



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Artes Plásticas

División de Estudios de posgrado

**El arte como juego en el contexto del consumo social y la  
hibridación cultural.**

*Articulación teórica y propuesta de arte interacción.*

TESIS QUE, PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA EN ARTES  
VISUALES CON ORIENTACIÓN EN ARTE URBANO, PRESENTA:

**KIM YOUNG SUN**

**DIRECTOR DE TESIS: Luis Ernesto Serrano Figueroa**



MÉXICO 2011



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# El arte como juego en el contexto del consumo social y la hibridación cultural.

Articulación teórica y propuesta de arte interacción



Kim Young sun

El arte como juego en el contexto del consumo social y la hibridación cultural. Articulación teórica y propuesta de arte interacción

Kim Young sun



Diseño. Kim Young mi y Kim Young sun

# **El arte como juego en el contexto del consumo social y la hibridación cultural.**

Articulación teórica y propuesta de arte interacción.

Gracias a  
Kim Man gil  
Shin Hye young  
Kim Young mi  
Kim Youn soo  
Edgard Gamboa Partida  
Josefina Partida Maya  
Choi Sung ku  
An Eun ha  
Yun Na ra  
Tonali Alejandro López Meza  
Oscar Saúl Hernández Reyna  
Paulina Osorio Ambroz,  
Marco Antonio García Fuentes,  
Paola Narváez Contreras  
Luis Serrano  
Eloy Tarcicio  
Natalia Campo  
Verónica Córdova,  
Lucía Ramírez Mendoza,  
Itzel  
Eden Bastida Kullick  
Sandra Real  
Ana Gomez  
Matejo

INTRODUCCIÓN \_ 10

**CAPÍTULO 1.**

**La conexión  
entre el arte  
y el juego**

**1.1 El juego**

- El juego \_ 16
- El juego, el motivo y factor de la creación: lo lúdico, imaginación y mimesis \_ 20

**1.2 El juego en el arte**

- El juego en las raíces del arte \_ 24
- Juego con muñecos y convertirse en muñeco \_ 26
- Juguete Automático (autómata)-Arte cinético e interacción \_ 30
- Mágica-Land art \_ 35

**1.3 “El arte como juego”**

- Una definición de “el arte como juego” \_ 39
- “El arte como juego”, ¿Por qué? \_ 41

**CAPÍTULO 2.**

**El arte y el  
juego en el  
contexto del  
consumo  
social y la  
hibridación  
cultural**

**2.1 Aproximación a los conceptos de consumo social e hibridación cultural**

- El consumo social \_ 45
- La hibridación cultural \_ 47

**2.2 El papel del arte y el juego en el contexto del consumo social y la hibridación cultural**

- El juego y el entretenimiento masivo \_ 52
- El consumo del arte \_ 59

**2.3 Alternativas del arte como el juego en el contexto de las problemáticas del consumo social y la hibridación cultural**

- El contexto \_ 72
- La interacción \_ 75
- El espacio público \_ 79

### CAPÍTULO 3.

## Propuesta de arte interacción: arte como juego en la vida cotidiana

### 3.1 Estrategia del juego en las propuestas de arte público

- Lo lúdico, la imaginación y la mimesis \_ 82
- Actuación y escenario en la vida cotidiana \_ 84
- Vinculación con los fenómenos del consumo social y la hibridación cultural \_ 85

### 3.2 Muestra de obras con estrategia de juego basadas en el análisis de fenómenos del consumo social y la hibridación cultural en la vida cotidiana

- Volverse un "Muñeco de México" en la vida cotidiana para la festividad mexicana \_ 88
  - Semana Santa - Cruz del dólar \_ 92
  - El Día de Independencia-Volverme una muñeca que conmemora el día de independencia en el 15 de septiembre de 2008, única presentación \_ 104
  - Día de Muertos - Jugando en día de muertos \_ 118
  - Navidad- ¿Dónde está la nieve? Un hombre nieve busca la nieve en México \_ 142
- Jugar en espacios públicos específicos \_ 154
  - La fiesta urbana - Búsqueda del Juego en la fiesta \_ 156
  - Zócalo, México D.F. - Nómada \_ 168
  - El patio público en la Facultad de Arquitectura de Ciudad Universita- El espacio caliente \_ 184
  - Lugar comercial del turismo, San Cristóbal de las Casas, Chiapas-Un muñeco se llama Zapatista \_ 194

**CONCLUSIONES** \_ 210

**FUENTES DE INVESTIGACIÓN** \_ 216

**ANEXO DIBUJOS**

## Introducción

Repentinamente pregunté a una señora en la calle, “¿Qué es el arte?”, ella me contestó, “No sé, yo no conozco el arte”. Durante un momento permanecimos calladas, luego señalé a una tienda y le dije, “¿El letrero y las lámparas de la tienda podrían ser arte, o no?”. Ella estaba de acuerdo con mi opinión y empezó a hablar mucho sobre el arte.

Todos los objetos en sí mismos poseen características estéticas. Además estamos viviendo una época que presenta cambios revolucionarios en la frecuencia y difusión de imágenes, gracias al desarrollo de los medio de comunicación. Pero todavía mucha gente piensa que el arte está lejos de su vida y que sólo las personas que poseen talento crean obras artísticas, o que éstas solo se pueden ser apreciadas en lugares elitistas como galerías o museos.

El proyecto “Arte como juego en el contexto del consumo social y la hibridación” es un tema que desarrollé con la intención de relacionar al arte a través del juego con fenómenos actuales como el consumo social y la hibridación cultural. También es una estrategia

para construir libremente varias propuestas en espacios públicos y presentarlas desde una visión accesible y participativa.

El proyecto empieza indagando cuál es el papel del arte en la vida cotidiana, considerando un método que sirviera como canal discursivo para lograr la correcta articulación de la pieza en el espacio público. El juego fue el elemento lúdico que invitó a involucrarse al espectador. El arte como juego significa que el arte es en sí mismo el precursor del juego, y el juego hace al arte espontáneo, es un modo de creación artística. Las características del juego como lo lúdico, la imaginación y la mimesis son un proceso claro que desde niños nos da acceso al aprendizaje y a la reflexión.

La reflexión se amplía por el contexto y la forma de las propuestas, ya que involucran fenómenos del consumo social y de la hibridación cultural. El consumo social se basa en la difusión y frecuencia de las imágenes, con la intención de promocionar o vender más, gracias al desarrollo de la tecnología y de los medios de comunicación. Las personas constantemente son bombardeadas de manera visual con el fin de crearles la necesidad ficticia del consumo de artículos y servicios, por esta situación, muchas de las piezas presentadas en este trabajo utilizan una estrategia elemental del teatro como ficción, actuación, escenarios, interacciones.

Con base en las investigaciones realizadas sobre las estrategias dramáticas se presentan las propuestas con arte interacción e instalaciones con apropiación del juego en la vida cotidiana, al considerar la historia, el origen y la actualidad de días festivos, lugares, artículos y la observación de la situación.

Esta tesis está conformada por una parte teórica que se articula con otra más empírica, en la que se presentan varias propuestas de

arte interacción. En la parte de la construcción teórica se habla de la conexión entre el arte y el juego con base en las características del juego y la historia del arte. A partir de esta teoría se postula una hipótesis denominada “el arte como el juego”, se explica su contenido y objetivo. También se reflexiona sobre el arte y el juego en el contexto del consumo social y la hibridación cultural, y se explica dicho contexto, así como el modo en que se insertan la interacción y el espacio público del arte en estos fenómenos.

En la parte empírica se desarrollan las propuestas del arte interacción: las estrategias de las propuestas con características del juego como lo lúdico, la imaginación y la mimesis; los elementos del teatro y la película como actuación y escenario; la vinculación de los fenómenos del consumo social y la hibridación cultural; posteriormente se hace referencia a las 8 propuestas, sus motivaciones, su proceso de desarrollo y sus resultados con los registros que realicé, en el caso de las festividades mexicanas, en los espacios públicos ad hoc y, en el caso de las otras propuestas, en lugares específicos pertinentes. Todo lo anterior con base en la articulación teórica y el análisis de los fenómenos actuales.

En el primer capítulo se habla de la conexión entre el arte y el juego a partir de la teoría del juego y la historia del arte. Primero se define el concepto general del juego, sus características y cómo éste es un motivo de la creación. Luego se habla del juego en la historia del arte, especialmente en el arte primitivo, el arte escena, el arte cinético y el “land art”. A través de estas teorías se define al “arte como juego” y se justifica el por qué de esta definición al enunciarse al juego como una necesidad en la sociedad y la cultura, una estrategia del arte para interactuar con las personas y los lugares específicos.

En el segundo capítulo se explican los dos fenómenos contemporáneos que se trabajan en esta investigación: el consumo social y la hibridación cultural. En primer lugar se realiza una aproximación a los conceptos de consumo social e hibridación cultural, y luego se explica el modo en el que el juego y el arte se han comercializado y mezclado en estos fenómenos. Además, se habla de cómo el arte y el juego se constituyen, para el artista, en alternativas discursivas y de expresión crítica para reflexionar sobre los fenómenos sociales y culturales elegidos. De este modo, se explica que, gracias a que el arte presenta y representa los fenómenos con símbolos, el artista puede mostrar su postura frente a ciertos fenómenos a través de su relación con las personas y el espacio público. Así, a través de la definición de “el arte como juego”, los artistas y las personas con las que interactúa –la mayoría de las veces éstas últimas de manera inconsciente- reflexionan y se manifiestan sobre el consumo y la hibridación en aquellos lugares en los que transcurre la vida cotidiana.

En el capítulo tres se explican las estrategias de las propuestas y cómo se vinculan con las características del juego, como lo lúdico, la imaginación y la mimesis. Estos rasgos del juego permitieron desarrollar un método para crear las obras e interactuar con las personas y los espacios. Otros elementos, propios de una película, considerados para la creación de las propuestas fueron “escenario y actuación”. Así, a través de estas herramientas, fue posible representar artísticamente distintos fenómenos actuales, como se puede apreciar en las muestras de las distintas obras. Por ejemplo, en “Volverse un Muñeco de México en la vida cotidiana para la festividad mexicana”, se eligieron algunos de los días festivos mexicanos más emblemáticos, como la Semana santa, el Día de la Independencia, el Día de muertos y la Navidad, para realizar los distintos montajes. Por su parte en “Jugar en los espacios públicos

específicos”, las interacciones se llevaron a cabo en espacios específicos como los de una fiesta, en el Zócalo de la Ciudad de México, en el patio de la Facultad de Arquitectura de Ciudad Universitaria (UNAM) y en diferentes lugares de San Cristóbal de las Casas, Chiapas. En este tercer capítulo se lleva a cabo un análisis de las propuestas y se explican tanto las motivaciones para elegir ciertos días festivos representativos en México, como los lugares, los artículos, la realización de los personajes y la vinculación de todos estos elementos con los procesos de los trabajos. Finalmente, en breves epílogos, se comentan críticamente las obras y se reflexiona sobre los espacios.

Finalmente, cabe señalar, que esta tesis constituye un documento en el que se da cuenta de la construcción y el proceso de desarrollo, así como los resultados, de una propuesta general que, expresada en distintas escenificaciones, tuvo como foco la interacción con las personas en el espacio público, integrando teoría y práctica referida a ciertos fenómenos problemáticos contemporáneos. De este modo, en este proyecto se cumplió el objetivo de registrar nuestra situación social y cultural actual a través de un punto de vista artístico.

CAPÍTULO

1

# La conexión entre el arte y el juego.

El juego puede definirse como *una acción y efecto de jugar*<sup>1</sup>. Es una acción espontánea, libre, sin límite de espacio y tiempo. También, contribuye a la socialización y al aprendizaje de reglas puestas que es un *ejercicio recreativo sometido a reglas, y en el cual se gana o se pierde*<sup>2</sup>. El juego es una parte del instinto del ser humano como individuo que se relaciona con el otro: las personas, los objetos, el ambiente y los sentimientos; a través del juego se aprenden los mecanismos de la actividad social y se crea la cultura. El juego empieza con la imaginación, se desarrolla con la mimesis y la figuración creativa. Al jugar se adquiere lo lúdico y, gracias a lo lúdico el juego despliega otro juego u otra actividad.

<sup>1</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, consulta del 2 de Marzo, 2011, de [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=montaje](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=montaje)

<sup>2</sup> Ibid

## El juego

Después de nacer, una de las primeras actividades que los bebés realizan es jugar, de modo que el juego aparece como un “instinto voluntario” del ser humano, a diferencia de las actividades de sobrevivencia básica -como respirar, dormir, comer y excretar- que son involuntarias y automáticas. Para los niños el juego es una ocupación primordial, tiene un papel importante para el desarrollo del cuerpo y el espíritu, a través de las actividades del juego aprenden hábitos sociales; para los adultos el juego alivia la fatiga y aumenta la motivación de la vida y en el trabajo.

El juego es una actividad corpóreo-espiritual y es libre en sí mismo. Los individuos juegan sin límite del tiempo y el espacio a través de la imaginación, logran convertirse en otros personajes y trasladarse a otros mundos, en una mimesis, ya que implica *el volverse a otro y meter en el otro mundo con la imaginación voluntaria, ellos [los jugadores] no sólo imitan las acciones del otro, sino que se mimetizan con él, así como el camaleón que se confunde con su medio*<sup>3</sup>. El juego es una forma de escape de la realidad, aunque los individuos -autolimitan, muchas veces de forma inconsciente por el estrés diario, el conocimiento, el pensamiento y su ambiente- su capacidad lúdica.

Por otra parte, muchos juegos se han sistematizado y se han clasificado: las cartas, el ajedrez, los rompecabezas, el dominó, las damas, el maratón, los videojuegos, etc. Todos ellos tienen sus propias reglas. Para jugar bien se necesita aprender y practicar los diferentes sistemas y reglas del juego. Cuando se juega con otras personas, entre jugadores se asignan papeles específicos y

<sup>3</sup> Comte-Sponville, André, *Diccionario filosófico*, España, Editorial Paidós, 2001., p.352

se compite con otros jugadores; las personas tienen el deseo de ganar, pero hay que respetar las reglas. Se necesita valor, paciencia, espíritu de competencia, fuerza de voluntad y lo más importante, capacidad mental. Las reglas del juego son restrictivas y absolutas. Cuando al jugar alguien infringe alguna regla en este momento se rompe el flujo del juego y el juego queda arruinado.

*La importancia del juego en el aprendizaje no fue estudiada sino hasta 1916 por el psicólogo suizo Edouard Claparede (1873-1940). Más tarde, Decroly aplicó el juego para facilitar el aprendizaje de niños con problemas mentales y de interrelación. Freint, promovió el método de enseñanza basado en entusiasmo, la iniciativa y el espíritu de creatividad que caracteriza a la actividad lúdica.<sup>4</sup> Para los niños el juego es un proceso de aprendizaje y una forma de relacionarse con otros, para después ser adultos convertirse en miembros de la sociedad.*

El filósofo holandés, Johan Huizinga (Groninga, 1872-1945) define al ser humano como de *homo ludens*<sup>5</sup>, es decir, como un hombre que juega, como un hombre del que parte de su sustancia es el juego. Él explica que el juego es un instinto del ser humano, es auténtico, puro, y es un elemento más de la cultura como el orden, el tráfico, la ganancia, la artesanía y el arte, la poesía, la erudición y la ciencia. El juego es una función humana y ayuda a aprender sobre las actividades sociales.

En este sentido, el juego también define un concepto coordinado del trabajo. Un ejemplo de ello se encuentra en “El saltamontes y

---

<sup>4</sup> Universidad Pedagógica Nacional, *El juego*, Plan 1994 para la Licenciatura en Educación, p.101.

<sup>5</sup> Huizinga, Johan, *Homo ludens*, España, Alianza Editorial, 1972, p.7

las hormigas”, un cuento conocido en el mundo, que habla sobre la importancia del trabajo y del juego a través de las personalidades del saltamontes y de las hormigas.

#### Resumen del cuento

*El saltamontes toca música todo el verano mientras las hormigas buscan y guardan comida. El saltamontes se ríe de ellas y les dice que deben jugar en vez de trabajar tanto. Las hormigas le avisan al saltamontes que pronto va a llegar el invierno, las hormigas están calientitas y satisfechas. El saltamontes tiene frío y hambre.<sup>6</sup>*

En este cuento se puede apreciar una clase de pensamiento y postura frente al trabajo y al juego, en el que a este último se le considera de dudosa moralidad, mientras que al contrario, el trabajo es considerado como sano. Esta perspectiva se identifica con la ética protestante y capitalista, que prevaleció con mayor fuerza en los primeros cien años del desarrollo del capitalismo. Desde esta visión es importante el ahorro, la formación de capital, los productos y el ejercicio del trabajo. Por el contrario, generalmente el juego no implica un fin consciente, porque su propósito no es producir resultados materiales y, por tanto, fue considerado una pérdida de tiempo. En cambio el trabajo tiene un fin consciente y se efectúa para alcanzar este fin; la actividad laboral generalmente no es una fuente de alegría, a menudo es más bien penosa y exige un esfuerzo.

Actualmente se considera que el juego tiende a recrear la vida y es un factor sumamente motivante para el trabajo y para mejorar su eficiencia. Se considera que el juego es un elemento importante y

---

<sup>6</sup> Herweck Rice, Dona, *El saltamontes y las hormigas*, España, Teacher Created Materials, 2009, P.3

de recreación que genera grandes ganancias aplicándolo en juguetes y lugares de esparcimiento: karaoke, discoteca, cines, parques de diversión, etc.

## El juego, el motivo y factor de la creación: lo lúdico, imaginación y mimesis

El juego puede integrar lo lúdico, siempre y cuando incluya la actividad del cuerpo y el espíritu, ya que *lo lúdico[...] es la actividad espiritual sin conocimiento objetivo para conseguir algún fin último.*<sup>7</sup> Lo lúdico es libre con la motivación del sentido, sólo la gente que quiere jugar juega en cualquier momento, duración y lugar. En las actividades de lo lúdico, es importante el proceso más que el resultado. No se sabe el resultado específico sólo es casualidad. Los reglas no son específicas y se pueden cambiar por voluntad propia; gracias a lo lúdico fácilmente y rápidamente se puede presentar una oportunidad de satisfacer un deseo.



<sup>7</sup> Dakkewoojji Toshio, *Estética, Diccionario de las Artes*, Corea, Editorial Mijinsa, 1993, p.249

Lo lúdico comienza con la imaginación y se representa con imágenes de las cosas reales o ideas del alma, no tiene fundamento y no es real. Con la imaginación es fácil formar nuevas ideas, nuevos proyectos, etc. De la imaginación se continua a la mimesis como transfiguraciones basados en la intuición intelectual con alta concentración de lo lúdico. López Quintás Alfonso dice que *en la historia de la estética se afirma con frecuencia, basándose en el concepto griego de mimesis, que crear obras de arte es imitar. Este imitar es el poder creador de la naturaleza.*<sup>8</sup> Cuando se realiza la mimesis en la vida real, surge la creación, aumenta un peculiar entusiasmo de lo lúdico. Continuamente este proceso genera a otro juego como la luz que reverbera en las olas del mar, o como la sensación de libertad.

Immanuel Kant(1724-1804) se refiere al *arte como el juego libre de la imaginación y el intelecto, mientras que Friedrich Schiller(1883-1965) apunta que lo lúdico tiene un papel importante en las actividades humanas, es uno de los elementos espirituales básicos del humano.* Por su parte, Hans-Georg Gadamer(1900-2002) anota que *lo lúdico es el sujeto en sí mismo, sin que en él reine la razón.* Finalmente Joyohan(1926-2002) escribe que *el arte es un tipo de lo lúdico o el entretenimiento, el arte expresa el sentido y valor de la vida a través de lo lúdico en su propio género.*<sup>9</sup>

Por ejemplo, los artistas del surrealismo investigaron las formas de poder transportarse a lugares dentro de su imaginación, y así hacer una especie de juego como los niños y de esta forma ejecutar acciones no calculadas, creadas sólo con la imaginación (Fig 1.).

<sup>8</sup> López Quintás, Alfonso, *Estética de la creatividad: juego, arte y literatura*, Madrid, Ediciones Rialp, 1998, p.41

<sup>9</sup> Kim Lyoung hee, *La investigación de la expresión artística a través de lo lúdico*, Corea, Universidad de Dong a, 2008, p.9

## Referencia de las propuestas

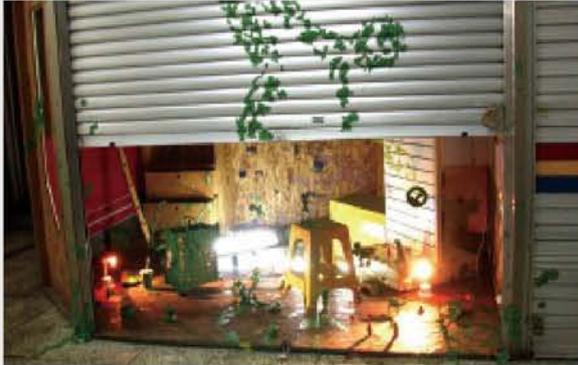


Fig 2 y 3. Kim Young sun, *Penetración*, En el centro comercial subterráneo de la calle Yuan –Gyounggi, Corea, 2005

Esta obra se realizó con juguetes y etiquetas en un local comercial. En la fotografía izquierda, el artista mostró una parte de su obra, en la fotografía derecha, durante tres días los paseantes: niños, alumnos, adultos y consumidores en general; participaron, escribieron y crearon imágenes con las etiquetas.



Fig 1. Salvador Dalí, *Aparición de una cara y un frutero sobre una playa*, 1938

Gadamar menciona que el arte es *crear algo ejemplar sin producirlo meramente por regla, y en ello, desde luego, no hay que separar nunca realmente la determinación del arte como creación del genio y la congenialidad del receptor. En ambos se da un juego libre.*<sup>10</sup> Los artistas crean las obras con la imaginación y la mimesis utilizando varias estrategias como la instalación, el performance u otros elementos. En las obras, los receptores juegan y se transportan a otros lugares imaginarios mediante un proceso de mimesis, provocando y generando una creación.

<sup>10</sup> Gadamar Hans-Georg, *La actualidad de lo bello- El arte como juego, símbolo y fiesta*, Baecelon, Editorial Paidós, 1991, p.63

Todas las cosas de nuestra vida son elementos del arte, el arte representa la reflexión en la vida y tiene diferentes formas en cada época y lugar. El juego también es un tema y un estilo del arte, se pueden encontrar ejemplos desde la prehistoria hasta la actualidad.

### El juego en las raíces del arte

Los hombres prehistóricos pintaron caballos y bisontes en las cuevas, hicieron máscaras, construyeron cabañas, también bailaron y cantaron; por sus necesidades para protegerse de fuerzas de la naturaleza, hicieron ofrendas y rituales mágico-religiosos.

En el libro de la historia del arte, E.H. Gombrich escribe que:

*En ocasiones, los pueblos primitivos aún dudan acerca de lo que es real y lo que es una pintura. En una ocasión, al dibujar sus animales un artista europeo, los nativos se alarmaron; "Si usted los lleva consigo, ¿cómo viviremos nosotros?" ... Muchas tribus*



Fig 4. Caballo, h. 15000-1000 a.C. Pintura rupestre; Lascaux, Francia

*celebran ceremonias especiales en las cuales ostentan máscaras con rasgos de animales, que, una vez que les cubren, les lleva a sentir que se han transformado, que se han convertido en cuervos o en osos.*<sup>11</sup>

Como se dijo antes, primero se puede jugar con la imaginación en el terreno de la irrealidad, y después se vincula directamente en el plano de la vida real sin diferencia entre ellos; se mimetizan. Por ejemplo: para los hombres prehistóricos las pinturas son la realidad, naturalmente se mimetizaron a otros; no tenían diferencias entre realidad e irrealidad.

Otro ejemplo de mimesis es: el sacrificio ritual tiene características del juego porque al ponerse máscaras, en su mente los hombres se convirtieron en animales gracias al mimetismo. En este contexto el jugar se realizaba de forma regulada. Cuando

<sup>11</sup> Gombrich, E. H , *La historia del arte*, España, Phaidon, 2007, pp.40-43

una comunidad hace un rito religioso, su actitud mental llega a ser noble y grave. También el juego que está en el inconsciente es puro y sincero, los jugadores pueden jugar al dedicar su cuerpo y su mente. El juego es generador de placer, el placer que se genera del juego surge de la tensión y el alto espíritu, de la creación lúdica que se mueve entre los dos extremos, entre la libertad y el éxtasis. Para el hombre prehistórico las palabras 'arte' y 'juego' no existían y no había diferencia entre ellos, pero actualmente a esta acción prehistórica la podemos llamar tanto 'arte' como 'juego'.

### Juego con muñecos y convertirse en muñeco

Los niños juegan a la casita (el juego de 'So-gub'<sup>12</sup> en Corea), el juego del doctor, o el juego con los muñecos. Cuando ellos juegan, usan los elementos naturales como la piedra y la tierra o los juguetes que consisten en la representación miniatura de una vajilla y con ellos imitan las acciones de los adultos en la cocina y durante la hora de la comida; invitan a personas, curan a los pacientes, etc. Cuando los niños usan los muñecos, ellos se convierten en los muñecos; y juegan con su imaginación. Ellos no sólo imitan las acciones de los padres, doctor o pacientes, sino que se mimetizan con los muñecos, así como el camaleón que se confunde con su medio, el niño se interioriza al suyo, se vuelven ese personaje que imitan y se meten en su espacio y en su mundo.

Laurie Simmons (1949- , en Long Island, New York) ha hecho fotografías con escenas construidas con muñecos, una serie de objetos que tienen piedras, una escena miniatura con muñecos y

<sup>12</sup> Diccionario enciclopédico Du San, Corea, consulta del 5 de mayo, 2008 de <http://100.naver.com/100.nhn?docid=93677>



Fig 5 María Inés Tapia Vera, *El juego de la canasta*. Grabado sobre papel.

autorretrato con muñecos. Por medio de ese juego la mimesis hace que en su imaginación se escape de la vida cotidiana y se expresa en otro mundo que es un mundo de muñecos. En sus obras se transforma muchas veces de un objeto a un hombre y de un hombre a un objeto. Simmons piensa que a los fotógrafos les falta expresar la vida real, por eso usa muñecos y pone una escena imaginaria para resaltar más lo real de la metáfora.

Actualmente, por la difusión de la multimedia se ha popularizado la cultura de la comunicación, de la televisión, de las



Fig 6 Laurie Simmons, *Music by Regret*, 2006



Fig 7 Cindy Sherman, *The making of untitled*, 1978

películas, de la publicidad, etc.; gozamos del tiempo libre, por lo mismo vemos televisión o una película convirtiéndonos de alguna manera en los actores de un juego virtual y hacemos una mimesis. Cindy Sherman (Estado Unidos, 1954) es fotógrafa y artista, es conocida por sus autorretratos y su fotografía construida. Cuando era niña, le gustaba ver la televisión. Si le gustaba un programa de la tele, lo veía repetidas veces todas las noches. Cindy Sherman pone la escena de una película y se vuelve la actriz en sus fotografías; así como cuando ella era niña, se volvía una actriz en su imaginación.

## Referencia de las propuestas



Fig 8. Kim Young sun, *¿Dónde está la nieve? el hombre nieve busca la nieve?*, Zócalo, México, 2009. Interacción, detalla de foto. Edgard Gamboa.

## Juguete Automático (autómata) -Arte cinético e interacción

Actualmente es muy fácil encontrar varios tipos de juguetes automáticos, que además se construyen con un alto perfil tecnológico y en los que se integran pequeños motores, mecanismos, y sensores, además de que en algunas variedades específicas se simula la figura humana, sus funciones y hasta la textura de la piel.



Fig 9. NetTensorWeb

Fig 10. Baby Born

En el ejemplo ilustrado, el *Net Tansor Web* es un juguete de la empresa *Bandai* de Japón que es un robot-mascota que toma fotos y recopila información de la casa, escribe mensajes simples y los envía por Internet a sus dueños. El *Baby Born*, es una muñeca de plástico de *Zapf Creación AG* de Alemania. Esta muñeca puede comer sopa, tomar agua y se orina. Además cuando se le toca el brazo izquierdo, emite voces agradables y cuando se le toca el brazo derecho llora. Su apariencia es la de un bebé real.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> <http://nihon.tistory.com/600>, [http://academic.naver.com/openUrl.nhn?doc\\_id11726404](http://academic.naver.com/openUrl.nhn?doc_id11726404)

Estos juguetes no sólo son producto del gran desarrollo tecnológico, sino que también existen porque la percepción del movimiento es un instinto del ser humano. Por ejemplo, podemos observar el movimiento de los animales en las pinturas rupestres desde el origen del arte.

