la exposición se dispone a observar a las personas que aprecian las pinturas, obviamente se percataría de muchas cosas a simple vista. En lo que respecta al recorrido algunas personas optan por leer la información relacionada con la exposición escrita en el muro al inicio de la sala, otro tanto la omite y prefiere ir directamente al primer cuadro. Es interesante hacer notar que la mayoría de las personas durante la primera mitad del recorrido dedica mayor tiempo a la apreciación de una pintura, pero en la segunda mitad el recorrido se acelera y el tiempo que se dedica a cada pintura se reduce, incluso algunas personas ignoran por completo a algunas pinturas o se dispersan por la sala viendo de reojo a las obras sin detener sus pasos. La lectura del cuadro se hace solo o acompañado. Si se hace solo, el recorrido es más pausado y el tiempo que se dedica a cada cuadro es más dilatado³⁴. Si se hace acompañado, el recorrido es más apresurado y a cada pintura observada le seguía un comentario como “parece un...” o “se parece a...” (esta actitud era más visible en estudiantes de primaria o secundaria). También, es posible constatar que los

³⁴ De hecho, y adelantando un poco los datos duros, el 37.8% de los encuestados habían asistido solos al museo, es decir, 14 de los 37 del total de la muestra.

estudiantes de secundaria o de nivel medio superior “hacen su tarea” tomando nota de todo lo redactado sobre las paredes, sin poner mayor atención a la exposición. Uno puede ver cómo las madres se interesan por explicar lo observado a sus hijos, sobre todo si son de corta edad. Todo lo anterior, a simple vista. Ahora, si nos acercamos y les preguntamos a las personas cuestiones básicas, nuestra percepción de ellas, en su conjunto, cambiaría substancialmente. Nos daríamos cuenta de, por ejemplo, que la mayoría tiene estudios de nivel medio y superior; de que muchas personas tomaron la decisión de asistir a ese museo ése mismo día y además sin saber lo que este exponía; e incluso nos encontraríamos con personas que asistían por primera vez a ese museo, pero, sin embargo, habían visitado algún otro museo de arte anteriormente.

Como se indicó en la introducción de este trabajo, el cuestionario fue aplicado a una muestra total de 37 personas, seleccionadas aleatoriamente, es decir, una de cada tres fue interceptada al final de su recorrido por la sala, y se le solicitó responder al cuestionario. A continuación se presentan los resultados arrojados por el instrumento de investigación, los cuales fueron procesados en el paquete estadístico SPSS.

Datos básicos

La primera dimensión de análisis hace notar una asistencia de personas jóvenes, la mayoría estudiantes. El 51.4% representa al sexo masculino, mientras que el 48.6% de los entrevistados son del sexo femenino (ver cuadro 6). Las edades de los que accedieron a contestar el cuestionario oscilan entre los 15 y los 66 años, como lo muestra el cuadro posterior.

CUADRO 6

Sexo	Frecuencia	%
Masculino	19	51.4
Femenino	18	48.6
Total	37	100

CUADRO 7

Edad	Frecuencia	%
15	3	8.1
17	1	2.7
18	2	5.4
19	3	8.1
20	2	5.4
21	1	2.7
22	4	10.8
23	1	2.7
24	3	8.1
25	2	5.4
26	1	2.7
27	2	5.4
29	3	8.1
32	1	2.7
34	1	2.7
35	1	2.7
40	1	2.7
48	1	2.7
57	1	2.7
59	1	2.7
62	1	2.7
66	1	2.7
Total	37	100

Es fácilmente perceptible que la mayoría de asistentes no rebasan los treinta de edad, de hecho el promedio es de 28 años. Si dividimos el anterior cuadro en rangos, tendremos que casi el 76% corresponde a visitantes jóvenes (entendiendo como jóvenes a

todos aquellos que caen en el rango de 15 a 30); el 10.8% está representado por todas aquellas personas que se encuentran entre los 31 y 45 de edad (Jóvenes +); el 8.1% corresponde al rango que va de los 46 a 60 años (Adultos) y el 5.4% engloba aquellas personas que tienen 61 o más años de edad (Adultos +), como lo ilustra el cuadro 8.

CUADRO 8

RANGOS	FRECUENCIA	%
Jóvenes	28	75.7
Jóvenes +	4	10.8
Adultos	3	8.1
Adultos +	2	5.4
Total	37	100

La muestra total, a parte de que es joven cuenta con otra característica: un poco más del 70% es soltero; los casados y los que se encuentran en estado de unión libre, representan el 29.7% de la muestra total. Ver siguiente cuadro.

CUADRO 9

Estado Civil	Frecuencia	%
Soltero	26	70.3
Casado	8	21.6
Unión libre	3	8.1
Total	37	100

En lo que respecta al nivel educativo, el siguiente cuadro hace notar que las personas que conforman la muestra tienen por lo menos la preparatoria, sea completa o incompleta; así mismo, el cuadro nos indica que la mayoría de los asistentes se concentra en el nivel universitario: el 59.4% (sí sumamos los niveles de universidad completa e incompleta). El cuadro nos hace ver también un pequeño porcentaje (10.8%) de personas con estudios que van más allá de los universitarios.

CUADRO 10

Nivel Educativo	Frecuencia	%
Preparatoria completa	5	13.5
Preparatoria incompleta	6	16.2
Universidad completa	9	24.3
Universidad incompleta	13	35.1
Maestría completa	3	8.1
Doctorado incompleto	1	2.7
Total	37	100

El nivel ocupacional nos muestra también una mayoría predominante: los estudiantes, con el 45.9%; los profesionales ocupan un lugar secundario, en términos decrecientes, con el 13.5%. Ver siguiente cuadro.

CUADRO 11

Ocupación Actual	Frecuencia	%
Estudiante	17	45.9
Labores domésticas	1	2.7
Profesionista (lic., Doc., universitario)	5	13.5
Ejecutivo (gerente, director, jefe)	1	2.7
Empresario	2	5.4
Técnico u obrero especializado	1	2.7
Empleado administrativo	2	5.4
Empleado manual	1	2.7
Artista	3	8.1
Jubilado	1	2.7
Otro (especifique)	3	8.1
Total	37	100

Pero a pesar de que tanto estudiantes como profesionales representan la mayoría en este cuadro, que entre los dos suman casi el 60%, es necesario advertir que en los demás ítems la muestra se divide más o menos homogéneamente.

Para conocer el nivel educativo de quines integran el cuadro anterior, a continuación se expondrá el cuadro 12 en el que se cruzan las variables de ocupación actual y nivel educativo. Este cuadro es útil, ya que en él es posible observar el nivel que cursan

actualmente los estudiantes que predominan en el cuadro anterior, así como también para el resto de las ocupaciones.

Como vimos en el cuadro 11 la ocupación principal, hasta el levantamiento de la encuesta, se constituía por estudiantes. En el cuadro 12 vemos en qué niveles educativos se distribuyen los estudiantes, y se hace notar que 10 de ellos cursan por lo menos la universidad (27%); 7 de ellos cursan el bachillerato (18.9%). En dirección contraria, el cuadro nos muestra una asistencia de personas que se encuentran ocupadas como técnicos u obreros especializado, artista o empleado administrativo que tienen como escolaridad mínima, la preparatoria, completa o incompleta.

