

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Centro de Estudios Sociológicos

TESIS

**“René Magritte en *Souvenirs*: Un recorrido sociológico por los pasillos del Museo de Bellas Artes.”**

Que para obtener el grado de Licenciatura en Sociología

Presenta:

Paola THOMPSON RUBIO

Asesor:

Gustavo De la Vega Shiota

Septiembre de 2011.

México, D.F.



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.

**“René Magritte en *Souvenirs*: Un recorrido  
sociológico por los pasillos del Museo de  
Bellas Artes.”**

Autor: Paola THOMPSON RUBIO

“De hecho, el sociólogo siempre es sospechoso de impugnar la autenticidad y la sinceridad del placer estético por el solo hecho de describir sus condiciones de existencia. Eso se debe a que el amor al arte, como todo amor, detesta saber sus orígenes y, en lugar de las condiciones y los condicionamientos comunes, prefiere, después de todo, los azares singulares que siempre consienten en ser explicados como predestinación.”

Pierre Bourdieu

Dedico este trabajo con todo mi corazón:

A mi madre, por su gran paciencia y bondad con la que me ha formado toda mi vida, es por ella que he podido continuar gran parte de mi camino. No tengo palabras para expresar mi gratitud y felicidad de tener a alguien como ella.

A mi hermana, con la que he reído, llorado y compartido grandes momentos de mi vida. Gracias a ella he aprendido lo que significa ser noble y compartida.

A mi padre, que me infundió en mis gustos e intereses de la vida, formando así una persona sin límites para el futuro.

A mis abuelitas Emma y Guadalupe: que me escucharon, compartieron momentos inmemorables para mí y me cuidaron con escucha y alegría infinita.

A mis padrinos Miguel e Imelda, que han sido mis ángeles en la vida y me han guiado por un gran camino.

A mi tía Noemí y mi tío José Luis: por ser mis cómplices en esta carrera y poderme dar las fuerzas que me hicieron estar segura de mis convicciones.

A mi tía Dina y a mi tío Ale: los tíos consentidores, gracias por impulsarme y darme el valor en muchos de mis proyectos.

Y a toda mi gran familia que ha estado acompañándome en cada una de mis etapas de la vida, y además me han ayudado a crecer y ver que cuento con ellos indiscutiblemente.

A mis seres especiales que me han escuchado, ayudado y compartido momentos tan indispensables de mi vida:

Óscar, gracias por tu gran apoyo, amor y paciencia que has tenido conmigo, eres la mejor persona que he conocido.

Mirel: por ser mi gran hermana hecha realidad; Cristina: por enseñarme que la amistad es una dicha y alegría que se forja día con día; Marisol: por tu nobleza y simpatía compartidas; Violeta: por ofrecerme tu sinceridad y compañía, Lidia y Andrea por su singular humor y carisma que me transmitían; Carlitos: por ser mi gran cómplice; Bibiana: por tenerme presente en todo momento como una excelente amiga; Salvador: por tu atención y amabilidad y Tania María, por haberme transmitido tus buenos sentimientos.

A mis profesores Gustavo y Antonia, gracias por su paciencia y gran enseñanza tanto de la vida como el amor a mi carrera.

## Índice:

Introducción: .....	1
1. Una aproximación a la categoría de cultura .....	5
1.1 La etimología y la historia del concepto cultura .....	5
1.2 La cultura como categoría de estudio para la Sociología .....	9
1.2.1 Raymond Williams y la Sociología de la Cultura .....	9
1.2.2 La cultura para la Escuela de Frankfurt: Herbert Marcuse.....	12
1.2.3 La cultura como praxis en Zigmunt Bauman .....	16
1.2.4 Análisis de la cultura desde la perspectiva marxista en Latinoamérica.....	19
1.3 La cultura como espacio generador del arte .....	22
1.3.1 La constitución del arte .....	25
1.3.2 El núcleo del arte: las obras artísticas.....	27
1.3.3 La experiencia artística.....	29
1.3.4 El arte como antítesis de la sociedad.....	32
2. La industria cultural como antítesis de la cultura.....	36
2.1 El proceso industrial en Marx.....	36
2.1.1 La mercancía y su fetichización.....	42
2.2 El patrimonio cultural como mercancía de la cultura.....	44
2.3 La construcción de la categoría Industria Cultural en la Escuela de Frankfurt....	47
2.3.1 El papel de la publicidad en la mercantilización del arte.....	51
2.3.2 El arte como distintivo social.....	52
2.4 La industria cultural bajo un enfoque internacional.....	55
3. El museo como espacio institucional de la cultura.....	58
3.1 Los orígenes del museo.....	58
3.2 Un acercamiento al concepto de museo.....	63
3.2.1 Los elementos del museo.....	66
3.2.2 Las funciones específicas del museo.....	67
3.2.3 Las contradicciones del museo.....	69
3.3 La categorización de los museos.....	76
3.3.1 El museo de arte como espacio de estudio.....	78
3.4 Las exposiciones como medio de comunicación .....	81
3.4.1 Las funciones de la exposición.....	83

3.4.2	Tipología de exposiciones.....	84
3.4.3	Conceptualización de las exposiciones temporales.....	87
4.	René Magritte en el Museo de Bellas Artes.....	89
4.1	El mundo invisible de René Magritte.....	89
4.2	Bellas Artes como escenario atrayente.....	93
4.3	Una visita por los pasillos del Museo del Palacio de Bellas Artes.....	96
4.4	Una aproximación objetiva: construyendo mi instrumento metodológico.....	98
4.4.1	Partes integrantes de la encuesta.....	100
4.4.2	Comenzando a cuestionar la visita en Bellas Artes.....	101
4.5	El análisis de la visita a la exposición de René Magritte.....	103
4.5.1	Datos generales de los visitantes.....	103
4.5.2	La formación escolar de los visitantes.....	104
4.5.3	¿Entrada libre o de pago?.....	106
4.5.4	La frecuencia de visitas a la exposición.....	107
4.5.5	Motivaciones para ver la exposición.....	108
4.5.6	Intereses particulares de la presentación.....	110
4.5.6.1	La explicación de los intereses particulares.....	111
4.5.7	Lo más atractivo de la exposición.....	114
4.5.7.1	Por qué llamó la atención.....	117
4.5.8	El recuerdo de una obra.....	120
4.5.8.1	La obra más vista.....	122
4.5.8.2	Por qué llamó la atención la obra.....	125
4.5.9	El conocimiento previo sobre la exposición.....	127
4.5.10	El conocimiento adquirido de la exposición.....	129
4.5.10.1	Lo aprendido en la exposición.....	131
4.5.11	De compras al museo.....	134
4.5.11.1	Los <i>souvenirs</i> comprados.....	136
4.5.12	El perfil del visitante.....	139
	Conclusiones.....	142
	Fuentes consultadas.....	150
	Anexos.....	153

## Introducción

En el Museo del Palacio de Bellas Artes de la Ciudad de México se han presentado en los últimos cinco años, importantes exposiciones temporales, a las cuales acude un gran número de personas a presenciar las obras, recomendadas por quienes las han visto, anunciadas y comentadas por los medios de información, presenciándose a su vez, la venta de artículos relacionados a la exposición, lo que las hace mostrarse como un suceso interesante y masivo.

Es a partir de las características atrayentes de las exposiciones temporales, como surge la idea de presentar una investigación que pretende en primer lugar, dar a conocer los motivos por los que la gente asiste a dichas exhibiciones, y en un segundo término, saber si proviene de una *industria cultural*, la cual se caracteriza en términos teóricos como la que regula, media y organiza a la cultura que se realiza y se presenta a la sociedad, con fines mercantiles.

Los elementos que indican la presencia de una industria cultural, dentro de las exhibiciones de este museo son: el uso de medios masivos que influyen al espectador para que acuda a la exposición y que pueden generar un *fetichismo* hacia las obras, ya que en las presentaciones se generan conglomerados para ver cierto tipo de obras que corresponden a las más anunciadas en los medios; por otra parte, se encuentran a la venta reproducciones de las obras mostradas en la exposición, las cuales generan ganancias hacia quienes manejan esa mercantilización, y en tercer lugar, está el hecho de que la exposición se percibe como una obligación social que genera un *status* y una distinción entre las personas, debido a que se forma una actitud del “conocedor” sobre los “no conocedores” (que son los que no han tenido un contacto con el tema de la presentación temporal). Por último, se podría hablar del papel de los visitantes ante las obras, observando que la mayoría se reduce únicamente a contemplarlas, siendo esto un acto pasivo que proviene del manejo de una industria que se encarga de imposibilitar el análisis, crítica o simplemente el recuerdo de ellas.

Dichos puntos, -señalados de manera breve- fueron la base para conformar la presente investigación, además de conceptualizar cada uno de los términos básicos, para así llevar a cabo un estudio de caso dentro del Museo del Palacio de Bellas Artes, con la exposición “El mundo invisible de René Magritte”, la cual tuvo lugar del 17 de marzo al 4 de julio de 2010 y con ello llegar a las conclusiones de esta investigación.

El método que se utilizó para la elaboración de este trabajo fue inicialmente, el de recurrir a una investigación documental, esto con el fin de construir la base conceptual del estudio, que permitió conformar los primeros tres capítulos y además, poder abordar la parte práctica bajo un sustento teórico. Posteriormente, se pasó al estudio de caso, teniendo contacto a partir de la observación a participantes de la exposición temporal, lo anterior con el fin de conocer el comportamiento de los visitantes, el contenido y tema de la presentación, así como las actividades más relevantes que se producían en referencia a la exposición. A partir de este hecho, se dio inicio a armar el instrumento con un corte cuantitativo, correspondiente a la encuesta, con lo cual se tuvo contacto directo con los espectadores de la exposición y poder hacer un análisis de sus respuestas.

El presente trabajo se conforma de cuatro capítulos y conclusiones que se abordan de la siguiente manera:

El primer capítulo corresponde a la definición de la cultura desde un recorrido histórico-etimológico del concepto para retomar su significado social, y a continuación pasar a la perspectiva sociológica, rescatando desde sus inicios a Raymond Williams, pionero en el estudio de la categoría cultura desde un enfoque sociológico; posteriormente se aborda a Herbert Marcuse, destacado integrante de la Escuela de Frankfurt, y quien se encarga de hacer una construcción del concepto cultura como un tipo ideal. Posteriormente se aborda a Zygmunt Bauman, quien a través de su trabajo “La cultura como praxis”, hace un recorrido de cómo se ha estudiado a este concepto en las ciencias sociales, rescatando la importancia de que la cultura sea un fenómeno en movimiento y en especial que su fundamento sea la praxis humana. Por último se hace mención de Gilberto Giménez, quien a través de su perspectiva marxista

latinoamericana, hace un recuento general del concepto que nos permite ver a la cultura como un hecho social.

En el segundo capítulo, se maneja el concepto fundamental de la investigación: la industria cultural, partiendo del trabajo de Marx que nos explica el proceso de producción para así comprender el ejercicio central de la industria, quien a su vez nos lleva al concepto de mercancía, su fetichización y el consumo de ésta. Por otro lado se hace mención de la Escuela de Frankfurt con la creación de la categoría “industria cultural” que son quienes se encargaron de construir este concepto, de caracterizarlo y percibir que la cultura puede estar siendo manejada con fines comerciales y de dominio, destacando a su vez la importancia e influencia de los medios masivos para este proceso. Y finalmente se encuentra a Pierre Bourdieu, quien aporta la idea de distinción y *status* en el ámbito artístico, obtenidos desde el capital cultural, educativo y económico que tiene la persona, ante los que no son poseedores de dichos capitales, siendo así que el arte puede ser un elemento diferenciador entre quienes pueden acceder y poseerla, y quienes no tienen dichas capacidades.

En el tercer capítulo, se habla específicamente del espacio donde se llevó a cabo el estudio, el cual es el Museo; primeramente se hace una descripción de su conformación histórica con los teóricos Francisco Javier Zabaiur y Aurora León, museólogos que se dedican a conceptualizar a la categoría de Museo, para después construir una definición de éste y mencionar los elementos importantes que lo caracterizan, así como sus funciones y contradicciones, que realizan los museógrafos Neil y Philip Kotler. Otra de las partes importantes dentro de este capítulo es la aportación que hace Pierre Borudieu, al hacer un estudio en diferentes museos y llegar a la conclusión de que este espacio lejos de ser un espacio democratizador, es un lugar que cataloga y remarca las diferencias sociales. En un tercer momento se relata la clasificación por temas de los museos, realizada por: Estadística y Colecciones Museográficas del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de España en el año 2002, la cual sirve para abordar el museo de arte, que corresponde al tema de investigación.

Posteriormente se presenta un factor indispensable en el museo, que es la exposición, trabajada desde la perspectiva de Michael Belcher, quien concibe que las presentaciones museísticas son finalmente un medio de comunicación, desplegándose además la clasificación que existe de ellas, las cuales son abordadas por las investigadoras en museografía, Ángela García Blanco y Beatriz Blanco, quienes nos mencionan su ramificación con el fin de retomar la categoría oportuna para la investigación, la cual viene a ser la exposición temporal.

En el último capítulo se aborda el estudio de caso que se realizó en el Museo del Palacio de Bellas Artes, con la exposición de “El mundo invisible de René Magritte”, a partir de la observación participante y el instrumento construido que fue la encuesta, se trató de ver por qué la gente acude a la exposición, qué es lo que observa, qué impacto tuvo esta exposición en el receptor, y si compró algo relacionado a la presentación, éstos como puntos ejes del tema. Finalmente se presentan los resultados de la encuesta, con un análisis que da cuenta a una serie de planteamientos, mismos que darán origen a las conclusiones.

En las conclusiones se presenta una serie de elementos, que dan justificación a la hipótesis considerada, y se hace un análisis y comprensión en cierta medida, acerca de la problemática de la industria cultural en las exposiciones temporales, y los puntos que ayudan a comprobarla; pero además de esto, se formulan nuevas hipótesis que dan indicio a interrogantes, que pueden ser tratadas en investigaciones futuras.

## Capítulo 1

### Una aproximación a la categoría de cultura

#### 1.1 La etimología y la historia del concepto cultura

La cultura es un término que ha sido estudiado desde diferentes disciplinas tales como la Filosofía, la Antropología, la Historia, la Estética y también la Sociología; es bajo la óptica de esta última ciencia que se inclinará este estudio y por lo tanto se considera a la cultura dentro de un plano social.

El concepto cultura tradicionalmente se le define en los diccionarios y enciclopedias como aquella información que se transmite por aprendizaje o asimilación en una sociedad determinada entre los individuos, que será característica de la sociedad y puede ser modificada con el paso del tiempo; pero a continuación también se le agrega la raíz latina *cultus*, que quiere decir cultivo, dejando esta última parte sin un desarrollo claro.

La palabra cultura tiene sus orígenes más arraigados en el latín en el vocablo *cultus*, el cual proviene del verbo latino *colere* y cuyo significado es cultivar; por lo tanto es un término relacionado con lo agrotécnico y su función principal era la manera de nombrar al cultivo de la tierra. *Cultus* era la forma de decir que existía un campo cultivado, dicha acción se llevaba a cabo de manera colectiva, es decir, un conjunto de hombres intervenían en el proceso de siembra, donde la agricultura tenía un gran papel en la sociedad romana, ya que era una de sus bases principales de producción y organización, en tanto que al ser un imperio, debían tener un orden y una de las esferas que lo tenía, era en la siembra.

El sociólogo Xavier Acosta nos confirma el origen del término cultura:

La palabra cultura procede del latín *cultus*, que se deriva del verbo *colere*, el cual significa cultivar, cuidar, practicar, honrar. Fundamentalmente este cultivo tenía que ver con la labranza, significando el cultivo de la tierra realizado mediante la

agricultura. A partir de este significado de cultura como cultivo de la tierra, los romanos produjeron un significado metafórico de cultura aplicado al ser humano, como cultivo de la persona.<sup>1</sup>

Continuando con los significados que se le otorgan al concepto de cultura, existe otro en la misma época romana, la cual proviene de la expresión que los romanos usaban al decir *cultus vitae*, -que viene más relacionado a lo que hoy entendemos por cultura- el cual significaba la manera en que un pueblo regulaba sus formas de vida, es así como hacían resaltar la originalidad que cada sociedad tenía y las distinguía una de otra; de esta forma la expresión *cultus vitae* contenía en sí una serie de usos y costumbres y por lo tanto la organización y producción de manera implícita en una sociedad determinada.

La cultura dentro de sus orígenes como término, representaba también una honra hacia los dioses que se relacionaban con la siembra y por tanto se localizaba en el terreno de lo religioso;<sup>2</sup> fue así como el sustantivo *cultus* fue adquiriendo un significado de cuidado a la siembra dentro del terreno de la religión y se le iba otorgando un sentido más al de la agricultura.

Con el paso del tiempo, ubicándonos en la Edad Media, la palabra cultura se ligaba también con el adjetivo “culto” dirigido a las personas, el cual era una característica propia de los sacerdotes (y que por tanto se localizaba todavía en el terreno de lo religioso), la cual significaba aquél que cultivaba su espíritu y en consecuencia el cuidado que en principio era dirigido a la siembra, se le colocó un sentido metafórico direccionado al hombre. Fue de esta manera como se traslada un concepto agrotécnico al ámbito humanístico.

Bajo esta misma óptica de ver al hombre como un individuo que puede ser culto, el cual tiene su espíritu educado, en el Renacimiento Italiano la palabra cultura llegó a significar un tema proveniente de la Edad Media, y se le consideró una de las

---

<sup>1</sup> Xavier, Costa. **Sociología del Conocimiento y de la Cultura. Tradiciones en la teoría social**, p. 79.

<sup>2</sup> Recordemos que la siembra se dedicaba a los dioses y en muchas ocasiones se les realizaba una ofrenda a ellos, con el fin de que su cosecha creciera como los hombres deseaban, siendo además aceptada por los dioses.

calidades personales más apreciadas del hombre, en la que se tenía una íntima relación con las bellas artes, y por tanto, se le consideraba a alguien culto cuando poseía el conocimiento o la habilidad para comprender todo lo relacionado a las artes, tales como la pintura, la arquitectura, la escultura y la literatura principalmente, como lo menciona Xavier Costa: "...fue así como particularmente en el Renacimiento italiano, cuando la cultura significaba la formación de las calidades personales."<sup>3</sup> Aquí cabría destacar que la cultura tenía una íntima relación con el arte y de ahí que se le siga vinculando estrechamente con ella.

Durante el Siglo XVIII en el Iluminismo, se dio un cambio de significado al término de cultura, ya que en Francia se le otorgó un sentido proveniente de la Modernidad cuya concepción de cultivo se le asignó a las artes particulares, de esta manera en el Diccionario de la Academia Francesa se comenzaba a hablar acerca de "la cultura de las artes", de "la cultura de las letras" y así fue como el cultivo no quedaba reducido únicamente al cuidado de la tierra como en sus orígenes, sino que se llevó al terreno de un saber o un arte. Desde este momento, la cultura no queda sometida a un sólo ámbito, sino que se le dota una acción, un estado en que el hombre puede encontrarse y fue desde ese período en que la Ilustración comenzó a concebir a la cultura como una "... suma de los saberes acumulados y transmitidos por la humanidad, asociándose a las ideas de progreso y de evolución."<sup>4</sup> Viéndose también un elemento más: que la cultura es una cuestión que se transmite en una sociedad y que por evolución se puede entender un cambio constante en ella, es decir tiene la capacidad de estar en movimiento.

A partir de ese momento, el concepto de cultura fue tomado más en consideración y fue en el Siglo XX cuando Ciencias como la Antropología y la Sociología comenzaron a retomar este término para hacerlo suyo como categoría de análisis y estudio; viéndose así que el estudio del hombre va ligado al de cultura y en consecuencia al de Sociedad.

---

<sup>3</sup> *Ibid.* p. 80.

<sup>4</sup> Jorge, Warley. **La cultura. Versiones y definiciones.** p. 80.

De esta manera, a lo largo de la historia se puede ver que la cultura a *grosso modo*, es un concepto que ha sido utilizado desde diferentes ópticas y formas de interpretar, pero para fines de esta investigación será considerada principalmente como aquella creación que se genera socialmente, es decir, un producto que se realiza a través de la asociación de los hombres y viene a ser un resultado no intencional de la manera en que llevan a cabo su regulación, su producción y su organización social a través de una cosmovisión e ideologías, mismas que se verán reflejadas en los productos resultantes tales como la religión, el arte, la ciencia, la educación, la política, la economía, la comunicación, el lenguaje, los hábitos y comportamientos que remitirán necesariamente a una cultura obtenida y estará contextualizada en una sociedad.

El hombre en consecuencia quedaría por ser el sujeto principal de la cultura, encargado de cultivar, cuidar, honrar y crear en cada una de las facetas que hemos visto de la cultura bajo una sociedad en un tiempo y lugar determinados, pero que después el hombre se convertirá en una consecuencia de cultura y por tanto, se puede ver como un proceso cíclico cuyos elementos están entrelazados y se construyen uno al otro.

Finalmente podemos ver en este apartado, que el origen del término cultura no queda relegado únicamente al significado de su raíz, sino que puede ser retomado para su interpretación en diferentes contextos y sentidos dependiendo como desee ser abordado.

## 1.2 La cultura como categoría de estudio para la Sociología

### 1.2.1 Raymond Williams y la Sociología de la Cultura

Raymond Williams fue un sociólogo británico que escribió gran parte de sus obras en la década de los 50's y 60's del Siglo XX; se caracterizaba por ser uno de los principales teóricos que declararon que era necesario considerar a la cultura como categoría de análisis en la Sociología, ya que en el siglo pasado (en especial antes de la segunda mitad del Siglo XX) se le consideraba como concepto propio de la Antropología, quedando rezagada de nuestra ciencia.