A Luis XIV le gustaban *los muñecos automáticos*; en el siglo XVII y XVIII en Francia, se jugaban con estos juguetes en los palacios.



Fig 11. Una mujer que toca el tímpano, 1784

Fig 12. Reloj con muñeco automático, 1700.

Fig 13. Jaula, 1785.

Respecto a los muñeco automático, Jin Jung-kwan, escribe:

*Desde el siglo XVII, se han desarrollado los autómatas. La técnica utilizada para la construcción de los autómatas se basa en la construcción de los relojes; la cuerda y las ruedas dentadas (engranes) de los mecanismos de reloj fueron modificados para utilizarse en los pequeños muñecos y artilugios mecanizados. La época de auge de los autómatas, fue el siglo XVIII, en que fue construida la mayor cantidad de estos ingenios.<sup>14</sup>*

<sup>14</sup> Jin Jung-kwan, *El juego, el arte y imaginación*, Corea, Editorial Humanista, 2005, p. 333

Especialmente, después de la Revolución Industrial se ha tenido la experiencia de la vida mecanizada; también los artistas tomaron muchas veces el tema del movimiento. A partir de siglo XX, la máquina se volvió un símbolo de la vida cotidiana, de la producción en serie y de la vida mecanizada. Por esto a los artistas les interesa el movimiento y lo han expresado; en 1922 Gabo expresó el movimiento con una escultura, la llamaba “escultura cinética”. Luego Nagi manifestó el *arte cinético*, que es una corriente de arte en la cual las obras tienen movimiento o parecen tenerlo.

El arte cinético se movía por manipulación mecánica, elementos naturales e interacción con el público, posteriormente se produjeron obras con movimiento por medio de motores o máquinas, generando además sonido o luz aleatoriamente. La expresión *arte cinético* es adoptada hacia 1954, para designar las obras de arte puestas en movimiento por el viento, los espectadores y/o un mecanismo motorizado. También se crearon varias obras que se iban modificando por la acción de los elementos de la naturaleza -como la luz, el cambio de temperatura, la gravedad, etc.-. Así, las creaciones se transformaban con el paso del tiempo.

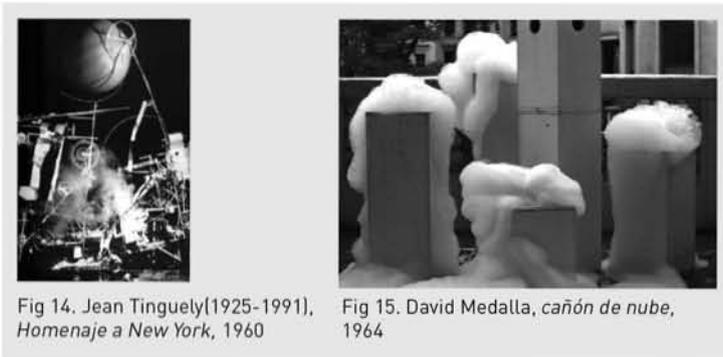


Fig 14. Jean Tinguely(1925-1991), *Homenaje a New York*, 1960

Fig 15. David Medalla, *cañón de nube*, 1964

Tinguely (Suiza, 1925~1991) generalmente expresa el movimiento de una máquina con una rueda dentada. Cuando el motor funciona, los accesorios de la rueda dentada, el cigüeñal y el objeto usado hacen el movimiento de una máquina. Así, se repite el movimiento rotatorio con un cierto ciclo.<sup>15</sup> Usando este mecanismo, por casualidad Tinguely dio origen a la creación del sonido en las obras de arte cinético. Por su parte, Hans Haacke y David Medalla expresan el ciclo natural. Han hecho obras que crean varios fenómenos con elementos naturales como la luz, la temperatura, el agua, la presión atmosférica, etc.<sup>16</sup>



Fig 16. Yacov Agam, *Sensibilité*, 1963  
Double triangle, 1970

Fig 17. Jesús Rafael Soto, *Pénétrable*, 1960-90

Hoy en día se conoce como *arte cinético* a aquellas obras que causan al espectador movimiento e inestabilidad. Las obras cambian por el manejo de los espectadores y los efectos de los elementos naturales.

<sup>15</sup> Kim jae-wan, *Modern de arte*, Corea, editorial Yekyong, p.220

<sup>16</sup> ibid.

## Referencia de las propuestas



Fig 18. Kim Young sun.  
*el juego*. 2002



Fig 19. Kim Young sun. *Nómada*. 2009, detalla foto. Natalia Campo

## Mágica - Land Art

El mago cambia con una cortina de la presencia a la ausencia y de la ausencia a la presencia. Javacheff Christo (Bulgaria, 1935~ , artista de Land Art), envuelve y empaqueta objetos cotidianos, edificios y paisajes naturales con tela que nos recuerda la acción de un mago, estas formas desaparecen por un momento al ser cubiertas y cuando éstas son desempaquetadas las personas, al darse cuenta, cambian su forma de pensar.

Este acto de la “desaparición” es un juego primitivo; los niños que todavía no pueden hablar juegan con él, cuando los adultos repetidamente cubren y muestran sus caras a los bebés, ellos se ríen. Los niños que ya pueden correr juegan al escondite, cuando uno es capturado mira hacia la pared y hace una cuenta de números, otros jugadores se esconden en varios lugares y quien es el “capturado” busca a los “desaparecidos”.

Los niños todavía no pueden percibir los objetos en relación con la duración del tiempo y la continuación del espacio. El mundo de los niños no es una continuación, sino un fragmento. Todos sus conocimientos no son de la lógica natural, sino que son producto de un pensamiento abstracto de la naturaleza postnatal. Los adultos les enseñan a conectar sus “films” o fragmentos de sus pensamientos. Con eso los niños forman una conciencia de su propia identidad.<sup>17</sup>

El teórico ‘France Paul Virilio’ (Francia, 1932- ) llama a este fenómeno la *pyknolepsie*<sup>18</sup>. Pyknolepsie es un síntoma que se caracteriza por tener olvidos con frecuencia. Los niños tienen

<sup>17</sup> Jin Jung-kwan, *El juego, el arte y imaginación*, Editorial Humanista, Corea, 2005, p. 258

<sup>18</sup> Op.cit. p. 241

esta tendencia a la *pyknolepsie* y por eso juegan juegos como el escondite. Si los adultos poseen estas características es porque tienen alguna enfermedad de la mente. También la *pyknolepsie* es utilizada como una característica de la multimedia en las películas, que consiste en que la película es cortada y editada con o sin un orden del espacio y una duración de tiempo. Se corta la continuación normal del tiempo y de repente entra escena el pasado, es decir, se hace un “montaje”<sup>19</sup>. La película consiste en un montaje, que intencionalmente está formado de rupturas.

El montaje es parecido a la magia. En la magia el mago mete un conejo a la caja y de esta caja saca una paloma. A los niños les gusta este acto mágico por romper la normalidad y la vida cotidiana de repente. El mundo de la magia parece que no distingue la realidad y otro tiempo u otro espacio. El mago utiliza, por lo general, una mediación como cortina para cambiar de la percepción de una presencia a la ruptura que es la ausencia; por ello resulta vital no mostrar el truco del mago a los espectadores.

Javacheff Christo se inició envolviendo botellas, latas o cajas con tela o plástico. Desde 1961 se dedicó al embalaje de edificios públicos como el *Packed Kunsthalle*. También es conocido por la intervención en la naturaleza. Envolvió la costa de *Little Bay*, en Australia, el puente *The Pont Neuf* de París, el edificio de *Reichstag* de Berlín, etc. Cuando empaquetó el edificio de *Reichstag* de Berlín, pasó una cosa sorprendente. Las personas pensaron de esta manera: en este edificio se dio el más grande acto nazi, pero después de su envolvimiento en este edificio nació un nuevo congreso para la unidad de Alemania.

<sup>19</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, consulta del 26 de Marzo, 2011, de [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=montaje](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=montaje)



Fig 20. Javacheff Christo(1935- ) «*Wrapped Reichstag*»(1971-1995)

Podemos ver estas mismas acciones en el acto de envolver un regalo y la presentación de un nuevo producto, pero ¿por qué se hacen estas acciones? Porque las personas tienen curiosidad de lo que hay dentro de la envoltura, ya que piensan o imaginan que dentro hay alguna cosa nueva. Esta envoltura hace una ruptura de la continuación de su existencia, por eso se cambia la percepción de las personas cuando no saben lo que hay dentro del regalo envuelto.



Fig 21. Kim Young sun. *El espacio cliente*. En el patio de la facultad de arquitectura de Unam. 2008

## “El arte como juego”

La idea o noción de “el arte como juego” tiene la posibilidad de abordar cualquier temática, forma y espacio, así como la relación con las personas como receptores. Gracias a las características del juego los artistas crean las obras, y el arte se puede relacionar con los fenómenos sociales y culturales, al tiempo que los receptores espontáneamente participan en el arte de forma lúdica.

### Una definición de “el arte como juego”

“El arte como juego” es una propuesta que se centra en la vinculación entre la creación artística y las actividades lúdicas. Para construir esta noción, se analizan las características del juego especialmente en este texto; se menciona lo lúdico, la imaginación y la mimesis y la historia del arte que se relaciona con el juego.

Las características del juego -lo lúdico, la imaginación y la mimesis; aparecen en el transcurso de la creación del arte, ellos son comunes al arte y al juego, un instinto del ser humano. Incluso en

el arte, la intención se dirige a una producción, y en el juego no es una obligación obtener un resultado, sino que es un proceso de la actividad lúdica.

Beatriz Caba escribe -en el libro *De jugar con el arte al arte de jugar...un proceso lúdico creativo*<sup>20</sup>- que el arte y el juego están en conexión; el juego genera la creación a través de lo lúdico, la imaginación y la mimesis; de esta creación surge el arte; en este momento crece el placer del artista al expresar las obras; al mismo tiempo lo juega. En esta actividad no hay un resultado fijo, por esto necesita concentrar su esfuerzo en el momento, su resultado es variable. Otra característica del juego y del arte es que ambos poseen una dimensión esencial del deseo, este deseo genera la creación, y gracias a dicha creación se satisfacen los deseos.

En la historia del arte, el juego es un motivo y un factor de la creación, los hombres prehistóricos dibujaban animales, bailaban y cantaban sin distinguir entre lo real y lo irreal, el arte y el juego. En nuestra época, también se puede encontrar la relación entre el juego y el arte, como se muestra en las propuestas aquí desarrolladas: “juego con muñeco y convertirse en muñeco”, “juguete automático y arte cinético”, “mágica y land art”, como un motivo de la creación, un tema, una estrategia del arte. Por otro lado en estas obras se evidencia cómo la artista coloca las obras donde las personas interactúan con ellas, en lugares donde pueden participar espontáneamente y jugar al mismo tiempo que crean.

La idea de “el arte como juego” es un tema del arte, significa que el arte es en sí mismo el juego, se hace el arte al jugar, se juega

---

<sup>20</sup> Caba, Beatriz, *De jugar con el arte al arte de jugar...un proceso lúdico creativo*, 2004, consulta 3 de abril, de <http://www.educared.org.ar/vicaria/adjuntos/caba.pdf>

con el arte mientras obtiene placer, gracias a la característica del juego, el arte puede ser divertido y lleno de esperanza. Esta es una estrategia del arte para producir arte, los artistas pueden tomar cualquier tema y forma, en cualquier momento y lugar de la vida cotidiana; se pueden presentar, fuera o dentro de las galerías o los museos, en los espacios cotidianos, de modo que los receptores pueden participar de manera espontánea.

### “El arte como juego”, ¿Por qué?

Porque es un concepto que permite la creación de intervenciones artísticas en sitio específico, a través de una acción lúdica del artista que relaciona el contexto, la forma, el espacio y su relación con los receptores en torno de las problemáticas sociales.

Actualmente estamos viviendo en la sociedad del consumo. El arte también se ha comercializado; muchos artistas y diseñadores se autogestionan para vender sus obras. Ahora el arte tiene un papel importante como producto y se mezcla con la cultura para producir cosas, como en una especie de hibridación cultural sin consideración de sus significados y orígenes. Nosotros consumimos productos que nos son impuestos por las grandes empresas extranjeras transnacionales y de los países avanzados. También el juego, que es producto de un instinto del ser humano se ha insertado en esta dinámica consumista. En la actualidad, el hombre necesita comprar los productos que están en el mercado para satisfacer su conducta consumista, es así que el juego se ha convertido en un objeto más del consumismo capitalista, aunque siempre ha sido parte inherente del ser humano.

Debido a este fenómeno, estamos perdiendo nuestros instintos en el juego. Ahora para jugar se necesitamos dinero: para comprar juguetes industriales, o porque el arte también es atrapado en un circuito mercantil en el que se le pone un precio. Las personas en general piensan que el arte está lejos de su vida, a pesar de que no es así. El arte es comunicación, nos invita a reflexionar sobre nuestra vida, para luego poder regresar de otra forma a esta. La mimesis permite hacer un arte más libre y al mismo tiempo relacionarlo con fenómenos actuales.

“El arte como juego” se presenta como una propuesta que permite ir a lugares específicos para jugar y donde no es necesario pagar; las personas se encuentran inesperadamente con un juego, rompen su rutina diaria y se mimetizan a través del instinto del humano y el arte. El concepto, “el arte como juego”, presenta al artista como un hilo conductor que coloca un dispositivo que se acciona por medio de estrategias en el espacio público o privado y que invita al espectador; no se limita a la galería o museo. Además anexa los símbolos de fenómenos del consumo social e hibridación cultural para provocar una reflexión en las personas afectadas por la pieza. Como el arte, no rechaza estos fenómenos sociales, sino que los expresa y crítica. Pone al arte en la vida cotidiana para jugar con él, como parte de un instinto intrínseco del ser humano.

En mi opinión el arte como un juego es una forma de expresar y experimentar la realidad social de una manera lúdica, una actividad para romper con la vida cotidiana del público y también ofrecerle entretenimiento. Esta definición evidencia que el arte como juego es una práctica que acerca más al artista con las personas y viceversa.

CAPÍTULO

2

## El arte y el juego en el contexto del consumo social y la hibridación cultural

## Aproximación a los conceptos de consumo social e hibridación cultural

El consumo social es un término utilizado en economía y sociología, que *está basada en un sistema tendente a estimular la producción y uso de bienes no estrictamente necesarios*<sup>21</sup>; en la sociedad contemporánea se refiere al consumo desmedido de bienes o servicios, por las personas para satisfacer sus deseos.

La hibridación cultural como refiere García Canclini, significa cultura de *seres híbridos*<sup>22</sup>: puede ser multicultural, intercultural o transcultural. La palabra híbrido generalmente es usado en biología, pero ahora esta palabra se aplica en los fenómenos sociales e incluso en la cultura. Estos dos fenómenos tienen una estrecha relación, ya que, por el tipo de interés y su entorno, el consumo social aprovecha imágenes de cualquier tipo en especial las de la cultura dominante para vender más y acelerar el fenómeno de hibridación cultural.

<sup>21</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*. Decimonovena edición, Madrid, 1970, consulta del 15 de abril 2009 de [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=cultura](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=cultura)

<sup>22</sup> Ibid.

## El consumo social

El consumo social se relaciona con la actividad de venta, compra e intercambio. El mecanismo de consumo consiste en una supuesta relación de conveniencia recíproca entre productores y consumidores, como “vender y comprar”, “extinguir y consumir” con lo cual cuando se “agota” un producto se genera una nueva producción, y así el mecanismo de consumo funciona. Actualmente tiramos la mayoría de los productos antes de gastar todo su valor de uso y sólo los intercambiamos a través del dinero. Según Marx, la economía se orienta al *valor de cambio*<sup>23</sup>.

Gracias al desarrollo técnico e industrial se fue construyendo la infraestructura mundial, especialmente en los países del primer mundo donde la producción excede por mucho a la demanda. Las personas pueden tener acceso ilimitado a los alimentos, a la ropa y a los enseres del hogar. Jeremy Rifkin escribe que se ha llegado al límite de consumo de los objetos. *Para un 20% de los consumidores en el mundo, que gozan del beneficio de la riqueza por el modo de vida capitalista, es difícil tener el deseo de comprar, ya que su necesidad ha sido satisfecha por mucho, aunque esto no quiere decir que no sigan consumiendo más cosas.*<sup>24</sup>

Por su parte, Nam jun Baek (1932-2006, video artista) dice que *No hay más que comprar*<sup>25</sup>. y argumenta que el consumo social se enfrenta a nuevos retos. Los consumidores necesitan otras cosas para satisfacer sus deseos y los productores deben buscar nuevos

<sup>23</sup> Marx, Karl, *Contribución a la crítica de la economía política*, siglo XXI Editores, pp.49- 61

<sup>24</sup> Rifkin, Jeremy, *The Age of Access*, Corea, Editorial minmsa, 2000, p.212

<sup>25</sup> Loeffler, Carl Eugene, *The Reality Police, The Virtual Reality Casebook*, New York, 1994, p.60

materiales para fabricar y vender más. Para satisfacer el deseo de los consumidores, los productores comercializan todo e incluyen todos los objetos, desde los que tienen precio hasta otros que no deberían tenerlo, por ejemplo: la multimedia, la seguridad, la comunicación, el cuerpo, el sexo, el tiempo, los puestos, el agua, el aire, etc.

Los productos, servicios y bienes materiales se presentan en la mayoría de las sociedades con un excedente aparente y son mostradas en los grandes almacenes al alcance de la gente, como en una especie de exhibición que tiene como fin el consumo excesivo en los centros comerciales. Los productos exhibidos siempre son acompañados de publicidad en un paquete. Por ejemplo, cuando se compra una cosa, es necesario comprar también los accesorios y esto va orillando a consumir más productos. El consumo sugiere la continuación del consumo en un “acto de comprar, comprar...” como valor de acción.

Baudrillard dice que: *el consumo actual no adquiere cosas en sí, sino actitud de comprar, es un ‘signo’ de lo que los objetos representan. Así pues, el consumo ya pasó de la ‘actividad económica’ a un acto que usa ‘signos’ en venta. Por eso él definió que el consumo es un ‘sistema lingüístico’ o ‘sistema de comunicación’<sup>26</sup>.*

Otro rasgo esencial del consumo social es su difusión a través de los medios de comunicación, los cuales ostentan un gran poder de influencia en el comportamiento y en los hábitos de compra de las personas. Los medios de comunicación muestran modelos de vida aparentemente ideales, impactando en la psicología de los

---

<sup>26</sup> Baudrillard, Jean, *La Sociedad de Consumo*, Corea, Editorial Munye, 1991, p.80

consumidores, quienes buscan imitar esos modelos - vistos en la imagen de una película o telenovela- consumiendo los productos necesarios para llevar esos estilos de vida copiados de la televisión.

Los medios de comunicación favorecen y forman parte del fenómeno de la globalización: la expansión de este fenómeno es notable y ha aparecido en otros países que tienen dinero a nivel mundial y han formado un enorme mercado internacional.

Dolores Comas D’Arqemir dice: *No hay sólo expansión del mercado, no hay sólo occidentalización del mundo o modernización, en una especie de influencia en una sola dirección y con la recepción pasiva de los flujos económicos y culturales hegemónicos. Wolf(1987) hizo una importante contribución en este sentido, al advertir que cuando se habla de economía-mundo hay la tendencia a considerar que existe un sistema hegemónico que se impone de forma unilateral y anula a los demás<sup>27</sup>.*

A partir de redes globales cada vez más exitosas el intercambio de información se consolida en la búsqueda de obtener consumos rentables, alcanzando dimensiones de penetración desde el nivel de la persona pasando por los diversos grupos hasta llegar al nivel de las sociedades. Los *mass media* buscaron, en tiempo real, en virtud de su intervención especializada, cerrar filas entre ellos mismos para configurar el gran oligopolio que son hoy día: pocos grandes difusores, atendiendo mercados con alto grado de concentración, apuntalando al resto de sus homólogos, asociados en cártel y ejerciendo enorme poder estructural.

---

<sup>27</sup> D. Comas d’ Arqemir, et al. *Los límites de la globalización*, España, Editorial Ariel Practicum, 2002, p.97

No se niega tampoco la preponderancia de la economía de mercado y el que la expansión del capitalismo se haya hecho a expensas de crear centros y periferias, dominación y subordinación en la sociedad. La clase empresarial dominante ha configurado el gran oligopolio con pocos oferentes de poder estructural, dejando a las empresas chicas sin oportunidad de existir. Los países tercer mundistas están subordinados a los países avanzados del llamado primer mundo. Los ricos pueden ser más ricos; los pobres -víctimas de ellos, cada vez más pobres.

## La hibridación cultural

La hibridación *resulta del cruce de dos especies distintas*<sup>28</sup>, hoy en día esta palabra se utiliza en diversos ámbitos, como el político, el económico, el cultural y hasta en la vida cotidiana, y expresa los fenómenos que se han mezclado entre sí.

García Canclini dice que el término de la hibridación cultural *no es un resultado de la híbrides, sino de los procesos de hibridación en varias áreas*<sup>29</sup>, al no conocer el principio, continuamente han surgido híbridos, por consiguiente, no engendra unidad y homogeneidad; generan variedad y diversidad, nuevas prácticas y nuevas estructuras. Estos procesos incesantes, variados, de hibridación llevan a relativizar la noción de identidad. La historia de los movimientos de identidad revela una serie de operaciones de selección de elementos de épocas distintas articulados por

<sup>28</sup> *Diccionario práctico escolar*, México, Editorial Larousse

<sup>29</sup> Néstor García Canclini, *La globalización: ¿productora de culturas híbridas?*, Argentina-México, Consulta de 2 de Abril de 2010 de <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html> p.10

los grupos hegemónicos en un relato que les da coherencia, dramaticidad y elocuencia.

En un mundo tan fluidamente interconectado, se reestructuran mestizajes, sincretismos, spanglish, conglisch, “fusión-comida, músico y ropa” a través de nuevos medios que conjuntan el inter-, trans- y multi-, en varios campos: raciales o étnicas, religiosos, lingüísticos, culturales, dancísticos, musicales, cinematográficos, etc. García Canclini explicó que:

*La mezcla de colonizadores españoles y portugueses, luego ingleses y franceses, con indígenas americanos, a la cual se añadieron esclavos trasladados desde África, volvió al “mestizaje” un proceso funcional en las sociedades del llamado nuevo mundo. En la actualidad menos del 10 por ciento de la población de América Latina es indígena. Son minorías también las comunidades de origen europeo que no se han mezclado con los nativos.*<sup>30</sup>

En México podemos ver los aspectos físicos y cromáticos del mestizaje: varios colores de la piel, los ojos y cabello, diferentes de los rasgos físicos (Fig 22 y 23).

Otro factor importante es la religión como forma de colonización. La religión se considera un eje del pensamiento y los hábitos de un pueblo. Además, por la globalización, aún en muchos países que tienen la misma religión, como la católica, ésta se conforma de manera distinta, en su práctica y estructura por las características culturales de cada país. Por ejemplo, en Corea el catolicismo se mezcló con una de forma de confucianismo y acepta el servicio conmemorativo: ‘Jesa’ que es un memorial o rituales, al

<sup>30</sup> Op. Cit. p.12



Fig22. Kim Young sun , *Matejo*, 60x50cm, acrílico en bastidor

Su piel es muy blanca. Cuando las personas le ven, se preguntan "¿Él es extranjero o mexicano?". Él es mexicano. Su mamá es de Estados Unidos.



Fig 23. Kim Young sun, *Gustavo Peña Herneudec*, 60x50cm, acrílico en bastidor

Él es maestro de historia en el CEPE. En la clase nos habló de sus padres. Su mamá es de Vascongado, cuando sus padres se casaron, los padres de su mamá se opusieron. Él conoce mucho sobre México, y a él le gusta vivir en México. Aunque haya tenido otras oportunidades de vivir fuera del país.

*preparar la ofrenda con los alimentos, representa al Espíritu Santo y los muertos esparcidos. En términos generales, indica sacrificio del chamanismo y el culto a los antepasados, los antepasados de la adoración de la naturaleza con respecto*<sup>31</sup>. En el caso mexicano, uno de los motivos principales de sus festividades es el religioso, que mezcla el cristianismo con tradiciones y prehispánicas. Un ejemplo es la fiesta dedicada a la Virgen de Guadalupe, "La Morenita", el 12 de diciembre, en la que se puede ser testigo de peregrinaciones multitudinarias de fieles de todo México.<sup>32</sup> En ambos casos se formó un sincretismo religioso que tiene características particulares.

<sup>31</sup> Consulta 3 de mayo de 2010 <http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%A0%9C%EC%82%AC>

<sup>32</sup> *México: Festividades mexicanas*, Publicado de 17 de octubre de 2007, consulta de 6 de Julio de 2010 de <http://eskapa.wordpress.com/2007/10/17/mexico-festividades-mexicana/>

Edwrd Kamau Brathwite dice que *la creolización es un proceso de formación cultural tendiente hacia una normativización u homogeneidad, cuyo interruptus viene a marcar un hito en la construcción de contra-hegemonías*.<sup>33</sup> La palabra "creolización, ha tenido relación con las mezclas interculturales. La lengua básica y otros idiomas se mezclan por la colonización y el intercambio comercial generando una nueva forma de idioma, por ejemplo el casellano es usando por españoles, mexicanos, ecuatorianos, peruanos, etc., se pueden apreciar características diferentes en cada país en la pronunciación, la gramática, los significados de esta misma lengua en cada país.

La palabra hibridación parece más útil para nombrar no sólo las mezclas de elementos étnicos o religiosos, sino también para referirse a productos de las tecnologías avanzadas. Este fenómeno de hibridación genera una nueva forma de cultura y nuevos nombres. En las fronteras y en las ciudades, lugares donde hay muchos intercambios, se puede ver el fenómeno de la hibridación cultural de manera más evidente. En el consumo social se ha comercializado este fenómeno y su aceleración es más rápida debido a la globalización.

<sup>33</sup> Ileana Rodríguez, *Hegemonía y dominio: subalternidad, un significado flotante*, México, Edición de Snatiago Castro-Gómez y Eduardo Mendieta, 1998, Consulta de 18 de abril de 2011 de <http://www.ensayistas.org/critica/teoria/castro/rodriguez.htm>

## El papel del arte y el juego en el contexto del consumo social y la hibridación cultural

Tanto en el consumo social como en la hibridación cultural, el papel del arte y del juego son centrales, incluso en su ámbito mercantil, aunque también en su contenido cultural: generan productos para satisfacer deseos; una herramienta para producir los empaques de los productos para distinguir la diferencia entre éstos. Además gracias al desarrollo de los medios de comunicación, rápidamente se necesita de nuevos contenidos e imágenes para comercializar todas las cosas, y en el proceso de creación de esos contenidos están presentes el arte y el juego. Por otra parte, en el campo del arte y del juego se generan las características del consumo social y la hibridación cultural como son la repetición, la recopilación, *the Factory*, sistema de *Star*, etc.

### El juego y el entretenimiento masivo

Comúnmente, el juego ha sido considerado contraparte del trabajo; si el juego se identifica con los niños el trabajo se ha identificado con el mundo adulto. La actividad principal de los niños es el

juego; en nuestros días existe una industria especializada en el juego, que produce los juguetes comerciales, los videojuegos, las ferias, las películas infantiles, etcétera. Por lo tanto, la pregunta es: ¿los adultos no juegan? Por supuesto que sí, ellos juegan, pero generalmente se utilizan otras palabras para hacer referencia a la actividad lúdica, como el reposo, el descanso, el viaje y la fiesta: en lugar de “jugar”, viajan afuera de su vida cotidiana, hacen fiestas, van a un bar, a la cafetería, al cine, al museo y al teatro, también hacen *shopping*.