CUADRO 12

Ocupación Actual	Nivel Educativo						Total
	Preparatoria completa	Preparatoria incompleta	Universidad completa	Universidad incompleta	Maestría completa	Doctorado incompleto	
Estudiante	2 5.40%	5 13.50%	1 2.70%	9 24.30%			17 45.90%
Labores domésticas			1 2.70%				1 2.70%
Profesionista (lic., doc, universitario)	1 2.70%		3 8.10%	1 2.70%			5 13.50%
Ejecutivo (gerente, director, jefe)			1 2.70%				1 2.70%
Empresario					2 5.40%		2 5.40%
Técnico u obrero especializado		1 2.70%					1 2.70%
Empleado administrativo	1 2.70%		1 2.70%				2 5.40%
Empleado manual				1 2.70%			1 2.70%
Artista	1 2.70%		1 2.70%	1 2.70%			3 8.10%
Jubilado					1 2.70%		1 2.70%
Otro (especifique)			1 2.70%	1 2.70%		1 2.70%	3 8.10%
Total	5 13.50%	6 16.20%	9 24.30%	13 35.10%	3 8.10%	1 2.70%	37 100.00%

También, el cuadro nos señala que todas las demás ocupaciones rebasan por lo menos el nivel medio superior. En sí podríamos decir que al menos la mayoría de los ocupados tiene como escolaridad mínima la universidad, sea completa o incompleta, quienes representan el 70.2% de los asistentes al museo.

El siguiente cuadro nos muestra, más o menos, el ingreso mensual que perciben las personas que fueron encuestadas.

CUADRO 13

Ingresos Mensuales	Frecuencia	%
Menos de 1,500	6	16.2
de 1,501 a 3,000	7	18.9
de 3,001 a 4,500	8	21.6
de 4,501 a 6,500	4	10.8
de 6,501 a 8,000	3	8.1
Más de 8,001	8	21.6
Total*	36	97.2

Si dividimos el cuadro de seis a tres niveles en dirección creciente, nos percataremos que el 35.1% percibe 3000 pesos o menos, mensualmente; que el 32.4% ingresa mensualmente entre 3,001 hasta 6,500 pesos y que sólo 29.7% cuenta con ingresos de 6,501 pesos o más, mensualmente.

Hasta aquí, este primer conjunto de datos, que componen a la primera dimensión de análisis, nos habla de una población joven cuya edad promedio es de 28 años, la mayoría se desempeña como estudiante (el 45%) y el 70.3% es soltero. Además, el nivel educativo de toda la población oscila entre el nivel medio superior y el postgrado.

* El total de este cuadro no suma el 100%, debido a que alguien prefirió omitir esta pregunta.

¿Público consuetudinario o casual?

Los cuadros que a continuación se exponen, responden al objetivo planteado por la segunda dimensión de análisis, cuyo propósito es explorar dentro de la muestra si la visita de las personas al museo (y en específico a la exposición) es casual o, en dirección contraria, si llegaron al museo interesados en ver alguna exposición en específico y por qué medio de comunicación se enteraron de ella. También, esta dimensión se pregunta sobre la frecuencia con que se ha asistido a algún otro museo en un lapso no mayor a un año, es decir, si la visita a museos de arte es una práctica constante por parte de las personas aquí consideradas.

El cuadro 14 señala que el 40.5% de los encuestados fueron a visitar ex profeso la exposición La Interpretación de los Sueños; de manera decreciente, la exposición Tamayo Dibujante se presentó como la primera opción a visitar en este museo, para el 21.6% de la muestra; el 13.5% de las personas que conforman la muestra, fueron a visitar exclusivamente las otras dos exposiciones que se señalan en el cuadro.

CUADRO 14

Qué exposición vino a visitar	Frecuencia	%
Las obras de Peter Fischli y David Weiss	4	10.8
La Interpretación De Los Sueños	15	40.5
Los videos de Pola Weiss	1	2.7
Tamayo Dibujante	8	21.6
Desconocía lo que el museo expone	9	24.3
Total	37	100

En este cuadro hay que resaltar ese porcentaje de 24.3% (9 personas) que decían desconocer lo que el museo exponía al momento de su visita. Así mismo, hay llamar la atención que el videoarte de Geoff Lillemon, en este cuadro, no figura como una exposición que las personas hayan ido visitar exclusivamente.

El siguiente cuadro da cuenta del medio de comunicación por el que la gente se enteró de la exposición que fue a visitar.

CUADRO 15

Por qué medio se enteró de esta exposición	Frecuencia	%
Television	2	5.4
Periódico	1	2.7
Revistas especializadas en arte y cultura	8	21.6
Internet	4	10.8
Anuncio en la calle	4	10.8
Por un amigo	4	10.8
Por ninguno	14	37.8
Total	37	100

El cuadro 15 destaca que el 37.8% de la muestra no se enteró por ningún medio; el 21.6% leyó en revistas especializadas de arte y cultura sobre la exposición que fue a visitar; el 32.4% se enteró del motivo de su visita al museo por medio de Internet, algún anuncio en la calle o simplemente la exposición fue recomendada por un amigo (que quizá la había visitado anteriormente); el 8.1% corresponde a todas aquellas personas que se enteraron de la exposición que fueron a visitar, por medio de la televisión (5.4%) o el periódico (2.7%). Hay que señalar que dentro de las opciones que se presentan en la pregunta 13 del

cuestionario, dos no fueron marcadas por ninguna de las personas entrevistadas, y por ello, en el cuadro anterior la radio y la fuente familiar no figuran.

Ahora bien, en el cuadro siguiente se cruzan las variables de los dos últimos cuadros y se hace más claro por qué medio de comunicación, la gente que constituye la muestra se enteró de la exposición que fue a ver.

CUADRO 16

Por qué medio se enteró de esta exposición	Qué exposición vino a visitar					Total
	Las obras de Peter Fischli y David Weiss	La Interpretación De Los Sueños	Los videos de Pola Weiss	Tamayo Dibujante	Desconocía lo que el museo expone	
Televisión	1 2.70%	1 2.70%				2 5.40%
Periódico	1 2.70%					1 2.70%
Revistas especializadas en arte y cultura		3 8.10%	1 2.70%	3 8.10%	1 2.70%	8 21.60%
Internet	1 2.70%	2 5.40%		1 2.70%		4 10.80%
Anuncio en la calle		2 5.40%		1 2.70%	1 2.70%	4 10.80%
Por un amigo	1 2.70%	2 5.40%			1 2.70%	4 10.80%
Por ninguno		5 13.50%		3 8.10%	6 16.20%	14 37.80%
Total	4 10.80%	15 40.50%	1 2.70%	8 21.60%	9 24.30%	37 100.00%

El cuadro 16 nos muestra que de las 15 personas que fueron a visitar la exposición La Interpretación de los Sueños, una se enteró por la televisión (2.7%), 3 por medio de revistas especializadas en arte y cultura (8.10%), 2 por un anuncio en la calle (5.40%), 2 por un amigo (5.40%) y 5 por ninguno de los anteriores (13.50%). Este último dato aparentemente es contradictorio pero, como se verá más adelante, es posible que las

personas que se ubican en esta intersección hayan sido enviadas por la escuela, se encuentren realizando una investigación o simplemente caminaban por los alrededores y se les ocurrió entrar al museo³⁵. De la segunda exposición más visitada, Tamayo Dibujante, vemos que 3 personas se enteraron de ella por medio de revistas de arte y cultura (8.10%), una por Internet y otra más por un anuncio en la calle (que entre las dos suman 5.4%), el resto (el 8.10%) de personas visitaron esta exposición sin haberse enterado al menos por alguno de los medios de comunicación que se enlistan en el cuadro 14. Sin embargo, esta aparente contradicción pueda ser explicada por las mismas razones que se dieron líneas arriba. También es notable que quienes dicen desconocer lo que el museo exponía al momento de su visita, se hallan, quizá, percatado de la existencia de éste y de su ubicación geográfica gracias a algún tipo de medio de comunicación, como es el caso de las tres personas que decidieron ir al museo por haber consultado una revista (2.7%), por haberlo visto anunciado en algún escaparate en la calle (2.7%) o porque un amigo le recomendó ir a ese museo (2.7%). Más adelante veremos que cierto porcentaje visitaba por vez primera el Museo Tamayo, por lo que no es necesario que algunas personas sepan con seguridad qué exposición iban a ver. En esta misma dirección, el cuadro 16 señala que el 16.20%, o sea 6 persona, desconocía lo que el museo exponía y que para su asistencia al mismo no consultó algún medio de comunicación señalado en el cuadro 14, esta relación puede parecernos obvia si consideramos a este grupo como visitantes *casuales*.