En primer lugar Williams observa que la cultura es una cuestión que atañe al hombre como lo venía trabajando la Antropología, pero que se desarrollaba en un contexto social y no individual, es decir, la cultura no era propia de un ser humano, sino que se podía desarrollar gracias a la convivencia entre hombres y así se desarrollaba un tipo de lenguaje, de producción, de arte, de reglas, de comportamiento, de religión y de ciencia que reflejaban a la cultura.

Para que Williams pudiera destacar la importancia de una Sociología de la Cultura, observó que era indispensable en un principio definir a la cultura, para así destacar su carácter y justificación del por qué podía ser considerada dentro de esta ciencia social; fue a partir de ese momento que se encontró con un gran problema, ya que el significado de dicho término era en sí mismo una dificultad, debido a que este simple concepto podía ser estudiado desde diferentes ópticas y por lo tanto, adquirir distintos connotaciones; tal como lo mencionó el autor: "Tanto el problema como el interés de la sociología de la cultura pueden percibirse de inmediato en la dificultad implícita de su término aparentemente definitorio cultura."<sup>5</sup> Y a partir de ello se dio a la tarea de definir la cultura.

---

<sup>5</sup> Williams, Raymond. **Sociología de la Cultura**. p. 10.

En un primer momento, Williams observó que la cultura podía ser vista desde dos versiones: como una forma global, en el cual todos los seres humanos están insertos y por tanto se considera a una sociedad como única y la otra forma de entenderla es de manera particular, aceptando que hay comunidades que tienen su propia cultura; es así como se pueden observar dos escalas diversas de una misma categoría, y en consecuencia serían retomadas para cada estudio según fuese lo conveniente.

El autor comprendió a la cultura desde una óptica totalizadora, es decir, no se remitió a ella como una cuestión particular ni propia de ciertas comunidades, ya que en un segundo momento buscó hacer generalizaciones que le ayudarían a unir esta categoría con la Sociología, por lo tanto consideró que la cultura debe ser comprendida como una cuestión global, siempre y cuando sea manejada con fines teóricos.

Williams observó que para generarse la cultura es necesario hacer mención, en primer lugar de la Sociedad, -como había señalado anteriormente- la cultura por tanto es una cuestión no personal, sino social, en la cual se generan actividades con un significado al realizarse; y es cuando se forman la Religión, el Arte, la Ciencia, la Ley, la Lengua, por mencionar algunas y son las que dan un sentido a dicha Sociedad.

Por tanto llega a la conclusión de que la cultura sea entendida como:

(...) el espíritu conformado de un modo de vida global, que se manifiesta en toda la gama de actividades sociales (...) dentro del cual ahora, un sistema significativo característico se considera no sólo esencial, sino como esencialmente implicado en todas las formas de actividad social.<sup>6</sup>

De esta manera, el sociólogo Raymond, toma en consideración que la cultura está inserta dentro de la actividad social, quien le dota un significado y está incrustada en cada una de las actividades que se llevan a cabo en la Sociedad.

---

<sup>6</sup> Williams, Raymond. **Cultura. Sociología de la Comunicación y del Arte**, p. 12.

Otra de las cuestiones a destacar de este autor, es que percibe que la cultura es una producción humana-social, donde posteriormente el sujeto estará determinado en cierta medida (en su ideología, su comportamiento, sus relaciones y sus medios) por una cultura que ha sido creada con antelación; al aclarar este punto se enfoca a dos hechos fundamentales en la cultura: a) que la cultura no es una forma estática, sino que está en constante movimiento y que b) son los hombres en sociedad sus productores, ellos son quienes la construyen. Estos dos elementos son los que ayudan a comprender que dichas características son las que cotidianamente se utilizan al definir a la cultura para la Sociología.

Para concluir con este autor, a partir de haber concebido a la cultura como aquello que se manifiesta y está inserto en cada una de las actividades sociales, la cual es creada por el hombre y es en él en quien recae esta creación, considera que la Sociología no puede quedarse relegada del estudio de esta categoría, ya que es un concepto que puede ser remitido en nuestra ciencia y que tendrá como tarea, el interés por la producción y reproducción de la cultura (en términos de que se está creando y renovando), por las relaciones sociales que se desencadenan de ella, y ocuparse de los problemas de la cultura hacia la Sociedad.

### 1.2.2 La cultura para la Escuela de Frankfurt: Herbert Marcuse

La escuela de Frankfurt fue fundada por Felix Weil, -intelectual germano-argentino de origen judío- que impulsó financieramente a dicha escuela; ésta se destacó principalmente por el Instituto de Investigaciones Sociales, el cual pudo congregarse a diferentes prototipos de teóricos que trataban los temas de teoría y crítica social; la mayoría poseía una tendencia de izquierda y reflexionaron acerca del trabajo de Weber, Marx, Freud, entre otros; su mayor auge en principio fue durante los años 60's, ya que la posguerra fue el ambiente que desencadenaba muchos de los temas a tratar.

Entre los autores más destacados de este Instituto destacaron en la primera generación<sup>7</sup>: Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse y en algunas ocasiones se le considera a Walter Benjamin, aunque éste nunca formó parte como tal, sino que mantuvo una amplia correspondencia y relación con los autores.

Los teóricos de la Escuela de Frankfurt son los que mayormente hablan del concepto de cultura en dos aristas: como concepto ideal, es decir, como debería ser considerada la cultura, para contrastarlo en un segundo momento con el concepto de industria cultural, el cual va a romper el esquema que se tiene de cultura y que más adelante se retomará.

Herbert Marcuse (sociólogo-filósofo alemán que nació en 1898 y murió en 1979) fue quien trabajó más el concepto de cultura y lo plasmó de forma concreta en su trabajo: *Ensayos sobre Política y Cultura*, en el que comienza a reconocer que la cultura tiene una estrecha relación con lo humano, es decir, la cultura tiene que estar vinculada con el hombre (para ser estudiada) en tanto se le considere como un proceso que se lleva a cabo gracias al ejercicio humano, viéndose en consecuencia el sujeto que lleva a cabo la acción de la cultura: el hombre en sociedad.

A partir de haber identificado que la humanidad es la que construye a la cultura, el autor reconoce que se debe tomar en consideración, que para hablar de la cultura es

---

<sup>7</sup> Ya que existió una segunda generación en donde Jürgen Habermas destacó.

necesario que se conozcan los valores de la sociedad, para así saber si se han llevado a cabo en la realidad, - una congruencia entre lo que se espera, de lo que existe-, y así muestra Marcuse, que se podría hablar de la cultura, no en términos de la ideología únicamente, sino también de los actos que se crean en la realidad.

De esta manera, Marcuse llega a conceptualizar a la cultura como:

Un proceso de humanización, caracterizado por el esfuerzo colectivo por proteger la vida humana, por apaciguar la lucha por la existencia manteniéndola dentro de los límites gobernables, por estabilizar una organización productiva de la sociedad, por desarrollar las facultades intelectuales del hombre, y por reducir y sublimar las agresiones, la violencia y la miseria.”<sup>8</sup>

A partir de esta idea de ser “un proceso de humanización”, la cultura, se puede entender en el acontecer del hombre, es decir, es una característica desde la formación de la sociedad y son los hombres socialmente quienes la han construido a partir de una serie de elementos indispensables: se necesita una ideología, la regulación entre las acciones sociales para la protección de la vida, una organización social que establezca funciones y deberes dentro de la sociedad para su regulación además de tener un desarrollo intelectual y formativo que sea de manera comunal, puesto que la cultura ha sido creada en su principio como una cuestión social y no particular.

Otro de los puntos que destaca este autor para dar una definición de cultura, es que es necesario considerar que ella se lleva a cabo en contextos específicos, es decir, que es necesario tener un grupo social cuyos integrantes poseerán acceso a la cultura (éstos pueden ser con motivo religioso, tribal, nacional, entre otros), pero todo aquél externo al grupo no gozará de ella, ya que tiene límites y confines; destacando de esta manera el hecho de que la cultura se da en un espacio social, donde el “foráneo” -por llamarlo de alguna forma-, no podrá acceder a la cultura.

---

<sup>8</sup> Herbert, Marcuse. **Ensayos sobre política y cultura**, p. 90.

Marcuse comienza a ver que la cultura se le considera siempre como un concepto que no tiene relación directa con la realidad, es por ello que inserta un nuevo término que denomina “objetos culturales” conciliando así el problema de que la cultura se le retome únicamente como una cuestión teórica, más allá de verse como parte de la realidad que puede ser tangible para su estudio; entre dichos “objetos culturales” destaca a la literatura, las artes, la filosofía, la religión y la ideología, dejando relegado por otro lado, cuestiones como las creencias, el lenguaje, los usos y costumbres que cada espacio determinado puede tener; es menester señalar que el alcance del autor, tiene que ver con una época en donde no se retomaba a la cultura como algo tangible y Marcuse pudo acentuar aspectos definidos que pudieron reconfigurar el concepto de cultura.

Por último, la idea que destaca Marcuse para poder concluir con la caracterización de la cultura, es que la concibe como aquella que necesariamente va ligada con el concepto de libertad, para que las diferentes áreas pudieran someterse a crítica y pensamiento, cuyos límites fueron superados, y el hombre creara las posibilidades, en palabras del autor:

Y, en realidad, una definición de la cultura tendría que ir en contra de las tendencias más poderosas. Significaría la liberación del pensamiento, la investigación, la enseñanza y el aprendizaje del universo establecido de adaptación y de comportamiento y la elaboración de métodos y conceptos capaces de superar racionalmente los límites de los hechos y valores establecidos.<sup>9</sup>

Habiendo establecido los principios de la cultura, Marcuse dice que esta construcción se trata por ser exclusivamente teórica, haciéndose distinta cuando se pasa al ámbito de la realidad, ya que hay una gran diferencia puesto que las premisas de que exista una libertad que permita al hombre en sociedad ser el ejecutor de la cultura en aras de una humanización no se lleva a cabo por completo, por lo tanto, se puede considerar como un ideal del término cultura, que sirve para contrastarlo con la realidad.

---

<sup>9</sup> *Ibid*, p. 119.

Pero en esta última problemática, el autor agrega la idea de que aunque la realidad no tiene una correspondencia exacta con el ideal de cultura, tiene aspectos en esta etapa histórica, tal como la tecnología, que pueden ayudar a crear un mundo con cultura que tenga como fin, la humanización y la paz como hechos reales, no existiendo así la explotación ni la miseria, de esta manera tal como lo señala: "... Eso sería una civilización convertida en cultura."<sup>10</sup>

Con esta reflexión que Herbert Marcuse hace sobre la cultura, cabría por destacar a manera de resumen, que la cultura es una construcción que se forma por el hombre en sociedad cuya quintaesencia es la humanización, concebida a ésta como el esfuerzo que se realiza por proteger a la vida humana, además de existir una congruencia con los valores y las acciones que se ejecutan en un espacio social delimitado (que es aquel límite espacial en que se desarrolla una sociedad).

Por otro lado, las acciones del hombre que se lleven a cabo en dicho espacio social, deberán estar íntimamente ligadas con la libertad, puesto que esta categoría conlleva la posibilidad que tiene el ser humano de crear tanto su cultura como su sociedad.

Paralelamente y para concluir este apartado, otro de los elementos a rescatar en su trabajo, está el concebir al hombre como productor de su cultura, haciendo esta acción a través de objetos, que Marcuse le llamará "objetos culturales", mismos que pueden ser reflejo de esa congruencia entre los valores promulgados y las acciones realizadas en la sociedad, o bien, de su contraposición a lo imperante para poder proponer una nueva forma de organización.

---

<sup>10</sup> *Ibid*, p. 112.

### 1.2.3 La cultura como praxis en Zigmunt Bauman

El autor Zigmunt Bauman, sociólogo polaco contemporáneo que se ha dedicado mayormente en el tema de la modernidad, la liquidez y la globalización, realizó una obra que rescata la idea de cultura para las Ciencias Sociales, llamada *La cultura como praxis*.

En este estudio, Bauman observa que existe una infinidad de obras que tratan el tema de la cultura (en su mayoría pertenecen a la Antropología), pero que por lo mismo, ha acarreado el problema de su definición y en consecuencia, el de retomarla para un estudio social; es por ello que el autor trabaja para poder clasificar las características que tienen en común la mayoría de los textos que han abordado a la cultura y a partir de ello, poder hacer una conceptualización general para reconciliar las diferentes maneras de concebirla, además de que aportará una característica que vendrá a ser su contribución principal.

Bauman observa que la cultura tiene la característica de ser ambivalente, ya que por un lado se concibe como una cuestión local, y por otro como global -Problema que había sido ya abordado por Raymond Williams-, pero no sólo en esta cuestión se observa que tiene dos facetas, sino además que en su contenido está esa particularidad, es decir, que por un lado se preocupa por la preservación de la vida humana (la ley, las normas), pero por el otro también está inserta en el rompimiento de ella (la delincuencia), a la novedad (tendencias de moda) como a lo tradicional (costumbres en ciertas comunidades), a lo monótono (la rutina) así como al cambio (ruptura de estructuras) por citar algunos ejemplos en que cada uno está inserta la cultura; por lo tanto no se puede decir que la cultura está implantada en un área específica, sino que es multifacética y da cuenta de la organización social, entendida a ésta como la manera en que se regulan, relacionan y llevan a cabo la vida socialmente.

En un segundo momento, el autor observa que la categoría de cultura -entendida en un sentido humano y no agrotécnico- fue creada para que así el hombre pudiera tener

un concepto suprahistórico, que diera cuenta de la condición puramente humana y que hacía del hombre un ser diferente en la naturaleza por dicha categoría.

Después de haber concebido que la cultura no es univalente y que ha sido un término que la modernidad remitió para dar un sentido a la historia del hombre, Bauman comienza por clasificar algunas de las características que a su consideración son indispensables para la cultura como:

1. La cultura es una posesión que es adquirida y/o heredada por el hombre, es decir, no se nace con una cultura ya dada, sino que en el desarrollo humano es cuando se va aprehendiendo y va a tener la particularidad de ser definitiva para todo humano, ya que lo impregnará de una forma de vida, de lenguaje, de ideología y de concepción de la vida.
2. La cultura tiene la propiedad de ser modificable, en tanto los seres humanos son quienes la construyen y de esta manera, Bauman la refiere también como una “praxis humana”, concebida como la acción, las actividades y la experiencia que van a construirla y transformarla.

Estos dos términos pueden conjugarse en esta cita que el autor expresa: “... la cultura, independientemente de las peculiaridades de su existencia, es una posesión, y toda posesión se puede adquirir y dilapidar, manipular y transformar, modelar y enmarcar.”<sup>11</sup> Abarcado así tanto la flexibilidad como la adquisición en la cultura.

3. Bauman observa que el concepto de cultura fue creado con fines de que la humanidad pudiera hacer una biografía de sí misma, cuyo contenido mismo sería la cultura, lo cual representa la habilidad del hombre para crear su propio mundo.

---

<sup>11</sup> Zygmunt, Bauman. **La cultura como Praxis**, p. 104.

4. Por tanto, el autor resume que la cultura es un resultado que da cuenta de la condición humana, la cual puede ser moldeable en tanto se genere la praxis humana y sea poseída (ya sea heredada o adquirida).

De esta manera, Bauman hace un recorrido de las características de la cultura que encuentra en la mayoría de los estudios sociales, viéndose tanto la flexibilidad, como la transmisión, la ambivalencia, pero además agrega la cuestión de la “praxis humana”, como parte fundamental de la cultura, ya que ésta es la que tiene la tarea de recrear, y transformar a la cultura en cualquier sociedad de la que se hable; así, el autor considera que si se piensa en la cultura, forzosamente se debe retomar a la acción transformadora del ser humano.

De esta forma, Bauman observa que la cultura es una característica propia del humano, la cual se poseerá dentro de una sociedad y se llevará a cabo a través de la praxis humana.

#### 1.2.4 Análisis de la cultura desde la perspectiva marxista en Latinoamérica

El tema de la cultura ha sido abordado también por teóricos latinoamericanos con una óptica marxista, tal es el caso de Gilberto Giménez, investigador social mexicano que se ha inclinado por los estudios culturales dentro del contexto tanto universal como latinoamericano, dentro de su libro “Teoría y análisis de la cultura” lleva a cabo un recorrido de los principales problemas y ventajas a los que se enfrenta un investigador a la hora de retomar el término de cultura.

En primer lugar, cabe destacar que la persona que está inmersa en el terreno de la cultura, lo primero que encontrará será una diversidad de significados sobre ella, por lo cual se puede obtener un desaliento al no poder aprehender y conceptualizar rigurosamente a este concepto.

Pero lo que realiza este autor, es poder dividir en dos grandes bloques la mayoría de los significados de la cultura; en primer lugar menciona que existe “...las que se refieren a la acción o proceso de cultivar (cabén significados como formación, educación, socialización, *paideia*, *cultura animi*, *cultura vitae*)”<sup>12</sup>, y por otro lado destaca a las que hacen referencia a los resultados de la cultivación que sería el acervo de conocimientos, ideologías, mentalidades, o cuando se habla de estados objetivos como el patrimonio artístico, de la herencia del arte, en su mayoría. Facilitándose así la comprensión sobre el tema y que puede organizar sistemáticamente a esta gran diversidad de relaciones y vínculos que se le asigna a la cultura.

Dentro de esta división realizada, Giménez nos menciona que para ambos casos se tiene que tomar en cuenta que el estudio y conceptualización de la cultura, comenzó en la modernidad, refiriéndose a ésta como en el Siglo XIX, tomando de modelo las pautas europeas como sistema de valores heredados, rescatando la cultura clásica (Grecia y Roma) y a la tradición cristiana. A partir de este momento comienza a categorizarse lo bello y lo feo, lo civilizado y lo bárbaro, lo valioso y lo trivial, por mencionar algunas categorías.

---

<sup>12</sup> Gilberto, Giménez. **Teoría y análisis de la cultura**, p. 33.

Después, a partir de 1900, la cultura comienza a institucionalizarse, y es importante mencionar que aquí el Estado busca tener un control de la cultura, teniendo como medios a la unificación y centralización para poder ejercer su dominio.

Y, por último menciona que será la mercantilización de la cultura que se encuentra hasta nuestros días como el papel principal de este concepto, tal como lo refiere a continuación: “Históricamente, esta fase, que implica la subordinación masiva de los bienes culturales a la lógica del valor de cambio, y, por lo tanto, al mercado capitalista, representa la principal contratendencia frente al proceso de unificación y centralización estatal que caracteriza a la fase precedente.”<sup>13</sup> Siendo no sólo los objetos tangibles las posibles mercancías, sino inmateriales como todo lo concerniente al tiempo libre (viajes, espectáculos, vacaciones, etc.) que tienen la característica de tener un consumo auditivo o visual y es difícil de concebir en primera instancia al no tener una expresión explícita del fenómeno de consumo pero es de las grandes mercancías que el capitalismo lleva a cabo.

Habiendo hecho este recorrido histórico Giménez muestra que la cultura puede conceptualizarse como un:

... hecho simbólico, se define como una configuración específica de reglas, normas y significados sociales constitutivos de identidades y alteridades, objetivados en forma de instituciones o de artefactos, incorporados en forma de representaciones sociales o *habitus*, conservados y reconstruidos a través del tiempo en forma de memoria colectiva, dinamizados por la estructura de clases y las relaciones de poder, y actualizados en forma de prácticas simbólicas puntualizantes.<sup>14</sup>

Con dicha definición, se puede observar que la cultura es la expresión misma de una sociedad, ya que muestra la manera cómo se desarrolla y lo que la hace específica o que se diferencie o se asemeje a otras sociedades, además de configurar a la sociedad y dotarle de un sentido mismo, viéndose sus reglas, significados, normas, *habitus*, que

---

<sup>13</sup> *Ibid*, p. 38.

<sup>14</sup> *Ibid*, p. 32.

al ser hechos simbólicos como lo expresa Giménez, deberán ser analizados bajo una óptica interpretativa que tenga que descifrar los códigos de cada uno de los símbolos que han dado origen y vida a la sociedad estudiada. Dicha interpretación tiene que tomar en cuenta el investigador, que es una interpretación de lo ya interpretado –que para las ciencias sociales es nombrada “la doble hermenéutica” u “observación de segundo grado”–, que además la selección de los objetos y la operación será una condición que el intérprete elige libremente para dar un sentido que le parezca acorde y por último deberá saber que el distanciamiento que tome hacia su objeto de estudio debe permitir la comprensión del hecho y por otro lado la explicación (donde el estudio se vuelve más objetivo).

En síntesis de este apartado, podemos rescatar que la cultura se vuelve un medio revelador de la organización, las tradiciones, las formas de vida, la ideología, la acción social y de la autororientación de la vida de la humanidad en la medida en que es un sistema simbólico que produce y distribuye ideas entre la sociedad; de esta forma la cultura se vuelve un marcador que dirige la marcha del mundo y es resultado además de la acción humana, volviéndose un proceso cíclico en tanto el hombre como su cultura dependen uno del otro para poder conformar a la sociedad.

### 1.3 La cultura como espacio generador del arte

El arte tiene distintas concepciones y tratamientos, pero dentro de esta investigación se conceptualiza como un hecho que deviene de la propia cultura, concebida entonces como un resultado de ésta y una forma más de expresar a la sociedad a través de diversas maneras que han sido categorizadas según la imagen que dan a conocer, como las visuales, las sonoras, las presenciales, etc. –que depende de los diversos tipos de arte que se manejen–.