La mayoría de los juegos ya están comercializados y sistematizados, de modo que se podría definir al juego contemporáneo como un negocio comercial que incide en los deseos básicos del disfrute de las personas, una forma de entretenimiento masivo. Grandes empresas comercializan entretenimiento masivo con contenido y dispositivos para todas las personas de acuerdo a su edad y género: actividades emocionantes, científicas, para desarrollar habilidades y ejercitar la mente, etcétera.

Muchas personas pasan una buena cantidad de tiempo delante de la televisión, de manera que esta actividad la consideran un tiempo de juego y descanso. A través de los medios de comunicación las personas reciben mucha información y también indirectamente pueden divertirse con el deporte, la música, los recorridos de los museos, el arte circenses y la danza que ahí se transmiten, sin necesidad de ir a otros lugares. Los *mass media* se han apropiado del tema de la fantasía, de los mitos y de la magia, por ejemplo, en películas como “El señor de los anillos” y “Harry Potter”, que ganaron popularidad en todo el mundo. Gracias al desarrollo de la tecnología, de la ingeniería mecánica, de la tecnología de la información, de la ingeniería genética y del diseño, la fantasía se realiza y experimenta de manera vívida en los medios de comunicación.

En esta dinámica se desarrollan los rasgos teatrales, las personas se mimetizan con los actores con su imaginación. Cuando ven una película, leen una novela, o siguen una telenovela, se convierten en los personajes de éstas a través de su imaginación. Este acto de imaginación se perpetúa en la vida real. Las personas imitan a los actores y su vida: hacen fiesta disfrazados y usan ropa de personajes ficticios como “Superman”, “Spaiderman”, “Snow White”, etcétera; visten con ropa de diario como trajes de deportes; usan los accesorios de los actores; decoran sus casas como lo ven en la tele o buscan comprar los mismos coches que ahí se anuncian. Los vendedores rápidamente comercializan estas cosas. Además se pretende escenificar una imitación, a nivel profesional, de estas actividades. Por esto surgen nuevas prácticas y estructuras de juego como el karaoke, la discoteca, etc. En estos lugares se hace una distinción entre “el jugar bien” y “el jugar mal”; a quienes lo hacen bien se les considera una *star*, y a quienes no lo hacen bien se les considera *marginados*. Cuando se juega bien y se destaca en un grupo de actores, se es una *star* o celebridad; si no se juegan bien, se queda al margen del grupo.

“Starcraft” es un videojuego de ciencia ficción del tipo juego de estrategia en tiempo real, creado por Blizzard Entertainment. Inicialmente salió a la venta para Microsoft Windows el 31 de marzo de 1998, y hasta el día de hoy es el más vendido en todos los tiempos para PC.<sup>34</sup> El Video juego “Starcraft” y su expansión “StarCraft: Brood War” vendió 1,5 millones piezas en 1998 en todo el mundo y se convirtió en la mayor venta de juego en este año<sup>35</sup>,

<sup>34</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/StarCraft>

<sup>35</sup> IGN Staff, *Starcraft Named #1 Seller in 1998.*, Publicado de 20 de enero de 1999, Consulta de 20 de enero de 2010 de <http://pc.ign.com/articles/066/066492p1.html>



Fig24. La atención de interés de StarCraft 2 renacido!, Sport Seoul . com,

IMVSE Bilzzard sumó más 9,6 millones vendidos hasta 2007<sup>36</sup>, y se ha estimado que se han vendido más de 11 millones hasta febrero de 2009<sup>37</sup>. En 1998 éste ganó un premio original por los mejores juegos de estrategia<sup>38</sup>, además recibió una serie de los premios como la estrategia del juego de este año, el mejor multipalyer, etc. Tan sólo en Corea ya vendió 4,5 millones, que es casi la mitad de las ventas mundiales<sup>39</sup>. Han surgido jugadores y equipos profesionales, y los juegos se transmiten en la televisión. Este juego ha tenido una alta popularidad e influencia en la sociedad.

Las fotografías(Fig. 25 y 26) son de jugadores profesionales y ganadores en el mundo de “SartCrest”, pero además ellos se parecen a actores o modelos por sus poses, sus expresiones y la tecnología de la fotografía. Como ya se mencionó, cuando no se juega bien y no participan en el sistema del juego, se es despreciado o marginado

<sup>36</sup> STARCRAFT® II UNVEILED. Blizzard.

<sup>37</sup> Kris Graft. *Blizzard Confirms One “Frontline Release” for ‘09.*, Edge, Consulta de 12 de febrero de 2009 de <http://www.next-gen.biz/news/blizzard-confirms-one-frontline-release-09>

<sup>38</sup> *The Academy of Adventure Gaming Arts and Design.* Game Manufacturerers Association.

<sup>39</sup> Mo Sung hyeon, *SartCrest, The games*, Corea, Consulta de 2010 de <http://thegames.co.kr/main/index.php>

en sociedad, por ejemplo, en las escuelas de Corea surgió una palabra nueva “Wangta”<sup>40</sup>: para hacer referencia a una conducta de verbal y física que aliena algunos personas en particular, repetidamente se les ignora o socava por un grupo. En Japón se habla “la intimidación de la cultura japonesa” e inclusive han surgido grupos que sólo juegan como “Otacu”<sup>41</sup> y “Hikikomori”<sup>42</sup>: personas que viven sólo en sus casas por no ser aceptados en la vida social”.



Fig 25. Seo Jisu triunfó Bak Taemin y avance la eliminatoria de Blue Star V, Reporte Seo Byeonchun



Fig 26. Sale la Venus, se pone la estrella grante... una moda del cambio de la generación en Star Creft, Reportes Gwon O hyoug, SportsKHAN.

Las películas y los programas de televisión han surgido como un nuevo sistema de juego. También crean y difunden, mediante la propaganda, distintas clases de productos ligados a cada juego o programa, como juguetes, muñecos, materiales escolar, etc. Por ejemplo, los programa de animación de “The Walt Disney Company”, “Warner Bros Entertainment. Inc.” son fenómenos

mediáticos que cuentan con mucho dinero, tecnología y diseño, que tienen una gran presencia de publicidad en muchos países y también clientes a nivel mundial. Sus imágenes se han vendido a varios tipos de empresas con alto costo de la licencia, estas imágenes producen otros tipos de artículos como juguetes, materiales escolares, ropas, mochilas, etc. Otro ejemplo es la transnacional de comida rápida “Mc Donald’s”, una empresa que otorga mucho valor al juego y a los juguetes: la mayoría de sus locales tiene área de juegos para niños; vende “La cajita feliz”, que contienen una hamburguesa, un refresco, una papas y un regalo de juguetes de Disney y animación de Japón para niños. Esta es una estrategia es para atraer a los niños y al mismo tiempo hacer más promoción de sus imágenes entre los consumidores infantiles.

Walter Benjamin( 1892-1940, filósofo) vivía en París, observaba la nueva ciudad en siglo XX, empleó el término “passage” para describir el prototipo de las calles de esta ciudad:

*“Passage” es una calle donde hay muchas tiendas en una ciudad, todos los días puede ser usada sin la influencia del tiempo y esto es un símbolo del capitalismo que reemplaza la relación de la gente por la relación de la mercancía-artículo... Las nuevas arquitecturas son como una “arcada” que consisten en vidrio y metal, y se puede ver en el interior desde el exterior, para vender se exponen artículos en el interior y los caminates los ven desde el exterior... El interior cambia a exterior y el exterior cambia a interior, además por la luz se confunde entre exterior e interior. Los artículos brillan, por los vidrios de las imágenes que reflejan a otros objetos, ocurre una nueva fantasía de la imagen como las alucinaciones de las ilustraciones del surrealismo. Por esto ocurre una nueva visión de la atracción, de sólo caminar en el “passage” se puede sentir que se está en una fantasía, el “passage” es un*

<sup>40</sup> Naver enciclopedia, Diccionario de Dusan, Consulta de 7 de mayo de 2010 de <http://100.naver.com/100.nhn?docid=756561>

<sup>41</sup> ibid

<sup>42</sup> ibid

*espacio del consumo y una categoría estética... Estos fenómenos no sólo llaman la atención de la gente, sino que le dan la experiencia del impulso o el choque por la iluminación fuerte de muchas imágenes... interactúan juntas miles de ideas, de imágenes, etc. sus mensajes no tienen lógica ni origen, son como un montaje.*<sup>43</sup>

El centro comercial es un lugar que crea la ilusión de que es un sitio donde se pueden hacer y tener todas las cosas, desde la ropa y el alimento hasta el juego: juguete, libros, DVDs, bares, cafeterías, cine, etc. Además en este espacio se organizan muchos eventos: conciertos, exposiciones, talleres, etc. En los centros comerciales se venden casi todas las cosas, dentro de las cuales están juguetes y muñecos de series animadas y de algunas películas. También hay áreas de juego para niños; de igual modo las personas juegan al ver la decoración de las tiendas, que consiste en la imagen de la ciudad de moda, de la estación del año, etc. En este lugar las personas juegan al ver las cosas para consumir.

Hoy, el juego y el juguete se han convertido en mercancías centrales dentro del consumo social, el juego tradicional es una sombra de los juegos comerciales que se producen en el campo de la cultura. El juego de comprar con el dinero es muy frecuente en la experiencia social contemporánea, y parecen ser parte de un tipo de contrato que permite tener la experiencia analgésica de la compra. Pero este no es un juego puro, ya que implica el uso del dinero. El juego de mercado es una actividad pasiva e individual, no es activa y colectiva. Cuando el poder del mercado invade al juego, se devalúa el significado de la cultura del juego y se pierde la dimensión cultural en la actividad del juego propuesta por este proceso.

---

<sup>43</sup> Kim Sang suk, et al, *Las significaciones del espacio y de la ciudad*, Corea, editorial del So Myeong, 2004

## El consumo del arte

El arte refleja los cambios sociales y en algún momento aspiró a criticar los problemas del consumo social, pero al final entró al sistema de consumo en donde los medios usan al arte como parte de sus estrategias de venta, ejemplo de ello son los “Patische”, la “Repetición”, “The Factory”, el “Sistema de star”, etc. Al respecto Jeremy Rifkin dice:

*Las agencias de publicidad contratan a los jóvenes artistas talentosos, corporativos e intelectuales. Les piden que creen envolturas atractivas y con símbolos para empaquetar la cultura. Antes se consideraba a la creatividad, la autorrealización, el sentido de pertenencia comunitario, y una educación mental elevada como parte de la cultura, pero ahora todo esto se puede comprar en forma de bienes o servicios que son empacados como cultura.*<sup>44</sup>

Gracias al desarrollo de la tecnología las industrias funcionan a través de la producción en masa y ya se ha generado una gran cantidad de inventarios sin vender. Para solucionar este problema las empresas han incorporada la parte de diseño, anuncios a disposición en sus empresas y solicitan a los artistas empaques con diseño, publicidad por televisión, radio, carteles, etc. para incrementar las ventas del producto.

*Desde la época del romanticismo en el siglo XIII y el siglo IX, las personas han pensado que los artistas persiguen el valor de resistencia en sociedad. Los artistas empezaron a expresar sentimientos y deseos que fueron frenados por ‘iluminismo*

---

<sup>44</sup> Rifkin, Jeremy, *The age of access*, Corea, editorial minmsa, 2000, pp. 210-211

*filosófico' y que se reprimieron por necesidades del mercado industrial.*<sup>45</sup> Los artistas representaron otra dimensión de la experiencia como el deseo de escapar de la vida inquieta de la era industrial en el mundo, que principalmente consistía en ser eficaz, útil, objetivo y evitar toda metafísica. La sociedad contemporánea se guía por la acumulación de bienes materiales y la búsqueda de la riqueza. Los artistas son símbolos de otro lado de la modernidad. Ellos privilegian la subjetividad en lugar de la objetividad e insisten en ponderar la creatividad sobre la diligencia. En general, los artistas prefieren expresar y ejercer su libertad y felicidad, acudir a sus deseos para autorrealización y la auto-expresión en el mundo. El arte realiza los deseos e instintos; esto ha sido aprovechado para impulsar el consumo, explotando las necesidades psicológicas.

A través del desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación, como la impresión litográfica, el cine, la prensa, la radio, etc. el consumo social utiliza al arte como herramienta estratégica de alcance a un público específico; este público tiene acceso rápidamente al inspeccionar los medios culturales como son: la pintura, baile, música, teatro, conciertos al aire libre, desfiles, festivales, eventos, deportivos y eventos públicos, sin mirar personalmente las piezas, es decir como si se tratara de un arte indirecto, sin límite de tiempo y espacio.

En los medios de comunicación se utiliza cualquier tema para comercializarlo: desde imágenes de artistas conocidos hasta la vida cotidiana. Por su parte, el arte también trasciende los temas tradicionales para abordar los modernos, elige varios temas: publicidad y modelos, “striptease” en Las Vegas, espectáculo en la noche, película de Hollywood, novela de horrores, romance,

---

<sup>45</sup> Op.Cit., p.209

biografías populares, el misterio del asesinato y la ciencia ficción. Al desaparecer la distinción entre el arte de elite y el popular, los artistas usan las imágenes sexuales y, o de asesinatos que eran un tabú, además copian de los obras de los artistas consagrados. La sociedad los acepta sin problema y estas obras obtienen gran éxito comercial.

Walter Benjamin hace referencia a la “reproducibilidad técnica” en el texto *La obra de arte en la era de su reproducibilidad técnica*<sup>46</sup>. El filósofo alemán explica que esta concepto sirve para definir la técnica que consiste en la copia masiva del arte a través de medios mecánicos como la fundición y la película para cámara. Él analizó “la fotografía y la película”, observando el cambio en la percepción del público. Concluye que la reproducción mecánica de la fotografía y la película no puede copiar la esencia y desaparece el “aura” del original por la reproducción mecánica. En la cadena de “original-copia-copia de copia”, la copia, rompe una percepción de la copia que es representación del original, de modo que también rompe con superioridad del original sobre las copias. Mediante el desarrollo de ciertas tecnologías ha sido posible la producción masiva. Debido al auge de los medios de comunicación ha sido más fácil copiar y se ha repetido interminablemente su reproducción. Por esto ha cambiado nuestro ambiente social y modelo de la percepción. Por otra parte, resulta fácil tener acceso a los bienes culturales, gracias a la reproducción mecánica, pues se ha difuminado la distinción y las fronteras entre la cultura del élite, a la cual antes sólo podían acceder pocos, y la cultura popular.

---

<sup>46</sup> Benjamin, Walter, *La teoría literaria de Walter Benjamin*, Corea, editorial Minumsa. 1983, pp.197-231



Fig 27. Richard Hamilton, *¿Just What is it that makes today's homes so different, so appealing?*, 1922

Actualmente, gracias al desarrollo de los medios de comunicación, la velocidad de reproducción se ha acelerado y se han generado cambios en la vida, ejemplo de ello son los anuncios que se transmiten cada 20 segundos en televisión. Las películas y las telenovelas son hechas por ubicación espacial, sin una continuidad del tiempo, y al final son editadas. Por tanto presentan una suerte de “información distraída”, como se puede apreciar en el fotomontaje de la obra del Richard Hamilton (Fig 27), en donde se ve claramente la pérdida de la continuidad del pensamiento. Hamilton mostró la cultura popular contemporánea como un instante popular y cultural de las masas productivas, la juventud, sexualidad, etc. En su obra realizó un fotomontaje con muchas imágenes, la mayoría, productos del capitalismo: en el fondo hay dos cuadros, un retrato con estilo gótico y otro cómico, el hombre y la mujer que aparecen tienen una imagen comercial; el hombre tiene músculo y mira la cámara de frente; y la mujer tiene pose sexy y grandes pechos; aparecen letras y signos; en la ventana hay un paisaje de la ciudad.



Fig28. Millet, Jean Francois



Fig29. empaque de 'Harvest' en Corea



Fig 30. Kim Young-sun, *El dios del consumo*, acrílico en la caja de la galleta 'Harves', 2006

Otra ejemplo es “*Pastiche*”, en el que se copia un estilo específico y único, es como una máscara del estilo sin significado. No considera y no critica al original y copia de imagen que perdió significado.<sup>47</sup> Por ejemplo: los diseños impresos en las envolturas de productos coreanos utilizan pinturas de artistas muy reconocidos como: Vincent Van Gogh y Jean Francias Millet, como estrategia de venta. Todas estas imágenes impresas en los productos nada tienen que ver con el contenido de los mismos. Algunos artistas las re-

<sup>47</sup> Jameson, Fredric, *La lógica cultural del capitalismo tardío* de -the antiaesthetic, essays on postmodern culture, editorial estetica conemporaneo, 1993

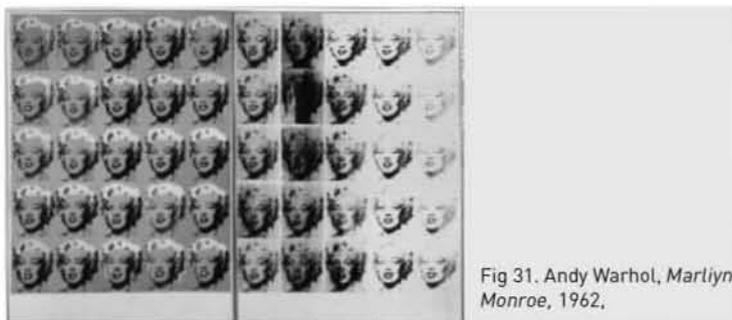


Fig 31. Andy Warhol, Marilyn Monroe, 1962.

usan o re-copian y anuncian estas imágenes en Internet. También las empresas las copian para usarlas en los productos cotidianos sin pensar en el significado del original ni en el por qué las copian.

Para algunos artistas esta reproducción mecánica y sin sentido es una estrategia para cumplir las demandas del consumo. Andy Warhol, por ejemplo, usaba imágenes de “Coca Cola”, latas de comida, cajas de jabón y rostros de personajes famosos- como Marilyn Monroe y Elvis Presley- y hacía pastiches con dichas imágenes populares, para luego exhibirlas utilizando el método de la replicación con máquina de serigrafía. La técnica de serigrafía es un método para producir arte comercial, como carteles de publicidad. La cantidad de estas obras que es posible reproducir coincide con la estrategia del consumo. Warhol usó esta estrategia para vender sus obras con éxito.

En este sentido, muchos artistas nuevamente han usado esta imagen repetida, por ejemplo: Kim Dong-u pinta la imagen de Monroe (Fig 33). Esta pintura consiste en pequeñas pinturas de Monroe repetidas. Sus obras se han vendido a un alto precio en subastas mundiales. ¿Por qué él, que es coreano, usa esta imagen? La respuesta es que él busca una imagen internacional y comercial como estrategia para vender en el mundo.

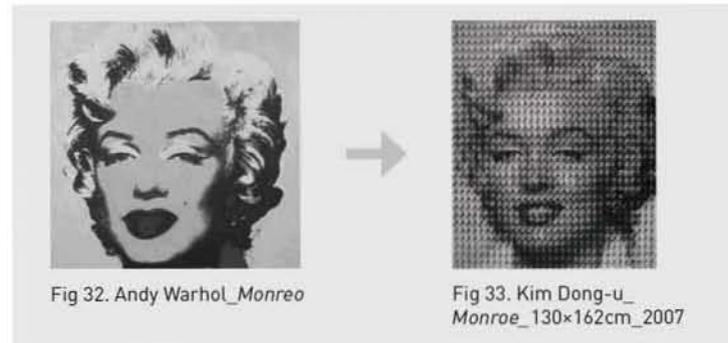


Fig 32. Andy Warhol\_Monroe

Fig 33. Kim Dong-u\_Monroe\_130x162cm\_2007

Originalmente, los medios de comunicación tenían como objetivo central transmitir mensajes, actualmente se piensa más en la imagen que en el mensaje, la tendencia general es pues que es más importante significante que significado. Al respecto, Gunther Anders dice:

*Cuando desapareció la distinción entre el original y la copia, la copia se volvió más importante que el original, y se generó un fenómeno en el que desaparece el mundo real. El original termina asemejándose a la copia ...Como la herramienta que es la extensión de las manos y las piernas, Marshall McLuhan (1911-1980) considera que los medios de comunicación son la extensión del humano. Ahora el “hiperrealismo” se ha constituido como un medio real, más real y las personas serán actores en la escena del medio<sup>48</sup>*

Por esto ya no se trata de representar al original como la copia, sino que se borra el original a través de la estrategia del

<sup>48</sup> Jin Jung-kwan, *Estética moderna de Jin Jung-kwan*, Corea, Editorial Art book, 2003, p.259

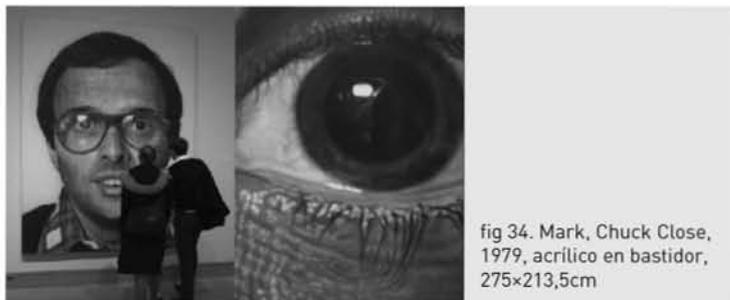


fig 34. Mark, Chuck Close, 1979, acrílico en bastidor, 275x213,5cm

hiperrealismo, como se puede apreciar en la obra de Chuck Close, que pinta una fotografía con lápiz y óleo, recreando más que una fotografía.

Una característica del arte actual que en mi opinión es importante destacar, es el estado de enormidad como parte del consumo social. Dicho fenómeno está estrechamente vinculado con la tecnología actual, gracia a la cual el individuo es capaz de crear superficies de gran tamaño debido a las facilidades de los materiales industriales y máquinas que son ahora cada vez de más fácil acceso a la mayoría de la población. El artista de hoy utiliza esta enormidad en su propia dinámica de trabajo, donde él se convierte en un creador de ideas y se limita a dar la maquila a personas especializadas que sólo siguen sus órdenes. Tan es el caso de: Claes Oldenburg (1929, escultor, Estados Unidos), quien representa en gran escala de objetos cotidianos en un espacio público. Por su parte, Jeff Koons (1955, York Pennsylvania) combina el *kitsch* con el arte conceptual, minimalista y pop. en una de sus obras comenzó, en 1980, colocando aspiradores completamente nuevos en vitrinas que parecían rigurosamente limpias y que estaban iluminadas por luces de neón, más tarde mostró con figuras de acero inoxidable reluciente.

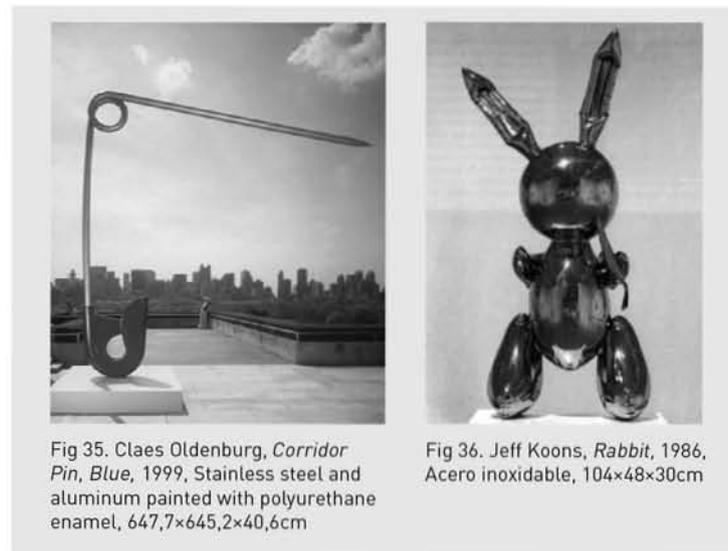


Fig 35. Claes Oldenburg, *Corridor Pin, Blue*, 1999, Stainless steel and aluminum painted with polyurethane enamel, 647,7x645,2x40,6cm



Fig 36. Jeff Koons, *Rabbit*, 1986, Acero inoxidable, 104x48x30cm

En el arte han aplicado este sistema los artistas consagrados para cumplir sus demandas del mercado. Andy Warhol llamaba "*the factory*" a su estudio que situado en la quinta planta del número 231 de la calle 47 Este en Midtown, Manhattan, Nueva York. Cuando Warhol se hizo famoso trabajaba noche y día en sus cuadros, que consistían en serigrafías y litografías fabricadas en serie de la misma manera que las grandes empresas capitalistas fabricaban productos de consumo.<sup>49</sup> Ha aumentado el número de artistas que utilizan este concepto de el artista como empresa. Ahora ellos son mundialmente conocidos y sus obras son populares y vendidas por millones de dólares. En sus estudios tienen docenas de ayudantes, cada ayudante tiene trabajo especializado, sus procesos de trabajo están sistematizados y el autor sólo dirige el trabajo.

<sup>49</sup> Consulta de 24 de mayo de 2010 de [http://es.wikipedia.org/wiki/The\\_Factory](http://es.wikipedia.org/wiki/The_Factory)



Fig 37, 38 y 39 Encuentro de Nancy Lang, 2009

En Corea hay una artista, se llama Nancy Lang. En la entrevista que le realizan en *Dreamersclub* se puede leer:

*¿Por qué usa sobrenombre : Nancy Lang?*

*“Éste es mi nombre verdadero, también Hye-ryeong Park es mi nombre, tengo doble nacionalidad, leglamente no podía tener dos nacionalidades, abandonó nacionalidad coreana y ya no hay nombre de Hye-ryeong Park en los documentos...busqué un apellido común ‘Lang’ con un abogado. Cuando era estudiante en preparatoria, supe que Nancy Park resultaba un nombre muy extraño para los extranjeros, éste significa capacidad de competir con debilidad contra los extranjeros. En Corea el cambio del apellido es un tabú, pero para mi es divertido ”<sup>50</sup>*

*Ella se graduó en la universidad conocida Hong-ik en Corea. En 2001, realizó una exposición individual “Fly me to the Paradise” en la galería Dukwon; en 2002, presentó la exposición individual “Energy flow” en la galería Kwan-Hoon; en 2004, la exposición*

<sup>50</sup> Lo Jihe, *Encontro Nancy Lang*, Publicado 24 de enero de 2009, Consulta de 16 de mayo de 2010 de <http://ozhey.tistory.com/109>

*individual “La serie de tabú yogin” en la galería Dmang y “el arte contemporáneo de Nancy Lang que está usando bikini” en la galería Ssmzie; presentó performances en bienal en Kwangju y en el Festival de Bellas Artes de Corea. Desde 2005 ocupa el puesto de directora de arte en la empresa de Ssamzie, es modelo de ropa y de publicidad en varios lugares; ha participado en programas de entretenimiento de la televisión –power interview de Lee Gumhee, singes in Seoul/contrasexual-, y actualmente conduce un programa –Trand report- en Mnet de Televisión<sup>51</sup>*

Los coreanos la llaman “artista pop”; probablemente se usa la palabra de ‘artista pop’ para decir un artista popular. Ella usa un nombre extraño en Corea y un nombre común en el mundo. Ella hace su obra y siempre prepara un evento en su exposición, por ejemplo, autógrafo, concierto en los que ella baila y canta, performances, una escenografía para tomarse fotografías con ella, etc. participa en los programas de la televisión, hace de modelo, se encarga un puesto en una empresa y escribe los libros sobre arte. También participa en los programas como artista visual, explica algo del arte en ellos. La televisión transmite casi toda su vida y la enmarca como un artista multifacética que hace muchas cosas y es genial. Ahora el artista podría ser un actor-mercancía. Así como introduce el “sistema del star”<sup>52</sup> que usan para promocionar y explotar a actores en el arte. Warhol recurrió a una gran variedad de medios de expresión artística, entre 1963 y 1968 produjo más de sesenta películas y también actuó en algunas películas. Jeff Koons fue quizás el primer artista en utilizar los servicios de una agencia de publicidad parar promover su imagen.

<sup>51</sup> Lang, Nancy, *Arte moderno de Nancy lang que usa traje de baño*, Corea, Rendermhouse, 2006

<sup>52</sup> *Diccionario Dusan*, Consulta de 20 de Mayo de 2010 de <http://100.naver.com/100.nhn?docid=99170>

Al darse cuenta que las obras tienen el valor comercial han surgido *las galerías como empresas*. Empezaron a hacer contratos con los artistas jóvenes donde les apoyaban con el estudio, el espacio para exponer y vender.