³⁵ Hay que recordar que el Museo Tamayo se encuentra en el bosque de Chapultepec, tiene a su costado al Museo Nacional de Antropología E Historia, al frente una de las salidas del zoológico y al lado de esta salida el Museo de Arte Moderno.

El siguiente cuadro, el 17, muestra las respuestas que marcaron las personas a la pregunta 9 del cuestionario, en la cual se dan algunas opciones sobre la probable razón de su visita (ver anexo).

CUADRO 17

Vine al museo porque	Frecuencia	%
Me envían de la escuela	4	10.8
Por investigación académica	2	5.4
Por voluntad propia	27	73
Pasaba por aquí y se me ocurrió entrar	4	10.8
Total	37	100

En dirección descendente podemos constatar, en primer término, que 27 personas (73%) fueron al museo por voluntad propia; 4 (10.8) fueron enviados por la escuela y en la misma proporción se ubican los que pasaban por ahí y se les ocurrió entrar; los que fueron al museo por investigación académica solo representan el 5.4%.

CUADRO 18

Desde cuándo tomó la decisión de asistir a este museo	Frecuencia	%
Desde hace 15 días	10	27
Desde hace una semana	5	13.5
Desde hace tres días	2	5.4
Ayer	7	18.9
Hoy mismo	13	35.1
Total	37	100

El cuadro anterior nos ofrece información interesante. Vemos cómo los dos porcentajes que concentran la mayoría de respuestas, se ubican en ambos extremos de la segunda y tercera columna del cuadro (sin considerar el total, claro), es decir, el 35.1% decidió asistir al Museo Tamayo ese mismo día, mientras que un 27% había planeado su

visita 15 días atrás al momento de la aplicación del cuestionario. Otro tanto planeó su visita un día anterior, el 18.9%; el 13.5% y el 5.4% son los porcentajes de aquellas personas que tomaron la decisión de ir al museo desde hace una semana y desde hace tres días, respectivamente.

El cuadro 19 expone los resultados del cruce de variables de los cuadros 18 y 15. Dicho cruce se hace con la finalidad de tener una noción de sí los asistentes se informan de lo que exhibe el museo antes de planear su visita, y de ser así también es deseable saber por qué medio se enteraron.

CUADRO 19

Por qué medio se enteró de esta exposición	Desde cuándo tomó la decisión de asistir a este museo					Total
	Desde hace 15 días	Desde hace una semana	Desde hace tres días	Ayer	Hoy mismo	
Televisión	1 2.70%	1 2.70%				2 5.40%
Periódico		1 2.70%				1 2.70%
Revistas especializadas en arte y cultura	4 10.80%	2 5.40%	1 2.70%	1 2.70%		8 21.60%
Internet	2 5.40%			2 5.40%		4 10.80%
Anuncio en la calle	1 2.70%	1 2.70%			2 5.40%	4 10.80%
Por un amigo	1 2.70%		1 2.70%	1 2.70%	1 2.70%	4 10.80%
Por ninguno	1 2.70%			3 8.10%	10 27.00%	14 37.80%
Total	10 27.00%	5 13.50%	2 5.40%	7 18.90%	13 35.10%	37 100.00%

Aproximadamente, un poco más de un cuarto de personas (el 27%) decidió ir al museo ese mismo día y además, podríamos decirlo, no consultaron medio alguno para enterarse de las exhibiciones que el museo ofrecía (diríamos que este grupo solo “fue a ver

qué había”). A la cifra anterior hay que agregar esos 3 que tomaron su decisión un día antes sin que recurrieran a algún medio de comunicación para su visita al museo (8.10%). En dirección contraria, vemos que quienes tomaron la determinación de ir al museo 15 días antes (el 27%), fueron enterados por algún medio de comunicación, a excepción de uno, ya sea por la televisión (2.70%), por alguna revista especializada en arte y cultura (10.80%), por vía electrónica (5.40%) o por un anuncio en la calle (2.70%). En general, el cuadro 19 nos dice que el 62.1% (23 personas) se enteró de la exposición que fue a ver por algún tipo de comunicación y que además, las pretensiones de ir a visitarla de este porcentaje se remontan de 15 días atrás a una semana, tres días o ese mismo día. Por otra parte, vemos que el 37.80% (14 personas) no tomó en cuenta ningún medio de comunicación y que la mayoría decidió ir al museo ese mismo día, 3 un día antes y uno 15 días atrás.

CUADRO 20

Anterior a esta visita, con qué frecuencia ha asistido a este museo en el último año	Frecuencia	%
Es la primera vez que vengo a este museo	13	35.1
de una a 2 veces	16	43.2
de 3 a 4 veces	4	10.8
Más de 5 veces	4	10.8
Total	37	100

A la pregunta que se formuló para indagar sobre la frecuencia de asistencia al Museo Tamayo en el último año, aparte de esa visita, el cuadro 20 presenta aproximadamente dicha frecuencia. Podemos ver que el 35.1% nunca había asistido a ese museo, hasta ese día (13 personas); también, el 43.2% había visitado cuando menos 2 veces el Museo Tamayo en el último año (16 personas); el 10.8% lo había visitado de 3 a 4 veces

en los últimos doce meses, lo cual nos hace deducir que este grupo de personas ha visitado este museo al menos una vez cada tres meses; otro 10.8% lo hizo más de cinco veces, es decir este grupo visitó el Museo Tamayo al menos una vez cada dos meses y medio, en el último año.

El cuadro 21 nos proporciona una idea de la frecuencia con la que las personas de la muestra asisten a algún museo o galería, independientemente de si éstos exponen arte o no.

CUADRO 21

En general, en el último año, con qué frecuencia ha asistido a algún museo o galería.	Frecuencia	%
De una a 3 veces	14	37.8
de 4 a 6 veces	9	24.3
Más de 7 veces	14	37.8
Total	37	100

El segundo renglón del cuadro 21 muestra que 14 personas, el 37.8%, han visitado al menos tres veces en el último años alguna galería o museo; otras 9 personas han realizado esa misma acción al menos una vez cada dos meses en el último año; el penúltimo renglón presenta un porcentaje igual al primero (37.8%), pero esta vez las personas que ocupan este porcentaje han estado en alguna galería o museo por lo menos una vez cada 47 días³⁶. A este cuadro habría que sumar las respuestas que hacen referencia a los museos que han sido visitados por las personas encuestadas en los últimos seis meses³⁷.

³⁶ En este punto es preciso recordar que según el Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario (p. 426), una forma de clasificar a los públicos de museo es la siguiente: público frecuente (por lo menos tres veces al año, aunque estos índices varían de un país a otro), público eventual (una o dos visitas al año) y el no público (por lo menos dos años sin visitar un museo).

³⁷ Cabe señalar que en la lista de la pregunta 16, se incluyen sólo los museos dependientes del INBA que se localizan en el D. F. (Ver anexo).