Al hacer una revisión del concepto de arte de manera general, se cree prudente comenzar por concebir al arte como una parte de la cultura por el hecho de provenir de la producción humana y social en el cual se inserta una ideología, imágenes y el resultado final es un objeto que tiene un significado que representa en cierta medida el momento histórico y social en el que fue realizado. Ya lo menciona Juan Acha, crítico artístico peruano cuya teoría será retomada por considerarse la más acorde al proceso productivo del arte desde una perspectiva marxista, él nos afirma que: “En toda sociedad y tiempo, la cultura se halla formada por (...) la estética (las artes) y la científica (las ciencias).”<sup>15</sup> Se puede observar así que el arte es una de las piezas indispensables para conformar a la cultura y a su vez sirve para entender parte de la sociedad, siendo una parte necesaria en el análisis social de la cultura.

Dentro de la teoría de Acha al afirmar que el arte es un producto cultural, muestra paralelamente que el arte deviene en un sistema de producción, distribución y consumo, tal como lo es la cultura; mostrándose así que el arte es un resultado de la facultad del hombre por el hecho de poseer las tres fases de la producción humana ya señaladas.

Por último Juan Acha nos aporta la idea de que el arte está inmersa en la cultura, ya que dentro del arte se puede observar la influencia de la cultura --por ejemplo, el punto de que ciertas corrientes artísticas surgen en una determinada época por el

---

<sup>15</sup> Juan, Acha. Las ciencias y las artes. <http://www.posgrado.unam.mx/servicios/productos/omnia/anteriores/19/02.pdf>, 30 de noviembre de 2010. 19:57.

hecho de ser contestarías o reflejo de ella.- Y por otro lado, la cultura se conforma en parte por las artes, lo cual le da una dirección y sentido a ésta. En palabras del autor: "...cada género artístico posee un sistema (cultural) (...). En cambio, la cultura (...), genera las artes para expresarse y retroalimentarse."<sup>16</sup>

Siguiendo con la misma línea de cómo el arte es una parte fundamental que conforma a la cultura, Alfredo de Paz, investigador social español concibe que el arte tiene un carácter histórico- social y en consecuencia -desde una perspectiva materialista-, es una actividad creadora del hombre social; desarrollándose en resultado, una aportación de este sociólogo, la cual es ver al arte como una forma de conocimiento del mundo que puede tener la capacidad de transformarlo, siendo así un potencial que contribuye al desarrollo humano, esto es reflejado en las mismas obras que provienen de la naturaleza –como parte real- y de la vida social –como parte subjetiva- las que mantienen una ideología para transmitir racional y emotivamente sobre el espectador y transformarlo en cierta medida.

De esta forma, podemos concebir a la cultura como una condición para generar al arte, tal como lo afirma Alfredo de Paz: "La cultura... constituye la condición de posibilidad de la construcción concreta de una intención artística en una obra."<sup>17</sup> Dicha obra debe ser comprendida sólo en relación a su época, sociedad, su ideología y entonces de esa manera podrá concebirse como parte de la cultura.

Otra perspectiva que comparte la idea del arte como elemento de la cultura y a su vez de la sociedad, es la de John Dewey, crítico del arte e investigador estadounidense, quien ejemplifica de manera más contundente el hecho de que en ciertas sociedades, los ritos y ceremonias daban origen a diferentes tipos de arte tales como la danza, la música, la pintura y la arquitectura; estos mismos se originaban con el hombre en sociedad que daba conciencia de su comunidad y daba una identidad, en palabras del autor: "El arte es la extensión del poder de los ritos y ceremonias que unen a los hombres, en una celebración compartida, a todos los incidentes y escenas de la vida.

---

<sup>16</sup> Juan, Acha. **Teoría del dibujo. Su sociología y su estética.** p. 20.

<sup>17</sup> Alfredo, De Paz. **La crítica social del arte.** p. 132.

Esta función es la recompensa y el sello del arte. Que el arte une al hombre y a la naturaleza, es un hecho familiar. El arte hace también a los hombres conscientes de su comunidad de origen y destino.”<sup>18</sup> Concluyendo de esta forma con el autor, se ve que el arte se funda en un ambiente de cohesión social y de equilibrio con su medio natural.

Otra de las visiones que sigue esta perspectiva de cómo el arte puede reflejar el desarrollo de una sociedad se encuentra inserta en el trabajo de la investigadora mexicana del arte, Matilde Elena López, quien señala que: “El arte sigue un desarrollo paralelo al proceso social y expresa los profundos cambios que se operan en la sociedad. No es un fenómeno fijo, inmutable, sino fluyente y móvil como la vida misma.”<sup>19</sup> Teniendo así que el arte presenta movimientos que son mejor conocidos como “Estilos”, “Corrientes” o bien, “Constantes artísticas” emanados casi siempre de la antítesis de la corriente anterior, queriendo romper con ella por completo, tal como se puede hacer la comparación con la misma historia de la humanidad en sus fases históricas, modos de producción o tipos de gobierno que son derrocados para instalarse nuevas formas. Se entiende así que el arte tiene la misma movilidad que una sociedad por el hecho de que son formas que se mantienen renovándose para existir.

Pero para que el arte pueda ser analizado como categoría como lo he venido haciendo, es necesario concebirlo también como algo tangible y esto será a través de sus obras, de lo ya expresado y sólo por medio de ellas es que se le confiere un carácter social por el hecho de tener un origen histórico-político dentro de una comunidad. Tal como lo refería Michael Parsons, investigador estético estadounidense, en su texto “Cómo entendemos el arte”, en el que explica el significado contenido en una obra de arte, el cual está influenciado y delimitado desde una historia, misma que tiene toda comunidad ya sea de manera gradual o bien, totalitaria; pero ambos elementos tienen esta condición histórica, lo cual deja entrever el sentido social que hereda la comunidad a la obra de arte, manifestado en las propias palabras del escritor: “...la expresión de las artes, cuando es complicada, es una construcción social e histórica, un

---

<sup>18</sup> John, Dewey. **El arte como experiencia**, p. 306.

<sup>19</sup> Matilde Elena, López. **Interpretación social del arte**, p. 15.

producto conjunto aunque se deba captar individualmente. El sentido de una pintura no es la visión particular del artista o de quien la contemple; tampoco es cierta esencia eterna independiente de la sociedad. Es algo público.”<sup>20</sup>De esta manera se puede decir que el arte tiene una inmediatez con la sociedad por ser un ámbito que atañe a la cultura.

### 1.3.1 La constitución del arte

Como hemos visto en el apartado anterior, el arte se personifica y se hace tangible a través de sus obras; es por ello mismo que tienen que ser estudiadas también para poder analizar así el proceso artístico que es reflejo de una sociedad y época en que fueron realizadas.

Uno de los teóricos que ha realizado estudios sobre la obra de arte y retomaré para este estudio es Julio Amador Bech, investigador mexicano que ha pretendido esclarecer los componentes del arte y quien nos menciona que una de las formas que ayudan a comprender a una obra de arte es poder fragmentarla en dos grandes partículas: por un lado está la *Forma*, que es la manifestación o expresión visible de la idea de quien la produjo, es decir, cuando podemos ver de manera gráfica o real a la obra constituida para el espectador y por el otro lado está el *Concepto*, que es la idea original de la imagen a crear, cuando es únicamente un proyecto y por lo tanto podríamos decir que permanece en un nivel más abstracto en tanto que no se ha trasladado a la parte palpable para el espectador; es del *Concepto* que emana la *Forma*.

Reunidos estos dos elementos es como se conforma el arte y cuando un espectador lo observa, lo concebirá de alguna forma –dependiendo del arte que se esté manejando– teniendo además, en términos de Amador como una experiencia artística, la cual tiene la función de revelar al mundo, es decir, hace aparecer la vida misma del hombre en un mundo que dio origen a esta obra y por lo mismo tiene un significado social ya que

---

<sup>20</sup> Michael, Parsons. *Cómo entendemos el arte. Una perspectiva cognitivo-evolutiva de la experiencia artística*. p. 32.

es un medio revelador e interpretativo, ya que no se observa únicamente lo que el autor quería expresar con su obra, sino un contenido sobre el momento en que fue constituido, sobre la sociedad que dio pie a su origen.

Otra perspectiva acerca del origen del arte es la que nos aporta el autor Herbert Read, filósofo político inglés que se encamina a rescatar los fundamentos del arte, nos menciona que la génesis del arte debería estar más ligada al propio artista como una expresión de su personalidad, a quien muchas veces se le relega esta importancia y se le adjudica más a una tendencia de la época que a la imaginación del creador.

La manera en que un artista puede crear sus propias obras es en primer lugar por la idea fundamental que quiere obtener, pero además Read destaca la importancia del contexto en que vive el artista, ya que esto genera una influencia que se reflejará en sus obras, y tiene la característica de ser un espacio en que impera la libertad, misma que impulsará a crear una obra de arte; de esta forma lo que se obtiene es un arte que transmite diferentes cosas como lo señala puntualmente Read: “Los artistas son en muy buena medida autómatas, es decir, sin saberlo transmiten en sus obras un sentido de escala, proporción, simetría, equilibrio y otras cualidades abstractas que han adquirido a través de su reacción puramente visual y por consiguiente física ante su medio ambiente natural.”<sup>21</sup> Así podemos observar que las obras de arte tienen un origen directo con su creador, el cual debe tener un contacto con su medio para poder realizarlas.

Habiendo examinado algunos elementos que constituyen al arte, es menester proseguir para apreciar la función que puede tener el arte, para esto me basaré en Amador Bech, quien hace un estudio acerca de la importancia del arte en la sociedad y nos resume que: “El arte tiene la función de mostrar la verdad, la revela, la hace aparecer.”<sup>22</sup> Ésta es un punto fundamental para ver el papel que desarrolla el arte de manera social, destacando en consecuencia que las obras de arte deben ser concebidas como objetos públicos que pueden develar gran parte de los misterios de

---

<sup>21</sup> Herbert, Read. **Las raíces del arte.** p. 13.

<sup>22</sup> Julio, Amador Bech. **El significado de la obra de arte. Conceptos básicos para la interpretación de las artes visuales.** p.181

la humanidad en el sentido que expresan simbólicamente el desarrollo de la sociedad, revelando aspectos que ni el propio creador era consciente, además de que si se les agrega que pueden originar una conversación, un intercambio de ideas entre personas, existe una intersubjetividad entre las personas volviendo a este carácter público además; pero en contraparte, cuando se les asigna un papel de objetos corrientes el arte es anulado en su totalidad.

Por ello mismo el arte puede ser una herramienta que nos ayuda a comprender, a interpretar en cierta medida a la sociedad, desde una perspectiva que analice sus principios y sus efectos, que está ligada a la subjetividad humana, pero que puede ser aprehendida para la interpretación de la cultura y su sociedad.

### 1.3.2 El núcleo central del arte: las obras artísticas

Tal como se señaló anteriormente, para que se produzca arte es necesario que se tenga una concepción y conocimiento del mundo externo por parte del artista, de esta forma se desarrolla una obra que podrá ser percibida posteriormente por un receptor; parto entonces de la idea que el núcleo del arte viene a ser la obra misma, mas no por ello no hay elementos fundamentales como lo es el papel del artista y del receptor, pero para fines de comprender de mejor forma al arte como un medio expresivo, es menester abordar ese núcleo, que en este caso son las obras.

Las obras de arte como parte integral de la cultura, tienen la característica de contener en sí una ideología, misma que expresa la visión del mundo, las relaciones sociales y las concepciones de una época, pero además, tal como lo trabaja Alfredo de Paz, una obra de arte es una expresión material, que es sensible y es una forma particular de la producción humana.

Este autor nos dice que una obra artística participa en la vida real al otorgarle una resignificación que será concebida cuando el ser humano tenga consciente su propia existencia como especie y que además puede tener la capacidad de transformarlo de

cierta manera; es por ello que una obra es un medio revelador, en palabras de Alfredo de Paz: “El arte participa en... la necesidad de ser una de las modalidades del proyecto de la voluntad humana hacia un porvenir siempre distinto y en revelar a los humanos el sentido mutable y permanente de su propia existencia.”<sup>23</sup> Pero además la obra crea un ambiente entre lo material y lo intelectual, lo tangible y lo ideológico, esto a través de la facultad de creatividad que toda la humanidad goza de cierta forma -ya que no todos tienen los mismos intereses en el arte-, pero en general ese potencial muestra una libertad de poder expresar, criticar y de reaccionar ante lo que se percibe en la realidad.

El trabajo de Alfredo de Paz puede cerrar con la reflexión acerca de la función esencial de una obra de arte, la de poder dar cuenta de una sociedad, ya que muestra su forma de producción, sus ideas, sus técnicas y se conformará como obra hasta que sea visto por un tercero, al que podemos llamar receptor o espectador.

Dentro de esta misma línea de ver al arte como un medio expresivo y revelador de la realidad, Herbert Read nos añade la idea de que dentro de toda obra de arte existe la espontaneidad y la inocencia como elementos indispensables, ya que es un acto sin premeditación por el hecho de guardar una autenticidad y originalidad únicas, así pues resume que: “...el propósito del arte... es la comunicación del sentimiento.”<sup>24</sup> Por consiguiente podemos constatar por qué el arte tiene la función de expresar, ya que hace visible un sentimiento hacia el mundo de manera espontánea y auténtica por tratarse de algo que surge en el interior del hombre.

Otra de las funciones que se le adjudica al arte es la de ser una prueba del diálogo que existe entre el trabajo físico y material del hombre para llevar a cabo una obra llamada *Técnica* y el trabajo intelectual y perceptivo que dará lugar a un *Tema*, el cual es el argumento que contiene una obra de arte; por consiguiente se puede llegar a la idea que John Dewey nos dice: “El arte es la prueba viviente y concreta de que el hombre es capaz de restaurar conscientemente, en el plano de la significación, la unión de los

---

<sup>23</sup> Alfredo de Paz. *Op. Cit*; p. 46.

<sup>24</sup> Herbert, Read, **El significado de la obra de arte**, p. 34.

sentidos, necesidades impulsos y acciones características de la criatura viviente. (...) Con todo, su intervención también conduce en su momento a la idea del arte como una idea consciente: la más grande conquista intelectual en la historia de la humanidad.”<sup>25</sup> Es decir, el arte es la conjunción de todas las capacidades que tiene el hombre para crear y transformar su propia historia.

Para concluir con este apartado y encaminar al siguiente punto, podemos observar que el papel del arte se relega a dos momentos específicos: por un lado está la creación misma de la obra, de la que anteriormente nos hablaba Alfredo de Paz; y por otro lado está la importancia que tiene la obra artística ante un público espectador, trabajado por Julio Amador.

Dicho autor nos explica que la relevancia de toda obra de arte recae en ser objetos que permiten visualizar, comprender y hacer consciente al hombre de sí mismo y su entorno, por tanto no se les puede tratar como objetos corrientes ya que el arte, tal como lo menciona Amador: “...permite diversas capas de interpretación y puede revelar aspectos de sus creadores de las que ellos mismos no eran conscientes. (...) De ello se sigue que una comprensión de la expresión de las artes, cuando es complicada, es una construcción social e histórica, un producto conjunto aunque se deba captar individualmente.”<sup>26</sup> Así, el arte deja de ser algo particular de un artista y se convierte en un hecho público que se abre al ser visto e interpretado.

### 1.3.3 La experiencia artística

Una de características fundamentales del arte es que es apreciado por una figura que llamamos “espectador” ó “receptor”, este papel para algunos teóricos es fundamental ya que reafirma a cualquier obra por el hecho de que está siendo replanteada, vuelve a tener un significado nuevo y tiene la función de cuestionar al espectador.

---

<sup>25</sup> John Dewey. *Op. Cit*; p. 29.

<sup>26</sup> Julio Amador Bech. *Op. Cit*; p. 23.

En el proceso de percepción, -también llamada experiencia artística- las interpretaciones que se hacen acerca de las obras artísticas pueden variar según el contexto histórico y espacial, además del nivel educativo e interés personal que guarda cada sujeto; es por ello que las concepciones pueden ser un mundo complejo y con una extensión exorbitante, ya que al existir una amplia gama de ideas, preguntas y críticas hacia una obra, se abre todo un nuevo universo que estudiar.

Alfredo de Paz sitúa la apreciación del arte como un hecho que responde a ciertas normas sociales, las cuales determinan lo que es una obra de arte y cómo debe entenderse, es por ello que enfatiza en la idea de una percepción predominante, que al respecto señala: "...la percepción predominante,... o sea la percepción considerada como la única legítima en una sociedad determinada, como un hecho social."<sup>27</sup> Recalcando así la presencia de una idea preformada para una obra de arte, lo cual no permite la libre interpretación del espectador en su totalidad.

Una obra de arte, según la perspectiva de Paz, puede concebirse como un espacio potencial para que el espectador perciba formas a través de su sensibilidad, genere emociones y haga utilizar la imaginación para plantearse suposiciones y juicios que le ayuden a abordar y darle sentido a la obra.

El teórico que profundiza más en este tópico es John Dewey, quien nos dice que la constitución de una obra de arte se forma en el momento en que hay un proceso de recepción puesto que lo coloca en el lugar de arte por generar una reacción al ser percibido; es por ello mismo que este autor reconoce la importancia de mantener al arte cercano a la gente de forma libre, sin barreras puesto que generalmente se concibe al arte como una cuestión lejana, perteneciente a ciertas clases y no como un medio que puede ser interpretado por todos.

Este teórico agrega el hecho de lo que implica una experiencia artística: la liberación de los sentimientos y sensaciones que guarda el hombre teniendo un diálogo con su sociedad y la interpretación de éste.

---

<sup>27</sup> Alfredo de Paz. *Op. Cit*; p. 23.

Uno de los términos que añade Dewey es el de la estética, la cual hace referencia a la experiencia por ser un hecho que se construye cuando es percibida una obra; es por ello que denota la visión del receptor más que la de un productor del arte, y lo expresa de la siguiente forma: “Para ser verdaderamente artística, una obra debe ser estética, es decir, hecha para ser gozada en la percepción receptiva.”<sup>28</sup> Por lo tanto hace una diferencia entre un producto artístico que es un objeto físico y potencial, mientras que una obra de arte es en cuanto hay una experiencia artística por parte del espectador.

La percepción receptiva puede llevarse a cabo de diferentes maneras aunque John Dewey destaca dos: por un lado está la experiencia pasiva, que podría ser aquella contemplación pura sin efectos de cuestionamiento, de emotividad, de elaboración de nuevas ideas, en síntesis, no existe respuesta alguna mas que el de mirar. En contraparte, existe la experiencia activa, la cual se logra cuando el espectador relaciona sus emociones junto con una interpretación que le da a la obra.

La última aportación que se rescata de este autor es el entender que la experiencia estética también es una cuestión social, esto se debe a que es una manifestación de una civilización y por lo tanto es un testigo que transmite una idea que revive cuando los espectadores la gozan.

Herbert Read también lleva a cabo un pequeño resumen de lo que implica una experiencia estética y lo resume por pasos: en primer lugar está la percepción de las cualidades materiales que tiene una obra para después pasar a la segunda fase que es el ordenamiento de las formas que fueron vistas y cuando se llega al tercer grado, se arriba a un sentimiento por parte del receptor que da una expresión y por lo tanto se puede decir que el arte es expresión.

Para que se genere esa experiencia, Read nos señala que lo deseable sería tener una mente libre, es decir, que no esté prejuiciada para que así pueda tener un contacto con la obra sin freno alguno; pero esta explicación es poco viable en la realidad, ya que de cierta forma siempre se tiene un juicio sobre alguna imagen y esto también debe

---

<sup>28</sup>John Dewey. *Op. Cit*; p. 13.

ser considerado no como una cuestión que contamina la visión hacia la obra, sino el universo de ideas que puede generar esa obra.

Pero una de las contrapartes que Julio Amador añade a la idea de la recepción perceptual es la presencia de diferentes niveles de satisfacción que se generan ante una obra, lo cual estará determinado con base en la preparación y sensibilidad que tenga el espectador, comenzado a perfilarse una desigualdad porque no todos cuentan con el mismo nivel de preparación y de sensibilidad.

Al respecto Michael Parsons, tiene una perspectiva similar, él destaca que la comprensión de una obra de arte reside en la educación artística, tal como lo señala: “...pocos serán los que alcancen la comprensión... sino existe una educación artística más formal de la que suele ser habitual.”<sup>29</sup>

Por otro lado, este teórico añade que la interpretación puede ser considerada como un acto público al poder ser intercambiado con otros, lo cual implica un diálogo sobre la obra y que además enriquece a la experiencia de cada receptor.

#### 1.3.4 El arte como antítesis de la sociedad

Hemos visto que el arte es un medio revelador de la sociedad, pero en el análisis de Theodor Adorno veremos que el arte muestra a la parte social, contraponiéndose siempre a ella, Adorno a través de su escrito “Teoría estética” nos remonta a una conceptualización del arte y nos dice que éste es ante todo una cuestión que va transformándose y esto es lo más importante que debe destacarse, ya que gracias a los cambios es como se puede ir comprendiendo el desarrollo y contenido del arte.

El arte, para Adorno, realmente existe cuando es libre de los antepuestos que la cultura le asigna ya que no realiza nada de lo que se espera se haga de ella, es por ello

---

<sup>29</sup> Michael Parsons. *Op. Cit*; p. 173.

que vemos grandes revoluciones artísticas que reclaman y dan una crítica a la época en que nace una corriente; pero su explicación se formula en el momento en que reflejan el desacuerdo ante la sociedad y la cultura que la constriñe en cierta medida.