Es interesante como todas las variantes mencionadas en este documento se relacionan entre sí. La idea del consumo social y el arte como dos entidades orgánicas con relación directa, logran integrar un sistema bien identificado donde las reglas son dictadas por la ley de la oferta y demanda, y constituyen una arena internacional donde los artistas tienen la necesidad de adaptarse entre un sistema y otro para poder sobrevivir.

---

## Alternativas del arte como juego en el contexto de las problemáticas del consumo social y la hibridación cultural

El arte se adapta a los sistemas de consumo, por ejemplo: la publicidad utiliza al arte para vender más, por medio del diseño y de sus campañas. Siguiendo por esta línea se puede decir que el arte está copiando algunas estrategias de los sistemas de consumo social y gracias a este fenómeno se acelera la hibridación cultural. En mi opinión, el arte no debe ser esclavo de los fenómenos del consumo social y la hibridación cultural, pero tampoco debe resistirse a ellos. El arte necesita considerar estos fenómenos, identificar los significados, las formas, y representar las situaciones sociales en su tiempo.

La mercantilización del arte por medio de un sistema del consumo social, utiliza imágenes que se proyectan a través de los medios de comunicación, cada segundo cambia e impacta la decisión de compra de muchos consumidores potenciales. El arte ayuda a producir estas imágenes que son aprovechadas para vender más. Al mismo tiempo, en el campo del arte urbano se reutiliza esta estrategia para contactar a las personas y representar estos fenómenos como una interacción artística que logre conectar al

espectador y lo haga cómplice de la pieza creada por el artista. A través de las características del juego, el artista toma libremente los fenómenos sociales en relación al consumo social y la hibridación cultural, y utiliza una estrategia de interacción en el espacio público para presentar sus obras.

El espacio público es un lugar en el que se reflejan la sociedad y la cultura, es un espacio cotidiano en el que convive mucha gente. El artista se presenta en el espacio público porque necesita mostrar su visión alternativa, crítica o irónica por medio de estas interacciones con el público, por lo que sale a las calles al encuentro con las personas.

## El contexto

El contexto es un entorno físico o de situación, ya sea político, histórico, cultural y de cualquier otra índole<sup>53</sup>. Si el “arte conceptual”<sup>54</sup> es un género en el que es importante la idea o concepto, de manera tal que éstos se constituyen en sus matemática del concepto, el “contexto del arte” alude a la importancia que adquiere el entorno en el que se desarrolla el arte y en el que participan los artistas para reflexionar en torno de éste.

En el libro de *La historia del arte* de Gombrich, se subraya la importancia que tiene el contexto del arte para poder reflexionar sobre el interés y el pensamiento de cada época respecto a la producción artística. En el libro se hace referencia a la utilización

<sup>53</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, consulta del 2 de Marzo, 2011, de

<sup>54</sup> Meneguzzo, Marco, *El siglo XX y el arte contemporáneo*, España, Electa, 2006



Fig. Jacques -Louis David, Marat asesinado, 1793

del registro y algunos conceptos tales como estética, enseñanza, política, conservación, etc., para pensar sobre el contexto del arte. Por ejemplo, Gombrich señala que la pintura en Egipto expresaba las imágenes de la naturaleza y de la vida con la combinación de la regularidad geométrica y de una aguda observación como una forma para comprender fácilmente el procedimiento del artista. Las obras no se creaban para ser degustadas, a través de ellas se pretendía “mantener vivo”. El arte griego y el romano infundieron la vida a estas formas esquemáticas. Por su parte, el arte medieval se centró en la historia sagrada. En la época del Renacimiento, la expresión se hace realista gracias a un importante descubrimiento: por Filippo Brunelleschi (arquitecto, 1377-1446): “la perspectiva”.<sup>55</sup> En el

<sup>55</sup> Gombrich, E.H., *La historia del arte*, España, Phaidon, p.229

sigloXV, pintores y patrocinadores a la par fueron fascinados por la idea de que el arte no sólo podía servir para plasmar temas sagrados de manera sugestiva, sino también para reflejar un fragmento del mundo.<sup>56</sup> Durante el período de la Revolución francesa en el siglo XVIII, los artistas se sintieron libres para elegir como tema desde una escena shakesperiana hasta un suceso momentáneo; cualquier cosa, en efecto, que les pasara por la imaginación o provocara su interés. La Revolución francesa dio un impulso enorme a este interés por la historia y a la pintura de asuntos históricos.

El muralismo mexicano, que se desarrolló poco después de la Revolución social de 1910, es un movimiento artístico que tuvo un fin educativo y social: lograr unificar a México después de la Revolución. El contexto de la pintura muralista influyó notoriamente en los temas abordados por esta corriente: la situación social y política del México post-revolucionario, la propia Revolución, la industrialización del país las tradiciones populares, los caudillo mexicanos, la sociedad civil, los militares, el socialismo, el capitalismo, algunos los personajes principales de la cultura popular e incluso algunas imágenes del pasado prehispánico.

*El arte fue utilizado como una herramienta para la Revolución francesa de 1789 y la Revolución rusa de 1917, También se empleó como una propaganda de la economía de reconstrucción en Francesa e Inglaterra de siglo XIX, y fue utilizado como un dispositivo moral para enseñar al proletariado en la Inglaterra de siglo XIX.*<sup>57</sup>

Algunos teóricos del arte han observado que actualmente se ha

---

<sup>56</sup> Op.Cit., p.247

<sup>57</sup> Miles, Malcolm, *Arte, espacio y ciudad*, Corea, Editorial Hakgoje, 2000, p34

dado un proceso de despolitización del arte y el auge de posturas. *Las relaciones entre política y arte en el mundo contemporáneo no dependen ya del tema o del compromiso ideológico, sino de los estilos, imágenes y símbolos disponibles, carente de una mínima conciencia de sus implicaciones sociales y culturales.*<sup>58</sup>

Por lo tanto, ¿en qué contexto se desarrolla el arte actual? En las últimas dos décadas, el contexto general del arte es del debate público en torno de temas y problemas tan diversos como aquellos discutidos por movimientos como el feminista, el de los representantes de las minorías étnicas y religiosas, las asociaciones de vecinos, los emigrantes, los ecologistas y otras organizaciones no gubernamentales. En este contexto, lo político ya no se presenta como un compromiso definido con una ideología específica sino como una instancia discursiva que se expresa simbólica y subrepticamente en todas las formas de la actividad social, individual y productiva.

## La interacción

En el arte, la interacción es una labor que se ejerce recíprocamente entre el arte y el técnico, el arte y otros géneros como el musical, el teatral y la comunicación, así como entre el artista y las obras, los artistas y los participantes (receptores), las obras y los espectadores, la obra y el lugar, la obra y la cultura, etc. Generalmente, este término se ha usado para referirse al acto en el que los receptores participan por intención del artista en una de sus obras.

---

<sup>58</sup> Félix Suazo, *Para una redefinición de lo político en las prácticas de creación contemporáneas*, publicado por Mesa de Artes 2006, México, 1999

El arte interacción surgió o es ampliado por la instalación y el performance.

*Instalación. Término que se puso de moda en la década de 1970 para designar un assemblage o environment construidos en una galería, específicamente para una exposición.*<sup>59</sup>

*Performance art. Forma artística que combina elementos del teatro, la música y los artes visuales. Es afín al happening, pero el performance Art está a menudo más cuidadosamente programado y generalmente no implica la participación del público.*<sup>60</sup>

Gracias al desarrollo tecnológico, hay muchas imágenes para producir y comprar, ilusiones superficiales que pasan rápidamente por la retina. Las imágenes producidas como espectáculos ocupan la vida completa incluyendo al arte visual, además éste se dirige a espectáculos sociales. Hoy las personas dirigen su atención al sentido del instante. Debido a esto se pierde el interés por obras artísticas tradicionales como pinturas y escultura. Los artistas buscaron así otras formas artísticas y empezaron a presentar instalaciones y performances por su impacto como espectáculo en muchas galerías.

La interacción es compleja: suma la relación de los receptores, el espacio, otros géneros tradicionales, la instalación como decoración del espacio y el performance como propio de la acción del artista, de la fotografía o del video expuestos. El artista coloca una idea y pide a otras personas que hagan otras cosas como participación e instalación en escena.

---

<sup>59</sup> Chivers, Ian, *Diccionario de arte*, Biblioteca de consulta Alianza Editorial, Madrid, 1995, p.493

<sup>60</sup> *Ibid*, p.724

Otra característica de la interacción es que puede definirse como un arte de proceso, en el que no se obtiene un resultado al final sino cuya dimensión procesual y efímera, aquella generada en el momento de interactuar, es central. No obstante, en concordancia con la tradición de obtener un resultado o producto propio de los medios de comunicación, es común registrar las interacciones con fotografía y video. Entonces estos registros son una solución para su publicación posterior y su permanencia en el arte.

La obra genera casualidad gracias a los participantes, los artistas no presentan un resultado fijo, sino que proponen una idea o motivo: los participantes espontáneamente interactúan, los receptores ya no esperan de forma pasiva, sino que manipulan la obra. En este género es posible interactuar con el espacio así como trasladarse hacia los ambientes naturales y urbanos, donde la obra adquiere una dimensión procesual y efímera al considerar los problemas sociales. Las obras son realizadas en conjunción los elementos de la naturaleza y las personas. En el caso de los museos y las galerías, existe en la exposición una parte o un lugar destinados para interactuar o jugar y los visitantes a veces participan en este ejercicio. Muchos artistas salieron de los museos y las galerías con el fin de actuar en los lugares específicos.

El arte interacción se busca la relaciona con los participantes, el espacio, otros géneros, y los fenómenos sociales. Para ello los artistas deben investigar el contexto del lugar, sus características del lugar y su historia, los hábitos de las personas, los trabajos y los ritmos de vida del sitio, las vivencias de quienes ahí habitan, para trazar una etnografía y ecología del espacio.

## El espacio público

En el espacio público coexisten conciencia y *anonimato*<sup>61</sup>. Lewis Mumford(1895-1990), -sociólogo, historiador y urbanista estadounidense- expresa que *La ciudad es “metrópolis”, el propósito secular abruma la naturaleza y alma y la ciudad conquista al campo, luego la ciudad crece más como ‘megapolis’, por la acumulación y el crecimiento del deseo, metrópolis cambia a “megapolis”, un lugar en el que se ignora la vida de la gente*<sup>62</sup> Como si las personas fueran un pequeño punto y este desapareciera cuando se mira a las personas desde fuera de la ventana de un edificio.

El espacio público se construye a través y según la sociedad y la cultura específicas de cada tiempo: también por su geografía, sus elementos naturales, su etnología y su historia, los trazos de antiguos edificios y establecimientos comerciales, por la relación de las personas conviviendo en sus calles y por movimientos políticos existentes. Se organiza cada espacio según la forma, funciones y el comportamiento humano. Cada espacio público tiene características particulares que distinguen a una sociedad de otra.

El espacio público está planeado para una función y estructura que ayude a la buena convivencia, por tal razón son instaladas señales en un lenguaje común: letreros de las calles, números, imágenes, flechas, etc. para indicar destino, el nombre de las calles, las plazas, los parques, las instalaciones culturales, etc. El espacio público tiene un modelo de planificación que divide las zonas de

vivienda de las zonas industrial, las zonas comerciales y los espacios verdes, y los separan físicamente conectándolos mediante una extensa red de calles. Generalmente este modelo surge de los países avanzados sin considerar la estructura particular de la naturaleza de la región, la historia y las personas.

De igual modo puede decirse que el espacio público es un lugar de la vida cotidiana en el que la gente se congrega para caminar, pasear, conducir para llegar a otro lugar, como un ir y venir, de un destino a otro. En este trayecto las personas casi nunca consideran los significados de cada lugar transitado, por ejemplo: el origen del nombre de la calle, la historia del espacio, el objetivo de las instalaciones, etc. En las sociedades capitalistas, en las que el interés por consumir es prioritario, las personas se reúnen en los centros comerciales como plazas, mercados o “malls”, supermercados, etc. En estos lugares son exhibidos muchos productos con imágenes creadas por los medios de comunicación, se podría decir que son estos los espacios públicos por excelencia en la actualidad.

<sup>61</sup> Farlex, *The free dictionary*, Consulta de 14 de noviembre de 2010 de <http://es.thefreedictionary.com/anonimato>

<sup>62</sup> Bak Sam-chel, *¿Por qué es arte público?*, editorial Hakgoje, Corea, 2006, p.24

## Propuesta de arte interacción: el arte como juego en la vida cotidiana



La propuesta de "el arte como juego" se relaciona estrechamente con el prefijo "inter", en sus dos acepciones: "entre" y "mutuo". Lo que se busca es destacar las interconexiones que existen entre el arte y el juego, el arte y los fenómenos actuales, el arte y la vida; así como la interacción que se entabla entre el artista y las personas, el papel que cumple el artista como intermediario entre el arte y el público receptor; y, finalmente, como en todo esto se conjuga, gracias a la intervención en el espacio público y la vida cotidiana, con la expresión artística y el contexto social.

La propuesta consiste en la realización de una serie de arte interacciones e instalaciones basada en las estrategias del juego, en el contexto del fenómeno del consumo social y la hibridación cultural. Lo anterior interpretado a la luz de un análisis de teórico previo. Esta propuesta fue llevada a la práctica privilegiando la participación de las personas en el espacio público, especialmente, en México. Por ello se buscó vincular las obras con rasgos culturales propios de la sociedad y la historia de México. Como se verá adelante, bajo la visión del artista, se hizo un registro de las interacciones e instalaciones.

El juego es una estrategia, una forma de expresión y un proceso dentro de las propuestas. A través de las características del juego, fue posible recuperar libremente los contextos y darles distintas formas a las interacciones. Para darle una forma concreta a las propuestas se aplicó un tipo de juego que denominaremos, actual, y que consiste en usar ciertos símbolos -que permitan al artista hacer una crítica irónica sobre los fenómenos del consumo social y la hibridación cultural. La elección de dichos símbolos se dio a través de un proceso previo de observación e investigación por parte de la artista.

### Lo lúdico, la imaginación y la mimesis

Las características del juego son: lo lúdico, la imaginación y la mimesis. Estos tres elementos fueron recuperados como medios para construir las propuestas. Por ejemplo, en el caso de la mimesis, se recuperó una dinámica comúnmente presente en los juegos de los niños, en los que éstos se mimetizan con los personajes que

representan: los papás, un doctor, algún animal, la naturaleza o con cualquier tema. Se buscó que el arte aprovechara estos recursos y la imaginación para abordar crítica e irónicamente algunos fenómenos sociales, políticos o culturales.

Las obras se desarrollaron en el tiempo y los espacios de la vida cotidiana, a través de distintos actos de mimesis en los que la artista se disfrazó como muñeco, salió a la calle o realizó un acción en el escenario, es decir, se diseñaron diversos espacios de mimesis. Igualmente se buscó conectar el acto artístico con lo lúdico en los juegos propuestos por la artista a través de la participación y recepción del público. Esto se logró vía el montaje de una simulación, entendiendo por tal *la acción de simular: representar algo, fingiendo o imitando lo que no es*<sup>63</sup>.

La propuestas desarrolladas no fueron únicamente un juego solitario, sino un juego acompañado por el arte. Desarrollé las propuestas en el espacio público sin avisar a las personas, de modo que éstas casualmente encuentran las propuestas como juego en la vida cotidiana, voluntariamente las viven y aceptan interactuar en ellas como un juego que sale a su encuentro, que les hace salir de su rutina; así, estos actos de arte-juego se transforman en una actividad corpóreo-espiritual libre, donde se puede escapar por un momento de la vida cotidiana.

<sup>63</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, consulta del 2 marzo de 2011, de [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=simulaci%F3n](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=simulaci%F3n)

## Actuación y escenario en la vida cotidiana

La actuación y el escenario son estrategias de la expresión de la mimesis y son métodos para acercarse a las personas. En la sociedad de consumo, debido al desarrollo de técnicas y medios de comunicación, a los ciudadanos nos someten a muchas imágenes ilusorias, de manera que ya estamos acostumbrados a jugar con escenarios y actores. En el campo del arte también se utiliza a la actuación y al escenarios con el propósito de impactar a las personas.

El teatro integra cuatro elementos esenciales en su configuración: *actor, escena, receptores y drama (narración)*<sup>64</sup>. Generalmente la base del teatro es el actor; la escena es un espacio cerrado; los receptores son los espectadores pasivos; y cada pieza teatral tiene una narrativa o drama fijo.

Sin embargo, en las propuestas presentadas en este trabajo se exploró el papel del artista como un actor activo que se disfrazó con personajes que él mismo creó con elementos y símbolos de los fenómenos de consumo social y la hibridación cultural. Este artista-actor tuvo como único motivo el jugar, a menudo espontáneamente, pero también podía cambiar los papeles con los receptores o, a veces, no existía un actor principal, sino que los participantes voluntarios que iban apareciendo se convertían en los actores. La mayoría de las veces la escena fue un espacio abierto. Propuse dos formas de escena: una fue un espacio público elegido por el significado, la historia y la observación del lugar; la otra fue un espacio público explícitamente elegido para cambiar

---

<sup>64</sup> Enciclopedia Naver, *Diccionario Dusan*, Consulta de 21 de abril de 2011 de <http://100.naver.com/100.nhn?docid=112378>

la rutina cotidiana. Los receptores no sólo miraban mis acciones e instalaciones, sino que participaban creativamente. El drama de las interacciones fueron sinopsis breves que integraban símbolos del consumo social y la hibridación cultural; las narrativas fueron después transformadas libremente gracias a los receptores y a los elementos naturales del espacio.

El teatro avanza en continuidad temporal desde que se levanta el telón hasta que se le baja, al contrario; las película, en cambio, es producida por la conexión de corte y toma, toma y corte. Rompe la trayectoria del tiempo, de repente sale un plano del pasado, y se convierte en un fotomontaje. Cuando se graba una película en un lugar se toman todos los planos que se tienen que tomar en este lugar, luego se editan en una secuencia de tiempo. La característica de la película es la destrucción de la linealidad del tiempo.

En las propuestas presentadas en este trabajo, como si se viera una película se encuentran los planos imaginados por el artista, rompiendo la linealidad del tiempo; el espacio público rompe con la rutina e invita a la gente a participar en ellas a través de estrategias de juego e interacción entre actor y receptores.

## Vinculación con los fenómenos del consumo social y la hibridación cultural

Todas las cosas existen por necesidad y revelan los fenómenos actuales sin exageración. El arte reflexiona sobre la vida, al mismo tiempo que se representa en la vida. Actualmente vivimos en el sistema del consumo social en que se genera la hibridación cultural. Así, el contexto de las propuestas es el del consumo social y la hibridación cultural. En las propuestas se vinculan imágenes,

artículos cotidianos, días, representaciones y la historia de espacios como símbolos de estos fenómenos. La intención fue vincular algunos de estos elementos en las propuestas para expresar y criticar los fenómenos sociales, o cambiar los sentimientos basados en el análisis de estos fenómenos.

Los rituales y procesos seleccionados en estas acciones fueron:

**Las festividades mexicanas:** la historia + el consumo social y la hibridación cultural.

**Los muñecos:** la forma del juego + las cosas cotidianas + los fenómenos actuales.

**El material:** la característica del sentimiento aludido+ los fenómenos actuales.

**El lugar:** la historia + los fenómenos actuales + los sentimientos provocados en la persona + los elementos de la naturaleza.

**Las personas:** los factores sociales + las características del lugar+ la psicología.

## Muestra de obras con estrategia de juego con base en el análisis de fenómenos del consumo social y la hibridación cultural en la vida cotidiana

Las propuestas se realizan basadas en una investigación de la historia de los lugares y de las observaciones de los fenómenos sociales y culturales desde el punto de vista de la artista. Se dividen en dos partes: “volverse un Muñeco de México en la vida cotidiana para la festividad mexicana” y “Jugar en los espacios públicos específicos”, cada propuesta consiste en 4 obras.

En la primera propuesta la artista se caracteriza como un muñeco mexicano y hace arte interacción en diversas festividades mexicanas como Semana Santa, Día de la Independencia, Día de muertos y la Navidad. Con el objetivo de buscar un símbolo o icono se empezó a trabajar con los muñecos que se encuentran como souvenir típico en estos días festivos; después se observó y analizó la dinámica de las festividades. Después de esta exploración se buscó conectar al muñeco con las acciones en lugares específicos, conmemorando todas las situaciones de una forma irónica, que propiciara el diálogo y la participación entre personaje y receptores.

La segunda propuesta consiste en las interacciones e instalaciones en espacios específicos y muy diversos: un salón de fiestas, el Zócalo del Centro histórico de la Ciudad de México, el Barrio chino de esta misma ciudad, el patio de la Facultad de Arquitectura de Ciudad Universitaria (UNAM) y San Cristóbal de las Casas en Chipas. Cabe destacar que las propuestas se realizaron tanto de forma individual como en colectivo.

## Volverse un “Muñeco de México” en la vida cotidiana para la festividad mexicana

En México hay muchas fiestas; los mexicanos disfrutan haciendo fiestas por cualquier motivo, por ejemplo: bodas, baby shower, bautizos, XV años, conmemoraciones especiales por cumplir 50 y 60 años, bienvenidas, despedidas, etc. A continuación se muestra un cuadro con las festividades oficiales en México:

Como puede observarse en el recuadro, en el calendario mexicano hay varios días festivos oficiales -*Año nuevo, Día de la Constitución, Natalicio de Benito Juárez, Semana Santa, Día del trabajo, Día de la Independencia, Revolución Mexicana, Día de Navidad*<sup>65</sup>- que históricamente y culturalmente son importantes.

En estos días se decoran los espacios públicos donde tendrá lugar la fiesta, por ejemplo se coloca cinta freak a lo largo de las calles o edificios; también se preparan eventos especiales: conciertos, exposiciones, ferias, etc. Las personas se reúnen en los espacios públicos para compartir el sentimiento de estos días; por

<sup>65</sup> ¿Cuándo en el mundo?, *Calendario del 2010 México*, Consulta de 17 de noviembre de 2010 de <http://www.cuandoenelmundo.com/calendario/mexico/2010>

otro lado, en las casas se preparan fiestas para comer, tomar, bailar y platicar.

Por tradición, costumbre e historia, se realizan eventos específicos según sea el motivo de cada fiesta o conmemoración. Uno de los motivos principales de las festividades en México es el religioso, en el que mezcla el cristianismo con las tradiciones prehispánicas. Actualmente han surgido nuevos fenómenos de comercialización e hibridación debido a la expansión del capitalismo y la globalización contemporáneos.

En el apartado “Todos los Santos. Día de Muertos” de *El laberinto de la soledad*. Postdata. *Vuelta al Laberinto de la soledad*, Octavio Paz escribió sobre la fiesta mexicana:

*Recuerdo que hace años pregunté al presidente municipal de un poblado vecino a Mitla:*

*“¿A cuánto ascienden los ingresos del Municipio por contribuciones?”*

*“A unos tres mil pesos anuales. Somos muy pobres. Por eso el señor gobernador y la Federación nos ayudan cada año a completar nuestros gastos.”*

*“¿Y en qué utilizan esos tres mil pesos?”*

*“Pues casi todo en fiestas, señor. Chico como lo ve, el pueblo tiene dos santos patronos.”*<sup>66</sup>

En esta frase es posible apreciar la importancia que tradicionalmente ha tenido la fiesta, para los mexicanos; aún más que la cobertura de otras necesidades sociales como servicios,

<sup>66</sup> Octavio Paz, *El laberinto de la soledad*. Postdata. *Vuelta a El laberinto de la soledad*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004.

infraestructura, etc. Como se expresa en el dicho mexicano: “Al pueblo hay que darle pan y circo, y si no puros palos”. Las festividades mexicanas son una tradición importante y el consumo juega un papel primordial en éstas. Las propuestas que se presentan en este trabajo persiguen expresar la esencia de estos días, a través de la mimesis entre los muñecos que se venden y la imagen que se simboliza en ellos sobre estos días. Los muñecos representan la conmemoración de la historia en el presente; la intención de la artista entonces es convertirse en estos muñecos como una mediación de la expresión entre los fenómenos actuales y el juego.

## Semana Santa - Cruz del dólar

Jueves 9 de abril de 2009, en el Zócalo y cuatro terminales de autobuses, México D.F., Detalle de Foto. Paulina Osorio y Tonalí Alejandro López Meza.



Originalmente la Semana Santa es una conmemoración religiosa de varios días de reflexión y de sacrificio para recordar la Pasión, Muerte y Resurrección de Cristo. No obstante, actualmente para mucha gente estos días han perdido su carácter religioso y sólo representan unas largas vacaciones. Muchas personas incluso viajan a otros lugares para escapar de la ciudad.

En el año que se llevó a cabo la propuesta, el 2009, la crisis económica en Estados Unidos afectó a gran parte del mundo. Los precios se elevaron en los países cuya economía es dependiente de esta primera potencia, como México y Corea, debido a la tendencia en la alza del dólar. También debido a la crisis disminuyó el consumo y por tal motivo se perdieron empleos. El estrés, los suicidios, la inseguridad y violencia aumentaron.

**Originalmente la Semana Santa es una**



## Semana Santa

*En el misterio pascual, Dios Padre, por medio del Hijo en el Espíritu Paráclito, se ha inclinado sobre cada hombre ofreciéndole la posibilidad de la redención del pecado y la liberación de la muerte. ( Juan Pablo II )... Y se humilló a sí mismo, obedeciendo hasta la muerte y muerte de cruz. Por lo cual Dios lo exaltó y le dio el Nombre que está sobre todo nombre. (Flp 2,8-9) <sup>67</sup>*

*La Semana Santa significa una semana antes del día que de inicio la cuaresma (cuaresma días anteriores a la Semana Santa) en el calendario católico, es una conmemoración religiosa que recuerda la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesús de Nazaret.<sup>68</sup>*

La Semana Santa, es un período de intensa actividad litúrgica dentro de las diversas confesiones cristianas. Da comienzo el Domingo de Ramos y finaliza el Domingo de Resurrección o Pascua de Resurrección. La fecha en que se conmemora la Semana Santa es variable en el calendario católico. Su celebración suele iniciarse en varios lugares un viernes anterior (Viernes de Dolores) y se considera parte de la misma el Domingo de Resurrección.

La celebración de Semana Santa tiene relación en el mundo como con la celebración de la Pasión, Muerte y Resurrección de Cristo; también hay una misa especial; es muy variable, depende de la costumbre de cada comunidad. En México ese día los pobladores de muchas ciudades y comunidades empiezan la celebración llevando palmas en las manos, se congregan en un lugar público

---

<sup>67</sup> *Semana Santa*, Aciprensa, Consulta 23 de septiembre de 2010, de <http://www.aciprensa.com/Semanasanta/index.html>

<sup>68</sup> [http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex\\_Semana\\_Santa\\_en\\_Mexico](http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Semana_Santa_en_Mexico)

para caminar rumbo a la iglesia local mientras entonan cantos en honor de Cristo. En algunos lugares, especialmente, en *San Miguel de Allende, Iztapalapa, Creel, San Ignacio Arareco, Jerez, Atlixco, Temascalcingo, San Juan Chamula, Zinacantan y Mani*<sup>69</sup> sus ceremonias son solemnes y se efectúan nutridas procesiones en las que se representan teatralmente los hechos de la muerte de Cristo.

Los Padres Carmelitas llegados a la Nueva España en 1585 instituyeron en la Ciudad de México en la Ermita de San Sebastián, las citadas Procesiones de Semana Santa a la usanza española. La cultura de la Semana Santa en México es una herencia hispana; algunas ceremonias son muy parecidas en los dos países, por ejemplo, aquellas que se realizan en Sevilla, España y la de San Luis Potosí, México.

La Semana Santa coincide en el antiguo calendario indígena, con el mes de Hueytozotli, cuando se honoraba a los dioses del maíz Centéotl y Chicomecóatl (dualidad masculina y femenina respectivamente), a quienes se ofrecían mazorcas del año anterior, para convertirlas en semilla. Al término de la Semana Santa se acostumbra la tradicional quema de Judas, (un ser hereje representado a manera de un diablo o un personaje político), una costumbre originaria de España que simboliza la purificación del cuerpo a través del fuego así como la llegada de la temporada de siembras y de la primavera. En México, los Judas se han convertido en una especial artesanía elaborada con carrizos, zacate, papel o cartón y pintura comercial según la región.