Podemos decir que, con base en el cuadro 21 y 22, es posible detectar un hábito más o menos frecuente de asistencia a museos, también nos dan la certeza de que las personas que constituyen la muestra ya habían tenido una experiencia previa en dichos espacios, conociendo otras exposiciones artísticas.

CUADRO 22

Qué otros museos ha visitado en los últimos seis meses	Frecuencia	%
Museo del Palacio de Bellas Artes	11	29.7
Museo de Arte Moderno	8	21.6
Sala de Arte Público Siqueiros	5	13.5
Ex Teresa Arte Actual	3	8.1
Museo Nacional de San Carlos	4	10.8
Museo Nacional de Arte	3	8.1
Museo Nacional de la Estampa	2	5.4
Museo Mural Diego Rivera	1	2.7
Total	37	100

En este cuadro es evidente que toda la muestra estuvo, al menos una vez, seis meses antes de la aplicación del cuestionario, en uno de los museos que el cuadro señala. 11 personas estuvieron en el Palacio de Bellas Artes; 8 en el MAM; 5 en la Sala de Arte Público Siqueiros; 3 más en el Ex-Teresa y otras tres en el MUNAL; 4 visitaron el Museo Nacional de San Carlos; 2 personas fueron al Museo Nacional de la Estampa y otra visitó el Museo Mural Diego Rivera.

CUADRO 23

Qué otros museos ha visitado en los últimos seis meses	En general, en el último año, con qué frecuencia ha asistido a algún museo o galería			Total
	De una a 3 veces	De 4 a 6 veces	Más de 7 veces	
Museo del Palacio de Bellas Artes	8 21.60%	3 8.10%		11 29.70%
Museo de Arte Moderno	3 8.10%	2 5.40%	3 8.10%	8 21.60%
Sala de Arte Público Siqueiros	1 2.70%	1 2.70%	3 8.10%	5 13.50%
Ex-Teresa Arte Actual	1 2.70%	2 5.40%		3 8.10%
Museo Nacional de San Carlos	1 2.70%	1 2.70%	2 5.40%	4 10.80%
Museo Nacional de Arte			3 8.10%	3 8.10%
Museo Nacional de la Estampa			2 5.40%	2 5.40%
Museo Mural Diego Rivera			1 2.70%	1 2.70%
Total	14 37.80%	9 24.30%	14 37.80%	37 100.00%

La segunda columna del cuadro 23 indica que de las 14 personas que contestaron haber asistido a algún museo o galería de una a tres veces en el último año, 8 de ellas (21.60%) asistieron al Palacio de Bellas Artes seis meses antes de haber contestado el cuestionario, otras 3 (8.10%) estuvieron, en el mismo lapso, en el MAM y el resto se distribuye entre la Sala de Arte Público Siqueiros, el Ex-Teresa Arte Actual y el Museo de San Carlos.

Las intersecciones entre la tercera columna y los renglones, nos muestran aquellas personas que han acudido de cuatro a seis veces a algún museo o galería en el último año y además los lugares específicos que fueron frecuentados por este grupo en los últimos seis meses. En esta dirección y orden tenemos que: 3 (8.10%) visitaron el Museo del Palacio de Bellas Artes y estuvieron en algún museo o galería de 4 a 6 veces; 2 (5.40%) visitaron el MAM; 1 (2.70%) más fue a la Sala de Arte Público Siqueiros y en la misma proporción se

encuentra otra que estuvo en el Museo de San Carlos; otras 2 (5.40%) contestaron haber asistido al Ex-Teresa en los últimos seis meses.

De las 8 personas (21.60%) que contestaron que habían visitado el MAM en los últimos 6 meses, 3 (8.10%) declararon haber frecuentado alguna galería o museo 7 veces o más en el último año, y en el mismo orden y proporción se encuentran aquellas personas que estuvieron en el MUNAL y en la Sala de Arte Público Siqueiros; al Museo Nacional de San Carlos acudieron 2 (5.40%) personas y otras 2 (5.40%) hicieron lo mismo, pero éstas fueron al Museo Nacional de la Estampa; finalmente, solo una persona, además de visitar al Museo Mural Diego Rivera, señaló haber visitado más de 7 veces alguna galería o museo en el último año.

Como vemos, el cuadro 23 nos da una idea de la frecuencia con que se asiste más o menos a un museo a partir de nuestra muestra. De hecho, por medio de este cuadro, es posible indagar qué tipo de exposición fueron a ver las 37 personas que constituyen la muestra en los museos aquí considerados, sólo habría que tomar como punto de referencia los seis meses antes de la aplicación del cuestionario y revisar la programación de cada uno de los museos dependientes del INBA en ese mismo lapso.

El siguiente cuadro puede parecer curioso, porque la mayor parte de los encuestados fueron solos al museo: el 37.8%.

CUADRO 24

Con quién vino al museo	Frecuencia	%
Con mi familia	5	13.5
Con mi pareja	6	16.2
Con mis amigos	12	32.4
Solo	14	37.8
Total	37	100

El 62.1% fueron acompañados, de los cuales 5 personas fueron con su familia al Museo Tamayo (13.5%); 6 más fueron con su pareja (16.2%) y otros 12 asistieron al museo con sus amigos (32.4%).

En el cuadro que a continuación se expone, se cruza la variable anterior con la de sexo.

CUADRO 25

Sexo	Con quién vino al museo				Total
	Con mi familia	Con mi pareja	Con mis amigos	Solo	
Masculino	2 5.40%	4 10.80%	6 16.20%	7 18.90%	19 51.40%
Femenino	3 8.10%	2 5.40%	6 16.20%	7 18.90%	18 48.60%
Total	5 13.50%	6 16.20%	12 32.40%	14 37.80%	37 100.00%

Este cuadro nos explica, por sexo, que de las 14 personas que fueron al museo solas, 7 son mujeres (18.90%) y 7 son hombres (18.90%); Otras 12 que asistieron con sus amigos, el 50% pertenece al género femenino y el otro 50% al masculino; 4 hombres acudieron con sus parejas al museo (10.80%) al igual que 2 mujeres (5.40%) y, finalmente, 2 hombres y 3 mujeres fueron con su familia.

Esta segunda serie de datos nos revela un público que tiene el hábito más o menos frecuente de asistir a un museo, como lo revelaran los cuadros 21 y 22. Sin embargo, notamos que un porcentaje considerable dijo desconocer lo que el Museo Tamayo exponía al momento de su visita y que para otro tanto, para ser exacto el 37.8%, los medios de comunicación, incluyendo los familiares y amistosos, no fueron los que motivaron su asistencia a dicho museo, como nos lo hace notar el cuadro 16. Del opuesto, vimos que el 52% se enteró del motivo de su visita por revistas especializadas en arte y cultura, por la

Internet, algún anuncio en la calle o un amigo, predominando las revistas y en menor grado la televisión y el periódico. De hecho hay que mencionar que quienes fueron a ver la exposición *La Interpretación de los Sueños*, la mayoría se enteró por los medios antes mencionados. Se advirtió en el cuadro 18 de que mucha gente, 13 en total, tomó la decisión de ir al museo ese mismo día y otras 10 lo habían planeado 15 días atrás. Un dato interesante fue que 14 personas fueron solas al museo, como se vio en el cuadro 24.

Valoración estética

La información que se muestra en el segmento siguiente, corresponde a la tercera dimensión de análisis: la valoración estética. Esta información se compone de las opiniones que los visitantes redactaron con base en las preguntas abiertas que se les formuló, las cuales hacen alusión exclusiva a la exhibición pictórica *La Interpretación de los Sueños*.