Otro de los puntos primordiales en la teoría de Adorno, es que considera a las obras de arte como la representación inmediata de lo que existe en el mundo y no ha tenido cabida de ser comunicado, a través de un lenguaje singular que muestra la particularidad de la vida humana, entrando así en un mundo empírico ya que parten de él y son resultado de éste.

Existen dos componentes que le dan sentido al arte: por un lado se encuentra el *fait social*, conocido como “hecho social” que hace referencia a la cuestión de tener un antecedente e impulso social para que se realice una obra porque proviene de un trabajo hecho por el hombre que se produce colectivamente; por otro lado la obra contiene un carácter autónomo, que es la independencia que puede cobrar todo arte sin estar sujeto o ligado necesariamente a algo; estos dos puntos están en constante comunicación sin desligar el hecho de ser autónomos cada uno, pero a su vez cada uno es importante para la constitución de una obra de arte.

Pero a diferencia de los autores mencionados con anterioridad, Adorno observa que para llevar a cabo un arte genuino y legítimo de sí, tendría que ser una antítesis de la sociedad ya que ésta hace que se encasille al arte y represente lo que se desea, quitándole así la libertad que debería tener, en palabras del escritor: “... el arte reacciona. No sólo modificando concretamente sus usos y procedimientos, sino teniendo que arrastrar su concepto mismo como quien arrastra una cadena.”<sup>30</sup> Así pues, se puede afirmar que el arte es un estado cambiante, que se enfrenta a la realidad social y lo simboliza, lo hace de manera polémica y es por ello que existe un rechazo casi siempre hacia este rubro artístico.

---

<sup>30</sup> Theodorn, Adorno. **Teoría estética**. p. 30.

La manera en que se puede seguir sosteniendo al arte es a través de su resistencia social, ya que de lo contrario la misma sociedad buscará objetivarla y convertirla en mercancía como ha sucedido con grandes obras de arte que al no continuar su vigencia como críticas de la época, se transforman o en obras neutrales por el cambio de las relaciones sociales que mostraría la autonomía del arte o bien, se convierten en meros productos dignos de ser consumidos y que además generan un status social. La contribución que dona el arte a la sociedad es la resistencia al desarrollo social, además de perfilarse como una cuestión que debe ser reglamentada, organizada y creada bajo los cánones de la sociedad, siendo una anulación directa a lo que significa el arte, que es libertad.

A esta idea de ver al arte como una antítesis de la sociedad se complementa el trabajo de León Trotsky, recordando la importancia que tuvo este personaje como político y revolucionario que también tuvo un trabajo sobre las artes en el cual e basaré.

Trotsky concibe que el arte para ser genuino se caracteriza por ser revolucionario por el hecho de protestar contra todo lo que le niega la sociedad clasista como lo es la libertad, debe ser sincero y fiel a sí mismo para ser auténtico y fiable, de lo contrario es una falso arte que es reglamentado por la política y por ende no tiene cabida para expresar un sentido a un espectador; por ello mismo se habla de un arte que debe renovarse según sean las circunstancias sociales en las que se encuentra la humanidad, ya que debe hablar al hombre para transformar su ideología y su forma de actuar.

El arte ha podido renovarse del pasado para dar una nueva concepción del mundo y de la humanidad misma, tal como lo expresa el autor: “Cuando la tendencia artística dominante ha agotado sus recursos creadores, de ella se separan escombros creadores que han sabido mirar al mundo con sus ojos nuevos.”<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> León, Trotsky. **Sobre arte y cultura**. p. 210.

Por tanto, puede decirse que el arte no cumple una función específica y delimitada, sino que su tarea está en continuo movimiento al estar rebelándose contra lo que se le puede imponer esto con el fin de mantenerse vigente.

## Capítulo 2

### La Industria Cultural como antítesis de la Cultura

#### 2.1 El proceso industrial en Marx

Para algunos teóricos concebir la cultura dentro de un contexto capitalista, es asumirla como parte de la industrialización y por lo tanto es conceptualizada bajo la óptica de pertenecer a un proceso de producción; es por ello que se considera pertinente comenzar por lo que el término de industria y su proceso de producción refieren, para posteriormente pasar a la categoría de industria cultural dentro de este capítulo.

El concepto de Industria como tal, se concibe como un mecanismo que se encarga primeramente de transformar a la materia primaria en productos que han sido elaborados por el hombre (que pueden ser ayudados por una herramienta), con el fin de ser comercializados en un segundo plano; pero para enunciar esto, hace falta desarrollar mejor el funcionamiento de una Industria. Para tal propósito y bajo la línea de esta investigación, será Karl Marx a través de su trabajo *Introducción a la Crítica de la Economía Política* quien guíe para comprender el proceso de industrialización, entendido a éste como todo un ciclo o bien, como un conjunto de operaciones de la producción, y es por ello que se le ha dado una estrecha relación ya que ésta da pie a la industrialización.

Karl Marx, filósofo e intelectual alemán que vivió durante el siglo XIX (1818-1883), construyó una teoría que fuera capaz de develar y desarrollar al proceso capitalista, para después en una segunda fase interpelar a la clase trabajadora (proletariado) a que originaran la revolución que finalizara con el sistema capitalista, a la cual concebía como aquella que originaba la desigualdad y la explotación en la sociedad.

Dentro de su obra referida, Marx observa que dentro del sistema capitalista<sup>32</sup>, se ha pensado que la forma como se produce es de manera individual, pero este teórico

---

<sup>32</sup> Concebida también como el modo de producción de la época moderna, que ha comenzado a partir de la culminación del feudalismo.

refuta esta idea, dado que el desarrollo al que han llegado las relaciones humanas del hombre no hacen más que reflejar el hecho de que el hombre puede producir de manera individual, pero únicamente en el contexto social, por tanto la producción no es individual sino social; tal como lo menciona: “El hombre es, en este sentido más literal un <animal político>, no solamente un animal social, sino un animal que sólo puede individualizarse en la sociedad.”<sup>33</sup>

Habiéndose hecho esta aclaración de que la producción en el sistema capitalista se realiza de manera social, es necesario ver que la producción como término, es una abstracción, la cual ayuda a ver lo general de su realización en todo tiempo histórico, pero también a diferenciar entre épocas y conocer así, los cambios que se han sufrido a lo largo de los años en la producción, es decir, sus particularidades y es a partir de éstas como el autor observa que dentro de la sociedad capitalista, hay elementos muy destacables y son los que se desarrollarán a continuación.

En primer lugar hay que entender que para originar un proceso de producción, es necesaria la apropiación de la naturaleza dentro de una sociedad determinada, para que así se tengan medios de producción –entendidos a éstos como los que median entre el trabajo del hombre en el acto de transformación de la naturaleza para producir un objeto y la naturaleza misma-. En el caso del capitalismo se habla ya de una apropiación privada de los medios y es por tanto un dueño –que se le conoce comúnmente como capitalista- quien tiene derecho, además de establecer la forma de gobierno sobre estos medios. En síntesis se necesita una apropiación de la naturaleza, como también una forma de regular a la producción.

En la interpretación de la economía clásica, existía un esquema de la producción, la cual señalaba a grandes rasgos lo siguiente: primero se efectuaba la producción de una mercancía, para después ser distribuidas y cambiadas con el fin de ser consumidas al final, poniéndosele más énfasis a este punto ya que se pensaba que era lo que generaba una ganancia. Viéndose de esta manera: producción-distribución-cambio-consumo de manera simplificada. Pero Marx señaló que dicho esquema olvidaba

---

<sup>33</sup> Karl, Marx. **Contribución a la Crítica de la Economía Política**. p. 283.

características que eran necesarias de señalar y que a su vez rompía con esta dinámica tan rígida que tenían los economistas.

Marx advierte que se concebía a la producción como el primer período en que se realizaba este ciclo y que su final quedaba por ser el consumo; a lo que él responde que estos dos elementos son totalmente recíprocos y además dependientes uno del otro.

Para razonar mejor esta parte, es necesario que se conciba que en el proceso de producción existe también un consumo, tanto de los materiales o de los medios de producción (consumo objetivo) que está incluido la materia prima, la maquinaria y herramientas, el uso del suelo; pero también se da un doble consumo en el hombre al efectuar el trabajo (consumo subjetivo) el cual desarrolla y gasta también sus capacidades.

Otra de las aportaciones que el consumo le confiere a la producción es el hecho de que el producto se torna producto solamente si se consume, ya que es cuando se afirmará como tal, ya que esa es su finalidad última; pero además el consumo ya al existir, puede crear la necesidad de una nueva producción y así es el impulso que mueve y da lugar a la producción.

De esta manera, se observa que el consumo va íntimamente ligado con la producción y se puede entender en síntesis que: "(...) el consumo pone idealmente el objeto de la producción, como imagen interior, como necesidad, como impulso y como finalidad. Ella crea los objetos de la producción bajo una forma que es todavía subjetiva. Sin necesidad no hay producción. Pero el consumo reproduce la necesidad."<sup>34</sup> Es decir el consumo difunde formas de adquisición y además reproduce ideas en el modo de producir.

Dentro del terreno del arte, Juan Acha a través de la teoría marxista, nos dice que la mera contemplación es la forma de consumo dentro del sistema capitalista y se ha

---

<sup>34</sup> *Ibid.* p. 291.

constreñido el acto de gozar y poder tener una experiencia personal con la obra de arte, siendo controlado por el poder político y económico para manipular y controlar al hombre en su tiempo y necesidades.

Además, añade que la importancia del consumo recae en que concreta el destino social del arte, incide en las relaciones sensitivas que cada clase social mantiene con la realidad.

Otro de los autores que estudian la parte del consumo desde esta misma perspectiva es Néstor García Canclini, antropólogo argentino contemporáneo que se ha especializado en investigaciones de cultura; él nos dice que el consumo puede ser entendido como "...el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos...que permite hacer visible... aspectos más complejos que los encerrados en 'la compulsión consumista'"<sup>35</sup> entre dichos aspectos destaca los conflictos entre clases que se originan por la desigual participación, distribución y apropiación en la estructura productiva ocasionando así una diferenciación social que será desarrollada más adelante.

García Canclini destaca que dentro de los diferentes tipos de consumo existe el cultural, el cual puede ser entendido como una apropiación y uso de productos que guardan un valor simbólico sobre el valor de uso, destacando las obras de arte principalmente.

Por otro lado, el consumo no se puede concebir sin la producción, ya que éste crea a los materiales, al objeto que va a ser consumido, por tanto la producción crea al consumo.

Y uno de los aspectos que resalto con mayor énfasis (por tratarse de una ejemplificación en el terreno del arte), es que la producción también crea al consumidor, en tanto que hay un público específico ligado a un producto y que lo ejemplifica con el del arte, en términos de Marx:

---

<sup>35</sup> Néstor, García Canclini. **El consumo cultural en México**. p. 24.

(...) el consumo es creado por la percepción del objeto. El objeto de arte crea un público sensible al arte, capaz de goce estético. De modo que la producción no solamente produce un objeto para el sujeto sino también un sujeto para el objeto. La producción produce, pues, el consumo.<sup>36</sup>

De esta manera, Marx destaca que existe un público específico y por lo tanto, no cualquier persona es sensible a lo que se presenta en el arte. Destacando también el hecho de que el arte, en Marx, lo comienza a percibir como una mercancía, dado que lo describe como un objeto y lo inserta a su teoría de la producción y consumo.

Con el ejemplo citado se observa que la producción crea al consumo creando el material (objeto o producto), determinando el modo de consumo y provocando una necesidad en el consumidor.

A manera de conclusión se observa que estos dos elementos: producción y consumo son correspondientes uno de otro, y es a partir de uno como se forma al otro, pero estando a la vez diferenciados entre ellos y recalcando que no son creados de manera inmediata, sino que hay mecanismos que intervienen entre ellos como lo son la distribución y el cambio que a continuación presentaré.

Dentro del proceso general de la Industria, existe una fase indispensable que le sigue a la producción y éste es el de la distribución, la cual es concebida para Marx como un resultado mismo de la producción, ya que la manera en que se da la producción determina en cierta medida la forma en que se desencadenará la distribución.

Para concebir el concepto de distribución, es necesario entender que dentro del mismo proceso de producción, existe una distribución de los instrumentos de producción, además de los miembros de la sociedad en las esferas de la producción (división del trabajo) por tanto la distribución está inserta desde la producción y no sólo cuando el producto es realizado.

---

<sup>36</sup> Karl Marx. *Op. Cit*; p. 292.

Y consecuentemente hay otra premisa de la distribución –que es la más conocida– donde se da una repartición de los productos respondiendo a una oferta y demanda del mercado, es cuando se divide el número de objetos entre el número de personas que solicitan este producto, a este instante es a lo que conocemos como distribución.

En el terreno del arte, Juan Acha destaca que la distribución se refleja en la accesibilidad que los espectadores tengan hacia las obras, es por ello que la distribución tiene que ver con la forma de difundir y acercarse a los receptores.

Por último dentro de este proceso, debo señalar un término que viene a ser el mediador entre la producción y la distribución, el cual es el cambio; éste es considerado como un momento de la producción y se le establece como independiente cuando el producto es cambiado para ser consumido.

Para entender mejor la función del cambio, es necesario entender tres postulados:

1. Que el cambio se da sólo por la división del trabajo (como resultado histórico o natural).
2. El cambio privado tiene como principio la producción privada.
3. El cambio está determinado por el desarrollo de la producción.

Viéndose de esta forma que el cambio es dependiente del proceso de la producción, pero se vuelve en sí independiente cuando el producto es intercambiado con la finalidad de ser consumido.

De esta manera, Marx resume que: “El resultado al que llegamos no es que la producción, la distribución, el cambio y el consumo sean idénticos, sino que constituyen las articulaciones de una totalidad, diferenciaciones dentro de una unidad.”<sup>37</sup> Dicha totalidad será entendida como la industria que tiene inserto todo este proceso para poder ser concebida como tal y cuya unidad será la mercancía, la cual tiene una característica que me es indispensable destacar para comprender mejor el proceso de la industria en el ámbito de la cultura.

---

<sup>37</sup> *Ibid.* p. 299.

### 2.1.1 La mercancía y su fetichización

A partir del recorrido que se ha hecho de la Industria, hay que distinguir que la unidad principal del proceso de producción es la mercancía, la cual en principio es un objeto que se observa para satisfacer necesidades y que para la Industria tiene como objeto el que se produzca y sea consumida para que se conciba como mercancía.

La mercancía tiene la característica de tener dos valores: por un lado se encuentra el valor de uso y por el otro, el valor de cambio. El valor de uso está medido por la utilidad que tiene este objeto a partir de las cualidades que posee; este valor tomará cuerpo cuando sea consumida o bien, como lo dice su nombre, usada por el hombre.

El valor de cambio de una mercancía tiene como soporte al valor de uso; este valor de cambio se genera en proporción a otras mercancías tomadas en consideración a partir de su valor de uso. Para ejemplificar este aspecto, tomemos en cuenta que un cuaderno puede ser cambiado en tanto al uso que tiene un pizarrón. Es así como se produce el valor de cambio, que viene a ser el resultado de una comparación entre los valores de uso de dos o más mercancías.

De esta manera, la mercancía es entendida gracias a estos dos rubros que la componen, tal como lo menciona Marx:

(...) si son mercancías es por encerrar una doble significación: la de los objetos útiles y, a la par, la de materializaciones de valor. Por tanto, sólo se presentan como mercancías, sólo revisten el carácter de mercancías, cuando poseen esta doble forma: su forma natural y la forma de valor.<sup>38</sup>

En el caso del arte, Juan Acha observa que las obras presentan diferencias en tanto que su valor de cambio no corresponde a las mercancías comunes, sino que dependen de valores socioculturales, mismos que están al servicio de intereses de grupos

---

<sup>38</sup> Karl, Marx. **El Capital**. Tomo II, p. 14.

sociales; mientras que su valor de uso está en base al trabajo intelectual que es difícil de establecer, resume así el autor que: “Las obras artísticas son productos suntuarios, cuyo valor de cambio no es expresión de un trabajo manual mensurable, como acontece con las mercancías comunes y corrientes.”<sup>39</sup>

Y, por último, Marx hace el señalamiento que para concebir a la mercancía en sí, se debe también pensar en que es un resultado del trabajo humano y que en consecuencia, su materialidad como valor es social.

A partir de esta breve explicación de cómo concibe Marx a la mercancía, me es necesario hacer una puntualización sobre ella, ya que se considera que adquiere un nuevo valor que el propio humano le dota (esto mismo podría considerarse a la hora de hablar de las exposiciones temporales), este valor es la fetichización de la mercancía.

Marx llega a la conclusión de que al observar una mercancía, pareciera tener ésta un valor misterioso, que no tiene correspondencia a su valor de uso, sino que es un comportamiento que la mercancía tiene al salir para su consumo; este sentido o carácter que se le dota llamado fetichismo, en primer lugar es un hecho que el ser humano le da a la mercancía y no es ella quien lo contiene y en segundo lugar, la fetichización genera que el hombre consuma a la mercancía. Pero lo que en realidad guarda la mercancía en ese carácter, no es más que el carácter social del trabajo contenido en un producto, pero que a ojos de los espectadores guarda un misterio y que le dota un sentido más allá de lo que es en sí una mercancía.

Marx establece que el fetichismo de la mercancía al tener el carácter social del trabajo, hace que se deduzca que la relación social que media entre los productores y el trabajo colectivo estuviera en función de los objetos, desligándose de los productores y que por tanto dice: “(...) Lo que aquí reviste, a los ojos de los hombres, la forma

---

<sup>39</sup> Juan, Acha. **El arte y su distribución**. p. 117.

fantasmagórica de una relación entre objetos materiales no es más que una relación social concreta establecida entre los mismos hombres.”<sup>40</sup>

A este elemento de la fetichización, Marx declara que es inseparable de la mercancía en el modo de producción capitalista, no importando de qué clase de mercancía se trate, destacando así la importancia que le otorga el ser humano a la mercancía y que en realidad se le da un lugar más allá de lo que en realidad es.

A esta idea, Juan Acha agrega que el fetiche se convierte en mercancía y la mercancía por lo tanto es la mera expresión del fetiche; en el terreno del arte, la obra tiene valores tanto funcionales –como generadores de pensamiento y sensibilidad-, como simbólicos –por el hecho de tener un lenguaje a descifrar- pero además artísticos –que viene a ser el trabajo que el artista crea-, que facilitan la producción de una fetichización hacia el espectador, entendida a ésta como: “La fetichización, consiste, en buena cuenta, en acentuar en el producto su valor simbólico en detrimento de su valor funcional... Y tal valor simbólico es propio de la sociedad de consumo que adjudica prestigio y poder a quien posea obras de arte consagradas y alto precio.”<sup>41</sup> Es por ello que los productos artísticos vendibles tienen una hipervaloración que da como consecuencia prestigio a sus propietarios, lo que más adelante ahondaremos.

## 2.2 El Patrimonio Cultural como mercancía de la cultura

---

<sup>40</sup> Karl Marx. *Op. Cit*; p. 38.

<sup>41</sup> Juan Acha. *Op. Cit*; p. 152.

Dentro de este apartado se pretende conocer cómo es que la cultura transitó como un objeto que pudiera manejarse como mercancía; a esta interrogante Gilberto Giménez responde con un nuevo concepto llamado *Patrimonio Cultural*.

Como ya hemos visto, la cultura puede ser tangible a través de obras que son testimonios de una historia y sociedad en que fueron creadas, algunas consideradas artísticas por el hecho de expresar una cosmovisión, sus formas, su técnica y por el hecho de tener un receptor el cual le otorgará un resignificado; a lo largo de la historia, las obras artísticas han sido concentradas por grupos de poder que manejan el acceso a ellas.

Desde esta idea de poder ver, a la obra como perteneciente a un grupo, es que surge el concepto de *Patrimonio* que denota una apropiación de un bien que en este caso sería la cultura a través de sus objetos artísticos y por lo tanto se llama *Patrimonio Cultural*, el cual puede ser desde privado, nacional o internacional.

Habiendo dicho que el término de *Patrimonio Cultural* denota una pertenencia es como se puede comenzar a comprender que las obras artísticas son bienes que pueden ser apropiados, que más tarde podrán ser intercambiados y utilizados para fines de comercio.

Gilberto Giménez destaca que los resultados que el *Patrimonio Cultural* puede generar son: "...la pérdida de la iniciativa cultural de parte de la mayoría de la población, su remplazo por la innovación tecnológica en manos de especialistas anónimos... y la profesionalización de los creadores, limitados en número y ligados estrechamente al poder."<sup>42</sup> Además de que la creación de las obras es sustituida por la acumulación de *Patrimonio*, habiendo nuevas tareas como inventarios, protección y valorización y mantienen un lugar preferencial que el de incentivar a la producción de arte.

---

<sup>42</sup> Gilberto Giménez. *Op. Cit.* p. 183.

Como punto final se puede observar que la iniciativa cultural es suplantada por una dinámica de consumo cultural, destacando la apropiación de un bien cultural, principalmente las obras de arte. De esta forma, existe una relación íntima entre comercio y cultura, reflejada en el proceso de oferta y demanda de las obras artísticas que son consideradas como Patrimonio Cultural y que de esta forma pueden circular en el mercado, por tratarse de objetos que denotan una pertenencia.

Así, se puede observar que el poder económico permea a la cultura para que contribuya a obtener un lucro y un crecimiento de capital para los poseedores de los bienes culturales, viéndose que la cultura puede objetivarse y ser manejada como una mercancía, restándole su sentido social por no considerarse hecho por y para la humanidad sino el asignársele un significado particular ya que es manejado por aquellos que tienen un poder económico adquisitivo y educativo para poseerla, manejarla o comprenderla.