---

<sup>69</sup> Juan Pablo Pinzón, México: *The Utmost Expression of Holy Week*, publicado 18 de Mayo de 2008, Consulta de 19 de abril de 2011 de <http://www.bestday.com/Editorial/Semana-Santa-Mexico/>

## Cruz

Las primeras representaciones pictóricas o esculturales de la Cruz ofrecen a un Cristo Glorioso, con larga túnica, con corona real: está en la Cruz, pero es el Vencedor, el Resucitado. Sólo más tarde, con la espiritualidad de la Edad Media, se le representará en su estado de sufrimiento y dolor.

*En nuestro tiempo es la Cruz, en verdad, un símbolo repetidísimo, en sus variadas formas. ... esta Cruz ilumina toda nuestra vida. Nos da esperanza. Nos enseña el camino...<sup>70</sup>*

En el cristianismo, la cruz tiene la forma de dos piezas de madera cruzadas en su centro. La figura de este símbolo se ha transformado dependiendo del país y de la época. La figura cristiana de la cruz –originalmente romana- se parece a la figura de una persona que abre sus brazos, porque estaba diseñada como una herramienta de castigo y ejecución para que los criminales no pudieran resistirse, al ser amarrados por sus extremidades. En la Antigüedad, la cruz fue un símbolo del castigo o un símbolo religioso, después la cruz se convirtió, poco a poco, en el símbolo predilecto para representar el sentido de Cristo y su misterio de salvación.

La cruz con Jesús Nazareno

Jesús usa una larga túnica y ropa blanca. Sus manos y sus pies están clavados en los maderos de la cruz; lleva además una corona de espinas. Esta imagen, de un Cristo sangrante, es la representación

<sup>70</sup> José Aldazabal, *La cruz, siglo del cristiano*, Barcelona, 1986, pp.27-32, Consulta 12 de diciembre de 2010 de [http://www.mercaba.org/LITURGIA/Gestos/simbolo\\_05\\_cruz\\_signo\\_del\\_cristiano.htm](http://www.mercaba.org/LITURGIA/Gestos/simbolo_05_cruz_signo_del_cristiano.htm)

universal de Jesús Nazareno en la cruz, como puede apreciarse en distintas pinturas y películas que lo simbolizan.



Masaccio, *La Santísima Trinidad (con la Virgen, san Juan y los donantes)*, h. 1425-1428.



Película de *La Pasión de Cristo*, Mel Gibson, Estados Unidos, 2004.



Personaje de cruz de dólar

## Volverse Jesús Nazareno con la cruz de dólar

Manufacturé con dólares una cruz de mi tamaño (1.45 cm de alto por 1.45 cm de ancho, considerando la amplitud de mis brazos abiertos). Quise apropiarme de esa imagen, y me vestí con ropa blanca, pero es importante señalar que esta ropa es de una marca comercial y, por tanto, representa con mayor fuerza el consumismo y la globalización que existen alrededor de la imagen de Jesús.

## Vinculación con un símbolo de fenómenos actuales: la crisis de Estados Unidos + la vacación en la imagen de Jesús

### La crisis de Estados Unidos

La cruz tiene varios significados para la gente, uno de ellos es el de cargar un problema o un castigo. La cruz que usé está hecha de dólares, que representan la crisis económica en la que ha envuelto Estados Unidos a los países subdesarrollados. Así, se simbolizaron, a través de los dólares en forma de cruz, todos los problemas que la gente carga diariamente debido a la crisis económica.



Matias Torres, *Crisis de Estados Unidos*, Publicado 27 de mayo de 2009



*Cruz de dólar*, en metro hacia terminal de Norte, Detalle de foto. Paulina

### Vacaciones

La Semana Santa también se ha convertido en un periodo de días festivos oficiales y laicos, en los que las escuelas no tienen clases durante dos semanas. Los trabajadores en general descansan al menos un par de días o tienen derecho a recibir salario extra si lo hacen. Muchos habitantes de México, especialmente los ciudadanos, escapan a otros lugares y de su vida cotidiana. Los sitios favoritos de paseo en esta época calurosa son las playas y balnearios. Por eso, a lo largo de estos días la Ciudad de México se vacía mientras que los lugares de recreación cercanos se saturan.

Para integrar esta situación en mi propuesta decidí tomar un medio de transporte y hacer un trayecto desde Zócalo hacia las cuatro terminales autobuses más grandes de la Ciudad de México: Autobuses del Norte, la Central del Sur en Taxqueña, La TAPO en San Lázaro y La Terminal Poniente en Observatorio.

### Persignarse

Persignarse es la acción de dibujar una señal de la cruz en alguna parte del cuerpo o en algún objeto. Generalmente este acto se acompaña de la frase: “En el nombre del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo”. La forma más común de persignarse entre los fieles en México es dibujar una cruz con un movimiento que inicia en la frente, continúa en el pecho, luego en el hombro derecho y termina en el hombro izquierdo.

Caminé con forma de persignado en las cuatro terminales. Inicié mi caminata con mi atuendo y con la cruz de dólares al norte de la ciudad, después al sur, y posteriormente al este y al oeste.

## La acción, persignando a la ciudad y cuatro terminales de autobuses.

Disfrazada de la imagen de Jesús con la cruz de dólar, me trasladé en metro desde el Zócalo hacia los cuatro puntos cardinales de la Ciudad de México, que es donde se encuentran las cuatro estaciones de autobuses que salen de la ciudad. Todo esto para recordar la situación que se vive en la ciudad con la salida de los vacacionistas en estas fechas que originalmente eran de "reflexión religiosa".

En el año que se llevó a cabo la propuesta, el 2009, la crisis económica en Estados Unidos afectó a gran parte del mundo. Los precios se elevaron en los países cuya economía es dependiente de esta primera potencia, como México y Corea, debido a la tendencia en la alza del dólar. También debido a la crisis disminuyó el consumo y por tal motivo se perdieron empleos. El estrés, los suicidios, la inseguridad y violencia aumentaron.

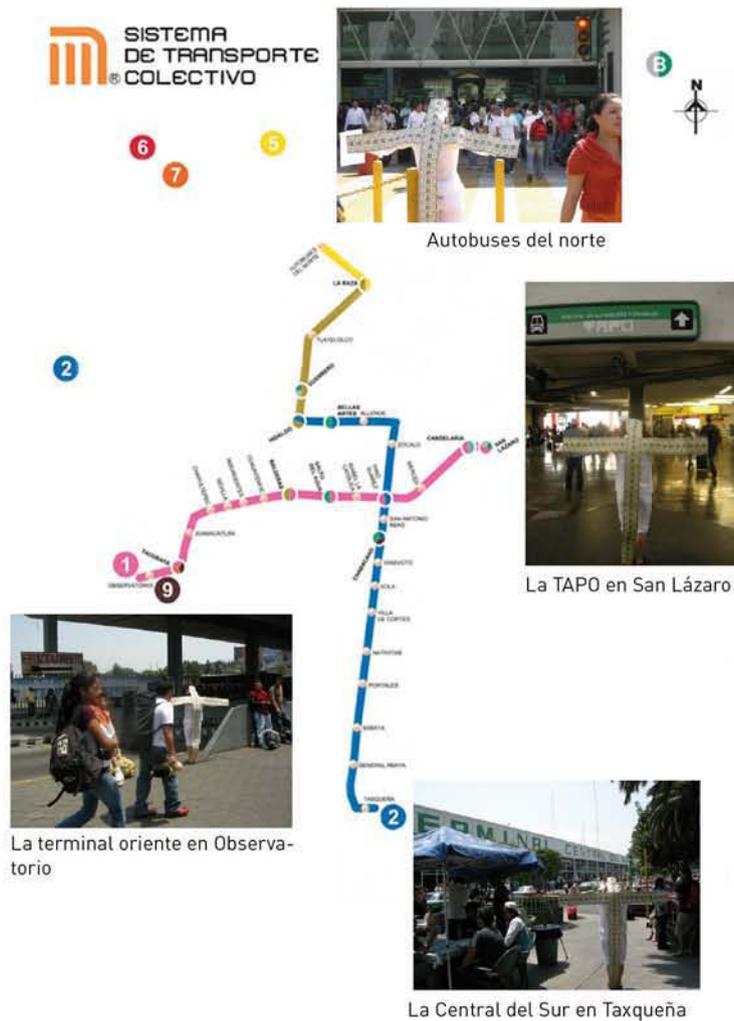


Zócalo, México D.F.



En el metro de Hidalgo





## Epílogo

Inicialmente planeé que las acciones se desarrollarían en los trayectos en el metro, en el camino del Zócalo hacia las cuatro terminales de autobuses. Planeaba registrar lo sucedido en cada uno de estos traslados, tanto lo que sucedía dentro del metro como en las terminales de autobuses. Pero no pude llevar a cabo mi plan porque los empleados del metro y de la Terminal de Autobuses del Norte -que fue mi primer destino- no me permitieron desarrollar la acción. Me explicaron que en estos lugares está prohibido tomar fotos. Un empleado del metro, en la estación “La Raza”, me llevó a su oficina, me explicó que se requería tramitar un permiso especial para realizar la acción dentro del metro y me comentó que ya no lo hiciera por mi seguridad. Debido a esto me vi obligada a modificar mi plan inicial, de manera que las intervenciones se desarrollaron exclusivamente en las terminales de autobuses; en cada una se tomaron dos o tres fotos.

Por otro lado, mi personaje fue rechazado por las personas debido a que representaba la imagen de Jesús y se acompañaba con los dólares. Los extranjeros me miraban de lejos. Yo hablaba a las personas pero éstas sólo giraban sus cabezas. Esta acción no resultó grata para los receptores, especialmente porque aludía a la imagen de Jesús de un modo que se percibía como irreverente. De todas mis propuestas, esta acción fue en la única en la que no pude acercarme a la gente, no obstante, percibí que tuvo un fuerte impacto.

**El Día de Independencia-Volverme una muñeca que conmemora el día de la Independencia en el 15 de septiembre del 2008. Única presentación.**

El 15 de septiembre del 2008 en la calle de Portales, Zócalo y una casa, México D.F., Detalle de foto. Edgard Gamboa

Actualmente la mayoría de los niños prefieren jugar con juguetes que se producen en contextos ideosincráticos y sociales extranjeros, especialmente estadounidenses, como las muñecas Barbie y otros personajes, sobre todo superhéroes, que aparecen en las películas difundidas en el contexto de la globalización. Sin embargo, en la conmemoración del Día de la Independencia en México, es posible ver muñecos que tienen muchos símbolos vinculados a la identidad mexicana. Estos muñecos sólo aparecen en las calles en estas fechas, debido a su relación con lo que se conmemora. Después de estos días pierden sus características de juguetes conmemorativos y son tirados a la basura.



## El Día de la Independencia

El 16 de septiembre se celebra el día de la lucha por la Independencia en 1810, esta lucha al principio fue encabezada por el cura Miguel Hidalgo y el general Ignacio Allende, y duró aproximadamente once años, durante los cuales mucha gente estuvo al frente del ejército insurgente, hasta que en 1821 México se proclama un país independiente.

En México el 16 de Septiembre constituye la festividad máxima de la Patria. Este día no trabaja nadie no siquiera la Bolsa de Valores. En la mayoría de las ciudades se hacen celebraciones cívicas realizando honores a la bandera. Por las principales calles de las ciudades se organiza un desfile en el que marchan los niños de las diferentes escuelas, y otros representan los hechos ocurridos el 16 de septiembre de 1810.



Por la tarde continúa la fiesta, ya que se realizan “verbenas populares” en las plazas principales, todo esto se ameniza con bailes folklóricos, música de mariachi o banda.<sup>71</sup>



### El fenómeno actual en Zócalo, México D.F.

*Cada año, el 15 de septiembre a las once de la noche, en todas las plazas de México celebramos la Fiesta del Grito; y una multitud enardecida efectivamente grita por espacio de una hora, quizá para callar mejor el resto del año.<sup>72</sup>*

en el Zócalo      Días antes de la celebración del Día de la Independencia, el 15 de septiembre, las calles y los edificios se transforman porque se colocan los adornos propios de esta fecha, así como por el ambiente que estos ornamentos y símbolos producen. Los espacios públicos se decoran con los colores de la bandera: verde, blanco y rojo. En los edificios públicos es común ver colgada la bandera de México. En el Zócalo se coloca una escultura gigante color oro del águila devorando a la serpiente –símbolo del escudo nacional–; se venden cosas que tienen los llamados “colores patrios”, así como artesanías y “recuerdos” conmemorativos del Día de la Independencia, por ejemplo, banderas, sombreros,

<sup>71</sup> Día de la independencia de México(16 de septiembre), Guia de San miguel, Consulta de 10 de marzo de 2010 de <http://www.sanmiguelguide.com/independencia-de-mexico.htm>

<sup>72</sup> Octavio Paz, *El laberinto de la soledad*. Postdata. *Vuelta a El laberinto de la soledad*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004. p.51.

bigotes, disfraces tradicionales, juguete de instrumentos musicales, muñecos con forma de chile e indígenas. El 15 de septiembre, la calles con acceso al Zócalo se cierran al tránsito de carros y se ve un importante despliegue de policías que vigilan la seguridad. Muchas personas se visten con ropa tradicional y se reúnen en el Zócalo para gritar “Viva México”; se realizan varios eventos musicales y se lanzan fuegos artificiales.

A lo largo de este día hay mucha actividad en los negocios. El gobierno mexicano gasta mucho dinero para decorar las calles y realizar eventos por la noche. En las calles se colocan muchos puestos ambulantes que venden productos conmemorativos de este día. En el centro comercial y los mercados también hay muchas personas que compran alimentos para hacer una cena conmemorativa: se reúne la familia y sus integrantes platican, cantan y bailan en la casa, viendo la ceremonia del Zócalo en la televisión.



En la fiesta o “cena mexicana”

## Mímesis con el muñeco, más mestizaje



Características del muñeco.

El muñeco que aquí se muestra es un souvenir del Día de la Independencia. Es una artesanía hecha a mano que integra muchos símbolos de lo que comúnmente se llama “identidad mexicana”: sombrero, bigote, bandera nacional, cerveza, nopal, “carrilleras” o “canananas” (cintos donde los revolucionarios colocaban sus balas) y huaraches. Mide aproximadamente 15cm de largo x 8cm de ancho.



Características del personaje

El personaje se caracteriza por tener un sombrero con los colores de la bandera mexicana y la típica frase de “Viva México”, lleva un nopal como mochila y una gran bandera nacional en su mano izquierda. Busca representar así a una muñeca típica de México, pero se mezcla con la cultura de Estados Unidos y Corea: carga una muñequita “Barbie” en el brazo derecho, está vestida con un short y una botas de Corea, además de que la nacionalidad de la artista también es coreana.

## La Acción

La acción únicamente se desarrolla el día 15 de septiembre. Como escenario se tiene a las calles y los edificios decorados con los motivos de la conmemoración de este día, así como a las acciones de las personas que participan en la celebración. En los registros fotográficos también se aprecia en el paisaje elementos de la globalización.

La artista se dirige hacia el Zócalo, pasando primero por un mercado, el metro y las calles cercanas. Por la noche esta muñeca va a una cena conmemorativa típica de una familia mexicana.



En Portales



Hacia Zócalo





En el Zócalo

## Epílogo

Cuando preparé el disfraz del personaje, pensé que había comprado ropa tradicional mexicana, hecha a mano, pero después descubrí que la ropa estaba confeccionada en Guatemala, y el textil del que estaba hecha también era de origen guatemalteco. Hice el nopal con tela, copiando el modelo del nopal que tiene el muñeco souvenir arriba mostrado. La figura del nopal es un estereotipo de la cultura mexicana, aunque no crece en todo el país –crece sobre todo en el norte de México y el sur de Estados Unidos- se ha convertido en un símbolo nacional y se usa como adorno en estas fechas, aún en el centro y el sur del país.

Debido a mi ignorancia sobre la cultura de México, en mi disfraz integré más mezclas de las que había contemplado inicialmente para hacer referencia a la hibridación cultural. Esto resulta interesante porque revela cómo, actualmente, se han difuminado los orígenes de las artesanías que se venden en México y como yo, muchas personas piensan que todas ellas son mexicanas, cuando en realidad algunas provienen de diferentes países como Guatemala, Ecuador, Colombia, e incluso China y la India.

La acción fue divertida, acorde con el ambiente de este día y el ánimo festivo de las personas. Mi mimesis de muñeco mexicano generaba alegría entre las personas. Además, mi identidad coreana, que se hacía evidente por mis rasgos faciales, era un ingrediente extraño pero que causaba más alegría entre las personas. Mi idea era hacer un registro del muñeco con las personas y el paisaje, esto fue sencillo ya que, gracias mi disfraz, las personas participaban fácilmente en mi acción, y luego ellas mismas me pedían que les tomara fotografías a mi lado.

Por otra parte, gracias a esta acción pude observar varias cosas y registrar ciertos detalles de la dinámica de este día. Por ejemplo, la cantidad y diversidad de individuos que transitaban por la calle y llenaban la plaza: familias, turistas, manifestantes, grupos que cantaban y tocaban música diferente -rock, pop-, y personas que vendían artesanías, películas pirata y comida típica, así como policías, médicos, bomberos, etc.



Se expresan tanto el consumo social como la cultura mezclada del Día de muertos en México, especialmente con el Halloween de Estados Unidos, debido al sistema de capitalista y a la globalización.

### El Día de Muertos -Jugando en día de muertos

Esta propuesta se llevó a cabo del 1 al 30 de Noviembre del 2009 en la Casa de Cultura Venustiano Carranza en México, Distrito Federal.  
Detalle de foto. Kim Young sun y Oscar Saúl Hernández Reyna





Cempasúchil, Flor típica usada para ornato.

## Día de los Muertos (1 y 2 de noviembre)

El Día de muertos es una celebración mexicana que tiene como fin honrar a los difuntos. Se lleva a cabo el 1 y 2 de noviembre. Es producto del sincretismo entre el culto prehispánico a los dioses del inframundo y a los muertos, y la religión judeocristiana del “Día de los Fieles Difuntos y Todos los Santos”.

*En este día el mexicano juega con la muerte, la viste de Catrina y la invita a beber, cantar, bailar y comer. La muerte es su compañera. Lo sigue durante toda su vida hasta que se lo lleva. En la ofrenda a los muertos del día primero y segundo de noviembre invitamos a nuestros seres queridos ya fallecidos a comer y beber nuestros platillos mexicanos: pollo con mole cubierto de ajonjolí, tamales, pozole, pan de muerto, dulces cubiertos, chocolate con churros, buñuelos, atole, sin faltar el tequila o el mezcal, frutas como son caña, naranjos, tejocotes, guayabas y jícamas. En fin todo lo que a nuestros difuntos les gustaba comer en vida. Se adorna la ofrenda con papel picado de colores vivos, calaveras elaboradas de azúcar, chocolate o amaranto, las velas que iluminan su camino, el agua para la purificación y la sal. También se coloca la fotografía de los difuntos invitados esperando que la invitación sea aceptada.<sup>73</sup>*

La festividad considerada como el antecedente prehispánico del Día de Muertos era conmemorada durante todo el noveno mes del calendario solar mexicana, a inicios de agosto. Las festividades eran presididas por la diosa Mictecacihuatl, conocida como la “Dama

<sup>73</sup> Entrevista con Josefina Partida Maya el 12 de octubre del 2009.

de la Muerte” -actualmente relacionada con “la Catrina”, personaje de José Guadalupe Posada y el culto actual a la Santa Muerte- y esposa de Mictlantecuhli, Señor de la tierra de los muertos. Las festividades estaban dedicadas a los niños y los parientes fallecidos.

Cuando los españoles llegaron a América, en el siglo XVI, se aterraron al ver varias de las prácticas rituales tradicionales indígenas. Con el fin de convertir a los nativos del Nuevo Mundo al catolicismo, hicieron coincidir las festividades hispánicas del “Día de Todos los Santos” con los rituales prehispánicos. Así, se generó un sincretismo religioso, dando lugar al actual Día de Muertos en México.<sup>74</sup>

Las celebraciones indígenas en torno de la muerte tienen lugar en un grupo de territorios localizados en la región centro-sur de México, donde son compartidas con poblaciones no indígenas que habitan de manera conjunta en estos mismos espacios.<sup>75</sup> Ahora se celebra también en muchas comunidades de Estados Unidos, donde existe una número importante de población mexicana y centroamericana.

### Día de Todos los Santos [1 de Noviembre]

Se celebra a todos los santos que tuvieron una vida ejemplar, así como a los niños difuntos. Esta conmemoración es pequeña en comparación con la



la muñeca Catrina

<sup>74</sup> *El día de muertos en México*, Publicado de 1 noviembre de 2008, Consulta del 30 de noviembre de 2009 de <http://paraisoweb.net/el-dia-de-muertos-en-mexico.html>

<sup>75</sup> Sari Bermúdez, *La festividad indígena dedicada a los muertos en México*, México, CONACULTA hacia un país de lectores, 2003

del Día de Muertos. Como parte de las tradiciones se acostumbra colocar altares a los santos dentro de las iglesias, y muchas familias acostumbran levantar altares a sus niños muertos, ya sea dentro de sus casas o sobre las lápidas en los cementerios.

Los altares son adornados con papel de muchos colores y flores de cempasúchil. Si el altar es para un niño se le ponen juguetes, como carritos, muñecas, dulces etc.

#### Día de los Muertos [2 de Noviembre]

Este día es la máxima festividad de los muertos en México. La celebración está llena de muchas costumbres. A las personas les gusta llevar flores a las tumbas de sus muertos. Para algunas representa todo un rito que comienzan desde la madrugada, cuando muchas familias se dirigen a los panteones y colocan altares sobre las lápidas de sus familiares muertos. Estos altares tienen un gran significado, ya que se cree que a través de éstos se ayuda a los muertos a tener un buen camino durante la muerte.

Las familias pasan largas horas trabajando en el altar. Muchos de estos altares son considerados verdaderas obras de artes, ya que reflejan el trabajo, la dedicación y la creatividad de la gente para levantar un bello altar. Existen muchas formas de realizar altares u “ofrendas de muertos”, la más común es la que suele hacer mucha gente dentro de sus casas, colocando sobre una mesa cubierta con un mantel la fotografía de la persona fallecida, también se adorna con flores y algunos recuerdos.<sup>76</sup>

<sup>76</sup> *Día de muertos*, Guía de San Miguel, Consulta de 19 de noviembre de 2009 de <http://www.sanmiguelguide.com/dia-de-muertos.htm>

## Culto a la muerte de mexicanos

*Para los antiguos mexicanos la oposición entre muerte y vida no era tan absoluta como para nosotros. La vida se prolongaba en la muerte. Y a la inversa. La muerte no era el fin natural de la vida, sino fase de un ciclo infinito. Vida, muerte y resurrección eran estadios de un proceso cósmico, que se repetía insaciable.*<sup>77</sup>

Los antiguos mexicanos concebían a la existencia como una dualidad, de manera que si había una dimensión de la vida también debía reconocerse una dimensión de la muerte. En esta cosmovisión, a diferencia de la católica, no había una ruptura tajante entre la vida y la muerte, ni esta segunda implicaba las connotaciones morales que sí tiene en la religión católica, según la cual hay un infierno y un paraíso en los que se castiga o premia a las almas de los muertos según su comportamiento a lo largo de su vida. Por el contrario, en la cosmovisión prehispánica nahua se consideraba que el destino de las almas de los muertos estaba determinado por el tipo de muerte que habían tenido.

Para la cultura mexicana los hombres que morían en la guerra se convertían en los soldados del sol, y sus ritos siempre eran para venerar al dios Tonatiuh. Los mexicas ofrecían sacrificios a sus dioses y, en justa retribución, éstos derramaban sobre la humanidad la luz del día y la lluvia, para hacer crecer la vida. Los sacrificios rituales que se practicaban se legitimaban en la creencia de que se practicaban por el bien colectivo, pues se creía que gracias a ellos se garantizaba la



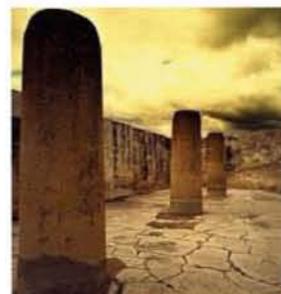
MICTLANTECUHTLI

<sup>77</sup> Octavio Paz, *El laberinto de la soledad*. Postdata. *Vuelta a El laberinto de la soledad*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004.

continuidad de la creación; en este sentido lo importante era el bienestar del mundo y no la salvación individual. Se creía que los muertos desaparecían para volver al mundo de las sombras, para fundirse con el aire, el fuego y la tierra, esencia que animan el universo. Los sacrificios humanos se consideran como el tributo que los pueblos vencedores pagaban a sus dioses, y ellos a su vez alimentaban la vida del universo y a su sociedad.<sup>78</sup>

Cuando alguien fallecía preparaban una fiesta con comida y cosas que al muerto le gustaban para ayudar al espíritu en su camino hacia la muerte. Los antiguos mexicanos enterraban a sus muertos envueltos en un petate y les ponían comida para cuando sintieran hambre, ya que su viaje por el Chignahuapan (del náhuatl: nueva apan, en el río; o “sobre los nueve ríos”), era muy difícil.

Mictlantecuhtli -señor del Mictlán o “lugar de los muertos”, que viene de la palabra miquiz, morir, y de la palabra tlan, lugar- es el dios mexica, zapoteca y mixteca del inframundo y de los muertos; también era llamado Popocatzin (“popo”, humo), por lo tanto era el dios de las sombras. Sin embargo no simbolizaba ninguna clase de “diablo” o ser maligno, su función era guardar y cuidar los restos de los muertos en el Mictlán. Para llegar ahí el muerto debía atravesar un camino difícil donde pasaría por el Tépetimonamicita –“lugar de los cerros que chocaban entre sí”-, cruzaría ocho desiertos, ocho colinas, el Cehucáyan –un lugar donde el viento frío como obsidiana cortaban y desgarraban la piel- y, por último, un río que corre rápido entre dos árboles muy espinosos, otro río putrefacto y hediondo y, otro más de sangre, hasta llegar al último río, que



Mitla (lugar de los muertos)

estaba entre dos barrancos, “el pasadero de agua” (Aponohuaya). Este río sólo se podía cruzar con la ayuda de un perro quien guiaría al alma en su recorrido, y que había sido sacrificado e incinerado en los funerales de la persona, pues se tenía la creencia de que era su guardián en el camino al más allá.

El Mictlán, el lugar al que iban los que morían de muerte natural, estaba formado por nueve pisos, los cuales eran recorridos por los difuntos para poder llegar al noveno y último piso del inframundo, que era el lugar de su eterno reposo, denominado “obsidiana de los muertos”, un lugar frío en donde reinaba eternamente la oscuridad y que estaba gobernado por Mictlantecuhtli, el dios descarnado, y Mictēcacihuatl, su esposa.



La festividad indígena dedicada a los muertos en México MICTLAN-TECUHTLI

<sup>78</sup> Hanel, *Día de muertos plus!*, Publicado 29 de octubre de 2008, Consulta de 2 de Diciembre de 2009 de <http://tradicionesmexicanasplus.blogspot.com/2008/10/dia-de-muertos.html>

Los prehispánicos tenían dos fiestas solemnes dedicadas a los muertos: la celebración Miccaihuitntli (fiesta de muertos infantiles) el 16 de julio y la celebración de Ueymicaihuitl, (fiesta de muertos adultos) el 5 de agosto. Entonces el sacerdote se ponía una máscara de calavera y hacía una ceremonia para el dios de Mictlantecuhtli. Algunos cronistas de la época tradujeron la palabra “Ueymicaihuitl” como “La gran fiesta de los muertos”, en virtud de que se colocaban ofrendas alimenticias sobre “las sepulturas de los muertos” y se “sacrificaba un gran número de hombres”, según los testimonios de Fray Bernardino de Sahún y Fray Diego Durán.