Pero antes de examinar la parte cualitativa del trabajo, se presentarán primero dos variables más que fueron sometidas al procesador de datos, ambas hacen referencia al texto redactado por el curador de la muestra sobre el muro al inicio de la sala.

CUADRO 26

Leyó totalmente la información escrita en el muro al inicio de sala	Frecuencia	%
Sí	24	64.9
No	13	35.1
Total	37	100

El cuadro 26 señala que el 64.9% leyó totalmente la información escrita en el muro al inicio de la sala, otro 35.1% prefirió omitirla.

CUADRO 27

Le ayudó a comprender esta muestra pictórica	Frecuencia	%
Sí	24	64.9
No	13	35.1
Total	37	100

El cuadro 27 nos muestra una frecuencia esperada, ya que quienes marcaron que no en el cuadro anterior obviamente marcarían la misma respuesta en este. Pero, sin embargo, tenemos que un 64.9% dijo que la información escrita en el muro al inicio de la sala, le había sido útil para poder comprender la exposición pictórica.

El cuadro siguiente nos presenta quiénes leen o no la información del muro al inicio de la sala, por sexo.

CUADRO 28

Sexo	Leyó totalmente la información escrita en el muro al inicio de sala		Total
	Sí	No	
Masculino	8	11	19
	21.60%	29.70%	51.40%
Femenino	16	2	18
	43.20%	5.40%	48.60%
Total	24	13	37
	64.90%	35.10%	100.00%

Vemos en el cuadro 28 que los hombres son más propensos a ignorar la información escrita del muro (29.70%), mientras que las mujeres sí muestran interés por leer dicha información (43.20%). Del lado opuesto, solo el 5.40% del sexo femenino no hizo la lectura del muro y quién sí la hizo fue ese 21.60% perteneciente al género masculino.

Con respecto a la información cualitativa, esta se compone de nueve preguntas. La primera de ellas cuestiona: *Desde cuándo le interesa el arte*. Hay que precisar que esta pregunta no sólo hace referencia a un punto en el pasado del individuo, sino también a una experiencia y a un espacio que influyeron para que éste desarrollara un vínculo hacia el arte, de hecho las respuestas que las personas dieron apuntan en estas tres direcciones. Un ejemplo del primero es que 13 personas dieron como respuesta que su interés por el arte se desarrolló, aproximadamente, desde los 6, 7, 13, 15, 16 y 20 años de edad. A excepción de las dos personas que dijeron haber obtenido el hábito por el arte desde los 6 y 7 años de edad, los demás lo adquirieron desde la adolescencia. Al margen de este grupo de personas, otras más respondieron que su gusto por el arte proviene desde la niñez o simplemente dijeron “que desde siempre”.

Otras diez personas dieron como referencia a la escuela como punto de partida de su interés por el arte: uno desde la primaria, tres desde la secundaria y el resto desde la preparatoria.

Quienes no nos dan una referencia como las anteriores, estas escribieron su respuesta del siguiente modo: “Desde niño me inculcaron gusto por el arte en general y más a partir de mi ingreso a la carrera de arquitectura” (hombre de 23 años); “desde chica cuando mi padre me llevaba a los museos. Y en mis clases de pintura de la primaria” (mujer de 19 años) o “desde chico (7 u 8 años) influenciado por mi mamá” (hombre de 19 años). Una mujer de 25 años contestó así:

“Desde los 20 años, en un viaje a París. El asistir a museos me llenó de inquietud, conocer autores, sus obras y lo que proyectaban en ellas”.

Dos personas dijeron que su inclinación por el arte proviene desde que adquirieron ciertos estados mentales: “desde que tuve mayor conciencia del mismo por los cursos de la escuela que trataban del mismo” (mujer de 20 años) o “desde el inicio de mi razonamiento (sic)” (mujer de 57 años).

Del las 42 obras que se exhibieron en *La Interpretación de los Sueños* sólo dos concentran la mayoría de preferencias, es decir, fueron las que gustaron más: *Recuerdos del día 14 de Agosto de 1972-1974*, de Lucio Muñoz y *La isla del tesoro*, de René Magritte.

El primer cuadro³⁸ gustó a 9 personas, quienes argumentaron por qué. Hubo quien dijo que al ver el cuadro recordó a alguien, otros tres mencionaron la técnica utilizada. Alguien dijo que le había gustado el cuadro “por representar las raíces de la vida y la profundidad del saber, pensamiento, la fortaleza del individuo en carácter, y la voluntad que se convierte en acción” (mujer de 57 años). Dos personas escribieron que “por el relieve, por las sensaciones que transmite, da una visión de un lugar solitario y frío” y “por la obscuridad (sic) que representa y las distintas grietas que te deja la vida” (hombre de 19 y mujer de 18 años, respectivamente), son las causas de su gusto por esta obra pictórica. Finalmente, un hombre de 59 años de edad agregó:

“No conocía a este autor; me impresionó la sensación que me causó; transmite dolor, agonía, muerte, tristeza; creo que no es realmente surrealista ni onírico”.

³⁸ Este cuadro se encontraba localizado casi a la salida de la sala.

La isla del tesoro de René Magritte, fue preferida por 6 personas³⁹. Éstas se expresaron de esta obra de la siguiente manera: “el concepto que maneja es increíble y la facilidad de proyectarlo gráficamente” (hombre de 29 años); “porque me gusta el camuflaje que las palomas hacen con las hojas” (mujer de 18 años); “por la forma en la que se encuentran las palomas” (hombre 15 años); “me gustó mucho por lo original, la composición, el color y la forma de las palomas” (mujer de 62 años); “surrealista” (hombre de 66 años). Finalmente un hombre de 24 años escribió: “me gusta la tendencia surrealista y en este cuadro se expresa en amplitud el movimiento”.

Homenaje a Prats, de Joan Miró, gustó a tres personas que, en resumen, dijeron que esta obra les atrajo por el color, la libertad del trazo, la forma, el movimiento y la armonía.

Otras tres personas optaron por la obra de Fernando De Szyszlo, titulada *De la serie los visitantes de la noche: studio*, de la cual alguien dijo que le agradó “por la calidad del cuadro” (hombre de 20 años); otra más agregó que “dentro de la sala es lo más parecido a una fotografía. Las luces y sombras son particulares” (hombre de 21 años) y una mujer de 22 años, abundó:

“En lo personal, creo que es como los miedos que tenemos sobre las cosas a las que nos enfrentamos en la vida y en las noches reflexionamos y nos invaden”

291, de Luis Feito, *Homo Tumultum*, de Roberto Matta y *La mujer Caballo*, de Wifredo Lam, cada una de estas obras fue considerada por dos personas como la que más les había gustado. Con respecto al cuadro *291*, alguien subrayó: “en base a la línea

³⁹ Es necesario destacar que este cuadro se encontraba inmediatamente después de la explicación de la muestra escrita en el muro, es decir, era el primer cuadro que se encontraba al inicio de la sala y que se mostraba a la gente.

surrealista de los pintores, es el cuadro que refleja mis sueños pues no hay claridad en ellos pero sí hay momentos en donde resalta el color” (mujer de 20 años). Sobre el segundo cuadro la expresión adoptó la siguiente tonalidad: “me presentó un amplio universo de ideas, de sentimientos, conceptos, en base a él formé un mundo para comprender lo que trató de dar a conocer, además sus técnicas en matiz, ritmo, gama me agradaron” (mujer de 15 años). Una psicóloga de 24 años dijo que *La mujer caballo* le gustó por “el juego de los elementos, los matices, es interesante la forma en que logra captar el preconscious de forma tan sencilla y práctica”.