### 2.3 La construcción de la categoría Industria Cultural en la Escuela de Frankfurt

Para hablar exactamente de la historicidad de este concepto, es necesario saber que este término fue creado por los teóricos Theodor Adorno y Max Horkheimer (pertenecientes de la Escuela de Frankfurt) en su libro *Dialéctica de la Ilustración*.

Dentro de este estudio, ambos autores parten de la idea de que hoy en día, la cultura pareciera ser hegemónica, y cuyo público espectador son las masas; pero para que se origine esta cultura, es necesario poder llegar a la gente a través de toda una industria que va a crear a la cultura y se la presentará ya dada a las masas.

La industria, tal como se vio con Marx, viene a ser aquel espacio que se encarga de producir mercancías con el objeto de que sean consumidas en última instancia. Pero uno de los puntos clave que la Escuela de Frankfurt le dotará a este concepto de industria, será el develar que ella también puede abocarse a objetos que parecieran - en primer instancia- no ser de consumo, como lo son las artes.<sup>43</sup> De esta manera se comienza a percibir a las obras de arte como productos que también son creadas con el objeto de originar una necesidad social, viéndose que los cuadros, las películas, los libros, las esculturas, entre otros, pueden ser vistos como una mercancía.

Uno de los puntos clave para poder entender el término de industria cultural, es el hecho de que los productos que se realizan en un final, son estandarizados y producidos en serie, restándose así su carácter único y auténtico<sup>44</sup> que antes guardaban y en consecuencia, lo que se genera es una producción masiva de obras que han sido ya vistas en todas partes del mundo, pero que han dado buenos resultados en el número de consumo.

Debo señalar, que para entender al consumo como tal, no debe ser concebido únicamente en términos tangibles de agotar un producto, sino que el consumo

---

<sup>43</sup> Enfatizo que estos dos teóricos no hacen una diferenciación entre la cultura y las artes y los toman como semejantes.

<sup>44</sup> Vid acerca de la reproducción de las obras de arte, Walter Benjamin, **La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica**. ITACA. México, 2003.

también puede estar en el plano de lo ideológico, de lo visual y lo sensible; viéndose de esta manera que una obra de arte no tiene que ser consumida como si se comprara, sino que también puede ser consumida cuando se le concibe como un producto que debe ser visto por millones de personas, tal como la publicidad lo maneja.

Otro de los elementos para comprender el mecanismo de la industria cultural, es hacernos notar que sus mercancías están relacionadas con el liberalismo que maneja el sistema capitalista, así, cualquier persona puede escoger ante un gran menú, lo que desea consumir, pero que tal como lo había ya mencionado Marx, existe también un público determinado para cada tipo de mercancía, el cual debe tener una coherencia con la esfera en la que se desenvuelve, tal como lo mencionan:

Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente de acuerdo con su nivel, que le ha sido asignado previamente sobre la base de índices estadísticos, (...) reducidos a material estadístico, los consumidores son distribuidos sobre el mapa geográfico de las oficinas de investigación de mercado.<sup>45</sup>

Siendo el público el propio proletariado, quien va a tener que consumir todo aquel producto que la industria cultural presente en el mercado; restándoles así, no sólo la libre elección, sino también el tiempo libre de poder decidir por y para sí mismo.

Por otro lado, se hace notar que el triunfo imperante que ha tenido la industria cultural en parte ha sido por deslindar dos elementos que tiene toda obra: por una parte está su técnica, pero por la otra se encuentran sus detalles, éstos últimos son los que han sido anulados por la industria cultural, para destacar así la técnica; es así como se observa que un gran número de personas al ver el cuadro le otorgará mayor peso a la técnica al ver un cuadro que al significado, simbolismo y temática que guarda la obra. Pero la importancia de destacar los detalles era que en sí ellos contenían “el secreto”, “la rebeldía”, “la esencia” o como lo menciona Walter Benjamin “el aura” que se encontraban insertos en toda pieza de arte.

---

<sup>45</sup> Max, Horkheimer y Theodor, Adorno. **Dialéctica de la Ilustración**. p. 168.

Aparte de los elementos que se han señalado acerca de la industria cultural, es necesario ver que al ofrecer una obra de arte, con su previa interpretación y lista para ser consumida, el suceso que desemboca es la anulación del pensamiento y de la imaginación, ya que al estar ya todo predado y no permitir al sujeto poder cuestionar, construir, pensar y reflexionar, queda únicamente como un sujeto pasivo al que le es otorgado todo, quedando así sólo imágenes que no les son posible asociar con un todo, sino que los ve como simples formas que no cobran ningún interés y significado propios.

Por tanto, estos dos autores llegan a la conclusión que el hablar de cultura, es una contradicción, puesto que la idea que se tiene de cultura (que se crea socialmente), contrasta con lo que en realidad es: una industria cultural, la cual tiene como carácter el consumo del arte a través de la reproducción de una pieza que ha sido considerada como arte, o bien, que desde un inicio ha tenido el objeto de ser comercializada y tiene su catalogación y clasificación.

Y, aquella obra que comienza por ser algo diferente, -cuestión que es muy dada en el arte-, en principio será tachada pero para que en un segundo momento sea absorbida por el sistema, con el pretexto de ser la nueva idea que se aportará, "lo novedoso". De esta manera, la industria cultural tiene un esquema que abarca todo, y es sobre esta gama de artes que se ofrece, cuando el individuo tendrá la única tarea de elegir, sobre lo ya fijado; estos dos autores rescatan una frase de Tocqueville que explica de alguna manera esta dinámica:

Bajo el monopolio privado de la cultura, <la tiranía deja el cuerpo y va derecha al alma. El amo ya no dice: 'Pensad como yo o moriréis'. Dice: 'Sois libres de pensar como yo. Vuestra vida, vuestros bienes, todo lo conservaréis, pero a partir de ese día seréis un extraño entre nosotros'>.<sup>46</sup>

Así pues, aquél que no pueda integrarse a lo que el sistema presenta, quedará como rechazado, aunque la gran mayoría quedan casi siempre cegados ante lo impuesto, no

---

<sup>46</sup> *Ibid.* p.178.

viendo así que eso mismo que ellos perciben como cultura, es lo mismo que lo esclaviza, puesto que es una falsa cultura.

Horkheimer y Adorno conciben que pareciese ser un ente el que dirige a toda esta industria cultural y decide a su vez, lo que tiene que estar en el catálogo de bienes culturales, o sea, aquello que debe ser considerado como cultura y que, más adelante será aceptado por la sociedad; es por ello mismo que la industria cultural puede estar gloriosa del triunfo que ha logrado: el hacer de la obra de arte una mercancía.

El hecho es que la industria cultural al tener mayor fuerza sobre las masas, se le puede permitir un mayor poder y dominio que desembocan en la continua producción y reproducción de estas mercancías, teniendo el poder cuando se le quita toda subjetividad al hombre, cuando éste ya no puede pensar por sí mismo, sino que es a través de toda una guía que le dice qué es lo que está viendo y lo que significa; donde además adquiere ya no un carácter de ser un hombre único, sino que es parte de una masa y se le concibe como una generalidad, la cual es el cliente, y no en su particularidad como sujeto crítico.

El consumidor de una obra, lo que esperará ver ante sí, es un producto que tenga como valor de uso la inutilidad misma, ya que se le ha considerado en principio como un objeto que podrá liberar el pensamiento y las ideas mismas del hombre, pero gracias a esta misma industria será un objeto que debe ser con fines de adquisición y de apreciación únicamente, el cual genera además un estatus frente a los ojos de los demás. Y así es como se recalca que el valor de uso es sustituido por el valor de cambio, el cual da el prestigio al sujeto.

Como se había mencionado ya con Marx en el apartado de la mercancía y su fetichismo, la mercancía del arte, también adquiere este sentido que le dota de un nuevo valor, el cual sólo se disfruta una vez estando frente a la obra; este fetichismo de la obra de arte está encausado por la publicidad que otorga un nuevo papel a los objetos, confundiendo así la valoración social que tiene dicha obra y viéndolo de manera fetichista.

Ya para resumir, los dos autores presentan como síntesis que el arte es una mercancía, la cual está sujeta a un público determinado, y que corresponde a un proceso de producción, así como también el hecho de que antes fuera una cuestión vendible y ahora no, no resta su carácter de consumo, sino que es consumida en grandes escalas, así lo expresan:

El arte es una especie de mercancía, preparada, registrada, asimilada a la producción industrial, adquirible y fungible: pero esta especie de mercancía, que vivía del hecho de ser vendida y de ser, sin embargo, esencialmente invendible, se convierte hipócritamente en lo invendible de verdad, tan pronto como el negocio no sólo es su intención sino su mismo principio.<sup>47</sup>

Hoy en día, vemos que las obras de arte son manejadas por una industria cultural que hace ver que tanto su acceso como su comprensión son limitados para aquellos que no tienen una formación educativa dado que no tienen los medios para tener un acercamiento a dichos objetos artísticos.

### 2.3.1 El papel de la publicidad en la mercantilización del arte

Uno de los elementos que desarrollan extensamente Horkheimer y Adorno es el papel que tiene la publicidad dentro de la mercantilización del arte; en principio pareciera que la publicidad sólo tiene la función de anunciar, de dar a conocer a las obras, pero estos autores manejan que más bien se ha encargado de dar un nuevo papel a la obra de arte que ahora es concebida como una mercancía, así ella entrará en la cabeza de los próximos consumidores con la imagen de las obras culturales que se presenten en un espacio determinado.

La expresión más clara de una industria es el manejo de los medios masivos, y uno de ellos es por medio de la publicidad, es por esa razón que se tiene una correspondencia entre la industria cultural y la publicidad.

---

<sup>47</sup> *Ibid.* p. 205.

La manera como una mercancía comienza a manifestar su fetichización y la promesa que ella contiene, es por medio de la publicidad que se hace de ella; por lo tanto ambos teóricos la consideran de la siguiente forma: “La publicidad es hoy un principio negativo, un dispositivo de bloqueo: todo lo que no lleva su sello es económicamente sospechoso.”<sup>48</sup> Dando así, una imagen errónea sobre la obra de arte, tal como si fuese un producto que debe consumirse.

Por otro lado, Juan Acha agrega que los medios masivos son los que transmiten informaciones que subrayan ideales de estética, de obras de arte, provocando que el espectador al percibir esto sea pasivo en su visión, pensamiento y crítica.

Es entonces, esta característica de la publicidad, lo que hace identificar a una industria cultural, ya que ambos se entrelazan para dar una repetición de un producto cultural que se desea se consuma para el receptor, que sea conocido innumerables veces por un público que lo captará como mercancía.

### 2.3.2 El arte como distintivo social

Este apartado surge de la premisa de que el modo capitalista desencadena una desigualdad social en la participación de la producción, distribución y consumo de las mercancías -enfocándonos en las obras de arte- ya que existen propietarios entiéndase *capitalistas*, que regulan el mercado y son los que tienen un poder sobre estas tres fases.

Uno de los teóricos que se centra en dicha desigualdad es Pierre Bourdieu, quien a través de un estudio que lleva a cabo en diferentes museos europeos, observa que no todos los visitantes tienen la misma posibilidad de disfrutar las obras que se exponen ya que no comprenden en su totalidad de qué trata y significa cada obra, a pesar de que el museo ofrezca un acceso libre y gratuito hacia todos ya que la entrada es facultativa también y es en este punto en que se genera una desigualdad con mayor

---

<sup>48</sup> *Ibid.* p. 207.

ahínco. Es a partir de este punto como se contempla la idea de una desigualdad de los espectadores.

La diferencia o *distinción* como lo llama el autor, puede ser desde distintos niveles como la comprensión, el disfrute, o la adquisición de una obra de arte. Bourdieu analiza que una de las causas que puede tener mayor énfasis en dicha desigualdad proviene de la escuela, ya que es el medio que da las herramientas necesarias y transmite un capital cultural para acercar a la gente con el arte y al haber diferencias en las mismas formas educativas se generan distinciones de conocimiento en el ámbito artístico. Tal como lo menciona: "... la escuela es, en efecto, la institución que, a través de sus veredictos formalmente irreprochables, refleja las desigualdades socialmente condicionadas." <sup>49</sup>

Tanto la educación como el origen social del que proviene una persona son una estructura que une a un grupo social, pero también se puede considerar como un modo de producción de un *habitus* cultivado ya que crean una forma de concebir a la cultura y sus formas además de revelar las diferentes condiciones de adquisición del arte y la posición en que se localiza un espectador frente a las obras de arte.

La mercancía que puede ser más *enclasante* son las obras de arte, al ser un capital objetivado y tener sus propias normas de percepción que: "...distinguen una *particular manera de tratar los elementos retenidos*, es decir, un estilo como modo de representación, en el que se expresa el modo de percepción y de pensamiento propio de una época, de una clase o fracción de clase, de un grupo de artistas o de un artista particular."<sup>50</sup> Y es a partir de ellas que se miden a quienes logran alcanzarlas de los que no; mostrando así la necesidad de tener un bagaje educativo-cultural, una posición económica que permita el consumo de ellas y pertenecer a un nivel social intelectual en el cual se desenvuelven los conocedores.

---

<sup>49</sup> Pierre, Bourdieu y Alain, Darbel. *El amor al arte*. p. 172.

<sup>50</sup> Pierre, Bourdieu. *La distinción*. p. 84.

Pero la gran paradoja de la *distinción* reside en que si el arte se considera como una respuesta hacia la sociedad, que habla de ella y la impulsa a transformar la realidad, quede en manos de aquellos que desean mantener estable y sin cambios a la sociedad, ya que su posición es beneficiaria para ellos mismos.

Uno de los grupos sociales que pueden considerarse en esta distinción es el de los críticos culturales, quienes son considerados como un cuerpo que determina lo que debe verse y no, reconocidos como una autoridad que se legitima en tanto exista un público que recurra a ellos como instancias únicas que conocen las obras culturales.

Por lo tanto Bourdieu llega a la conclusión que la relación con el arte indiscutiblemente genera una diferencia ya que aparta a quienes tienen la posibilidad de guardar dicha relación de quienes no pueden acceder a ella y por lo tanto el museo es un espacio que refuerza el sentimiento de pertenencia para algunos como de exclusión para otros, lejos de tener el ideal de ser un lugar que tiene un valor y adquiere un sentido cuando un sujeto puede descifrar las obras que tiene frente a él.

Dentro de esta explicación cabría señalar que Bourdieu no hace más que marcar el problema de la desigualdad en el terreno del arte, donde también deja entrever un determinismo muy marcado hacia el origen social que tiene cada persona, siendo así que para él no cabe la posibilidad de escapar de esta diferenciación social, lo cual puede llegar a ser cuestionado dado que el arte al ser un transmisor que puede liberar y generar una idea, un pensamiento o un sentimiento que cualquier puede alcanzar, no tiene un transcurso encaminado a la diferenciación social, sino más bien lo supera.

## 2.4 La industria cultural bajo un enfoque internacional

Uno de los reconocimientos que sirven para asentar el concepto de industria cultural, es el que otorga la misma Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en el año de 1982 declaró que:

Existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir en serie y aplicando una estrategia de tipo económico en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural.<sup>51</sup>

Viéndose así que una de las Instituciones que ve por la cultura a nivel mundial reconoce que existe una industria cultural, que afecta al desarrollo cultural y que tiene diferentes vías de acercamiento con el hombre, pero que lo más importante de haber reconocido esto, fue que se sabe de antemano que la cultura puede ser modificada con el sentido mercantil que atenta sobre la cultura.

Esta premisa la deduce la UNESCO al ver en un primer momento, que la manera en que se desarrolla la economía es a través de la apertura del mercado mundial, concibiendo de esta forma que el mundo ha presentado diversos cambios en la producción, consumo y comercio en un sistema económico global capitalista. Se parte desde este contexto que todo aquel que desee obtener algún producto, le será posible y que bien, ese producto puede estarse tratando por ser un bien cultural, entendiendo a éste como un bien que transmite ideas, formas de simbolizar un modo de vida y que lo hacen a través de la materialización de un objeto que puede difundir, informar y plasmar un conocimiento histórico, político, social y cultural; pero ellos pueden estar sujetos a una reproductibilidad que dé pauta a una circulación masiva para ser conocidos y también comercializados.

---

<sup>51</sup> UNESCO/CERLALC. **Cultura, comercio y globalización.** p. 6.

Es así, como la UNESCO percibe que también existen mercados culturales, los cuales han tenido un mayor desarrollo a lo largo de los últimos años<sup>52</sup> y que ha sido gracias a la existencia de una industria cultural (la cual se encarga de producir los bienes culturales y reproducirlos con fines de comercio); lo que señala esta organización es que lo que poco se sabe es sobre el impacto que tiene este tipo de acciones hacia la cultura y es por tanto necesario llevar a cabo investigaciones sobre tal índole.

De esta manera, la UNESCO ve que la cultura tiene un nuevo papel en el mundo globalizado en el que nos encontramos, ya que ella se le ha podido ver como una mercancía, lo cual es originado en cierta medida por la importancia que las industrias culturales han tomado hoy en día, además de reemplazar los modos tradicionales de creación de la cultura y lo han manejado siguiendo una economía mundial.

Así pues, si bien es cierto que la cultura y el comercio se les ha visto en cierta medida relacionados a lo largo de la historia, es en esta época cuando ha imperado más este vínculo; mostrando que los bienes culturales además de poder construir, transmitir, producir y reproducir una identidad cultural y una cohesión social, también se le puede considerar el estar sujeto a una producción de la economía mundial que se ha visto beneficiada gracias a la venta y reproducción de los bienes culturales.

A partir de los puntos señalados, la UNESCO señala lo que entiende por tanto de una industria cultural, la cual: "(...) se trata de aquellos sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos tangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor."<sup>53</sup> conocida desde diferentes formas: "Industrias de futuro", "Industrias de Contenido", o "Industrias Creativas", las cuales pueden contener desde el diseño, la fotografía, el cine, la radio, las artes plásticas, la arquitectura, la edición impresa, las artes del espectáculo, los deportes, la música, por mencionar algunos, y que dentro de esta investigación será el arte plástico el interés principal.

---

<sup>52</sup> La UNESCO parte desde los años 90's su estudio.

<sup>53</sup> *Ibid*, p. 11.

A partir de esa definición, es como se ve además el elemento fundamental de la mercancía en la modernidad: que la industria cultural añade un valor al contenido que tiene una obra (que en términos de Marx sería el de fetichismo), pero que la UNESCO, lo defiende para verlo con fines de promoción y difusión del producto, no fijándose así, que es un valor que se le impone a la sociedad, mas no es que sea la realidad del bien cultural, es decir, no lo contiene en sí, sino que se le ha adjudicado para fines de consumo.

Además de observar que la obra de arte puede manejarse como una mercancía, la UNESCO hace un reconocimiento que también será importante retomar, que es el de la mercantilización de los servicios culturales, los cuales son las actividades que no tienen la forma de un bien cultural, pero que en cierta medida atienden a un deseo, interés o necesidad de cultura y se puede estar pensando específicamente en infraestructuras que tanto el Estado, como empresas privadas o fundaciones realizan para el servicio de la comunidad, tales como la promoción de espectáculos o la conservación e información cultural (bibliotecas, archivos y museos). Y que por tanto puede estar siendo también comercializado el servicio mismo del Museo, es decir, este espacio puede también estar siendo manejado por una Industria Cultural.

Con todos los elementos desarrollados brevemente en este apartado, en la Conferencia General de la UNESCO de 1999 se dice que tantos los bienes como servicios culturales "(...) no pueden someterse exclusivamente a las reglas del mercado internacional."<sup>54</sup>Y que de esta forma también se observa una contestación a la mecánica del mercado que ha invadido al ámbito de la cultura, la cual promulga que esto no debe ser llevado así necesariamente, puesto que hay otras formas de promover a la cultura sin tener necesariamente que atentar contra ella, como lo ha venido haciendo la industria cultural.

---

<sup>54</sup> Conferencia General de la UNESCO, 1999, 30ª sesión.

## Capítulo 3

### El museo como espacio institucional de la cultura

#### 3.1 Los orígenes del museo

Dado que el espacio que se aborda en esta investigación es el museo, a continuación se conceptualizará y verán las partes componentes de este recinto que ha jugado al lado del desarrollo del arte en la época moderna, a partir de varios autores que han investigado sobre el tema.

Comenzaremos desde la óptica de Aurora León, museógrafa española que hace un estudio exhaustivo sobre el concepto de museo tal como lo conocemos hoy en día, esta autora nos menciona que este espacio ha pasado por diversas transformaciones a lo largo de los años, ya que desde la Antigüedad este espacio cobró vida en la historia del hombre, a través de una serie de cambios hasta llegar a la Modernidad, conformándose el museo más cercano a lo que tenemos en la actualidad.

Según el estudio de esta autora, el origen del museo se remonta a la antigua Grecia, cuando se caracterizaban por ser centros religiosos, espirituales y de materia de creatividad y erudición, constituidos de pocos integrantes y se localizaban distanciados de la polis y la realidad cotidiana; la palabra Museo proviene del griego *mouseion* que significa templo de las musas, ya que estos personajes eran las diosas de la inspiración para la creación de las artes. Uno de los primeros museos data del Siglo III a. C en Alejandría y fue construido por mandato de Tolomeo II Filadelfo.