Como ya se escribió antes, los españoles se asustaron con algunos de los ritos prehispánicos, no obstante, algunos de los elementos religiosos simbólicos de éstos se mezclaron y se creó un sincretismo con la liturgia y las fiestas católicas, lo cual derivó en la celebración actual del Día muertos en México, que tiene como sus pares al “Día de los Fieles Difuntos” en España, a la festividad centroamericana de “El Día de Todos los Santos” y, en Estados Unidos de América al “Halloween”.

### Las calaveras como una características del Día de muertos en el México contemporáneo



Manuel Alfonso Manilla, *La Calavera*, México.

Los mexicanos conviven cotidiana y amistosamente con las imágenes de las calaveras. En México fácilmente se puede encontrar la imagen de la calaveras en la calle, las tiendas y los libros. Especialmente en el Día de muertos se hacen decoraciones con esta imagen: calaveras de dulce, “papel picado” que tiene dibujos de calaveras, se ponen muñecos de calaveras en las casas y en las tiendas; también hay muchos eventos en lugares públicos como exposiciones y disfraces de calaveras.

En México la imagen de la calavera resulta chistosa y divertida, de modo que no denota miedo ni aversión. De hecho, existe una variante poética llamada “calavera literaria”, que es consiste en una serie de versos rimados en los que, de forma satírica y burlona, se hace referencia a la vida cotidiana y se critica a los políticos.



José Guadalupe Posada, *Calavera para portada de la Patria Ilustrada*, 1889



José Guadalupe Posada, *La llamada calavera Catrina*, 1913

Esta connotación divertida de la imagen de la calavera, que es la más común en la cultura mexicana contemporánea, es en gran medida obra y herencia de José Guadalupe Posada, grabador y artista originario de Aguascalientes. Él, como artista, expresó la vida y las actitudes sociales del pueblo mexicano, representándola en sus grabados con calaveras vestidas de gala, calaveras en fiestas de barrios, en calles citadinas, en las casa de los ricos. En 1888 dibujó una calavera que está riendo. En 1889 dibujó la primera Catrina, de aspecto más pobre comparada con la rica y elegante Catrina, con sombrero de plumas y flores, a la que, a partir de su creación en 1913, haría famosa.



José Guadalupe Posada, Panteón político, 1910

Posada dibujó calaveras montadas en caballos y en bicicletas, con un tono humorístico y festín, macabro y a la vez histriónico y satírico. Por medio de ellas señalaba las lacras, las miserias sociales y los errores políticos, y a los políticos tiranos y ambiciosos, lo que le valió muchas veces estar en la cárcel.

Posada contribuyó de manera significativa a la iconografía de la fiesta contemporánea del Día de muertos; hoy en día sus calaveras se han convertido en símbolos de México. En muchas partes del país se producen objetos -como esculturas y ropa para vender- en los que se usan estas imágenes. Igualmente aparecen en los libros que hablan sobre los símbolos y las costumbres de México. En el Día de muertos algunas personas se disfrazan de Catrina para las celebraciones, e incluso existen concursos que tienen este motivo como tema. De igual modo, en los lugares públicos se instalan grandes esculturas con esta emblemática figura de una calavera elegante. En las tiendas se venden ropa de catrina junto con los disfraces de calabaza para el Halloween.



Muñecos de muerte, en el mercado de Portales

Por otra parte, en los mercados, se venden diversas figuras con la forma de esqueletos que son hechas por los artesanos. Estas figuras representan personajes y escenas de la vida cotidiana con pocos recursos: los artesanos modelan con materiales modestos, como la pasta, la cal y el migajón, pequeños esqueletos que visten como panaderos, carpinteros, médicos, enfermeras, comerciantes, músicos, etcétera, interactuando y representando imágenes de la vida en México, especialmente de la vida urbana. El día primero de noviembre los niños juegan con estos muñecos con forma de calaveras. Los muñecos que se muestran en la siguiente fotografía son miniaturas de menos de 10 cm pintadas con cal, a través de ellos se montan escenas de la vida cotidiana. Por ejemplo, recrean situaciones de la vida de gente que vende verduras, carne, elotes e incluso calaveras. También se les caracteriza pintando paisajes, haciendo muebles, arreglando aparatos electrónicos, haciendo mensajes, coqueteando con mujeres, dando a luz y en sesiones de recuperación para alcohólicos. Algunos de estos esqueletos están caracterizados como ciertos artistas famosos ya muertos, como Elvis Presley y Marilyn Monroe.



Disfrazada de Catrina, en la calle Regina

A través de mi investigación y experiencia he podido observar que para la mayoría de los mexicanos la muerte es una prolongación de la vida, no es el fin natural de la misma, sino una fase de un ciclo infinito de vida-muerte. Por otra parte, también me he percatado que no perciben a la muerte con miedo, sino que la abordan de forma ingeniosa y divertida. Esta dimensión de la cultura mexicana es fácil de apreciar a través de los muñecos de Día de muertos.

Como las calaveras se han convertido en símbolos emblemáticos de la mexicanidad, las imágenes de esqueletos y calacas se han transformado en souvenirs para los turistas. También se han vuelto inspiración para muchos artistas mexicanos y extranjeros que las usan en sus obras alrededor del mundo.

### Fenómenos actuales: hibridación cultural en el Halloween como una consecuencia del capitalismo y la globalización

En México, en el Día de muertos se mezclan elementos del Halloween -como los recipientes de plástico en forma de calabaza- con las ofrendas tradicionales hechas con la comida para los seres queridos fallecidos, las bebidas y las calaverita de dulce, así como la decoración con papel picado y flores. También en las tiendas y en los mercados se venden sombreros de bruja, arañas de plástico, disfraces y máscaras de monstruos.

El Halloween se celebra el 31 de octubre, un día antes del Día de Muertos. Debido a la cercanía entre México y Estados Unidos -país que produce y exporta su cultura principalmente por la vía comercial y del consumo- el tradicional Día de muertos mexicano se ha visto modificado por la influencia de la cultura del país vecino.



Decoración en el patio en Lázaro Pavia 226

*Halloween significa “All hallow's eve”, palabra que proviene del inglés antiguo, y que significa “víspera de todos los santos”, ya que se refiere a la noche del 31 de octubre, a la víspera de la Fiesta de Todos los Santos. Sin embargo, la antigua costumbre anglosajona le ha robado su estricto sentido religioso para celebrar en su lugar la noche del terror, de las brujas y los fantasmas. Halloween marca un triste retorno al antiguo paganismo, tendencia que se ha propagado también entre los pueblos hispanos.<sup>79</sup> Antes de recibir la enseñanza católica este día era el último día del año, las personas pensaban que las almas, los fantasmas y las brujas los visitarían, y para protegerse de estos seres espirituales usaban máscaras y prendían hogueras. También este periodo tiene relación con la cosecha, por lo que se usaban calabazas esculpidas y se colocaban velas dentro de ellas.*

Con la cristianización, se mezclaron las fiestas paganas con la fiestas cristianas de “Todos los Santos” y la de los difuntos.

<sup>79</sup> Eduardo R. Cattaneo, *¿Qué es y celebra “Halloween”*, Escuela Virtual para Padres, Argentina, Consulta 2 de diciembre de 2009 de <http://www.aciprensa.com/controversias/halloween.htm>

En vez de recordar los buenos ejemplos de los santos y orar por los antepasados, se retomaron las antiguas supersticiones sobre la muerte y los difuntos. En las casas se hacen decoraciones con calabazas y en la Iglesia Católica tienen una fiesta muy importante en la que se celebra a todos aquellos que fueron ejemplares en sus vidas: a los santos.

Algunos inmigrantes irlandeses introdujeron el Halloween en los Estados Unidos, donde ha llegado a ser parte del folclor popular. Se le añadieron diversos elementos paganos tomados de los diferentes grupos de inmigrantes hasta llegar a incluir la creencia en brujas, fantasmas, duendes, Drácula y monstruos de toda especie. Desde ahí, se ha propagado por todo el mundo.<sup>80</sup>

Las temáticas de las fiestas de Halloween son sobre cosas que asustan, como la muerte, algo los monstruos de míticos, los fantasmas, brujas, murciélagos, gatos negros, zombies y diablos, incluidos personajes legendarios y literarios como Drácula y Peulrangke Steiger. Actualmente también se incluyen personajes de serie de películas de Hollywood como Scream, Chucky, The Addams Family, Viernes 13, It-Eso, pesadilla en la calle del infierno, etc.

Este fenómeno ha llegado a México como recreación. Por este medio se ha difundido principalmente la cultura norteamericana y se ha hecho el gran capital que es Hollywood, además de que las personas ya se acostumbraron a estas imágenes. En México el Halloween es un buen negocio y además todas estas cosas se están convirtiendo en parte del consumo internacional.

---

<sup>80</sup> Op. cit

Un ejemplo de ello es que, en el 2009, el fallecimiento de Michael Jackson se convirtió en un fenómeno comercializable. En México los vendedores utilizaron este acontecimiento para vender mercancía con relación a este personaje popular. En el Día de muertos se vendían figuras de sombreros, guantes y pelucas para disfrazarse como él.

Así, en la calle, los niños se disfrazan como personajes de películas, o símbolos culturales, de otros países: Freddy Krouger, Drácula, gato negro, calabaza, etc. Así disfrazados, los pequeños piden dulces con su contenedor plástico de calabaza y se preparan para la fiesta. Sin embargo, aún persisten los niños y los adultos disfrazados de personajes mexicanos, como la Catrina. Pero resulta interesante que el hecho mismo de disfrazarse es un elemento cultural del Halloween, de modo que aún en este caso se mezclan dos culturas: la imagen del disfraz es mexicana pero el hecho de disfrazarse es extranjero.

No obstante, los mexicanos y los estadounidenses tienen percepciones contrarias respecto a la muerte, y esto se hace evidente en el desarrollo de las dos festividades: el día de muertos y el Halloween. Mientras que los mexicanos juegan e n el Día de Muertos y creen que la muerte es una prolongación de la vida, en el Halloween se representa con miedo a la muerte. Por tanto, es posible concluir que los rasgos culturales de ambas fiesta únicamente se han mezclado manera superficial.



Los niños disfrazados, en la calle Regina

## Jugar con muñecos de Día de muertos

Las obras o escenas presentadas consisten en narraciones que se inspiraron en las personificaciones de los muñecos-calaveras- artesanías elegidos: un perro muerto que está mordiendo una bolsa de dinero y un reloj, un esqueleto que están tomando cerveza, otro esqueleto que está vendiendo elotes, uno que está dando, otro más que está practicando lucha libre, calaveras que representan a Elvis Presley y Marilyn Monroe. La artista se insertó en estas escenas disfrazada. El disfraz fue preparado copiando la imagen de otros de los muñecos. Se tomaron dos fotografías de la escena del artista y el muñeco y se hizo un fotomontaje con el programa de Photoshop.



## Sun, visita a México en el día de muertos en 2008

Se juega con los muñecos en forma calavera. La artista se disfraza de calabaza y se coloca una bolsa con la caricatura de Mickey Mouse, ambos elementos simbolizan la cultura de Estados Unidos. En las primeras escenas la artista también arrastra una maleta. Ella es coreana, fue influida por la cultura de Estados Unidos y viaja a México. Ahí, encuentra algunos muñecos de calavera. Entonces se pierde en la calle y le pregunta a un vendedor dónde está. Decide comprar comida para preparar una ofrenda. Enfrente de la mesa saludo del modo coreano. Después juega con la forma mexicana.

La narración presenta el proceso de la hibridación cultural entre México, Corea y Estados Unidos.



Detalle de foto. Oscar Saúl Hernández



Le doy mi cadena al perro muerto



El muñeco del perro muerto está mordiendo una bolsa de dinero; la artista, que tiene una correa en su cuello, le da la cadena de dicha correa a este perro. La obra presenta nuestra reacción de consumo social. Nosotros estamos viviendo en el sistema de consumo social, gastamos dinero para estar satisfechos, pero tal vez nosotros somos manejados por dinero como sus esclavos.

Detalle de foto. Kim Young sun

Sirvo "Indio" al muerto



Vender y consumir, son dos elementos de la vida cotidiana, ahora para vender más es importante la decoración, no solo la envoltura del objeto, sino el arreglo de los meseros y el ambiente del lugar.

Detalle de foto. Oscar Saúl Hernández

## Elote y papas



En México el maíz es un alimento importante, los mexicanos lo comen casi todos los días como tortilla y elote. Ahora ha cambiado la costumbre, debido a la invasión de la llamada comida rápida, representativa de la globalización, como hamburguesas y papas de Mc Donald's, así como la Coca Cola de Estados Unidos.

Detalle de foto. Kim Young sun

## Nacimiento del muerto



En una caja dorada y brillante una muerta está dando la luz. Un doctor muerto le está ayudando, la artista también. "Nacimiento" y "muerto" son palabras que expresan sentidos contradictorios, los mexicanos expresaron esto con ironía. La artista se suma a este sarcasmo.

Detalle de foto. Kim Young sun

## Muñeco tradicional mexicano y playmobil



Se usaron dos símbolos: el muñeco tradicional mexicano con forma de calavera y los muñecos plásticos de Playmobil de Estados Unidos e Inglaterra. Se eligieron los esqueletos que representan a muertos mundialmente famosos como Elvis Presley y Marilyn Monroe. Tanto los personajes de la cultura pop representados en los muñecos mexicanos, como los muñecos Playmobil son productos comercializados y conocidos en todo el mundo.

Detalle de foto. Kim Young sun

## Epílogo

Como extranjera, inicialmente el Día de muertos me resultó muy extraño. En mi cultura natal, la coreana, le tenemos miedo a la muerte y evitamos hablar sobre este tema. Nunca me imaginé que en la cultura de México existiera el día de muertos. Me asombró mucho conocer esta tradición. Ahora pienso con sorpresa que ¡escribo mi nombre en una calavera! y ¡juego divertida en el día de muertos! Cuando vi los muñecos de calavera, pensé que podía divertirme, pues me resultaron son chistosos y simpáticos, especialmente porque están haciendo algunas actividades de la vida cotidiana, como tomar cerveza, vender calaveras, tocar el piano, cargar maletas, etc.

Gracias a la diferencia cultural entre Corea y México, e inspirada en los muñecos del Día de muertos, imaginé varias escenas y les realicé fotomontajes. Luego hice pinturas con colores claros. A través de este ejercicio busqué representar los fenómenos de hibridación cultural y consumo social.

Interacción con la exposición de 'Jugando en el Día de Muertos'

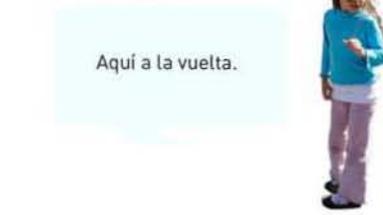
Se llevó a cabo en la Casa de Cultura de la Delegación Venustiano Carranza. Lázaro Pavia 226 Col. Jardín Balbuena México D.F. / del 1 al 30 de noviembre de 2009. - Exposición individual.

Realicé las pinturas de las escenas montadas con base en las fotos. En la Casa de Cultura preparé una instalación con pinturas, muñecos y textos.



En nuestro hogar.

En el polo norte.



Aquí a la vuelta.

No sé.  
A mi Tampoco.



En el Zócalo.

## Navidad - ¿Dónde está la nieve? Un hombre de nieve busca la nieve en México.

En Navidad del 24 de diciembre de 2009, en el Zócalo y la calle Regina  
detalle de foto. Edgard Gamboa

¿Existe la nieve en la ciudad de México? Una escena fantástica sería ver caer nieve en la ciudad de México, pero es casi imposible, ya que la temperatura mínima de esta ciudad no rebasa los 3°C. La nieve consiste en la precipitación de pequeños cristales de hielo, se forma comúnmente cuando el vapor de agua experimenta una alta deposición en la atmósfera a una temperatura menor de 0°C, y posteriormente cae sobre la tierra.

Pero actualmente la nieve ha llegado al Zócalo. El gobierno del Distrito Federal y empresas privadas han creado un espejismo, una imagen fantástica en medio de la vida cotidiana de los habitantes de la ciudad capitalina, que satisface el deseo de ver un paisaje exótico, y contribuye al ocio y la distracción frente a los problemas reales de nuestro entorno.



## La Navidad

La palabra “Navidad” es una contracción de “Natividad”, que significa natalicio. El día de Navidad es el 25 de diciembre, cuando se conmemora el Nacimiento de Jesucristo en Belén según los evangelios de San Mateo y San Lucas.<sup>81</sup> Este día es la fiesta más importante del año eclesiástico con día de la Pascua de Resurrección, al mismo en la actualidad es la fiesta cultural principal.

En ese tiempo, los mexicanos decoran con árbol de navidad, imagen de hombre nieve y Papá Noel en la calle y la casa, compran los regalos para dar a su familia y los amigos y preparan cena. En esta noche se juntan, platican, hacen eventos: hacen posadas, rompen piñatas, intercambian los regalos, toman ponche, bailan y cenan.

## La historia de la Navidad

### 25 de Diciembre y las fiestas paganas

El día de Navidad es el 25 de diciembre, cuando se conmemora el Nacimiento de Jesucristo en Belén según los evangelios de San Mateo y San Lucas. Después de la Pascua de Resurrección es la fiesta más importante del año eclesiástico.

Como los evangelios no mencionan fechas, no es seguro que Jesús naciera ese día. De hecho, el día de Navidad no fue oficialmente reconocido hasta el año 345, cuando por influencia de

---

<sup>81</sup> *Historia de la Navidad*, Página de web de Navidadlatina, Consulta de 21 de noviembre de 2010 de <http://www.navidadlatina.com/historia/>

San Juan Crisóstomo y San Gregorio Nacianzeno se proclamó el 25 de diciembre como fecha de la Natividad. De esta manera se seguía la política de la Iglesia primitiva de absorber en lugar de reprimir los ritos paganos existentes, que desde los primeros tiempos habían celebrado el solsticio de invierno y la llegada de la primavera.

La fiesta pagana más estrechamente asociada con la nueva Navidad era el Saturnal romano, que se celebraba el 19 de diciembre, en honor de Saturno, dios de la agricultura. Se festejaba durante siete días de bulliciosas diversiones y banquetes.

Al mismo tiempo, se celebraba en el Norte de Europa una fiesta de invierno similar, conocida como Yule, en la que se quemaban grandes troncos adornados con ramas y cintas en honor de los dioses para conseguir que el Sol brillara con más fuerza.

### Edad Media, nacimientos y villancicos

Una vez incorporados estos elementos, la Iglesia añadió posteriormente en la Edad Media el nacimiento y los villancicos a sus costumbres. En esta época, los banquetes eran el punto culminante de las celebraciones. Todo esto tuvo un abrupto final en Gran Bretaña cuando, en 1522, los puritanos prohibieron la Navidad. Aunque la Navidad volvió a Inglaterra en 1660 con Carlos II, los rituales desaparecieron hasta la época victoriana.

### Siglo XIX, árbol y postales de Navidad

La Navidad, tal como la conocemos hoy, es una creación del siglo XIX. El árbol de Navidad, originario de regiones germanas, se extendió por otras áreas de Europa y América. Los villancicos fueron recuperados y se compusieron muchos nuevos (la costumbre de cantar villancicos, aunque de orígenes antiguos, procede fundamentalmente del siglo XIX). Las tarjetas de Navidad no

empezaron a utilizarse hasta la década de 1870, aunque la primera de ellas se imprimió en Londres en 1846.

#### Santa Claus y el Espíritu de Navidad

La familiar imagen de Santa Claus, con el trineo, los renos y las bolsas con juguetes, es una invención estadounidense de estos años, aunque la leyenda de Papá Noel sea antigua y compleja, y proceda en parte de San Nicolás y una jovial figura medieval, el espíritu de navidad. En Rusia lleva tradicionalmente un cochinito rosa bajo el brazo.<sup>82</sup>

### La tradición navideña en México

Cuando los evangelizadores llegaron a la Nueva España, en su afán de difundir la religión buscaron aprovechar puntos de contacto que facilitaran la conversión de los indígenas. Por ejemplo, el día que los aztecas celebraban el nacimiento de Huitzilopochtli coincide con la época de Navidad. Estos días los tenochcas llevaban invitados a sus casas y les ofrecían tzóatl lo que hoy conocemos como “alegría” (dulce de amaranto). Así, de alguna manera, “fusionaron” tradiciones cristianas con costumbres festivas que dieron un buen resultado.<sup>83</sup>

#### Las posadas

Las posadas son fiestas populares que en México se celebran durante los nueve días antes de la Navidad, o sea del 16 al 24 de

<sup>82</sup> Juan M. Ballesteros, *Historia de la Navidad*, España, consulta de 12 de diciembre de <http://www.navidadlatina.com/historia/>

<sup>83</sup> *La tradición de la navidad en México*, Terra Networks México, Publicado 31 de marzo de 2010, Consulta de 3 de abril de 2011, de <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloid=126017>

Diciembre. Estas fiestas recuerdan el peregrinaje de María y José desde su salida de Nazaret hasta Belén, donde buscan un lugar donde alojarse para esperar el nacimiento del niño Jesús.

En el México prehispánico celebran el advenimiento de Huitzilopochtli (Dios de la Guerra) durante la época invernal o Panquetzalitli, que iba del 17 al 26 de diciembre, que coincidía con la época en que los europeos celebraban la Navidad.

Estas celebraciones fueron cambiando una vez que el pueblo fue evangelizado y la imagen de Huitzilopochtli fue sustituida por la de José y María.



Jugando con la piñata en Navidad, Detalle de foto. Edgard Gamboa

### Navidad hoy día

No sólo los cristianos celebran la Navidad, también lo hacen los no cristianos y ateos con el fin de convivir social y familiarmente. La fiesta de Navidad ha mezclado su carácter religioso con la tradición de cada país y, por la globalización, este festejo sea convertido en un festival mediático con gran actividad comercial.

Es desde el siglo XIX cuando se popularizó la costumbre del intercambio de regalos; así como la creencia en la llegada de Santa Claus y el regalar tarjetas de Navidad. Costumbres que con el tiempo la mercadotecnia (en especial la norteamericana) aprovecharía para expandir la Navidad por el mundo, dándole un carácter distinto al religioso, y con temas que poco o nada tienen que ver con la tradicional celebración navideña.

# Acción

El artista se disfraza como un muñeco de hombre nieve. Sale a las calles y le pregunta a las personas que encuentra en su camino: "Estoy buscando la nieve" y en su bolsa tiene escrita la frase "¿Dónde está la nieve?"; las personas participan escribiendo una respuesta

Un hombre de nieve salió a la calle el día de Navidad y busca de la nieve.



Las fotografías conmemorativas con la imagen de la hombre nieve en las tiendas.



Encontró la nieve en Zócalo. Preguntó a las personas: ¿Dónde está la nieve?





¿Dónde está Nieve?

¿Dónde está Nieve?



## Epílogo

Este día les pregunté a los mexicanos “¿Dónde está la nieve?” y observé lo que ocurría. Ellos me contestaron “En el polo norte y sur”, “En el Zócalo”. A la pregunta, “¿Dónde está la Natividad”, me respondieron que “En cada hogar” o “Aquí a la vuelta” y algunos me respondieron que no sabían.

Los mexicanos tienen una experiencia diferente de la Navidad a la que yo tengo como coreana. Para los mexicanos la nieve es de otro mundo, es una imagen que sólo ven en los medios de comunicación, o es parte de un evento en el Zócalo. En mi caso, en invierno, cada año, la nieve me hacía sentir frío; en Corea hacía rodar una pelota en la nieve para crear un muñeco de nieve a escala natural. En el caso mexicano, en el taller que se lleva a cabo en el Zócalo para hacer muñecos de nieve, los mexicanos forman una larga fila, rápidamente meten la nieve en el molde, pero ésta pronto se derrite debido al sol.

Hoy en día, gracias a la globalización, se cuenta con mucha información sobre otros países. Existen símbolos internacionales, como el hombre nieve, que se han utilizado con fines comerciales, sin considerar que la naturaleza e historia de cada sociedad son distintas.

## Jugar en los espacios públicos específicos

Se llama espacio público al lugar donde cualquier persona tiene el derecho de circular, en oposición a los espacios privados, donde el paso puede ser restringido, generalmente por criterios de propiedad privada, reserva gubernamental u otros. Por tanto, espacio público es aquel espacio de propiedad pública, “dominio” y uso público. Debido a esto, en el espacio público existen reglas y señales marcados para tener una buena convivencia. Como su uso es compartido y común, está diseñado para las necesidades comunes de los individuos y no para aquellas propias de una sola persona. Como consecuencia, en el espacio todos los individuos son anónimos.

En el espacio público se construyen lo que llamamos sociedad y cultura. Cada espacio posee características específicas por su configuración geográfica, climática, étnica, histórica, política, así como por la localización de los comercios, los servicios e instituciones y, sin duda, también por la dinámica de la gente que por él transita.

En el proceso de urbanización, rápidamente se construyeron los edificios y las carreteras con materiales industriales como cemento, ladrillos y metales, sin considerar la viabilidad del terreno, la naturaleza, las personas o el paisaje de ciudad.

En la actualidad el espacio público se caracteriza muchas veces por el consumo que se practica en él, por ejemplo: bares, restaurantes, cines, ferias y exposiciones; estos lugares son para el disfrute colectivo, la mercantilización de objetos, y el fomento de actividades de consumo.

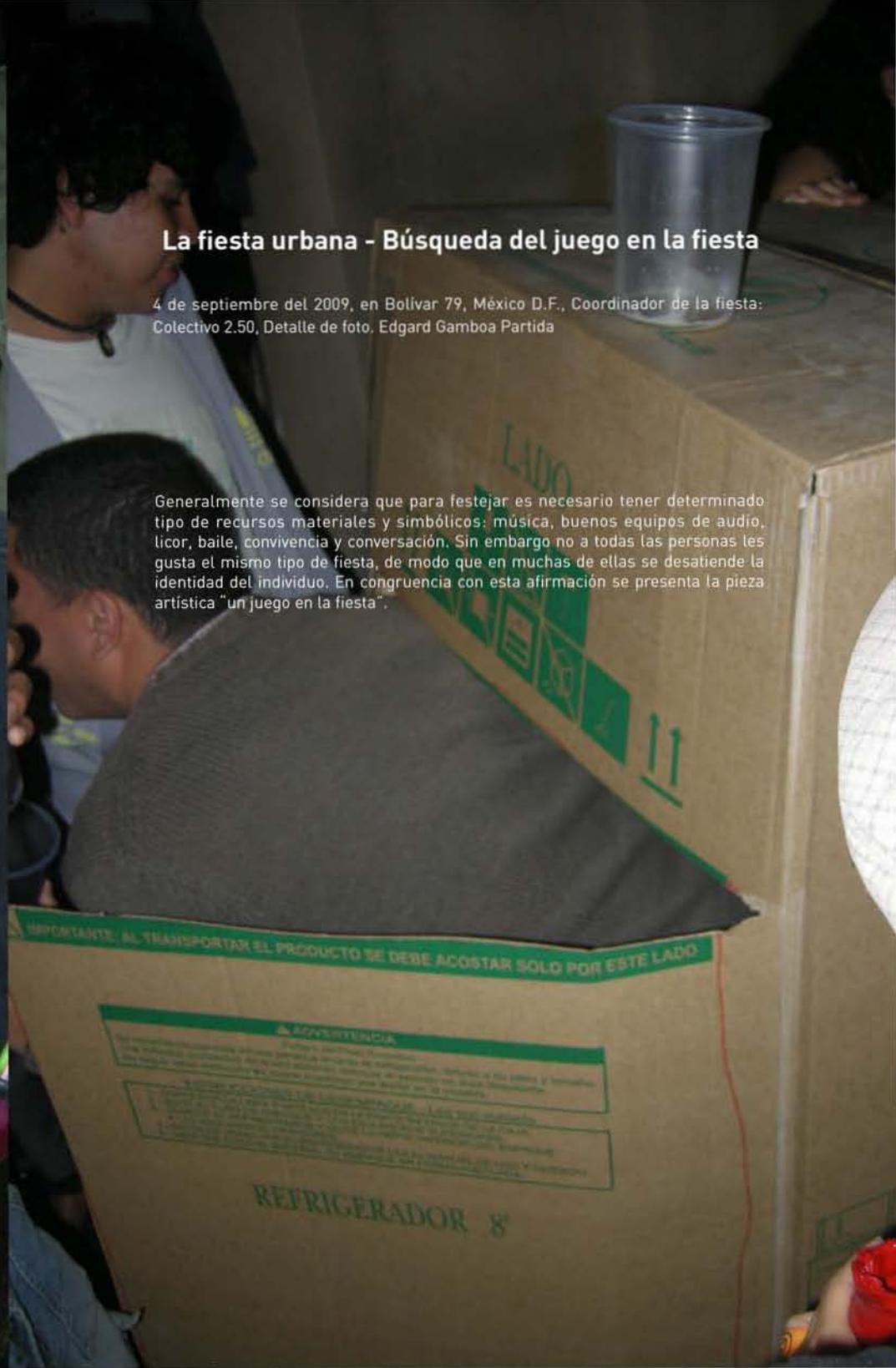
En este apartado se explican las propuestas que realicé en espacios públicos específicos tales como el espacio de una fiesta; el patio de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional Autónoma de México, localizado en Ciudad Universitaria; el Zócalo del Distrito Federal, plaza principal de la Ciudad de México; y finalmente la propuesta realizada en la ciudad de San Cristóbal de las Casas, Chiapas.