Las obras pictóricas anteriormente referidas son las únicas que se repiten entre los gustos de la muestra poblacional. Las siguientes también entran en los gustos de las personas aquí consideradas, correspondiendo al gusto de cada una en específico: *Mis amigos orientales*, de Giorgio De Chirico; *Pueblo cansado*, de Max Ernst; *Collage con música y tela II*, de Robert Motherwell; *Tres figuras danzando*, de Víctor Brauner; *Dhor*, de James Brooks; *El perro de Goya*, de Antonio Saura; *Los vampiros*, de André Masson, entre otros. En términos generales, las opiniones que las personas tienen de estas obras podrían resumirse en las siguientes frases: expresa equilibrio, misticismo y es visionaria; propuesta muy original; soledad aparente, pero que refleja al mismo tiempo tranquilidad; sentimiento triste, pero a la vez reconfortante; gran sentido de la composición; embeleso por la tonalidad de los colores; los colores que usa el pintor y el misterio que plasma, invitan a imaginar; su forma, color, expresión, etc. Estas frases engloban las respuestas que las personas dieron al por qué de su gozo por alguna de las obras mencionadas líneas arriba cuadro.

Las respuestas a la pregunta *sobre esta exposición, qué fue lo que no le gustó*, es posible dividir las en tres partes. La primera de ellas contiene comentarios referentes a la deficiencia de la iluminación en ciertos puntos de la sala, así como lo complicado que resulta localizar el nombre de algunas pinturas. Alguien se quejó de la vigilancia: “te vigilan todo el tiempo como si te fueras a robar algo”. Otro más señaló que era una lástima de que no pudiera tomar fotografías. Esta parte reúne las opiniones de sólo cinco personas.

La segunda parte concentra críticas a algunos cuadros, otros más lamentan la ausencia de otros pintores surrealistas como Salvador Dalí⁴⁰ y Remedios Varo; algunos demandaron más obras plásticas sobre la misma tendencia surrealista. Las críticas son del siguiente tenor:

“En realidad algunos cuadros de la exposición *La Interpretación de los Sueños* son incomprensibles y con poco contenido, como los de: 15 – 1 – 55 – 1955 de Pierre Soulages y *Farándula* de Hans Hartung”.

Cuando se le inquirió por qué no le habían gustado estas pinturas, respondió que “porque sólo tienen manchas y rayones negros” (mujer de 18 años)

Con la misma intención que la persona anterior, otra más agregó:

“Algunos cuadros, que aunque fueron la visión o el sueño del artista, claro sin juzgar, no podían transmitirme su sentimiento” (hombre de 24 años).

⁴⁰ En realidad, en esta muestra sí existía una litografía de Salvador Dalí.

Una mujer de 25 años dijo que lo que no le había gustado de la exposición fue que de pronto no se podía lograr “apreciar las obras por su abstracción, ya que no me generan un sentimiento o no sé por qué es arte sólo hay que asumirlo”. De hecho a esta última opinión podríamos sumar la siguiente:

“Por el tipo de exposición que se maneja obviamente se dirige más a un público con conocimiento de arte, pero también acuden personas que no poseen estos conocimientos, así que creo prudente que dentro del trabajo museográfico y museológico se tome en cuenta esta necesidad” (hombre de 22 años).

Finalmente, dos mujeres de 19 y 57 años de edad criticaron una obra de Miró, sin especificar cuál ya que había dos, que no representaba nada, que no dice nada o que era muy simple.

Las restantes 18 personas que forman parte de la muestra, dijeron sobre la exposición que nada les había disgustado, que todo les había gustado o que no tenían objeción alguna sobre alguna pintura. En sí, existieron personas que dejaron esta pregunta en blanco o simplemente respondieron “todo me agradó”.

Cuando se les preguntó a las personas que qué agregarían a la exposición para hacerla comprensible, 16 personas contestaron de la siguiente manera: “Nada, todo está bien”; “nada, de esta forma es suficientemente comprensible”; “a mí me queda clara la idea de la exposición”. Alguien quiso ser más específico: “yo creo que el arte es abstracto y la interpretación es personal, así que no creo que necesite explicación” (mujer de 22 años).

Del lado opuesto, hay quienes agregarían a la exposición vídeos, síntesis o notas bibliográficas de los artistas; folletos, hojas de sala, cédulas, catálogos que se pudieran

llevar a casa y que incluyan mayor información tanto de los artistas como de sus obras; en sentido contrario hay quien dice que sería mejor “eliminar la cédula de entrada para dejar que el asistente realice un recorrido más libre de pre-juicios ^(sic) pseudo artísticos” (hombre de 27 años). También hay quienes sienten la necesidad de un guía que explique con mayor detalle las obras.

Básicamente, la preocupación de las personas radica en la incomprensibilidad que generan algunos cuadros, por ejemplo alguien sugirió que sería necesaria “una explicación (como en los cuadros que tienen sólo manchas de pintura) para tener por lo menos una idea de lo que significó para el artista esa obra” (mujer de 18 años). En esta dirección, otras personas dijeron que agregarían una breve explicación de cada cuadro en la que se defina, en palabras, lo que significó para cada autor su obra y, además, dentro de esta explicación, otra en la que se responda al por qué del título de la pintura (de hecho esta interrogante se presentó en casi todos los cuestionarios: “por qué le puso ese título” o “por qué ese nombre al cuadro”).

El arte es cultura, enriquecer el alma, aprender, meditar, soñar, fomentar la cultura, aumentar el nivel cultural, es una necesidad, es el complemento de la vida, etc, son algunas de las respuestas que dieron las personas a la pregunta *¿Por qué es importante para usted el arte?*. De hecho podemos observar en los siguientes comentarios que la mayoría de las personas se refiere al arte como una experiencia “trascendental”, y es en esta experiencia donde radica la importancia del arte para ellas. Por ejemplo, para una mujer de 57 años el arte es importante “porque significa la parte infinitesimal de la esencia divina del ser, que es el yo supremo”; para un hombre de 17 años “es una manera de hacer a los hombres humanos”; “porque alimenta el espíritu y hace que expresas lo que sientes ya sea por medio de dibujos, pintura, escultura, música, etc.” (mujer de 40 años). Para otros, la importancia

del arte es su fin pedagógico: “es parte vital de la educación y de la integración al fenómeno económico y social” (hombre de 29 años); “expresa y difunde la naturaleza humana y social” (hombre de 34 años); “porque me encanta apreciar todo lo que tenga que ver con la experimentación plástica para mí que la práctico en dibujos, croquis y en ocasiones (sic) pinturas es una forma que tengo de entender la concepción de todas las formas posibles que puedan existir en la naturaleza o las que las personas podemos crear un mundo personal en una pintura etc. como lo mencioné porque es muy bella la experimentación plástica” (mujer de 22 años).

Para otras personas “es una forma de acercarnos a la cultura, que creo que no mucha gente tiene, además transmiten muchas sensaciones, pensamientos, formas de cultura, que fueron en otros tiempos” (hombre de 19 años); “es una forma universal de expresar sentimientos, emociones y cultura” (hombre de 24 años); “para ampliar el conocimiento y cultura y tener un tema de conversación interesante” (mujer de 26 años).