La siguiente etapa es explicada por Francisco Javier Zabiaur, museólogo español que hace investigación histórica acerca de los museos, nos dice que en la antigua Roma, los museos se concibieron por tener tareas como la recopilación y exhibición de colecciones obtenidas de las guerras y la colonización a ciertos territorios, de ahí que provenga este sentido de recolección y resguardo que hasta la fecha ha tenido este espacio, tal como lo menciona: “El museo tuvo su origen en la recogida y conservación

de objetos valiosos ... que, en principio, se reunieron para ostentación de poder; admiración de sus cualidades.”<sup>55</sup>

Ya dentro de la edad media, Neil y Philip Kotler, investigadores museográficos europeos manifiestan que el museo es conocido como “gabinetes de curiosidades” y la función que tenían éstos era de coleccionar todo aquello que pudiera describir la diversidad de culturas del planeta, los autores nos explican que estos gabinetes: “... se aplicaban tanto a las colecciones en sí, como a los espacios y mobiliario en los que se exhibía.”<sup>56</sup>

Al finalizar la edad media, nos explica Aurora León que comenzó la época moderna,<sup>57</sup> con ello se constituyó al museo como un espacio de exhibición para las clases altas, para la gran nobleza y para aquellos que pudieran poseer alguna obra con valor significativo -en su mayoría eran grandes burgueses-. Las colecciones de arte de la nobleza y de la Iglesia se encontraban en grandes palacios y residencias privadas, mientras que las de historia natural estaban en universidades, viéndose así que no existía acceso para el resto de la población hacia las obras, teniéndose en consecuencia la concepción de un espacio elitista y selectivo; en palabras de la autora Aurora León: “Hemos visto cómo se fueron formando los museos desde el siglo XIX y vemos ahora cómo sin estas colecciones reales y las de la minoría potente, el museo no habría tenido razón de ser en la actualidad...Por tanto, partimos de un hecho: aristocracia y burguesía son las que han permitido la creación del museo que hoy visitamos.”<sup>58</sup>

Para esta autora, en la época moderna, la función principal del museo era la de conservar y coleccionar objetos con gran valor monetario que fungían: como ostentación de poder, como un recuerdo del pasado, como una representación de la propiedad, el amor al arte, el prestigio social, y al ser admirados por sus cualidades tenían el beneficio de estar protegidas estas obras; por otro lado en materia de lo

---

<sup>55</sup> Francisco Javier, Zubiaur Carreno. **Curso de museología**. p. 11.

<sup>56</sup> Neil, Kotler y Philip, Kotler. **Estrategias y marketing de museos**. p. 38.

<sup>57</sup> En este estudio se concebirá desde que comienza el Renacimiento, siglo XV.

<sup>58</sup> Aurora, León. **El museo**. p. 54.

científico, servía para fines educativos y de investigación. Todas las características mencionadas -hay que hacer el énfasis- corresponden a la época en la que comenzaba a suscitarse el gusto y el interés por la contemplación hacia las grandes obras, de no ser por ello no se hubiera podido conformar lo que es el museo actualmente.

Aurora León nos indica que uno de los grandes cambios durante la época moderna, es que se buscó dar a conocer las grandes obras al pueblo y fue así como se formó el museo público, el cual sería accesible a toda persona sin importar la clase social a la que perteneciera y fue en Inglaterra en el siglo XVIII la fundación de estos museos, que no fueron abiertos por completo, ya que comenzaron a dedicárseles horas determinadas o en ciertas épocas del año, para la asistencia del público en general. El diseño de las exposiciones reflejaba a quién iban dirigidas, debido a que cuando no se catalogaba una explicación detallada o simplemente estaba sin interpretación, se sabía de antemano que era destinado a expertos en la materia o hacia aquella gente que tenía una mayor contacto con lo que se observaba, mientras que cuando había una explicación sobre las obras era enfocado hacia todas aquellas personas que no guardaban relación con lo que se exponía.

Es así que desde la época moderna, resumen los autores, el museo es concebido como una autoridad que tiene la capacidad de catalogar, interpretar, elegir lo que es arte y lo que no es, lo que se deberá ver y analizar y aquello que no es ignorado por esta instancia, de esta manera se desprende la idea de tener al museo como institución. Así lo mencionan: “Históricamente, los museos se habían contemplado como custodios e intérpretes autorizados de la cultura y el conocimiento. La presunta autoridad de los museos radicaba en sus colecciones raras y auténticas y en la pericia de los conservadores y eruditos que la interpretaban.”<sup>59</sup>

Dichos autores mencionan que dentro de las características principales que el museo tenía, estaban las del cuidado y preservación de colecciones, teniendo legados de personajes importantes como principales objetos de exposición; de los cuales los

---

<sup>59</sup> Neil Kotler y Philip Kotler. *Op. Cit* ; p. 42.

conservadores y expertos de la Institución eran los encargados de llevar a cabo estas tareas.

Según Neil y Philip Kotler, poco a poco los museos en Europa iban exhibiendo objetos de todas las épocas y de diferentes países, todo aquello que quedaba como legado de la historia de este continente al ser exhibido, fue perdiendo su esencia de ser únicamente un centro de colección.

En Europa, acabada la Revolución Francesa se buscó como uno de los principios perseguidos que se democratizara al arte.<sup>60</sup> Señala Aurora León que de esta manera comenzaron a abrirse los museos para todos por igual, uno de los puntos que hoy en día se continúan preservando de esta ideología.

Fue en Estados Unidos donde se dio origen al museo como un espacio activo para el público asistente, en palabras de Aurora León nos enseña que con la aparición del museo americano:

El Metropolitan Museum de Nueva York, fundado y abierto al público al mismo tiempo en 1870. ... Este primer museo sentó las bases de los futuros museos americanos que han seguido, dentro de lo posible en un museo, un plan de desmitificación, quitándole el aura de excepcionalidad y tratando de aproximar al hombre con su obra, mediante sistemas modernos de educación.<sup>61</sup>

Por otro lado, el público comenzó a demandar a su vez el acceso al patrimonio artístico que se mencionaba como perteneciente a todo hombre, es decir, había una concientización por parte del público y esto dio como resultado que el acceso al arte y en cierta medida a la cultura llegara hasta las clases sociales que antes no habían sido tomadas en consideración. Así, Aurora León relata que el museo tuvo que cambiar sus objetivos y perspectivas de manejar este espacio, respondiendo así a la solicitud que exigían los nuevos visitantes.

---

<sup>60</sup> Debemos recordar que dentro de los principios de la Revolución Francesa estaba la libertad, igualdad y fraternidad, los cuales concuerdan con la historia del Museo.

<sup>61</sup> Aurora León. *Op. Cit*; p. 53.

Continuando con el relato de la autora, nos dice que los cambios históricos, las ideologías y las transformaciones políticas, dieron pie para que en el museo hubiera un diálogo entre las obras y los espectadores, no importando el nivel social al que pertenecieran para tener libre acceso a este espacio; que además se concibe como un lugar abierto a los cambios y que son resultado de lo que el público espera y demanda, mencionado de tal manera por la autora: “También el museo está esencialmente sometido al imperio de la moda y en la actualidad es lógico considerarle como un ser adaptado continuamente al medio social, avanzando en sus conquistas al ritmo del tiempo y, en definitiva, ejerciendo una actividad autocrítica ante las exigencias de la sociedad que es la consumidora del museo.”<sup>62</sup>

De esta forma se puede ver el gran cambio que ha tenido el museo en relación a sus funciones, al grado que dio pie a una ciencia que estudia este espacio que viene a ser la Museología y al estudio de sus técnicas que es la Museografía; otro de los grandes cambios ha sido el de tener un público más amplio.

---

<sup>62</sup> *Ibid.* p. 58.

### 3.2 Un acercamiento al concepto de museo

Para comenzar con el trabajo de la definición del museo, se debe recalcar que este espacio ha tenido una serie de transformaciones que han replanteado y reformulado lo que significa el museo, por tanto pueden haber diversas formas de concebir y conceptualizarlo.

Habiendo señalado lo anterior, es menester mencionar que el museo en la actualidad, además de ser un espacio, se ha concebido por la mayoría de los estudios como una institución, y en este sentido mantiene un poder en el mundo del arte, el cual consiste en determinar lo que se entiende por arte; este hecho ha originado que el concepto de arte sea acotado bajo los lineamientos que lo legitiman, cerrando así otras posibilidades de concebir al arte.

Partiendo del hecho de que el museo es una institución, la definición que nos da el Consejo Internacional de Museos (por sus siglas ICOM) define que: “El museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, difunde y expone los testimonios materiales, del hombre y su entorno para la educación y deleite del público que los visita.”<sup>63</sup> Viéndose así que una de sus características es que no se deslinda de la sociedad, dado que su materia prima -que viene a ser los objetos- fueron creados bajo una sociedad y son el reflejo de ella.

Otra cuestión que se debe subrayar es que el museo se define como un espacio permanente sin fines de lucro, que deberá tener la garantía de poseer un fondo de obras que será entendida como la conservación de la historia del hombre para el futuro; a diferencia de algunos sitios que mudan fácilmente de residencia y que además, entre sus objetivos están el de la venta o ganancia de las obras, tal como lo son las galerías, y las casas de subasta, que manejan a los objetos artísticos como

---

<sup>63</sup> Pablo, Ariel Cassino en [http://www.nuevamuseologia.com.ar/museos\\_e\\_industrias\\_culturales.htm](http://www.nuevamuseologia.com.ar/museos_e_industrias_culturales.htm), 9 de septiembre de 2010, 19:41 hrs.

mercancías; pero dentro de esta tesis se busca saber si al no haber una industria cultural dentro del museo, no se maneja un fin lucrativo también en él.

Siguiendo con la definición del museo como una institución, es necesario entrever que no se le debe concebir como algo que no es movable, sino que más bien está en constante autorevisión para ver en qué puede mejorar o bien, ver qué cosas están fallando en su desarrollo; además hay que señalar que el museo no está medido únicamente por lo que posee, sino por lo que puede generar como beneficios a la sociedad, es decir, no son sus obras lo único que le da su valor como institución, sino que más bien es lo que puede ofrecer lo que le da esa legitimidad, siendo así que su evaluación no lo hace con base a lo que tiene materialmente, sino también a los servicios que puede prestar.

Un punto básico acerca del museo es que hoy en día se busca que no tienda a ser cerrado como en su principio lo fue, tal como lo menciona Peter Davis: “...museums are public institutions funded by public money, they must answer to all the people and not just to a cultural elite.”<sup>64</sup> Quitándose así la idea de que el museo es para clases que tienen la facilidad monetaria o intelectual para comprender lo que se expone en el museo.

Otra de las definiciones que se pueden encontrar acerca del museo, como la de Aurora León, es que es un medio donde se localiza la cultura por medio de objetos, a los cuales puede recurrir el hombre en busca de su identidad e historia, debido a que contiene una porción de los objetos que son parte de la historia humana, y que dan cuenta del proceso de civilización del hombre y que pueden ser tanto objetos ya desaparecidos, como en vías de desaparecer, es decir, nos recuerda nuestro lugar en el mundo ya sea a manera individual, comunitaria, social o nacional.

Dentro de esta misma concepción del museo como un medio entre el hombre y la cultura, una de las maneras en que se capta la atención del sujeto que asiste a este

---

<sup>64</sup> “Los museos son instituciones públicas fundadas por dinero público, ellas deben responder a toda la gente y no sólo a una élite cultural.” Por Peter, Davis. “Place exploration: museums, identity, community” en **Museum and their communities**. p. 122. Traducción de Paola Thompson Rubio.

recinto, es explicada de la siguiente forma: “Cuando el museo llega a ejercer una atracción sobre las personas, éstas aparecen transfiguradas entre las salas de exposición. En cierto modo, se sufre una enajenación, un estar fuera de su propio mundo constituido por las cotidaneidades y tareas diarias.”<sup>65</sup> Es decir, lo que se busca es captar la atención del público y esto lo realizan de cierta manera las obras que son presentadas a través de una serie de elementos museográficos como el montaje, la explicación y el tema; pero que esta definición deja ver que puede existir una enajenación hacia las obras ya que no menciona para qué se pretende generar este tipo de comportamiento.

Dentro de las mayores enfoques para el museo, según Aurora León, está el de poder acercar al público con el arte y dejar a un lado la idea de que éste es algo lejano y únicamente para ciertos grupos, pero que prevalece hoy en día, ya que continúa siendo uno de los mayores conflictos para que haya asistencia en los museos, –ya que existe una gran población que considera este lugar para gente con recursos y educación- y que como hemos visto provienen de una historia elitista y cerrada; así pues, el objetivo principal de la museología vendría a ser: “(...)ésta es la meta de la Museología: atraer el mayor número de personas y conseguir nuevas actividades y funciones museológicas.”<sup>66</sup> Notándose a su vez que hay un gran interés por difundir el arte y en consecuencia a la cultura de manera multitudinaria, que por un lado puede ser un acierto ya que no tienden a excluir a ciertas clases sociales, pero que en el fondo puede presentarse una falta de comprensión ante las obras que se observan y esto no ha sido uno de los puntos erradicados por el museo hasta hoy en día, preservando en consecuencia todavía un elitismo velado ya que serán pocos los que tienen los medios –ya sea educativo, cultural, económico- que le permiten conocer y hacer un análisis sobre lo que se muestra en el museo.

Una de las características que más sobresalen del museo actual, es que se puede generar un análisis sobre la historia y el rumbo de la sociedad en que se encuentra y

---

<sup>65</sup> *Op Cit.* Aurora, León. **El museo**. p. 73.

<sup>66</sup> *Ibid.* p. 67.

además el museo tiene la capacidad de transformarse como respuesta a la demanda que el público genera.

Es así como tenemos un espacio que hoy llamamos museo, el cual es un medio que busca un mayor acercamiento de la cultura con el hombre, además de democratizar al arte y para ello ha llevado una serie de cambios y estudios que le permitan acercarse al público.

### 3.2.1 Los elementos del museo

Para que el museo se constituya como tal, es necesario tener una serie de elementos que son un público al cual dirigirse, una planificación museística, un espacio físico y un contenido que presentar (colección y fondos del museo), mismos que serán desarrollados por el trabajo de Aurora León.

El público para el museo, está conformado por todo el círculo de personas que acuden a este espacio, que para la mayoría de estudios se trata de "...un complejo público burgués y pequeño burgués o proletarios de origen, pero de formación intelectual media o superior. Es decir, un público que adquiere su derecho a la cultura por fortuna, por desahogada situación económica y estudios o, en el menos de los casos, sólo por formación intelectual."<sup>67</sup> Viéndose de esta manera que existe un perfil del visitante que destaca la posesión de una educación cultural misma que le permite interesarse por los temas presentados en los museos.

La planificación consiste en el análisis de los datos que se desean presentar y resaltar en el museo, aquí destaca una organización museológica para que se definan los fines y objetivos a alcanzar, el tipo de público que se espera y cómo lo llevarán a cabo.

El espacio físico, también llamado estructura arquitectónica implica el lugar donde se establecerá la institución, que deberá ser lo suficientemente llamativa y localizada

---

<sup>67</sup> *Ibid.* p. 77.

estratégicamente para que la afluencia a él pueda ser la esperada, en algunos casos existen estructuras que por sí mismas se consideran una obra de arte, como palacios, castillos o construcciones con carácter histórico.

Y por último, el contenido y la colección son las obras que se presentarán, el contenido son los fondos con los que se cuentan -que son de diferentes clasificaciones-, mientras que la colección pertenece a una misma categoría, ya sea histórica, del pintor, entre otras tipificaciones; los objetos se caracterizan por poder ser captado por algún sentido, pueden ser animados o inanimados y son exhibidos periódicamente para su conservación y cuidado.

### 3.2.2 Las funciones específicas del museo

Las funciones que se les han asignado al museo, han variado según la perspectiva con que se maneje, sin embargo a manera global se mencionarán las que se consideran más sobresalientes con base al trabajo de Francisco Javier Zabiatur:

En primer lugar se debe concebir que el museo tiene la tarea de dar al visitante la oportunidad de tener contacto con algo que no diariamente ve en su vida cotidiana, ya sean obras de arte, objetos selectos para investigación en diferentes ciencias, entre otros. Asimismo este espacio además crea un puente que permite al espectador la comprensión de lo que está viendo, ésto se lleva a cabo a través de breves explicaciones o grandes recorridos guiados -dependiendo del museo-, o simplemente con la propia exposición de los objetos, lo cual genera un aprendizaje y un primer contacto más cercano del objeto con un público.

En segunda instancia, el museo ofrece un disfrute de los objetos que se presentan, esa experiencia que tiene el visitante hacia las obras es de los principales motores por los que trabaja este espacio a través de su investigación, planeación y desarrollo de las exposiciones; esto se debe a que se considera que una exposición puede desencadenar

una experiencia personal de tipo intelectual y sensorial que puede ayudar al público a descifrar e interpretar lo que tiene frente a él.

En tercer lugar el museo se considera un espacio educador, ya que uno de sus principios es el de poder conducir a un conocimiento para aquellos que no tenían una noción sobre lo que se vería y por otro lado el de reforzar algunos puntos que la propia formación intelectual no ha podido concluir; así el museo puede jugar el papel de resumir el ciclo de aprendizaje en el visitante.

Para que estas tres premisas se lleven a cabo, es necesario ver pequeñas acciones que el museo debe realizar previamente, las cuales tomaré con base al trabajo de Javier Zubiaur.

Primeramente destaca la adquisición de las colecciones u obras que responden a la demanda del público, este paso no tiene que ser necesariamente a través de la compra, sino se puede hacer por medio de préstamos, depósitos, herencias o transmisiones que hagan al museo.

Posteriormente viene la función de conservación, que es la aseguración de los bienes que se encuentran dentro del recinto, esto con el fin de mantener el cuidado de bienes que son únicos y son importantes histórica y socialmente.

Otro de los puntos es el de la investigación, ya sea desde el hecho de estudiar cómo se montará una exposición –que sería dentro del museo- como para ver la recepción de los visitantes –fuera del museo-.

Por último se encuentra la misión de comunicar y exhibir, que proviene de ese interés por hacer pública y democratizar el arte para que así sea conocida por la sociedad y no quede confinada para una cierta élite. De esta manera se puede tomar al museo como un difusor de la cultura que principalmente será a través de las exposiciones que presente, en palabras de Zubiaur: “Comunicar y exhibir: en los museos lo primero fue poseer, reunir, gozar de la visita de esos bienes y estudiarlos, pero inmediatamente

vino después el deseo de hacer públicas sus colecciones, lo que coincide con el Siglo de las Luces, cuando el pueblo es elevado a la categoría de sujeto de la Historia.”<sup>68</sup>

El museo puede entonces ser un espacio y una institución, además de un medio, el cual se ha encargado de ser un centro educativo, de conexión con la cultura, de disfrute estético, de reflexión, que además busca establecer una relación del hombre con las artes, dejando a un lado la idea de que el acceso a él es para ciertas clases –que corresponden, ya sea a las que tienen un grado mayor en su formación intelectual o por su disposición económica-. El punto hasta aquí es ver que el museo en nuestros días tiene entre sus objetivos el poder dar apertura a lo que antes venía siendo un acceso restringido, pero habrá que analizarse a detalle qué tanto deja de ser lucrativo al haber elementos de consumo en las exposiciones.

### 3.2.3 Las contradicciones del museo

Hasta ahora se ha considerado al museo como un espacio que abre las puertas sin distinción alguna, donde existe una libertad en su acceso, pero existen algunos teóricos que consideran esta concepción como una fachada con la que se respalda el museo, puesto que argumentan que en realidad existen factores a considerar como desigualdades de conocimiento, disfrute y comprensión de las obras por parte del público que acude, tal como se ha visto en el capítulo anterior, lo cual se contrapone con la idea de ser un espacio democratizador que pone las obras para todos los hombres por igual.

En primer lugar podemos citar al sociólogo francés Pierre Bourdieu, quien comienza por decirnos que la idea de poder disfrutar las obras expuestas en los museos es tan cierta como el hecho de que son pocos los que tienen la posibilidad de llevar a cabo esto realmente, ya que los códigos y significados que se manejan en estos espacios son indescifrables para algunos por el hecho de no tener un conocimiento previo acerca de la exposición, tal como lo menciona: “...si es incontestable que nuestra sociedad ofrece

---

<sup>68</sup> Francisco Javier Zubiaur. *Op. Cit*; p. 12.

a todo el mundo la pura posibilidad de disfrutar de las obras expuestas en los museos, también es cierto que sólo unos cuantos tienen la posibilidad real de llevar a cabo esa posibilidad.”<sup>69</sup> Siendo esta idea excluyente, debido a que los significados que puede generar una obra, no están determinados en el conocimiento previo que tiene una persona, sino que más bien el arte al ser un espacio abierto, no tiene requisitos delimitados para que despierte algo en el ser humano.

Posteriormente nos detalla que el museo lejos de ser un medio democratizador, más bien se caracteriza por reproducir una dinámica de elitismo en el público, ya que los sectores que acuden, se definen por tener un contacto previo con las obras y por lo tanto es un espacio al que pueden acceder aquellos que tienen la capacidad de descifrar los mensajes, lo cual los coloca en un estado de preferencia, además de generarles un sentimiento de pertenencia, mientras que aquellos que no se ajustan a dichos estándares presentan un estado de exclusión; esta idea puede ser cuestionada ya que en ocasiones aquellos que tienen un mayor acercamiento al arte, no significa necesariamente que tengan una comprensión del arte, dado que el tener información sobre el artista y sus obras no implica que sea un entendimiento.

La diferencia entre quienes tienen acceso al arte y a la cultura misma, la denomina este autor como *distinción*, entendida como la elección que aparta a unos de otros, como si se tratara de una barrera invisible poco franqueable para aquellos que no han recibido la “gracia” de pertenecer a una clase social que tiene un mayor acceso con el arte.