Las propuestas como juego invaden y rompen el ritmo de la vida cotidiana en el espacio público específico al mencionar las problemáticas sociales y culturales de estos lugares. En las propuestas, realizo una crítica y agrego las conjeturas y constantes de la investigación y de la observación de campo.



## La fiesta urbana - Búsqueda del juego en la fiesta

4 de septiembre del 2009, en Bolívar 79, México D.F., Coordinador de la fiesta: Colectivo 2.50, Detalle de foto, Edgard Gamboa Partida



Generalmente se considera que para festejar es necesario tener determinado tipo de recursos materiales y simbólicos: música, buenos equipos de audio, licor, baile, convivencia y conversación. Sin embargo no a todas las personas les gusta el mismo tipo de fiesta, de modo que en muchas de ellas se desatiende la identidad del individuo. En congruencia con esta afirmación se presenta la pieza artística "un juego en la fiesta".

## La fiesta urbana

La fiesta es una celebración que forma parte de la vida, hay muchos motivos para hacer una fiesta, debido a que es un pretexto para escapar de la vida cotidiana y manejar el estrés, es una forma de complementación y evasión social.

García Canclini explica a la fiesta urbana en contraste con las fiestas rurales, también define lo que denomina fiestas híbridas. Él afirma que: *en las ciudades, la división entre las clases, otras relaciones familiares, el mayor desarrollo técnico y mercantil aplicado al ocio, la organización masiva de la comunicación social, crean una festividad distinta. A la mayoría de las fiestas se va individualmente, se hacen en fechas arbitrarias.*<sup>84</sup> El carácter de la fiesta urbana es privado, exclusivo y selectivo. De maneta individual se escogen la fecha, las personas invitadas y los temas.

Por influencia de los medios de comunicación las fiestas en muchos países tienen formatos similares: se renta un espacio para eventos, se instalan equipos de sonido, se contratan D.J., se prepara la comida y la bebida, las personas bailan, cantan y platican. También se mezclan preferencias culturales y gustos temáticos. Por citar un ejemplo, en la Ciudad de México es muy común el género musical de la salsa, muchos mexicanos la bailan.

Las fiestas pueden ser rentables y un buen negocio si se sabe administrar. Se pueden realizar en lugares específicos que los organizadores pueden rentar. También hay agencias dedicadas a la logística de los eventos sociales. En este caso el objetivo es ganar

<sup>84</sup> García Canclini Néstor, *Culturas populares en el capitalismo*, México, Grijalbo, 2002. p.184.

dinero a través de la fiesta, por ello es importante que se organice la fiesta con un tema atractivo, hacer promoción, cobrar una entrada o cover y vender comida y bebida.

Durante la fiesta, las personas que bailan y cantan bien se convierten de manera efímera en stars. Es evidente que para una personalidad extrovertida el gusto por las fiestas es mayor. Pero para las personas introvertidas el rol que desarrollarán en una fiesta será el de espectadores.

## La fiesta 2.50



La invitación de la fiesta 2.50

La fiesta 2.50 fue organizada por el Colectivo 2.50<sup>85</sup> para reunir dinero para el proyecto Límite<sup>86</sup>. Los objetivos del evento, no obstante, no fueron puramente económicos, sino también artísticos, de modo que se propuso una mezcla entre el arte y la fiesta. Este evento tuvo características de cualquier otra fiesta de jóvenes en la

<sup>85</sup> Colectivo 2.50, Consulta de 5 de diciembre de 2009 de <http://dosincuenta.blogspot.com/>

<sup>86</sup> Proyecto Límite, Consulta de 5 de diciembre de 2009 de <http://proyectolimito.blogspot.com/>

ciudad. El colectivo rentó un espacio cerrado y oscuro, así como equipos de sonidos, se invitaron DJ's, se vendió bebida y comida y se pidió un costo por admisión. Pero también se hicieron una serie de presentaciones o eventos específicos. Se prepararon cuatro acciones artísticas: "Cuento de HADAS 3" de Verónica Cristiani, "Desprendimiento" de Esmeralda Pérez y Edgard Gamboa y "Un juego de la fiesta" de Kim Young sun.

El colectivo 2.50

*2.50 nació en 2007 por iniciativa de Itandehuitl Orta Rosales, Marco A. Rodríguez Gutiérrez, Argelia Leodegario Calderón, Martha Alicia Escobar Alvarado, Felipe Ocaña, Ávila, Elena Ospital, Miguel Rosales y Eloy Tarsicio López Cortéz, integrándose después Yuvia Antonieta Pérez González. Sin embargo, al tener como meta realizar trabajos colectivos generados desde la reflexión y la discusión, ha adoptado una estructura rizomática que ha hecho del colectivo un proyecto mutable tanto en integrantes, como en propuestas y búsquedas. Desde 2008 han colaborado Eliana Cevallos Acosta, Verónica Cristiani, Edgard Gamboa Partida, Ana Gómez, Lorena Orozco, Mauricio Salazar, Maria Pia Vásquez y Kim Young Sun, así como estudiantes de arte de diferentes instituciones nacionales y extranjeras.*

*El colectivo Ha realizado intervenciones en diversos espacios públicos, tanto en la Ciudad de México como en los estados de Hidalgo, el Estado de México y las ciudades de Cuenca en Ecuador y Madrid en España.*

*Los proyectos realizados han sido apoyados o patrocinados en su momento por la Universidad Nacional Autónoma de México y la Escuela Nacional de Artes Plásticas; la Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado La Esmeralda; la Facultad de Arte*

*de la Universidad de Cuenca, Ecuador; la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo; la Universidad Autónoma del Estado de México; el Museo Universitario Leopoldo Flores; Arte Hoy A.C.; Casa Talavera (Universidad Autónoma de la Ciudad de México) y de Eloy Tarcisio López Cortés (como titular del Taller de Arte Urbano de la Maestría en Artes Visuales de la ENAP.*

*Entre sus proyectos se encuentran: Doliente Dolor de la Tierra, Aguilita, 7 líneas, Cuenca, Anatomía del Edificio Luis Cárdenas, Real del Monte, Santo Domingo, TAPO, Toluca-Cuenca y Ambulantáctica.*

El Proyecto Límite

*Límite es un proyecto de sitio específico, donde el espacio público se vuelve un taller de generación de ideas, de producción y de presentación de las mismas. Gira en torno del concepto de límite y se inserta en dos ciudades fronterizas del país, Tijuana, Baja California y Comitán, Chiapas. Parte de la reflexión, la investigación y la vivencia para plantear diversas formas de acercamiento y de incidencia en el lugar, buscando enriquecer el trabajo en cada una de sus etapas, para generar lazos de comunicación, entendimiento e intercambio entre individuos, grupos, tiempo y espacio.*

*Los artistas que participaron son:*

*En Tijuana: Edgard Gamboa, Ana Gómez, Argelia Leodegario, Esmeralda Pérez y Marco A. Rodríguez.*

*En Comitán: Edén Bastida, Carlos Ramírez, Juan de Dios Ramos, Sandra Real, José R. Reynoso y Kim Young Sun.*

*Verónica Cristiani trabajó parcialmente en ambos lugares y Eliana Cevallos realizó un recorrido de frontera a frontera.*

*Eloy Tarcisio en la gestión del proyecto.*

## Búsqueda de un juego en la fiesta

En mi caso, no siempre me gusta este tipo de fiestas esquematizadas, porque no canto, ni bailo, ni converso bien o con fluidez. A veces siento que estoy sola, encerrada en mí misma a pesar de estar rodeada por muchas personas. La propuesta artística que planteé para la fiesta organizada por el Colectivo 2.50, surgió por esta experiencia de soledad entre mucha gente. Mi idea consiste en crear mi propio juego en la fiesta, construyendo un espacio solitario empleando un objeto común, como lo es una gran caja de cartón.



Llevé una caja de mi tamaño al espacio de la fiesta.



Me ubiqué en un lugar específico, armé esta caja, corté una puerta y me introduje en ella.

## Acción

Sinopsis de la acción: La artista busca un sitio en la fiesta donde la gente esté bailando; posteriormente arma la caja y la coloca en este lugar, entra dentro de ella, se queda un tiempo y luego la rompe.





Diferentes personas jugaron con la caja interrumpiendo mi juego en soledad.



Otro de los participantes sacó su cutter, cortó dos círculos en los lados, metió sus brazos y se convirtió en un "hombre-caja".



Una vez que estuve dentro de ella, me quede a jugar sola.



Una vez que estuve dentro de ella, me quede a jugar sola.



## Epílogo

La obra tuvo un resultado distinto al que pensaba inicialmente, pues imaginé que mi acción no podía llamar atención en un ambiente tan ruidoso y con tanto movimiento; al final muchas personas por iniciativa propia participaron, jugaron con mi caja usando su imaginación y su instinto.



## Zócalo y barrio Chino, México D.F. – Nómada

9 de Mayo de 2009, se realizó un recorrido desde Zócalo del centro histórico de la Cd. De México hasta barrio chino. Miembros: Edgard Gamboa Partida, Kim Yong Sun, Paulina Osorio Ambroz, Marco Antonio García Fuentes, Paola Narváez Contreras, Detalle de foto: Natalia Campo y Tonali Alejandro López Meza

Hoy las personas se mueven como nómadas para buscar trabajo, estudiar, casarse y vivir en un nuevo lugar. Estos movimientos se intensifican por el desarrollo del transporte y la circulación de la información; muchas personas han emigrado a otros países. Además los habitantes de las ciudades se mueven afuera de ella para escapar de la vida cotidiana, y los campesinos se mueven a las ciudades en busca de trabajo.

Casi todos los países mundo tienen un barrio chino, donde residen la mayoría de los habitantes de origen chino en una ciudad. Estos migrantes tradicionalmente se han dedicado al comercio. Este fenómeno no sólo se observa en las personas del origen chino. También los productos chinos tienen una amplia circulación por el mundo. En todo el mundo se venden artículos de origen chino.



## Nómada

*“Nómadas” es el adjetivo para definir a los grupos no establecidos en un lugar fijo, sino que se mueven a otros lugares conforme las estaciones del año, lo mismo buscan plantas y animales*<sup>87</sup>.

El nomadismo es una de las más antiguas formas de organización social y económica en la historia de la humanidad. Antes de desarrollarse la agricultura y la ganadería, era necesario buscar la comida en distintos sitios, dependiendo de los cambios climáticos naturales para sobrevivir. Por tanto era inevitable una estrategia de supervivencia viable en ambientes hostiles, como los desiertos y las paraderas.

Hoy el calificativo de nómada también se utiliza como una palabra para definir a una humanidad en movimiento constante debido al desarrollo de los medios informáticos y del transporte. El significado de nomadismo no sólo indica el movimiento en el espacio, sino que también se refiere a las actividades creativas en un solo lugar, sin ocuparse ciertos valores o una forma vida.

El sociólogo francés Jacques Attali acuñó el término de *“nómada digital” para referirse a una nueva humanidad que no se queda en un lugar fijo, aunque lo esté físicamente, gracias al desarrollo de la tecnología de la información.*<sup>88</sup> Como resultado, en la época de digital es importante la información y la imaginación, pensar libremente para tener una mejor vida. Los “nómadas digitales” conforman un grupo que vive creando una organización virtual nueva, sin oficina, a través de la información de última generación.

<sup>87</sup> Never enciclopedia, *Diccionario Dusan*, <http://100.naver.com>

<sup>88</sup> Jacques Attali, *Homme nomade*, Corea, Editorial Ung jin, 2005.

Por otra parte, cada vez hay un mayor número de migrantes que buscan mejorar sus condiciones de vida, a través del trabajo y el estudio. Muchas otras personas viajan a otros países para cumplir con una satisfacción cultural o educativa. Se puede decir que todos ellos son nómadas globales.

## Zócalo (Plaza de la Constitución)

La Plaza de la Constitución es la plaza principal de la Ciudad de México, y es un monumental espacio público. El Zócalo está localizado en Centro Histórico, en la delegación Cuauhtémoc. Está rodeado por la Catedral Metropolitana de la Ciudad de México (al Norte), el Palacio Nacional (al Oriente), la sede del poder Ejecutivo Federal (al Sur) y el edificio de Gobierno del Distrito Federal, sede del Poder Ejecutivo local (al Poniente).

A la llegada de los españoles, éstos respetaron parte de la traza que había tenido la antigua capital y ensancharon este espacio público dando inicio a la construcción del Palacio del Virrey (actual Palacio Nacional) en lo que había sido el Palacio de Moctezuma Xocoyotzin al oriente de esta plaza, mientras que en el sector norte se destinó un solar a la construcción de la Catedral Metropolitana donde anteriormente se encontraba parte del Templo Mayor azteca. En el flanco poniente se establecieron varios comercios que posteriormente dieron origen al llamado “Portal de Mercaderes” y finalmente en el extremo sur de la plaza se construyó el Palacio del Ayuntamiento de la Ciudad de México.

La plaza ha tenido áreas verdes, monumentos, “el Parián”, que durante la época virreinal funcionó en la esquina sureste de la misma y donde era posible encontrar telas, vajillas, moda, entre

otras mercancías provenientes de la Nao de China...<sup>89</sup>

Nao de china

Nave. Cantábricas, primero redondas (tanto la popa como la proa) y de dos palos. A mediados del siglo XVI se las menciona indistintamente como Naos o como galeones.<sup>90</sup>

“La nao de la china”

Ruta de gran abolengo entre las rutas transoceánicas comerciales de la época moderna fue la de Acapulco a Manila y viceversa, travesía de larga duración, llena de peligros, sobresaltos y penalidades, la ruta más antigua a través de la inmensidad del Pacífico, única durante doscientos cuarenta años entre América y Asia, espina dorsal, junto con las rutas comerciales atlánticas, del vasto Imperio español. Merced a ella, España se enseñoreó en lugares muy apartados de la metrópoli; ocupó un sitio preponderante dentro del comercio asiático, y la Nueva España, su colonia preferida, nutrió, amplió y fortificó gracias a ella su comercio interno e intercontinental.<sup>91</sup>

La Plaza de la Constitución también está rodeada por edificios comerciales, administrativos, hoteles y museos. Muchos vendedores y consumidores vienen hacer compras, los turistas vienen para ver lugares históricos y museos. Además atrás de Catedral hay muchas tiendas que venden productos chinos baratos, en avenida Eje central se encuentra la plaza de la computación.

---

<sup>89</sup> Zócalo (Plaza de la Constitución), Consulta de 20 de octubre de 2009 de <http://ciudadmexico.com.mx/atractivos/zocalo.htm>

<sup>90</sup> Babylon, Consulta de 21 de noviembre de 2010 de <http://diccionario.babylon.com/nao/>.

<sup>91</sup> Manuel Carrera Stampa, *La nao de la china*, Consulta de 21 de noviembre de 2010 de <http://www.jstor.org/pss/25134990>.

## El barrio Chino de la Ciudad de México

El Barrio Chino en la Ciudad de México es una zona donde se concentra la mayoría de la población china que vive en esta ciudad. Está ubicada en la calle de Dolores y Marroquín del Centro Histórico. El historiador Francisco Ibarlucea, relata que *en 1925 se establecieron en el Distrito Federal los primeros pobladores de origen chino... La embajada China en México reporta que en la actualidad viven en el Distrito Federal más de 9 mil personas de origen chino, que en su mayoría se dedican al comercio. Mientras que durante 2010, la ciudad recibió la visita de 13 mil 617 turistas provenientes del gigante asiático. La primera migración china hacia México se dio a fines del siglo XIX, cuando un cierto número de inmigrantes llegaron a Baja California con la intención de cruzar a Estado Unidos.*<sup>92</sup>

El Barrio Chino de la ciudad es un lugar sumamente comercial que tiene numerosos restaurantes y tiendas orientales. También es un lugar turístico, muchos mexicanos y extranjeros vienen a conocerlo.

China ha conquistado el mundo a través de sus productos. Su sistema económico cambió del comunismo al capitalismo; su producción es diversa: desde juguetes hasta computadoras, debido en gran medida a su extensión geográfica y a la gran población y mano de obra barata con la que cuenta.

---

<sup>92</sup> Berenice Balvoa, “Barrio chino del D.F., el más pequeño del mundo” en: El Universal, publicado el 2 de febrero del 2011, México, D.F, consulta de 23 de abril de 2011 de <http://www.eluniversaldf.mx/cuauhtemoc/nota19742.html>

## Pandemia, Influenza porcina- Cubreboca

La influenza porcina casi paralizó a México. La gripe porcina (también conocida como influenza porcina o gripe del cerdo) es una enfermedad infecciosa causada por cualquier virus perteneciente a la familia *Orthomyxoviridae*, que es endémica en poblaciones porcinas. El 24 de abril del 2009, en los medios de comunicación se comenzó a hablar sobre la influenza humana y se indicó a la población que no saliera fuera de casa y si lo hacía usara cubrebocas. Desde este día hasta el 6 de Mayo las escuelas, teatros y museos, así como cualquier lugar público, fueron cerrados.

La acción “Nómada”, planeada para el 26 de abril de 2009, fue suspendida debido a las medidas restrictivas impuestas a causa de la influenza porcina.

## Vinculación

### Tela-nómada

Se recupera el uso de la tela para crear los atuendos de los participantes en esta acción, de la costumbre tibetana de usar telas con varias funciones: como ropa, colchón, mochila, etc. Por su forma de vida como de nómada, los tibetanos buscan tener la menor cantidad de cosas posibles.

Colores de la tela: roja, blanca y verde –México

Rojo, blanco y verde son colores de la bandera de México. Por ello fueron elegidos para simbolizar a los nómadas en México.

Cubreboca- la situación actual

Expresión de la situación de pandemia de influenza porcina.

Trayectos [Zócalo, la tienda “Importaciones” y Barrio Chino]-nómada y Chino

La acción inició en el Zócalo. Se eligió porque durante la época virreinal, en el mercado aquí ubicado, se vendían telas, vajillas y otros productos traídos por la Nao de China. La tienda “Importaciones” actualmente vende productos hechos en China, como decoraciones, juguetes, vasos, etcétera. El Barrio Chino es un lugar de reunión y vivienda de los chinos migrantes, así como de sus descendientes.



Nabú, Monjes tibetanos en Galilea, 2009



Detalle de foto. Natalia Campo, 2009



La tienda “Importaciones”

Barrio Chino

# Roles



Paola Narváez - Conjuga los conceptos de hermetización de los productos y preservación de los mismos, como el resultado de la pérdida de identidad y producción local. Invita a la gente a cubrirse de plástico por algunos segundos y contar desde su propia experiencia la sensación del material sobre su piel.

China es el mayor productor de plástico y este material ha desplazado a la cerámica, arcilla, paja toquilla, cuero, etc., por su bajo costo y su aceptación mundial.



Marco García - Hombre de negocios postmoderno, nómada sin una oficina fija que viaja hacia donde haya la mejor opción de compra-venta de productos y servicios; forma parte de una red de mercado internacional con la cual se comunica y relaciona principalmente a través de un teléfono celular. En un mundo regido por las imágenes y las apariencias, debe vestirse de manera formal y mostrarse seguro. Su estrategia es la compra de productos con una previa búsqueda y comparación de calidad-precio para realizar una inversión segura.



Paulina Osorio - Plantea su acción "Abrazando al mundo". En una tortilla de maíz va preparando tacos con productos de diferentes países.

Ella acompaña esta acción con un referente histórico del traslado de los productos alimenticios en grandes barcos de carga. La tortilla es la metáfora del barco nómada, lugar en donde nos reunimos personajes de distintas localidades.



Kim Young Sun - Expresa el proceso de la conquista de los inmigrantes chinos y sus productos en un mapa de México, a través de etiquetas adhesivas de la bandera de China.

Ella pide a la gente que coloquen las etiquetas en algún lugar del mapa en donde les gustaría estar. Estas etiquetas dejan la huella del propio deseo de traslado de la gente, pues, cada vez que los participantes colocan la bandera de China en México, están conscientes del consumo desmedido que se hace de los productos de Oriente.



Edgard Gamboa - Aborda un problema social de un tiempo y espacio específico. En este caso, la pandemia o gripe porcina. Realiza un recorrido cargando un cerdo negro, que hace referencia a un significativo cargado de significados: China, dinero; México, gripe porcina. En su recorrido pide a la gente que tatué al objeto, es decir al cerdo, con lo que ellos deseen. En este sentido, el objeto se convierte en un contenedor de significados a través de los cuales se reclama al estado el manejo de la seguridad sanitaria y la distribución del dinero de los mexicanos. Este cerdo también es una alcancía, por lo que varios participantes depositaron su colaboración económica dentro de ésta.





# Acción



Un nómada camina para buscar otros nómadas



5 nómadas llegan al Zócalo y hacen un grupo.



Se quitan sus ropas y hacen un lugar para quedarse y ofrecer su mercancía.



Compran muchas cosas de manufactura China.



Visitan una tienda donde sólo venden cosas de China.



Ellos usan sus ropas nuevamente y camina a otro lugar



Ellos hacen sus actividades o trabajos



Descansan en su camino.



Un nómada camina para buscar otros nómadas



Llegan al "Barrio Chino", pero.....



Una joven de China discute con los nómadas la falta de una letra en el cubreboca de Edgard y arregla la palabra. Además él participa en dos acciones más

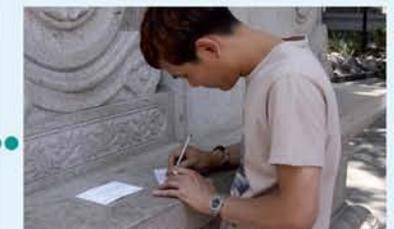
Otra vez...



Hacen otra vez un lugar con su ropa y ahí se instalan.



Toman una fotografía para conmemorar esta acción y su presencia en el lugar.



Además él participa en dos acciones más.

## Epílogo

La obra se iba a realizar el 29 de abril del 2009, y casi es totalmente cancelada debido a las restricciones sanitarias impuestas en los espacios públicos debido a la influenza porcina. Los medios de comunicación anunciaban que la influenza porcina era muy peligrosa y que la población no debía salir de sus casas, por lo que se generó un debate entre los “nómadas” para decidir qué hacer. Algunos querían accionar la pieza artística este día y otros no. Al final la acción se aplazó al 9 de mayo del mismo año. Pero las personas no querían salir a las calles, ni tener contactos con otros; en la calle aún se usaban los cubrebocas. Para adaptarnos al momento y a esta situación agregamos el elemento del cubreboca a nuestra acción, preocupados por lograr una correcta interacción con las personas.

Contrariamente a las expectativas negativas que se tenían, la interacción con las personas fue buena; cada personaje logró desarrollar su rol e interacción y trabajó en los tres lugares donde paramos: la Plaza del Zócalo, la tienda de importaciones y el Barrio Chino.



## El patio público de Facultad de Arquitectura de Ciudad Universitaria - El espacio caliente

Del 17 al 19 de noviembre del 2008, en el patio de Facultad de Arquitectura, CU, UNAM

Participantes: Kim Young sun, Marco Antonio García Fuentes, Verónica Córdova, Lucía Ramírez Mendoza, Itzel

Los edificios generalmente son fríos y grises. Debido a que su estructura es de cemento, piedra o metal como materiales modernos. Por esta razón propuse modificar un espacio con telas de colores cálidos, para así cambiar el ambiente general del espacio y provocar en la gente un sentimiento placentero.

## El edificio de la Facultad de Arquitectura de Ciudad Universitaria

*Se está construyendo una cúpula de madera y cristal para techar un patio interior, y utilizar ese espacio como lugar de estar frente al Teatro Carlos Lazo y a un lado de un acceso lateral al Museo de Ciencias y Artes.<sup>93</sup>*

Por estos lugares caminan muchas personas, porque ahí se encuentran los pasillos que conducen a sus salones de clase, al restaurante, a la papelería, etc. Este espacio tiene múltiples usos: para descansar, comer, platicar y a veces también como espacio de exposición.

## Vinculación con la imagen de Taeguk en Corea, que tiene colores de rojo y azul y tela en el espacio urbano

### Taeguk

Consiste en una figura redonda de color de rojo y azul o rojo, azul y amarillo. En la historia de la antigua China, Taeguk es la fuente de todas las cosas creadas. Esta figura como forma orgánica simboliza el movimiento. El azul y el rojo simbolizan frío y calor, agua y fuego, el cielo y tierra etc. El valor cromático en dualidad y yuxtaposición significa la armonía del mundo.

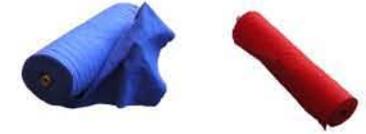
<sup>93</sup> Luis Enrique Ocampo, *La coordinación de arquitectura aplicada en la facultad de arquitectura*, Consulta del 20 de noviembre de 2010 de [www.posgrado.unam.mx/servicios/productos/omnia/.../09/09.pdf](http://www.posgrado.unam.mx/servicios/productos/omnia/.../09/09.pdf)

### Tela

Una característica particular de la tela es su textura, en este caso se eligió una cuya textura denotara calidez.

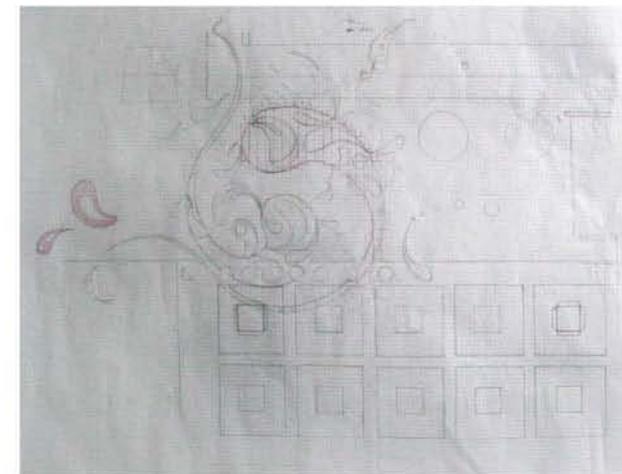


La pueta de Ne-Sam. Jelabukdo, Corea



Material: Cada color- 2 rollos de 20m y más de 20 litros de pegamento

Estos elementos forman el trabajo base para el diseño del espacio.



Bocetos

## Intervención

La propuesta se realizó en el espacio del patio con varios cortes de la tela de acuerdo con el lugar y con base en el boceto. Con la tela cortada se intervino el suelo, en una extensión de aproximadamente 40X40 metros cuadrados, sin evitar las escaleras, sillas y pared que estaban alrededor.



Cuando estábamos instalando tela cortada con la forma orgánica, las personas nos preguntaban de que se trataba en proyecto. La ubicación de la obra fue elegida para coincidir en el camino de las personas, ellas no evitaron caminar alrededor o por encima de la propuesta. De hecho, muchas de ellas se sentaron encima de la obra porque el material era tela tipo alfombra. Desde el edificio se apreciaba la obra en su totalidad.





## Epílogo

La obra “el espacio caliente” fue realizado en colectivo; la instalamos durante tres días a lo largo de un fin de semana. El trabajo de la instalación era duro pero también era un especie de juego con tela en el espacio aprox. 40X40m. Después de cortar la tela la pegamos en varias partes, al mismo tiempo los espectadores se recreaban viendo la propuesta. Los receptores rápidamente se involucraron con la propuesta e interactuaron con ella.