Pero para la mayoría de las personas aquí consideradas, el arte es una forma de expresión del ser humano. Las siguientes opiniones podrían resumir esta idea: “es una expresión del alma y complementa y separa sentimientos” (hombre de 23 años); “para mí es la única forma de expresión y contacto con mis pensamientos” (mujer de 24 años); “es una forma de expresión y una manera de plasmar lo que somos” (mujer de 25 años); “es un modo de expresar nuestros sentimientos” (mujer de 15 años); “porque es un medio de expresión del ser humano” (hombre de 32 años); “es una forma de expresar pensamientos y sentimientos para que los demás puedan apreciarlos” (hombre de 27 años); “porque es una forma de expresión, podemos representar lo que sentimos o pensamos de muchas maneras” (mujer de 19 años); “es una forma de expresión para las emociones, las sensaciones y las ideas, que muchas veces es difícil explicar” (mujer de 29 años); “porque amplía mi visión y

desarrolla un pensamiento lateral, fomenta la creatividad y ayuda a explicar y expresar cosas que las palabras no lo pueden (sic)” (mujer de 22 años). Finalmente, la siguiente opinión, a mi parecer, sintetiza las anteriores:

“Porque forma parte de cada persona, es la manera más adecuada de expresar algo de tu ser, de transmitir a alguien más lo que en ese momento hay en tu mente, en tus sueños, en tus ojos, en tu alma...” (mujer de 15 años).

¿Cuál cree usted que sea la utilidad de asistir a museos de arte?, se les preguntó a las personas, quienes dieron una serie de respuestas no muy disímiles de las anteriores: “incrementar la cultura y conocer algo más de México y sus artistas”; “conocer y adquirir mayor pasión de la cultura y el arte”; “recrear al ser humano, sensibilizarlo y alimentarlo”; “el poder de encontrarse reflejado en el contexto del arte”; “conocer el sentir de los artistas”; “para aprender y apreciar el arte”; apreciar, conocer, comprender, adentrarte en un universo distinto de ideas, captar, etc.”; “adquirir conocimiento sobre los diferentes estilos y periodos de la pintura y expresión”; “enriquecerse, ver y aceptar nuevos puntos de vista”. Un hombre de 29 años manifestó que la utilidad de asistir a un museo de arte es “lograr cambiar la visión estática que la rutina nos brida cada día”; otro más dijo que “para ampliar criterios y visión del mundo. Aprender a ver arte dentro de su contexto y desarrollar la debida aceptación de todo tipo de expresión” (hombre de 21 años); “disfrutar de las obras que los artistas hacen y al mismo tiempo tener una visión más amplia de las cosas que nos rodean” (hombre de 19 años); “es importante retroalimentar la creatividad, conocer las nuevas expresiones, o mejor dicho las alternativas que hay para expresarnos” (mujer de 29 años). La siguiente opinión engloba las respuestas a esta pregunta:

“Poder experimentar diferentes pensamientos, situaciones que aportan gran riqueza al acervo cultural de cada persona que asiste por voluntad propia” (mujer de 24 años).

La última pregunta que corresponde a esta tercera parte, indaga sobre qué exposición le gustaría ver a la gente entrevistada en el Museo Tamayo. En este sentido, 7 no optaron por alguna exposición en particular y dijeron que cualquiera era buena; 3 contestaron que les gustaría ver una exposición de fotografía y escultura; otras más se inclinaron por alguna corriente artística: expresionismo abstracto, arte terrestre, realismo, impresionismo, post impresionismo, fauvismo, tenebrismo e hiperrealismo; hay personas que prefieren ver la exposición de un artista en específico, como a Andy Warhol, Calder, Arp, Martín Parr, Egon Schielle, Carlos Mérida, Corzas, Coronel, Cauduro, Arturo Rivera. 8 personas preferirían ver las obras de Picasso, Dalí, Tamayo y Frida Kahlo. 9 personas indicaron que cualquier exposición de artistas jóvenes, mexicanos o europeos, que trabajen actualmente.

En conclusión, esta última dimensión de análisis nos muestra una población con un interés por el arte “adquirido” prácticamente desde la adolescencia. Pero también vimos que varias personas tienen como punto de partida de su gusto por las expresiones artísticas a la escuela, particularmente la secundaria o la preparatoria. También observamos que dos obras pictóricas fueron las preferidas por un poco menos de la mitad de la muestra poblacional, y las razones que esgrimieron iban desde la técnica utilizada hasta las sensaciones que generaban. Cuando se les preguntó que qué fue lo que no les había

gustado de la exposición, la mayoría de los visitantes dijo que nada le había desagradado, “que todo estaba bien” y, en esta dirección, casi en la misma proporción, nadie agregaría nada a la exposición para hacerla más comprensible. Sin embargo, 21 personas se pronunciaron por explicaciones más profundas sobre lo que observaban.

Por otro lado, básicamente la importancia que las personas atribuyen al arte radica en su capacidad de darle sentido a la existencia humana (tanto social como cotidianamente), de expresar emociones, sensaciones y también como una manera de acercarse a la cultura.

La utilidad de asistir a museos de arte, para estas personas, es sensibilizar al ser humano, conocer, educarse y adquirir más cultura; aprender, enriquecerse y conocer otros puntos de vista sobre el individuo y del mundo en general.

Finalmente, la última pregunta del cuestionario recogió aquellos deseos de las personas por ver una exposición en específico: unas dijeron que cualquier exposición es buena, otro tanto prefiere una exhibición de un artista en particular, mientras que otras se pronunciaron por alguna corriente artística.

CONCLUSIÓN

Si hacemos una breve comparación entre el presente trabajo con el de Rita Eder y el de Néstor G. Canclini, nos percataremos de que muchos de los resultados, a pesar de tiempo transcurrido, no se han modificados sustancialmente. Un ejemplo de ello es que el nivel educativo del público no ha variado, sigue siendo universitario. También, al igual que los dos trabajos anteriores, la población es joven y la mayoría son estudiantes. Otra coincidencia es que esta población también solicitó mayor información mediante folletos, cédulas y visitas guiadas, lo que, según Canclini, “son muestras claras de las carencias y deficiencias que en materia de educación artística padece nuestro país” (Canclini, 1987: 221).

Pero no obstante, el presente trabajo, aunque con una muestra poblacional pequeña, arrojó resultados diferentes a los de estos autores, a saber: en la muestra de Canclini se indicó que los medios masivos de comunicación tuvieron un papel importante en la asistencia multitudinaria a las diferentes exposiciones de arte, en este estudio el 37.8% de la población no consultó ninguno (ver cuadro 15); en la muestra de Canclini el 51% asistía por vez primera a un museo, en esta muestra se revela que, si bien el 35.1% asistía por primera vez al Museo Tamayo, el asistir a un museo no es una práctica nueva para nuestra población (ver cuadro 21) y además se refleja un hábito más o menos frecuente de asistencia a museos de arte (ver cuadro 22); en la muestra de Canclini predominaron las visitas colectivas (40% asistió con su familia, el 29% con sus cuates) en ésta las visitas colectivas pasaron a segundo plano, predominando las individuales (ver cuadro 24). En esta muestra también aparecen personas que demandan exposiciones que, como dice Canclini,

pertenecen a la cultura digerida –Salvador Dalí, Picasso, Frida Kahlo- pero, sin embargo, se evidenció el interés por cierto sector de la población por conocer las propuestas artísticas de pintores jóvenes, tanto mexicanos como extranjeros.

En el presente trabajo podemos destacar como hallazgos los siguientes: a) el hecho de tomar ese mismo día la decisión de asistir al museo; b) el no consultar algún medio de comunicación para enterarse de las exposiciones que el museo exhibe; c) un alto porcentaje de asistencia individual; d) una frecuencia, más o menos constante de asistencia a algún museo y, e) si bien la mayoría de las personas dijeron que todo les había gustado y que no agregarían nada a la exposición para hacerla más comprensible, también se hacen notar aquellas personas que criticaron algunas obras (como la de Miró) por no causar emoción o sentimiento alguno y que además manifestaron su curiosidad por saber el por qué de los títulos de los cuadros.