Bourdieu concibe que existen diferentes visitantes del museo en tanto que existen espectadores que, como lo dice el autor: “...carentes de medios para percibir las obras de arte en lo que éstas tienen de más específico, les aplican inconscientemente el código que vale para descifrar objetos del mundo familiar.”<sup>70</sup> Así es como marca una distinción entre quienes tienen los medios para acceder a una percepción y significación específica de las obras y aquellos que al no tenerla, otorgan un sentido

---

<sup>69</sup> Pierre Bourdieu y Alain Darbel. *Op. Cit*; p. 76.

<sup>70</sup> Pierre Bourdieu. *Op. Cit*; p. 136.

más cercano a su vida cotidiana, teniendo por lo tanto una experiencia ordinaria; de esta forma es como se separan dos mundos paralelos, los conocedores y los no conocedores, dentro de un mismo espacio que viene a ser el museo.

La accesibilidad a los significados de las obras artísticas están condicionadas al tipo de educación que cada visitante ha adquirido en su vida personal según Bourdieu, es por ello que considera a la escuela como aquél espacio que crea las desigualdades, otorgando los medios para algunos y restringiéndolos para aquellos que no les fue posible tener un acceso a instituciones de prestigio en materia de arte, o que su contenido educativo artístico fue insuficiente.

Para entender de mejor manera la importancia que tiene la escolarización en este terreno del arte, Bourdieu nos lo explica de la siguiente forma en que el capital escolar, es:

...el producto garantizado de los resultados acumulados de la transmisión cultural asegurada por la escuela (cuya eficacia depende de la importancia del capital cultural directamente heredado de la familia). Por medio de las acciones de inculcación e imposición valores que ejerce, la institución escolar contribuye también (en una parte más o menos importante... según la clase de origen) a la constitución de la disposición general y trasladable con respecto a la cultura legítima que, adquirida conjuntamente con los conocimientos y las prácticas escolarmente reconocidas, tiende a aplicarse más allá de los límites de lo 'escolar' tomando la forma de una propensión 'desinteresada' a acumular unas experiencias y unos conocimientos que pueden ser directamente rentables en el mercado escolar.<sup>71</sup>

Por un lado se observa que interviene la procedencia familiar para complementar el capital cultural –entendido a éste como la acumulación de bienes o propiedades como las obras de arte y por otro lado las prácticas o *habitus* que realizan las personas-; pero por otro lado se encuentra el hecho de que a mayor capital escolar se tiene un bagaje que puede reflejar una diferencia entre unos y otros, ya que no todos tienen este

---

<sup>71</sup> *Ibid*, p. 20.

capital escolar tan desarrollado como otros. Y por último se concibe que la institución escolar legitime una cultura general que ya fue delimitada previamente y por ende será la única reconocida para aquellos que tuvieron el acceso a esta educación escolar. Una de las funciones que tiene la escolarización es la enseñanza de la manera de consumir medios artísticos, la cual varía según los campos a los que se aplica y se pueden ver reflejados al acudir a un museo y observar las prácticas que llevan a cabo cada uno de los visitantes en el intercambio, mismas que darán cuenta de cuál es su ascendencia educativa<sup>72</sup>, su nivel de escolaridad, además de su origen social.

Pero el autor agrega a la idea de la importancia de la escolaridad en el desarrollo de las prácticas dentro del museo, que el tipo de educación que corresponde con una aproximación más cercana al arte, corresponde a una “clase” llamada burguesía, ya que la considera como aquella que tiene una naturaleza que da la posibilidad de aproximación al arte, es por ello que Bourdieu considera esta situación que no se adquiere, sino que se hereda; pero además dicha clase tendrá la tarea de disimularse y proponer que sólo es por medio de la educación que la humanidad puede acceder al arte, esto mismo genera que se continúe teniendo una dominación cultural a sabiendas de que hay otro factor social que interviene: la proveniencia de cada persona, la cual influye en el conocimiento del arte.

La clase burguesa entonces, puede entenderse como aquella que tiene los medios para apropiarse de las obras de arte, por su posición económica, pero también social que legitima su estrato y situación privilegiada; además tiene una estructura distribuida entre sus miembros, los cuales tienen diferentes especies de capital y de ahí se desprende una gama diversa de estilos de vida.

Se dice así que el hombre burgués al apropiarse de un bien simbólico, como viene a ser una obra de arte, reafirma su personalidad al mismo tiempo que se relaciona en una posición de poder ante el que no puede obtener una apropiación de las obras, ya sea

---

<sup>72</sup> Al hablar de proveniencia educativa se conoce la escuela a la que se asistió (de carácter privado, o bien, público), el método de enseñanza que recibió y los principales ejes que se trabajaron en su escuela.

de manera material o simbólicamente; siendo así que no sólo se reafirma dentro de su clase social, sino que también la singularidad interviene en esta posición privilegiada.

Es necesario señalar que Bourdieu concibe a la comprensión de los objetos presentados en el museo, a través de ciertas reglas y códigos que determinan el significado que adquieren las obras y que por lo tanto deben ser percibidas y descifradas con un significado, que muchos no pueden establecer, esto nos desemboca a la idea de que hay un establecimiento de cómo se debe ver y comprender al arte, discriminando todo aquello que no está dentro de lo señalado y que además no todos tienen este bagaje cultural (en términos de Bourdieu, capital cultural) que faculte el poder apreciar una obra de arte.

Pero además, este autor concibe a las obras de arte como las más *enclasantes* –en términos del autor-, ya que al tener una serie de divisiones y subdivisiones en géneros, épocas, autores, sólo pocos pueden tener un conocimiento basto acerca de esto.

Se observa así, que el museo es un medio que facilita la transmisión de una forma de concebir al arte para reproducir una visión y además para que se dictamine lo que es arte, relegando las nuevas formas de expresión que puedan existir; por lo tanto, más que ser un centro abierto, en realidad es un intermediario donde no se genera la entrada a cualquier tipo de arte, ni tampoco a cualquier tipo de público que pueda comprender los significados que se encuentran en él.

De esta manera Bourdieu llega a la idea de que el museo puede llegar a ser un espacio contrapuesto a la cultura, ya que reproduce las formas dictaminadas para el arte; pero recordemos que el arte debe tener la característica de ser libre, es decir, no estar determinado por reglas que lo establezcan y encierren en lo que debe ser.<sup>73</sup> Así el museo presenta únicamente al arte que ya ha sido establecido, y que no se contrapone a la sociedad, por lo tanto este espacio es adverso a la cultura.

---

<sup>73</sup> Vid. Capítulo 1. Una aproximación a la categoría de cultura, pp. 5-35.

A través de estas premisas, Bourdieu concluye que el museo, a pesar de tener una entrada libre para todos, exige una entrada facultativa (cuando se intelectualiza los contenidos del museo), y esa capacidad la tienen aquellos que pueden descifrar a las obras –concebidas como bienes culturales– y son los que cuentan con los medios para apropiarse de ella intelectual y materialmente.<sup>74</sup> Resumiendo de la siguiente manera: “...el museo propone una información que puede dirigirse a todo sujeto posible sin que resulte más costosa, y sólo adquiere sentido y valor para un sujeto capaz de descifrarla y disfrutarla.”<sup>75</sup>

Los sujetos que pueden apropiarse de los bienes culturales tal como las obras de arte no solamente corresponden a individuos, sino también sucede en el caso de las naciones y comunidades que al construir grandes edificaciones, como museos, galerías, teatros, etc; muestran su poder adquisitivo y constructor de arte, haciéndose esta acción a gran escala también.

Otro de los teóricos que continúa con esta idea de ver las contradicciones en el museo es Juan Acha, quien maneja al concepto del museo como un espacio que consagra al arte, dotándole de un plusvalor que fetichiza a las obras de arte y le otorgan por lo tanto un sentido y manejo de mercancía, de esta forma se considera que este recinto puede reproducir una ideología con la cual el arte se concibe perteneciente sólo a ciertas clases, es decir, es elitista.

Por otra parte, el autor afirma que esta dinámica excluyente del museo depende de la práctica que se lleve a cabo dentro de él, ya que esto se seguirá reproduciendo en tanto exista un público que siga siendo el mismo en términos de clase, lo cual puede ser erradicado con la presencia de un nuevo tipo de espectador que demande y no conciba al museo como un lugar sofisticado y propio de las clases altas; en palabras del autor: “Los museos siguen siendo esenciales en la difusión y refuerzo de las ideologías y en la creación y consolidación de valores artísticos. El sentido positivo o negativo que tengan tales ideologías y tales valores, con respecto a los intereses colectivos, depende

---

<sup>74</sup> Ésta última forma se refiere a la capacidad de consumir físicamente una obra a través de un intercambio monetario.

<sup>75</sup> Pierre Bourdieu. *Op. Cit*; p. 122.

de la teoría y de las prácticas con que funcionen.”<sup>76</sup> De esta forma se le otorga al museo un sentido de transformación que se moldea según las exigencias del público asistente.

Por lo tanto el museo a pesar de tener ciertas contradicciones en su discurso y su práctica, tiene la capacidad de transformarse y responder a nuevas exigencias que el público desee, y puede llegar a ser uno de los objetivos con que se define: el de poder ser un medio que acerque al hombre con su cultura para otorgarle un sentido tanto histórico como social.

---

<sup>76</sup> Juan Acha. *Op. Cit*; p. 220.

### 3.3 La categorización de los museos

Existen diferentes formas de catalogar los museos, ya sea por su tamaño, colecciones, temáticas, o períodos históricos, por mencionar a algunos; para fines de esta investigación señalaré a los diferentes tipos de museos principalmente por la temática que manejan, ya que el espacio que se estudiará con mayor ahínco será el de las artes, siendo ésta una clasificación por materia y me basaré principalmente en el trabajo que hace la Estadística y Colecciones Museográficas del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de España en el año 2002.

En primer término se cataloga al museo de historia, el cual contiene colecciones que muestran acontecimientos o periodos históricos, personajes ilustres y también se inserta aquí también a los museos militares, por considerárseles que su razón de ser está sustentada históricamente. En la mayoría de estos museos se ofrece como adición a las exposiciones, la venta de libros, que sobre todo vienen a ser bibliografías exhaustivas que se busca conocer con mayor profundidad.

En segundo lugar se menciona a los museos de ciencia, que han tenido la función de poder complementar la información que brinda la educación formal y se caracterizan por tener medios, herramientas y materiales que otro tipo de museos no tienen; es por ello que se les conoce como museos interactivos por ser espacios donde existe mayor participación por parte del público y son visitados frecuentemente por niños y jóvenes. Otra cuestión que se debe señalar, es que este tipo de museos, tienen un enfoque hacia los procesos más que a los objetos, es decir, casi no tienen obras que mostrar, sino más bien se ocupan de explicar teorías y fundamentos de la ciencia. Zabaiur se refiere a estos museos como: “Ciencia y tecnología: contiene objetos representativos de la evolución de la historia de la ciencia y de la técnica, y además se ocupa de la difusión de sus principios generales.”<sup>77</sup>

Otra de las categorías que son de las más sobresalientes y que es de índole de esta investigación, es el de los museos de arte, los cuales son de los más antiguos y más

---

<sup>77</sup> Francisco Javier Zabaiur. *Op. cit*; p. 40.

conocidos por los visitantes de museos; este espacio se constituye a partir de las colecciones que se han aportado para su exposición. El visitante de este lugar, se ha perfilado por ser de dos tipos: uno que son como lo dice Aurora León: "...los patronos, coleccionistas y donadores que aportan obras de arte y otros recursos para sostener los museos. ... la segunda audiencia está compuesta por los visitantes, amigos del museo y público en general."<sup>78</sup>En esta clasificación ahondaremos más adelante por tratarse del espacio exacto en que se llevará a cabo el estudio.

Los museos de historia natural son los que mayor cuidado y preservación tienen a sus colecciones y es cuando existe una mayor inclinación por la investigación. Al igual que los de ciencia y tecnología, desarrollan un papel educativo para sus visitantes debido a que pueden tener materiales que en las escuelas difícilmente se encuentran; generalmente tienen material relacionado con la Biología, la Botánica, la Geología, la Zoología, la Antropología Física, la Paleontología, la Ecología, la Mineralogía, por mencionar algunos.

Una gama que tiene una relación íntima con los museos de historia natural son los parques zoológicos y jardines botánicos, los cuales han sido considerados museos y son la tipología con mayor número de visitas en el mundo y su fundación se remonta a las colecciones privadas que tuvieron los reyes y nobles de Egipto, China y Medio Oriente, siendo así de los museos más antiguos. El zoológico moderno tuvo lugar en Viena en el año de 1752.

En cuanto a los museos de etnografía y antropología también hay un gran reconocimiento, debido a que se especifica en culturas que tienen un origen remoto y dentro de esta categoría se insertan los museos de folklore, artesanías, tradiciones y costumbres populares. El perfil de visitante de este espacio es el turista que busca conocer sobre la historia del lugar que está conociendo.

El museo que guarda estrecha relación con los de antropología y etnografía es el arqueológico, que se diferencia de éstos por poseer objetos con valor histórico, que en

---

<sup>78</sup> Aurora León. *Op. Cit*; p. 48.

su mayoría provienen de excavaciones y hallazgos arqueológicos; entre sus especialidades destaca la numismática, glíptica y epigrafía principalmente.

El espacio dedicado a la infancia y juventud también ha tenido un origen y desarrollo más rápido; estos museos han mantenido un interés en el enfoque escolar y por tanto han sido considerados un apoyo a la educación formal.

Otro de los museos que se pueden estudiar son los museos comunitarios o de sitio, los cuales se enfocan en mostrar culturas locales a través de sus bienes históricos y se encaminan en dar a conocer sus hallazgos a los miembros de la comunidad; dentro de sus funciones Aurora León destaca el poder: “consolidar nexos comunitarios alimentando, a través de objetos y obras de arte, las ideas y símbolos que refuerzan sus identidades culturales.”<sup>79</sup>

Dentro de los museos más extensos destaca el general, conocido también como enciclopédico, el cual engloba colecciones de todo tipo de temáticas y que no sólo pertenece a una categoría sino a varias de las que hemos visto anteriormente.

Dentro los museos más específicos destacan las casas-museo que son las residencias que pertenecieron a algún personaje histórico o ilustre y se les ha considerado un sitio menester de visitar.

Siendo esta categorización de las más sobresalientes por tratarse con la temática, vemos que existe una amplia gama de museos y que ahora ahondaremos en el museo de las artes, que será el espacio donde se desarrolla la investigación.

### 3.3.1 El museo de arte como espacio de estudio

Históricamente, según Aurora León, el espacio para las artes ha sido uno de los más antiguos, ya que desde la antigua Grecia se comenzaba a preservar un tiempo y lugar que serían reservados para la consagración de las artes, ya que se le concebía como

---

<sup>79</sup> *Ibid.* p. 51.

una de las representaciones de algunas diosas, como las musas que representaban cada arte y se encargaban del cuidado y protección de ellas; a partir de ese periodo histórico hasta la actualidad se sigue conservando un sitio dedicado a la apreciación, cuidado e investigación de las artes.

El museo de arte siempre ha tenido la característica de concebirse como un espacio reservado para pocas personas, ya que la historia nos refleja que la relación entre hombre y arte se ha pensado de cierta manera como privado, cuestión que se ha intentado erradicar en la época contemporánea a partir de la Revolución Francesa, la cual buscaba la democratización, el libre acceso y disfrute de las piezas de arte, cosa que ha sido difícil de alcanzar y es hasta la fecha uno de los objetivos que tiene éste tipo de museo.

Este tipo de museo no se especializa a un solo tipo de arte—ya que hay ocasiones en que se piensa a la pintura y escultura como únicas muestras en los museos de arte-, sino que también existen exposiciones acerca de la arquitectura, artes decorativas, de música, dibujo, grabado y que como vemos, no corresponde únicamente a las siete bellas artes.

Pero para fines más sistemáticos, se ha hecho una división a su vez en este tipo de museo, destacando tres grandes apartados:

En primer lugar se localiza al Museo de las Bellas Artes, donde se encuentran grandes obras en su mayoría acerca de arquitectura, escultura, pintura y música, las cuales pertenecen a las siete bellas artes. Las piezas que se pueden observar datan de la Antigüedad hasta el siglo XIX tal como lo declara el Consejo Internacional de Museos. Otra de las ramas del museo de arte es el de artes decorativas, que contiene en general “...obras artísticas de carácter ornamental. También se denominan artes aplicadas o industriales.”<sup>80</sup> Mostrándose piezas de mueblería, alfombras, vestimenta, joyería, como las más destacadas.

---

<sup>80</sup> Francisco Javier Zabaur. *Op. Cit*; p. 40.

Y por último, tenemos la clasificación del museo de arte contemporáneo, que en algunos casos se le denomina de arte moderno; éste mantiene obras que son del siglo XX hasta hoy en día y se incluyen con mayor énfasis a la fotografía y al cine, pinturas con nuevas tendencias o corrientes que no habían sido vistas en el siglo anterior.

### 3.4 Las exposiciones como medio de comunicación

La materia prima con la que trabaja el Museo es la exposición según Michael Belcher, la cual podemos entender como una muestra, presentación o exhibición –y por ello nos remitiremos con esta nomenclatura sin distinción alguna- de ciertos objetos, ya sean de materia artística, científica, didáctica y son correspondientes a la tendencia con que trabaja el museo.

Para que una exposición se realice, es necesaria una serie de elementos que serán mencionados del trabajo de Michael Belcher, quien nos menciona que en primer lugar para construir una exposición es necesaria una elección del tema, es decir, de lo que tratará la presentación, para posteriormente hacer una planeación de lo que se desea investigar, después vendrá la recopilación de datos y objetos que avalen dicha exposición y finalmente se hará la inserción de medios para el montaje, que sirvan para la facilidad y fluidez dentro del recorrido de la presentación.

Como se acaba de mencionar, dentro de una exposición es necesaria una investigación, las muestras se componen de una introducción que presentará los objetivos, el contexto histórico y lo que se considere conveniente para dar un marco general de la exhibición; posteriormente se encuentra el desarrollo, el cual se localiza la mayoría de veces el material o los objetos con que se trabaja, éstos complementados con una información que la mayoría de veces se localiza a los costados, o bien un guía ejerce ese trabajo. Y por último, está una conclusión que da una síntesis del trabajo realizado.

Otro de los requisitos o elementos indispensables para la exposición, es el de poseer un lugar y tiempo suficiente para dar a conocer las obras que se desean presentar; estos dos elementos son detonantes para obtener un número de visitas que destaque, viéndose nuevamente una tendencia a poseer una gran afluencia como objetivo primordial, más que a la experiencia que tienen los visitantes o a la comprensión de la exposición.

La exposición también puede ser concebida como un espacio donde la libertad está presente, esto puede reflejarse en el simple hecho de cómo puede moverse el visitante bajo su propio ritmo por cualquier pasillo de las exposiciones, detenerse en lo que le pareció más importante o llamó más su atención.<sup>81</sup>

De esta forma Belcher nos menciona que la exposición puede ser concebida a manera de síntesis como:

Las exposiciones se conciben como la escultura. Son composiciones tridimensionales que reconocen la importancia de las formas sólidas y de los vacíos y luchan por unas relaciones espaciales satisfactorias. Es un tipo de escultura en el que se anima a la gente no sólo a que la vea, sino también a que la explore y la pasee. Es un arte medioambiental que ofrece una gama de experiencias que puede estimular los sentidos.<sup>82</sup>

La importancia que puede alcanzar al trabajo de montar una exposición, radica en la recolección de obras, pero también en el papel de convocatoria hacia el público que obtenga.

Teniendo un esquema general de cómo se construye una exposición, es menester mencionar que todo este trabajo tiene enfoques distintos conforme a la temática y los recursos, tanto económicos como de espacio con que cuenta el museo; además de que el desarrollo de las exposiciones ha evolucionado, gracias al manejo de nuevas tecnologías que ayudan a hacer más dinámico el transcurso de la presentación, aunado al estudio de la museografía, el cual ha estado interesado en mejorar las condiciones en que se dan las exposiciones.

---

<sup>81</sup> Esta situación en ocasiones no ocurre ya que hay exposiciones en los que se empuja al visitante a llevar un ritmo y sentido determinados.

<sup>82</sup> Michael, Belcher. **Organización y diseño de exposiciones. Su relación con el museo.** p. 56.

### 3.4.1 Las funciones de la exposición

Siguiendo con el trabajo de Belcher, se puede decir que las exposiciones que se presentan en los museos son el resultado de los objetivos que se plantea el museo, esto con el fin de dar a conocer las colecciones y obras que se mantienen dentro de él.

En primera instancia hay que situar que dentro de las funciones que puede ejercer cualquier exposición, no importando la temática a la que corresponda, está la de investigar el interés, las novedades y los recursos con que se cuenta para poder llevar a cabo una presentación que tenga un impacto social que se espera previamente. Una vez realizada esta parte, la exposición tiene como segunda función el poder insertar al espectador al museo, que de alguna forma pueda sentirse participante y que a su vez, los objetos que se presentan puedan tener un contacto con el visitante; de esta manera es como resulta la idea de que la exposición es un medio de comunicación, el cual puede estar limitado únicamente por las habilidades, por la falta de planeación, las posibilidades físicas y el presupuesto con que se cuenta.