“El espacio caliente, instalación e intervención en el espacio público: el caso del patio de la Facultad de Arquitectura de la UNAM”, tuvo como propósito cambiar el sentimiento y percepción que comúnmente se tiene del lugar. En este contexto casi todos los edificios tienen un color gris debido al material utilizado en la arquitectura moderna, lo cual genera la sensación de frialdad o lejanía. Coloqué tela roja y azul y formé una figura orgánica que simboliza armonía. Las personas sin dudarlo intervinieron en esta obra.



## Lugar comercial del turismo, San Cristóbal de las Casas, Chiapas- Un muñeco se llama Zapatista

Del 8 al 15 de diciembre del 2009, en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas  
detalle de foto. Eden Bastida Kullick y Sandra Real

Esta obra es una acción hecha con un disfraz de Zapatista para hablar sobre la globalización. La imagen del Zapatista simboliza la situación política y social de México. Incluso ahora hasta se usa para comercializarse en el mundo como souvenir. Con esta acción se recuerda parte de la historia de México y se habla sobre el fenómeno actual del consumismo social y la globalización.

## San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México

*El municipio de San Cristóbal de las casas fue fundado por el Capitán Diego de Mazariegos el 31 de Marzo de 1528. Se localiza en el centro del estado de Chiapas, al sur de México. El municipio se ubica en Los Altos de Chiapas, una región montañosa dentro de la Sierra Madre del estado. El 70% de la superficie municipal se conforma de áreas accidentadas, el resto son áreas planas y semiplanas.<sup>94</sup>*

Arriba del 60% de la población municipal se identifican como criollos y mestizos, aún cuando en realidad sean completamente mestizos y conserven en la composición genómica los rasgos característicos de las etnias amerindias de la región. El 38.98% de la población municipal es amerindia, de la cual 19.24% es monolingüe.

La etnia amerindia predominante es la tzotzil, también nativa de este municipio. San Cristóbal de Las Casas tiene un índice de marginación amerindia bajo, sin embargo, aunque la política costumbrista de segregación ha sido mermada a partir de los eventos de 1994, la discriminación que los amerindios experimentan por parte de la población mestiza dista mucho de haber desaparecido.

### Lugar comercial del turismo

Es una de las ciudades coloniales más bellas de México, tiene imponentes edificios religiosos y de manufactura indígena. También

<sup>94</sup> H. Ayuntamiento constitucional 2011-2012, *San Cristóbal de las Casas*, Consulta de 20 de julio de 2010 de <http://www.sancristobal.gob.mx>



Centro San Cristóbal de las Casas, Detalle de foto Kim Young sun

se puede observar su exótica cultura por sus diversas etnias. Este lugar es una zona que atrae a los turistas por sus imponente paisajes naturales y edificios. Ha sido nombrado *Pueblo Mágico*<sup>95</sup> por la Secretaría de Turismo. Actualmente se ha vuelto un lugar muy comercial, repleto de cafeterías, restaurantes y tiendas de cadenas internacionales como StarBucks, Burger King, Victorinox, etcétera. Los indígenas colocan sus puestos y venden artesanías en la plaza, por lo tanto se ha mezclando su cultura debido a la actividad mercantil y a la globalización.

### Artesanía, lana

En esta región los indígenas utilizan tela de lana para confeccionar sus ropas debido al clima templado húmedo con abundantes lluvias en verano y frío el invierno. Esta tela tiene su propia peculiaridad, está bordada y tejida, su color natural es el negro. Todavía algunos indígenas preparan manualmente el tejido, realizando un largo proceso de fabricación y confección del vestido tradicional. Pero

<sup>95</sup> *Programa pueblos mágicos*, Secretaría de turismo, Consulta del 21 de Julio de 2010 de [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Pueblos\\_Magicos](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos)

actualmente se está perdiendo esta tradición; muchos indígenas evitan hacer bordados y tejidos de lana; debido a la globalización usan materiales alternativos para realizar sus artesanías y prefieren comprar ropa comercial o fayuca de china.



Lana bordada y tejida, Detalle de foto. Kim Young sun

## Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN)

*El Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) es una organización indígena-militar cuyo mando tiene por nombre “Comité Clandestino Revolucionario Indígena-Comandancia General (CCRI-CG) del EZLN”, derivado de su composición mayoritariamente indígena. Salió a la luz pública en el estado mexicano de Chiapas el 1 de enero de 1994 al tomar varias cabeceras municipales ese mismo día, cuando entraba en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).*

*La teoría y la praxis zapatistas lo colocan a la par de otros movimientos de la llamada posguerra fría, tales como el “Movimiento de los Sin Tierra” (MST) brasileño, el piquetero argentino, el cocalero boliviano, el okupa europeo, o el antiglobalización de sectores de las sociedades urbanas; ligados*

*a un discurso y un quehacer etiquetado como contracultural, que algunos autores identifican con una supuesta de la “Generación ZI “de movimientos de izquierda y anticapitalistas que no buscan, a diferencia de otros movimientos estadocentristas, la toma del poder estatal.*

*Su lucha, cuyo contenido ideológico se puede conocer a través de sus seis declaraciones políticas, se puede expresar con tres planteamientos mínimos que van de lo local a lo global:*

*La defensa de los derechos colectivos e individuales negados históricamente a los pueblos indígenas mexicanos.*

*La construcción de un nuevo modelo de nación que incluya la democracia, la libertad y la justicia como principios fundamentales de una nueva forma de hacer política.*

*El tejido de una red de resistencias y rebeldías altermundistas en nombre de la humanidad y contra el neoliberalismo.<sup>96</sup>*

Actualmente, el movimiento zapatista realiza su proyecto alternativo de sociedad en algunas comunidades de Chiapas, cuya base es parte de la población indígena local, y obtienen sus recursos tanto de actividades turísticas como del trabajo de las propias comunidades y el apoyo financiero del extranjero.<sup>97</sup>



Zapatista

<sup>96</sup> EZLN - Ejército Zapatista de Liberación Nacional - MEXICO, Publicado 17 de agosto de 2009, Consulta del 23 de julio de 2010 <http://elpolvorin.over-blog.es/article-34972352.html>

<sup>97</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito\\_Zapatista\\_de\\_Liberaci%C3%B3n\\_Nacional](http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito_Zapatista_de_Liberaci%C3%B3n_Nacional)

## Construir el personaje del muñeco Zapatista



### Características del muñeco.

Es un muñeco de lana, su figura consiste en la forma de un caballo y un soldado zapatista que trae una pistola de madera, va cargando una mochila verde de tela y usa un pañuelo rojo en el cuello, de aproximadamente de 20cm de largo por 8cm de ancho.



### Características del personaje

El personaje consiste en un disfraz de un muñeco Zapatista con algunos elementos extras como: productos que se venden en centros comerciales usados como símbolos del consumo social y la hibridación cultural. Una coreana se pone estos objetos: el disfraz es de lana, la mochila tiene una imagen de una caricatura coreana llamada "Pucca", aunque no tiene la etiqueta del lugar de producción. Su pistola de agua es de plástico y está hecha en China.

## Descripción y Acción:

Esta propuesta se realiza desde un punto de vista de un turista o extranjero. La estancia en San Cristóbal duró ocho días, los cuales estuvieron dedicados a buscar el material necesario, la lana tradicional de la región, para confeccionar el muñeco, así como investigar sobre Chiapas y el movimiento neozapatista. También se platicó con las personas de la región y con las indígenas que confeccionan el vestido del muñeco Zapatista.

Una coreana (yo) lleva un muñeco zapatista conseguido en un puesto instalado en la Ciudad de México. Luego en Chiapas visita Ocosingo, Las Margaritas y San Cristóbal de las Casas con el muñeco, buscando la tela tradicional tejida de lana. Esta tela se vende en pocos lugares, porque casi nadie la compra, sólo los indígenas que la usan para hacer prendas para sí mismos o bien para hacer artesanías. Una vez que la obtiene se queda sentada en la calle y empieza a coser en esta tela, día tras día. Finalmente, el último día se coloca la tela intervenida y realiza un recorrido.



**Busca tela de lana (tela de muñeco de zapatista). Encuentra esta tela en San Cristóbal de las Casas.**

• En Comitán, el 9 de diciembre de 2009, Detalle de foto-Kim Young Sun



• En San Cristóbal de las Casas, el 10 de diciembre de 2009, Detalle de foto-Kim Young Sun



**Visita a Ocosingo, Las Margaritas y San Cristóbal de donde los Zapatistas llegaron inicialmente. Se toma un registro con el muñeco Zapatista para representar la historia del Zapatista y sus trayectos por la ciudad.**

• En Las Margaritas, el 12 de diciembre de 2009, Detalle de foto-Kim Young Sun



• En Ocosingo, el 13 de diciembre del 2009, Detalle de foto-Kim Young Sun



• En San Cristóbal de las Casas, el 15 de diciembre del 2009, Detalle de foto-Kim Young Sun



La artista realiza la misma acción que los indígenas: cose un muñeco Zapatista y va recorriendo un trayecto desde el hotel, el restaurante, el parque, hasta el autobús.

•En Comitán, Sab Cristóbal de las Casas, Ocosingo y Las Margaritas, del 10 al 14 de diciembre de 2009





La artista se disfraza como un muñeco zapatista que va a caballo y desarrolla la acción de caminar de la terminal de autobuses de San Cristóbal, al centro, al Palacio municipal y hasta el mercado. Durante su recorrido platica e interactúa con los indígenas, los niños y los turistas

• En Sab Cristóbal de las Casas ,15 de diciembre del 2009, Detalle de foto. Eden Bastida Kullick



## Epílogo

A pesar de que San Cristóbal de las Casas se ha convertido en una ciudad turística, sólo el gobierno y algunas personas acumulan las ganancias generadas por esta actividad, mientras que los indígenas sólo se benefician de manera marginal. Ellos, especialmente señoras y niños pequeños, salen a las calles para ser ambulantes que venden sus artesanías al mejor postor. Gracias a su presencia, San Cristóbal se ha convertido en un lugar exótico al que acuden los turistas atraídos por los grupos étnicos y por su particular ropa tradicional como la falda de lana, el cinturón, la camisa bordada, etc. La mayoría de los indígenas siguen usando su propia lengua; generalmente son los varones y los niños quienes hablan español o son bilingües.

Gracias a mi personaje de “Muñeco Zapatista”, cosido con la tela tradicional de lana y bordado a mano, causé simpatía entre los indígenas, porque ellos ya conocían esta imagen. Ellos me miraban, hablaban y se reían mucho, me acompañaban en mi trayecto.



## Conclusiones

“El arte como juego” es un documento que explora las posibilidades de interconectar diversos elementos como el contexto, la estrategia artística formal, el espacio público y la relación con las personas con el arte y ciertas problemáticas sociales. Gracias a las características del juego -lo lúdico, la imaginación y la mimesis- y el arte, pude actuar e intervenir en diversos contextos, retomando y apropiándome de temas controversiales, así como dialogando directamente con los espectadores e invitándolos a reflexionar.

El consumo social presenta e impone modelos colectivos sobre el gusto, el pensamiento y la existencia de las poblaciones, limitando la creatividad de las personas. Generalmente el consumo implica la valoración de mercancías extranjeras y fabricadas en países desarrollados. Su poder de influencia satura poco a poco a los países menos avanzados; estos patrones externos son una consecuencia insalvable de la globalización.

Las propuestas aquí planteadas utilizan como elemento básico los símbolos dominantes de los fenómenos del consumo social

y la hibridación cultural tales como los muñecos y los juguetes, interpretados desde una teoría de los conceptos rectores de la observación y el análisis de estos fenómenos. La mimesis aplicada a los muñecos, los actores y la vivencia de mundos pertenecientes a la imaginación, es decir, la resignificación del espacio teatral, permitieron presentar las propuestas dentro del espacio público; las personas casualmente se encontraban con el arte como juego en la vida cotidiana, jugaban con él y con ello recibían y proponían nuevas interpretaciones de fenómenos actuales.

El trabajo presentado en su primera parte se justifica a través de la mimesis con los muñecos mexicanos que aparecen en los días festivos nacionales como el Día de la Independencia, la Semana Santa, el Día de Muertos y la Navidad.

La segunda parte propone una serie de acciones artísticas que se llama “Jugar en los espacios públicos específicos”, las cuales se desarrollaron tanto de manera individual como colectiva.

En la acción del Día de la Independencia la artista imitó al muñeco que regularmente se vende en estas fechas, el cual contiene en su estética varios símbolos mexicanos como la bandera, el sombrero, el nopal, el cinturón tradicional y el huarache. El personaje caracterizado por la artista mezcló los elementos antes mencionados con elementos de una muñeca Barbie, que simboliza a la globalización y al país avanzado del cual proviene. Como acto conmemorativo de la historia, se realizó una interacción con las personas en la calle, generando una memoria de la acción por medio de registros (fotografía y video).

En la acción en los Días de la Semana Santa la artista imitó la imagen de Jesús, creando un personaje cargando una cruz hecha de

dólares y realizando una larga peregrinación por cuatro puntos de la ciudad de México, partiendo del Zócalo de la Ciudad hacia las cuatro terminales de autobuses foráneos: Autobuses del Norte, la Central del Sur en Taxqueña, La TAPO en San Lázaro y la Terminal Poniente en Observatorio. Se buscó con ello realizar un acto simbólico de persignar a la urbe a través del metro. Esta acción tuvo por objeto, mencionar la crisis de la economía relacionándola con la festividad del Viernes Santo. Pero actualmente su valía religiosa y de reflexión es reemplazada por la comprensión de que es un día de asueto y pretexto para escapar de la ciudad.

En la exposición e instalación del Día de Muertos la artista entró por medio de su imaginación al mundo de los muñecos de calavera y logró reflexionar desde ahí sobre la vida cotidiana. Primero, por medio de fotografías, utilizando la técnica de fotomontaje, imaginó una escena, para luego pintarla e instalar una exposición junto con muñecos de cartón en forma de esqueletos.

En la propuesta de Navidad, la artista imitó al muñeco hombre de nieve, que es una imagen internacional y hecha en China. Este personaje preguntó “¿Dónde está la nieve?” a las personas que transitaban en el Zócalo de la Ciudad de México, en el que en los últimos años se ha implementado un “parque de diversiones en nieve”. El objetivo de esta acción fue criticar el fenómeno del globalización.

La segunda propuesta se llamó “Jugar en los espacios públicos específicos”, y se desarrolló tanto de manera individual como colectiva.

“La Búsqueda del juego” en el interior de una fiesta fue una acción que se desarrolló en un evento urbano en el que participó

un DJ, hubo un equipo de sonido, se vendieron cervezas o “chelas” -como coloquialmente se les dice en México- y hubo baile; en esta fiesta se cobró una entrada; además, en ella se desarrollaron procesos creativos de la artes visuales. La fiesta fue organizada por el Colectivo 2.50, el cual presentó diversos performances. En el caso de esta propuesta la acción consistió en utilizar una caja de cartón, que tuvo el objetivo de criticar el juego sistematizado y comercial. Un valor incuestionable de esta acción fue el hecho de que muchas personas participaron y crearon varios juegos, demostrando el valor de la interacción en propuestas como ésta, y haciendo evidente que la relación juego-arte aproxima más al público a las expresiones del arte actual.

“El espacio caliente, instalación e intervención en el espacio público: caso concreto, el patio de la Facultad de Arquitectura de la UNAM”, tuvo como propósito cambiar el sentimiento y percepción que se tiene sobre un lugar. En el lugar elegido casi todos los edificios tienen un color gris debido al material utilizado en su arquitectura, por lo que se genera una sensación de frialdad o lejanía. En el patio coloqué tela roja y azul con las que creé una figura orgánica que simboliza armonía. Las personas sin dudarlo intervinieron en esta obra.

“Nómada” fue una acción colectiva: el recorrido comprendió desde Zócalo de la Ciudad de México hasta barrio Chino, deteniéndose en las tiendas que venden artículos importados de China. Esta acción permitió a los artistas hablar sobre el tema de la globalización y el fenómeno de hibridación actual. El colectivo estaba conformado por cinco personas que vestían con los colores de la bandera de México, para simbolizar que eran nómadas mexicanos. Caminaron por zonas que revelan la influencia y presencia en México de estos fenómenos.

“Un muñeco Zapatista” estuvo conformada por un proceso de investigación e interacción desarrolladas en San Cristóbal de las Casas, Chiapas. Se tomó como referencia el souvenir del muñeco zapatista elaborada por las artesanas indígenas. La artista hizo una disfraz inspirado en un muñeco de Zapatista hecho con lama que compró en la Ciudad de México. La artista realizó una acción caracterizada con este disfraz en el centro y el mercado de artesanías en San Cristóbal de las Casas. Fue muy significativo el hecho de que muchos indígenas participaron en esta acción.

Las propuestas fueron realizadas desde el punto de vista de una extranjera, compartiendo experiencias entre México y Corea.

Algunas de mis acciones estuvieron inspiradas en fiestas mexicanas que no llaman la atención de manera especial de los artistas o las personas nacidas en México. Sin embargo, para mí estas acciones son extrañas e interesantes y me permitieron mostrar otra perspectiva de las mismas. Por ejemplo, en la acción del muñeco Zapatista la estrategia de mimesis surgió de los programas de televisión en Corea, como los programas de show y música en video, donde los personajes salen disfrazados como muñecos. Otro ejemplo más es la propuesta de “el espacio caliente” donde utilicé una imagen del Taeguk y pude aplicar este conocimiento del pensamiento asiático para realizar un pieza para los mexicanos.

Por otra parte México y Corea tienen características comunes: forman parte del llamado Tercer mundo, están muy influenciados por Estados Unidos, su sistema económico favorece el consumo social. Con mis propuestas pude reflexionar y profundizar sobre el tema del consumo social como mi interés principal. También agregué el tema de la hibridación cultural porque así lo exigían los fenómenos mexicanos que abordé.

Gracias a mi visión como artista extranjera en México, pude expresar mi punto de vista sobre la hibridación cultural y el consumo social, temas que me apasionan debido al fuerte impacto que estos fenómenos conllevan en los países menos avanzados como México y Corea, al mezclar una cultura local con los productos y costumbres de los países más avanzados. Utilizando características del teatro, el performance y el arte urbano, mi estrategia fue enfrentar a un público involuntario y efímero, que en su ruta diaria rumbo a sus actividades, se encontrara espontáneamente con la pieza artística, rompiendo su rutina y participando en ella. Las obras tienen en su esencia una mezcla de costumbres mexicanas y coreanas, y fueron realizadas en espacios específicos en México, basadas en una investigación y en la observación de los fenómenos, ejemplo de ello fueron las piezas artísticas realizadas en los días festivos oficiales en México, y la acción artística del muñeco Zapatista.

Cabe señalar que muchas de las acciones fueron realizadas en colectivo, mis compañeros me asesoraron y me aportaron sus opiniones enriqueciendo y adaptando las piezas a la situación en México. La gente y el público en general que participó en mis piezas casi siempre fueron amables y muy activas.

## FUENTES DE INVESTIGACIÓN

### LIBROS

Attali Jacques, *Homme nomade*, Corea, Editorial Ung jin, 2005.

Bak, Sam-Chel, *¿Por qué es arte público?*, Corea, Editorial Hakgoje, 2006.

Baudrillard, Jean, *La Sociedad de Consumo*, Corea, Editorial Munye, 1991.

Benjamin, Walter, *La teoría literaria de Walter Benjamin*, Corea, Editorial Minumsa, 1983.

Bermúdez Sari, *La festividad indígena dedicada a los muertos en México*, México, CONACULTA hacia un país de lectores, 2003.

Chivers, Ian, *Diccionario de arte*, Madrid, Biblioteca de consulta Alianza Editorial, 1995.

Comas d' Arquermir, D., et.al., *Los límites de la globalización*, España, Editorial Ariel Practicum, 2002.

Comte-Sponville, André, *Diccionario filosófico*, España, Editorial Paidós, 2001.

*Diccionario práctico escolar*, México Larousse, México

Gadamer, Hans-Georg, *La actualidad de lo bello- El arte como juego, símbolo y fiesta*, Barcelona, Editorial Paidós, 1991.

García Canclini Néstor, *Culturas populares en el capitalismo*, México, Grijalbo, 2002.

Gombrich, E.H, *La historia del arte*, España, Editorial Phaidon, 2007.

Herweck Rice, Dona, *El saltamontes y las hormigas*, España, Teacher Created Materials, 2009.

Huizinga, Johan, *Homo ludens*, España, Alianza Editorial, 1972.

Kim, Jae-Wan, et.al., *Modern de arte*, Corea, Editorial Yekyong, 2002.

Kim, Sang Suk, et.al., *Las significaciones del espacio y de la ciudad*, Corea, Editorial del So Myeong, 2004.

Jameson, Fredric, *La lógica cultural del capitalismo tardío*, Editorial Estética Contemporáneo.

Jin, Jung-kwan, *El juego, el arte y imaginación*, Corea, Editorial Humanista, 2005.

Jin, Jung-kwan, *Estética moderna de Jin Jung-kwan*, Corea, Editorial Art Book, 2003.

Lang, Nancy, *Arte moderno de Nancy Lang que usa traje de baño*, Corea, Rendermhouse, 2006.

Loeffler, Carl Eugene, *The Reality Police*, The Virtual Reality Casebook, New York, Falta editorial, 1994.

López Quintás, Alfonso, *Estética de la creatividad: juego, arte y literatura*, Madrid, Ediciones Rialp, 1998.

Marx, Karl, *Contribución a la crítica de la economía política*, México, Siglo XXI Editores, 1981.

Meneguzzo, Marco, *El siglo XX y el arte contemporáneo*, España, Electa, 2006.

Miles, Malcolm, *Arte, espacio y ciudad*, Corea, Editorial Hakgoje, 2000.

Paz Octavio, *El laberinto de la soledad*. Postdata. *Vuelta a El laberinto de la soledad*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004.

Rifkin, Jeremy, *The Age of Access*, Corea, Editorial Minmsa, 2000.

Toshio, Dakkewoojji, *Estética, Diccionario de las Artes*, Corea, Editorial Mijinsa, 1993.

## REVISTA Y ARTICULO

Félix Suazo, *Para una redefinición de lo político en las prácticas de creación contemporáneas*, México, publicado por Mesa de Artes 2006

## TESIS

Kim, Lyoung Hee, *La investigación de la expresión artística a través de lo lúdico*, Corea, Universidad de Donga, 2008.

Universidad Pedagógica Nacional, *El juego*, Plan 1994 para la Licenciatura en Educación, México, 1994.

## WEBSITE

Babylon, <http://diccionario.babylon.com/nao/>.

Ballesteros Juan M., *Historia de la Navidad*, España, <http://www.navidadlatina.com/historia/>

Balvoa Berenice, “Barrio chino del D.F., el más pequeño del mundo” en: *El Universal*, publicado el 2 de febrero del 2011, México, D.F, <http://www.eluniversaldf.mx/cuauhtemoc/nota19742.html>

Caba, Beatriz, *De jugar con el arte al arte de jugar... un proceso lúdico creativo*, 2004, consulta 3 de abril, de 2010 de <http://www.educared.org.ar/vicaria/adjuntos/caba.pdf>

Cattaneo Eduardo R., ¿Qué es y celebra “Halloween”, Escuela Virtual para Padres, Argentina, <http://www.aciprensa.com/controversias/halloween.htm>

Colectivo 2.50, consulta de 5 de diciembre de 2009 de <http://dosincuenta.blogspot.com/>

¿Cuándo en el mundo?, Calendario del 2010 México, <http://www.cuandoenelmundo.com/calendario/mexico/2010>

Día de la independencia de México(16 de septiembre), Guía de San miguel, <http://www.sanmiguelguide.com/independencia-de-mexico.htm>

Día de muertos, Guía de San Miguel, <http://www.sanmiguelguide.com/dia-de-muertos.htm>

El día de muertos en México, Publicado de 1 noviembre de 2008, <http://paraisoweb.net/el-dia-de-muertos-en-mexico.html>

Enciclopedia Naver, Diccionario Dusan, <http://100.naver.com/100.nhn?docid=112378>

EZLN - Ejército Zapatista de Liberación Nacional - MEXICO, Publicado 17 de agosto de 2009, <http://elpolvorin.over-blog.es/article-34972352.html>

Farlex, *The free dictionar*, <http://es.thefreedictionary.com/anonimato>

García Canclini, Néstor, “*La globalización: ¿productora de culturas híbridas?*” En: Actas del III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular,

Argentina-México, <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html> p.10.

H. Ayuntamiento constitucional 2011-2012, San Cristóbal de las Casas, <http://www.sancristobal.gob.mx>

Hanel, Día de muertos plus!, Publicado 29 de octubre de 2008, <http://tradicionesmexicanasplus.blogspot.com/2008/10/dia-de-muertos.html>

Historia de la Navidad, Página de web de Navidadlatina, <http://www.navidadlatina.com/historia/>

IGN Staff, *Starcraft Named #1 Seller in 1998*, Publicado de 20 de enero de 1999, <http://pc.ign.com/articles/066/066492p1.html>  
Kris Graft. Blizzard Confirms *One “Frontline Release”* for ‘09., Edge <http://www.next-gen.biz/news/blizzard-confirms-one-frontline-release-09>

José Aldazabal, *La cruz, siglo del cristiano*, Barcelona, 1986, pp.27-32, [http://www.mercaba.org/LITURGIA/Gestos/simbolo\\_05\\_cruz\\_signo\\_del\\_cristiano.htm](http://www.mercaba.org/LITURGIA/Gestos/simbolo_05_cruz_signo_del_cristiano.htm)

Juan Pablo Pinzón, México: The Utmost Expression of Hoy Week, publicado 18 de Mayo de 2008, <http://www.bestday.com/Editorial/Semana-Santa-Mexico/>

La tradición de la navidad en México, Terra Networks México, Publicado 31 de marzo de 2010, <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloid=126017>

Lo Ji he, *Encuentro Nancy Lang*, Publicado 24 de enero de 2009 <http://ozhey.tistory.com/109>

México: *Festividades mexicanas*,  
<http://eskapa.wordpress.com/2007/10/17/mexico-festividades-mexicana/>

Mo, Sungh yeon, *SartCreft, The games*, Corea, <http://thegames.co.kr/main/index.php>

Naver enciclopedia, *Diccionario de Dusan*, <http://100.naver.com>

Ocampo Luis Enrique, La coordinación de arquitectura aplicada en la facultad de arquitectura, [www.posgrado.unam.mx/servicios/productos/omnia/.../09/09.pdf](http://www.posgrado.unam.mx/servicios/productos/omnia/.../09/09.pdf)

Programa pueblos mágicos, Secretaría de turismo, [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Pueblos\\_Magicos](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos)

Proyecto Límite, Consulta de 5 de diciembre de 2009 de <http://proyectolimito.blogspot.com/>

Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, <http://buscon.rae.es>

Rodríguez, Ileana, *Hegemonía y dominio: subalternidad, un significado flotante*, México, Edición de Santiago Castro-Gómez y Eduardo Mendieta, 1998.  
<http://www.ensayistas.org/critica/teoria/castro/rodriguez.htm>.

Semana Santa, Aciprensa, <http://www.aciprensa.com/Semanasanta/index.html>

Stampa Manuel Carrera, La nao de la china, <http://www.jstor.org/pss/25134990>.

Zócalo (Plaza de la Constitución), Consulta de 20 de octubre de 2009 de <http://ciudadmexico.com.mx/atractivos/zocalo.htm>  
<http://es.wikipedia.org/wiki/StarCraft>

[http://es.wikipedia.org/wiki/The\\_Factory](http://es.wikipedia.org/wiki/The_Factory)

<http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%A0%9C%EC%82%AC>

<http://nihon.tistory.com/600>

[http://es.wikipedia.org/wiki/The\\_Factory](http://es.wikipedia.org/wiki/The_Factory)

<http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%A0%9C%EC%82%AC>

<http://nihon.tistory.com/600>

[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=simulaci%F3n](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=simulaci%F3n)

[http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex\\_Semana\\_Santa\\_en\\_Mexico](http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Semana_Santa_en_Mexico)

## Entrevista

Josefina Partida Maya el 12 de octubre del 2009.