Para darle mayor consistencia a los puntos mencionados arriba, es necesario poner en marcha una investigación más amplia en la que se considere no sólo la vía cuantitativa como método de investigación y de recolección de datos, sino toda una gama de metodologías que den cuenta del fenómeno del consumo cultural, de su comprensión y finalmente de su explicación.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Andino Gamboa, Eduardo. *Pierre Bourdieu y la comunicación social*, UAM-X, México D.F. Cuadernos del Ticom No. 44.

Atlas de Infraestructura Cultural, 2003, CONACULTA.

Bourdieu, Pierre (1984) *Sociología y Cultura*. Grijalbo, CONACULTA. México D. F. Pág. 317.

Douglas, Mary y Baron Isherwood (1990) *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Grijalbo/ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. pp. 71-110.

Frérot Christine (1990) *El Mercado del Arte en México, 1950-1976*. México: INBA/CENIDIAP. Pág. 225.

Eder, Rita y otros, “El público de arte en México: los espectadores de la colección Hammer”, Plural, Vol. IV, 10 de Julio de 1977.

García Canclini, Néstor (1993) “El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica”. En: García Canclini, Néstor (coord.): *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. pp.: 15- 42.

García Blanco, Ángela (1999) “La exposición, un medio de comunicación”. AKAL Ediciones, España, P. 231.

INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

Mata, M.C. (1997) *Públicos y consumos culturales en Córdoba*. Córdoba: Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba. pp. 3- 37.

Mapa de Galerías, www.arte-mexico.com

Sistema de Información Cultural <http://www.conaculta.gob.mx/ed.htm>

Sunkel, Guillermo (2002) “*Una mirada otra. La cultura desde el consumo*”. En: Daniel Mato (coord.): Estudios y otras prácticas intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela. pp. 1-17.

Piccini, Mabel; Rosas, Ana y Schmilchuk, Graciela (2000) *Recepción artística y consumo cultura*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ Instituto Nacional de Bellas Artes/ Casa Juan Pablos. pp. 11-21, 153-192, 373-394.



Me encuentro realizando una investigación sobre las personas que asisten a esta exposición pictórica y me interesa conocer lo que piensa al respecto. La información que usted me proporcione será utilizada únicamente para fines académicos, además de ser confidencial y anónima. Gracias.

INSTRUCCIONES: El cuestionario se divide en dos partes: en la primera marque, dentro del paréntesis, la respuesta en la que usted se ubicaría; en la segunda brevemente redacte lo que piensa sobre las preguntas que se le formulan.

Área reservada para la codificación.

- 1) Años cumplidos _____ (1)

- 2) Sexo:
1 () Masculino
2 () Femenino

- 3) Estado civil:
1 () Solter@ 4 () Separad@
2 () Casad@ 5 () Viud@
3 () Unión Libre

- 4) Nivel educativo
1 () Primaria incompleta
2 () Primaria completa
3 () Secundaria incompleta
4 () Secundaria completa
5 () Preparatoria completa
6 () Preparatoria incompleta
7 () Universidad completa
8 () Universidad incompleta
9 () Maestría incompleta
10 () Maestría completa
11 () Doctorado completo
12 () Doctorado incompleto
13 () Carrera técnica

W1. _____
W2. _____
W3. _____
W4. _____

5) Tipo de escuela en la que cursó la mayor parte de sus estudios

1 () Pública

2 () Privada

6) Usted ha asistido a cursos o talleres de pintura

1 () Si

2 () No

7) Ocupación actual

1 () Estudiante

2 () Labores domésticas (ama de casa)

3 () Profesionista (licenciado, doctor, universitario)

4 () Ejecutivo (gerente, director, jefe)

5 () Empresario

6 () Técnico u obrero especializado

7 () Obrero

8 () Empleado administrativo

9 () Empleado manual

10 () Artista

11 () Jubilado

12 () Otro (especifique) _____

8) Por sus ingresos mensuales, de las siguientes escalas en cual se ubicaría usted.

1 () menos de 1, 500

2 () de 1,501 a 3,000

3 () de 3,001 a 4,500

4 () de 4,501 a 6,500

5 () de 6,501 a 8,000

6 () más de 8,001.

W5. _____

W6. _____

W7. _____

W8. _____

9) Vine al Museo porque:

- 1 () Me envían de la escuela
- 2 () Por investigación académica
- 3 () Por voluntad propia
- 4 () Pasaba por aquí y se me ocurrió entrar

10) Anterior a esta visita, con qué frecuencia ha asistido a este museo en el último año:

- 1 () Es la primera vez que vengo a este museo.
- 2 () de una a 2 veces.
- 3 () de 3 a 4 veces.
- 4 () más de 5 veces.

11) En general, en el último año, con qué frecuencia ha asistido a algún museo o galería:

- 1 () de una a 3 veces
- 2 () de 4 a 6 veces
- 3 () más de 7 veces
- 4 () Es la primera vez que visito un museo.

12) Qué exposición vino a visitar.

- 1 () Las obras de Peter Fischli y David Weiss.
- 2 () La interpretación de los sueños.
- 3 () Los Videos de Pola Weiss.
- 4 () Los Videos de Goeff Lillemon.
- 5 () Tamayo dibujante.
- 6 () Desconocía lo que el museo expone.

W9. _____

W10. _____

W11. _____

W12. _____

13) Por qué medio se enteró de esta exposición:

- 1 () Televisión
- 2 () Radio
- 3 () Periódico
- 4 () Revistas especializadas en arte y cultura.
- 5 () Internet
- 6 () Anuncio en la calle
- 7 () Por un amigo
- 8 () Por un Familiar

14) Con quién viene al museo:

- 1 () Con mi familia
- 2 () Con mi pareja
- 3 () Con mi(s) amig@(s)
- 4 () Sol@.

15) Desde cuándo tomó la decisión de asistir a este museo

- 1 () Desde hace 15 días
- 2 () Desde hace una semana
- 3 () Desde hace tres días
- 4 () Ayer
- 5 () Hoy mismo

16) De la siguiente lista, qué otros museos ha visitado en los últimos seis meses (pude marcar más de uno)

- 1 () El Museo del Palacio de Bellas Artes
- 2 () El Museo de Arte Moderno
- 4 () La Sala de Arte Público Siqueiros
- 5 () Ex Teresa Arte Actual

W13. _____

W14. _____

W15. _____

W16. _____

- 6 () El Museo Nacional de San Carlos
- 7 () El Museo Nacional de Arte
- 8 () Museo Nacional de la Estampa
- 9 () Museo Mural Diego Rivera
- 10 () Laboratorio Arte Alameda
- 11 () Salón de La Plástica
- 12 () Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida
Kahlo
- 13 () Museo de Arte Álvar y Carmen T. de Carrillo
Gil
- 14 () A ninguno

17) Desde cuándo le interesa el arte.

18) Sobre esta sala, usted leyó totalmente la información escrita en el muro al inicio de la exposición.

1 () Sí

2 () No

19) La información escrita en el muro al inicio de la exposición, le ayudó a comprender esta exposición (Si contestó que NO en la pregunta anterior pase a la siguiente)

1 () Sí

2 () No

20) Qué cuadro en particular fue el que le agradó más.

21) Por qué

22) Sobre esta exposición, qué fue lo que no le gustó.

23) Por qué

24) De acuerdo a su criterio, qué agregaría usted a esta exhibición de pintura para hacerla más comprensible

25) ¿Por qué es importante para usted el arte?

26) En base a lo anterior ¿Cuál cree usted que sea la utilidad de asistir a museos de arte?

27) Qué exposición le gustaría ver en este museo