De esta forma se puede decir que la exposición es el medio para que exista el contacto directo entre el visitante y un objeto, el autor Belcher nos dice que: “Sólo la exposición ofrece un encuentro controlado con lo real, con el objeto auténtico, y eso hace que las exposiciones sean decisivas dentro del museo.”<sup>83</sup> En consecuencia se puede afirmar que la tarea más relevante de las exposiciones y por la cual se sostiene el museo, es la de poder establecer una relación entre el espectador y los objetos que se exhiben, además de ser una manera segura para las obras –ya que sirve para su mantenimiento y conservación-.

Pero para que exista una comunicación real, Ángela García Blanco nos dice que se necesita no sólo exponer obras en un museo, sino que también es necesaria la intencionalidad de expresar y dar a conocer algo, en palabras de la autora:

---

<sup>83</sup> *Ibid*, p. 51.

Cuando la exposición del objeto no tiene más finalidad que mostrarlo, considero que se trata de una mera exhibición del mismo sin que exista una intencionalidad comunicativa y, por tanto, tampoco hay estrategias de comunicación. En cambio, cuando hay alguna intención de transmitir significados y valores de los objetos, se ponen en marcha estrategias comunicativas reconocibles, desde la simple cartela hasta los medios más sofisticados.<sup>84</sup>

La obra que se expone emite un sentido hacia el espectador, sin embargo la interpretación que se tome de él puede ser tan variada como existan espectadores; además que este proceso no queda únicamente entre la obra y el receptor, sino que puede continuar en la transmisión de mensajes hacia otros receptores, compartiendo ideas y estableciendo diferencias de interpretación.

Otra de las funciones con que se les puede asociar a las exposiciones es que son un medio económicamente rentable, debido a que la experiencia vivida en el museo para conocer las obras, hace que el público en ocasiones esté dispuesto a pagar una entrada con el objetivo de obtener educación, entretenimiento e información. Por lo tanto, se puede considerar a la exposición como ventajosa tanto para el visitante –al obtener un conocimiento multisensorial con la visita a él- como para el promotor –al tener la oportunidad de transmitir ideas, objetos y además obtener un ingreso monetario con la entrada a este espacio-.

Por último, es indispensable mencionar que una muestra en el museo contiene una lógica estética, por considerarse una forma artística viviente en el museo, la cual se completa con la experiencia que vive el público al asistir a este espacio.

### 3.4.2 Tipología de exposiciones

Tal como se ha observado en el caso del museo que existe una clasificación debido a su diversidad, las exposiciones no son la excepción, ya que también son catalogadas,

---

<sup>84</sup> Ángela, García Blanco. **La exposición un medio de comunicación.** p. 68.

según los criterios con que se les maneje. Para el caso de este estudio será conveniente enfocarnos con mayor ahínco a la división de las exposiciones, respecto al tiempo de duración que Michael Belcher nos indica, –sin embargo se mencionará otro tipo de categorización de manera breve–, se hará un mayor énfasis a las exposiciones temporales, siendo éstas el objeto con el que se trabaja.

En primer lugar se puede hablar de las exposiciones permanentes, las cuales son creadas generalmente junto con los objetivos del museo, es por eso que se identifica a estas exposiciones con la misma edad que la del museo; aunque Michael Belcher nos señala que “...‘permanente’ ha venido a identificarse con una vida mínima aproximada de diez años.”<sup>85</sup> Tomándose así una cierta referencia de años para considerarse permanente; por otro lado, también se le ha considerado como aquellas presentaciones que son consideradas para ver repetidas veces y al menos más de dos ocasiones, en el caso de México podemos pensar en el Museo de Antropología y Museo de Bellas Artes con sus exposiciones permanente que hemos encontrado desde hace 20 años aproximadamente.

Las exposiciones permanentes tienen que diseñarse desde un principio para que así tengan la garantía de su duración, es por ello que los materiales y componentes con que esté realizada, serán previstos para el desgaste continuo y el mantenimiento de éstos sea de fácil y accesible manejo.

En segundo lugar tenemos a las exposiciones temporales, las cuales tienen una vida menor a los diez años, si tomamos el punto de referencia de Belcher con las presentaciones permanentes; si partimos del hecho por la importancia del número de visitas, las temporales están realizadas con el objetivo de ser vistas una sola vez.<sup>86</sup>

Por otro lado, hay que mencionar que las exposiciones temporales tendrán un proyecto de duración planeado desde un inicio, desde esta óptica se puede dividir a dicha presentación en tres grandes rubros: en corto, medio y largo plazo, al respecto

---

<sup>85</sup> Michael Belcher. *Op. Cit*; p. 62.

<sup>86</sup> Aunque algunas veces este objetivo es rebasado y existe un número de frecuencia de visitas mayor al esperado.

Belcher nos aclara cuál es el significado de cada uno de estos rubros: “Corto plazo puede ser un día, una semana, un mes o dos... Medio plazo puede ser entre tres y seis meses;.... Largo plazo suele ser una designación que se aplica a un espacio que ha de ser cubierto sin que se sepa a ciencia cierta cuándo se va a acabar...”<sup>87</sup> quedando así el término de la temporalidad como una categoría extensa y que puede abarcar diferentes tipos de periodos para una exposición.

Las ventajas que se puede dar en este tipo de exposiciones es que dado que pueden renovarse, pueden insertarse nuevos elementos tecnológicos, distintos enfoques, nuevo tipo de materiales y es por ello que se les considera que están más a la vanguardia y son por ello, más novedosas que las exposiciones permanentes.

Otra forma en que se clasifican las exposiciones es a través de su temática y dentro de este rubro se menciona a las exposiciones especiales, que por su nombre mismo denota que pertenecen a una clase en específico, es decir, tienen un tópico particular o propósito demarcado desde el inicio. Un ejemplo de este tipo de exposiciones puede ser la exposición de un autor en específico. Otra característica de este tipo de exposiciones, es que ofrece la oportunidad de ver reunidas cierto tipo de obras, por única ocasión en su vida.

En la tipología por espacio puede conocerse principalmente tres tipos de exposiciones entre las que destacan las itinerantes, las portátiles y las móviles, aparte de las permanentes que ya se han señalado al principio de este apartado.

Las exposiciones itinerantes son aquellas que son creadas con la función de poder ser desplegadas en cualquier lugar, deberán tener cuidado en la estructura ya que es la base y por tanto es montable y desmontable para los diferentes espacios en que se presente. Así Belcher nos resume la idea de este tipo de exposiciones: “...las exposiciones itinerantes son a menudo diseñadas como unidades centrales, con

---

<sup>87</sup> Michael Belcher, *Op. Cit*; p. 63.

unidades suplementarias optativas que pueden incorporarse siempre que el espacio lo permita.”<sup>88</sup>

En segundo lugar están las exposiciones portátiles, las cuales son aquellas presentaciones de tamaño pequeño y que pueden ser llevadas a cualquier lugar, son autosuficientes y en su mayoría de veces son devueltas a su lugar de origen para que se les utilice cuando se requiera, su objetivo principal recae en atraer la atención el público para que visite al museo y vea los servicios con los que cuenta éste.

Por último están las exposiciones móviles, que principalmente se localizan en caravanas y camiones o autobuses y es por ello que no importa el lugar en sí, ya que es una unidad móvil donde se encuentran, por lo general son exposiciones muy pequeñas y son autosuficientes al igual que las portátiles.

### 3.4.3 Conceptualización de las exposiciones temporales

Para la comprensión de las exposiciones temporales, Beatriz Blanco Esquivias nos muestra que ellas tuvieron un origen que data del siglo XVIII en Venecia, el cual estaba enfocado a un público culto y minoritario, basado principalmente a las obras de arte, que tenían grandes propietarios y se buscaba enaltecer el poder adquisitivo que cada uno de los presentes tenía, esto cambió conforme se fueron dando las transformaciones del museo a lo largo de la historia, viéndose como primordial la tarea de democratizar al arte y hoy en día se tiene, que el objetivo principal de las muestras esté sustentado en el número de visitantes que se tenga, elevar la visibilidad de los artistas y sus obras y el arte en general, tal como la autora Beatriz Blanco señala: “El éxito o fracaso de una exposición temporal, ... se mide por la afluencia de público, anteponiéndose el aspecto cuantitativo al cualitativo.”<sup>89</sup>

---

<sup>88</sup> *Ibid.* p. 71.

<sup>89</sup> Beatriz, Blanco Esquivias. **Las exposiciones temporales: pasado, presente y futuro.** p. 13.

Esta autora señala que para poder realizar cualquier tipo de exposiciones hay que tomar en cuenta que al estar abiertas a los diferentes temas que puedan tratar, deben contar con una planificación en sus objetos, como en la parte del montaje y los elementos auxiliares que necesitarán para llevar a cabo la presentación; si es difundida previamente por los medios de comunicación se le otorgará con anticipo un reconocimiento y prestigio social que llamará la atención de las personas que desearán acudir a ver la muestra; es por ello que es una parte importante, si se desea tener una asistencia numerosa al museo.

Los objetivos que se marquen de la planificación deberán incluir la vigencia aproximada con la que se espera dure toda la exposición, para así fijar las metas que se desean alcanzar en número de personas, como también los recursos con que cuentan y los materiales que manejarán.

Como se mencionó anteriormente existe una división dentro de este tipo de exposiciones: de corto, medio y largo plazo, pero habrá que decir que este tipo de planificación puede variar dependiendo del éxito obtenido con la muestra, ya que es posible que se alargue la temporada o bien, que se finalice antes.

## Capítulo 4

### René Magritte en el Museo de Bellas Artes

#### 4.1 El mundo invisible de René Magritte

La exposición que se eligió para este estudio de caso, presentado en el Museo de Bellas Artes, trata sobre la obra del pintor belga René Magritte, de quien a continuación abordaremos su biografía, trasluciendo a su vez la importancia que se consideró para haber elegido dicha presentación.

El biógrafo que retomo para la vida de este pintor es Jacques Merius, quien se considera apropiado por el hecho de distinguir las diferentes facetas y estilos por los que pasó René Magritte, tales como impresionistas, cubistas, futuristas, puristas y más tarde lo que más se le reconoce, surrealistas.



**René Magritte**

hormigaciones.blogspot.com, 10 de abril de 2011, 14:44 hrs.

Jacques Merius nos señala que la primera faceta de este pintor fue la de conocer y plasmar los diversos estilos tales como: el abstraccionismo, el cubismo, el futurismo y el expresionismo en un periodo entre 1910 y 1925, posteriormente, dejó dichas experiencias y se dedicó a pintar a los objetos únicamente con sus detalles aparentes; poco después probó trabajar con el surrealismo durante un año y decidió finalmente a convertirse en un pintor realista, como lo expresa Merius: “...para quien lo real es el

medio privilegiado para convertir lo convencional en enigma, y por tanto para revelar hasta donde sea posible el misterio allá contenido.”<sup>90</sup>

Fue con su tratamiento surrealista que llevó a cabo una vertiente que es conocida como “Realismo Mágico”, la cual se caracteriza por llevar a cabo una investigación entre la relación de las palabras, la imagen y los objetos, haciendo un juego entre estos elementos, buscando además cambiar el orden de percepción que todo receptor está acostumbrado a ver, generando así una provocación para cuestionar la relación entre una imagen, la palabra y lo real.

En la mayor parte de las facetas artísticas que dicho pintor realizó, su tema principal era el hecho de representar lo oculto -y que en la misma exposición fue retomada, por ello el título que se le asignó-, dicha invisibilidad que trataba, es entendida como uno de los elementos que contiene todo objeto, pero que a simple vista no puede ser percibida, es algo latente que no se refleja de inmediato, sino que se localiza en el significado e interpretación de las cosas; dicho trabajo lo llevaba a cabo a través del encubrimiento de cuerpos en sus cuadros, poniendo un significado real en contraposición con la imagen que se crea mentalmente de él; esta parte, difícil de percibir para el espectador, le causa un choque visual por no estar familiarizado con este tipo de tópicos en cuadros y observar cuerpos que no corresponden a lo que se esperaría por el ambiente que existe en el cuadro.

La tarea del pintor fue una revuelta a la lógica que se veía en los cuadros tradicionales, ya que la mayor parte de las cosas eran explícitas, diferente de Magritte, quien lograba un tipo de trastorno al sentido de las palabras, de las cosas, otorgándoles además la posibilidad de tener un segundo significado y sentido, al ser vistos por el espectador.

Por tanto, una de las grandes labores que llevó a cabo Magritte fue el de jugar con los elementos de la invisibilidad, la imagen y el significado de los objetos, los cuales en su mayoría eran sacados de la vida cotidiana, tal es el caso de la siguiente pintura que a

---

<sup>90</sup> Jacques, Merius. **Magritte**, p. 38.

continuación vemos, la cual como su título lo dice, no es una pipa propiamente sino más bien, trata la imagen de ella.



**René Magritte. Esto no es una pipa (Ceci n'est pas un pipe), 1929, óleo sobre lienzo. 60 x 80 cm.**  
[vian-ordenarlabiblioteca.blogspot.com](http://vian-ordenarlabiblioteca.blogspot.com), 10 de abril de 2011, 15:01 hrs.

Magritte se consideró un artista realista en tanto su motivación emanaba del mundo exterior, explicado en palabras de Jacques Merius: "...Magritte... se declaró pintor realista a merced de la inspiración que emana del pensamiento, sólo resta afirmar que a través de la similitud intentaba objetivar lo subjetivo..."<sup>91</sup> es decir, que los objetos que venían de fuera y que pueden ser susceptibles de una interpretación, eran plasmados en su obra y por tanto objetivados.

Cabe recalcar que la inspiración que emana de Magritte no nace de los sueños, -como algunos podrían pensar por tratarse de un ámbito subjetivo y proveniente del surrealismo-, sino que viene del estado de vigilia por considerarla como una pista que puede traducir al sueño y encontrarse en el plano de la realidad universal, de la que tenemos conocimiento por saber de qué trata y tiene la característica de ser rica por el mundo de posibles interpretaciones que incita.

Por lo tanto, el trabajo de Magritte se caracteriza por retomar elementos de la realidad, mas no por ello trata de hacerlos tangibles, puesto que siguen siendo imágenes que se asemejan a objetos tangibles.

---

<sup>91</sup>*Ibid*, p. 28.

Por otro lado, una parte importante de mencionar del trabajo de dicho pintor, es que utiliza el campo de la imaginación como materia prima, ya que ésta: "...crea imágenes uniendo figuras familiares de lo visible, de tal forma que responden al interés que por naturaleza tenemos por lo desconocido."<sup>92</sup> Y a su vez recurre al tema del misterio ya que improvisa asociaciones de la imagen con su significado, los cuales muchas veces no tienen una correspondencia directa, mismo que genera interrogantes al espectador del sentido de la obra.

Todos estos elementos mencionados son el hecho para considerar a René Magritte como un pintor con fuerte influencia hacia el espectador, ya que propicia la reflexión, el cuestionamiento, asimismo que su obra puede llegar a ser un reto, ya que el receptor intentará ver las imágenes desde un ángulo que no es habitual para él. Por lo tanto, podemos concluir que dicho pintor tiene un carácter propositivo para todo aquel que mira su trabajo artístico.

Al ver que Magritte ejerce un trabajo tanto visual como mental para el espectador, es que se puede explicar la importancia de que se haya buscado hacer una exposición de él en México, lo cual tuvo como resultado una afluencia constante por parte de los visitantes, que a su vez recomendaban la exposición, siendo una de las posibles causas por las que se mantenía un gran número de asistencias al museo.

Además es menester incluir que al estar la exposición en el Museo del Palacio de Bellas Artes, existe un reconocimiento por parte del público ya que sitúan a este museo como aquél que tiene las presentaciones mundiales más importantes en el medio artístico y por ende como un legitimador del arte, lo cual se desarrollará más a detalle este punto.

---

<sup>92</sup> *Ibid*, p. 38.

#### 4.2 Bellas Artes como escenario atrayente

Uno de los elementos básicos a considerar para la investigación es el espacio utilizado, el cual fue dentro de las instalaciones del Museo del Palacio de Bellas Artes; es importante este factor, ya que como se había comentado en el capítulo anterior<sup>93</sup>, los fines que un museo maneje hacia la exposición tienen una alta influencia en el espectador, es por ello que se explica en este apartado la relevancia de este museo para la exposición de las obras de René Magritte.

El Palacio de Bellas Artes tiene un destacado desarrollo histórico, ya que desde el periodo en que fue construido tuvo gran relevancia; fue el Presidente de la República Porfirio Díaz quien dio el mandato para la construcción de dicho edificio que comenzó el 2 de abril de 1904, para ello fue demolido el Teatro Nacional de México que se localizaba ahí que como lo menciona la página de Bellas Artes: "...considerado el más importante en su género en la vida artística y cultural de nuestro país durante la segunda mitad del siglo XIX."<sup>94</sup>

El proyecto estuvo a cargo del arquitecto italiano Adamo Boari, quien mezcló distintos estilos como el *Art nouveau* y *Art decó* en la fachada, mientras que en el interior se guardan murales de artistas mexicanos como David Alfaro Siqueiros, Diego Rivera y José Clemente Orozco, entre otros.

La duración de la construcción del Palacio fue de 30 años, motivado por varios problemas que fueron: el hundimiento del suelo, problemas económicos, se suscitó la Revolución Mexicana, y por último el arquitecto Boari salió del país, hechos que provocaron la suspensión y reanudación de la construcción en varias ocasiones, tal como se menciona en su página oficial: "Los trabajos iniciaron en 1904 con el objetivo de terminarlo en cuatro años; sin embargo, problemas presupuestales y técnicos fueron demorando su conclusión. Tras el estallido de la Revolución en 1910 y el

---

<sup>93</sup> Vid, **Capítulo 3. El museo como espacio institucional de la cultura**, pp. 58-88.

<sup>94</sup> Consultado de <http://www.palacio.bellasartes.gob.mx/index.php/historia>. 12 de abril de 2011, a las 23:13 hrs.

agravamiento de la situación económica en el país, Adamo Boari regresa a Europa en 1916.”<sup>95</sup>

Finalmente el 10 de marzo de 1934 se concluyó la construcción, bajo el mando del arquitecto mexicano Federico Mariscal y el 29 de septiembre de 1934 se inauguró el Palacio de Bellas Artes, durante la presidencia de Abelardo Rodríguez.



**René Magritte. El cumpleaños (L'anniversaire), 1959, óleo sobre tela 89.1 x116.2 cm.**  
[http://locusliterario.com/forodos/gallery/72\\_24\\_01\\_11\\_9\\_23\\_49.jpeg](http://locusliterario.com/forodos/gallery/72_24_01_11_9_23_49.jpeg), 10 de abril de 2011, 23:53 hrs.

Una de las consecuencias que originó este Palacio fue la fundación del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) en el año de 1946 por el Presidente Miguel Alemán Valdés, siendo éste un organismo dedicado a las artes de México y que más tarde se encargaría de establecer escuelas, museos y áreas enfocadas al ámbito artístico. Este hecho nos demuestra la importancia que tuvo la presencia del Palacio de Bellas Artes, ya que impulsó la educación artística y también la institucionalización con el fin de dar un espacio a las artes en México.

Actualmente este recinto tiene distintos escenarios y salas tanto para las diferentes presentaciones tales como exposiciones artísticas, conciertos, presentaciones de danza, obras de teatro, teniendo lugar por ejemplo: La Orquesta Sinfónica Nacional, la Compañía Nacional de Teatro, la Compañía Nacional de Ópera y la Compañía Nacional de Danza, por mencionar a algunos. Los tipos de espectáculos son muy variados ya que

---

<sup>95</sup> *Ibidem*

puede haber desde música popular, danza tradicional, jazz, ballet, ópera, y artistas reconocidos en el medio internacional.

Dentro de este Palacio tienen sede dos museos que son el Museo del Palacio de Bellas Artes y el Museo Nacional de Arquitectura, los cuales son muy frecuentados por diferente tipo de visitantes y es en el primero donde se localiza la exposición permanente conformada por las principales obras de los muralistas mexicanos, así como presentaciones temporales que tienen gran significado cultural a nivel internacional, ya que se muestran obras de autores con reconocimiento mundial y es por ello que acude un gran número de personas a visitarlas como es el caso de la exposición “El mundo invisible de René Magritte”.

A partir del recorrido histórico que se mencionó de este recinto, es que puede vislumbrarse la importancia de su visita, ya que es un espacio que se considera digno y obligatorio de conocerse, por contener un significado tanto cultural como histórico y que abrió las puertas al arte en México y que la propia institución de la UNESCO lo declaró monumento histórico en el año de 1987.

Por otro lado, es menester rescatar otra característica del Palacio de Bellas Artes: su ubicación. Dicho espacio se localiza en el Centro Histórico de la Ciudad de México, lo cual es idóneo como punto estratégico ya que día con día transita un gran número de personas no sólo con la finalidad de conocer el museo, sino también de llevar a cabo diferentes actividades cercanas a este recinto, por lo que es un sitio que atrae visitas, tanto por su contenido cultural como por su ubicación.

En cuanto a la importancia que dicho museo tiene sobre la investigación, hemos visto que es fundamental en varios terrenos: en la historia del propio país, de su cultura y a su vez de las artes, en ser un punto estratégico por su ubicación, y en el carácter que se le otorga socialmente como la máxima casa de cultura en México; todos estos elementos dan pie a comprender la importancia de estudiar al museo y en especial al de la presente investigación: la exposición de René Magritte.

#### 4.3 Una visita por los pasillos del Museo del Palacio de Bellas Artes

La exposición estudiada para la presente investigación recibió el nombre de “El mundo invisible de René Magritte”, que tuvo lugar del 17 de marzo al 11 de julio de 2010 en las inmediaciones del Museo del Palacio de Bellas Artes; el motivo principal para seleccionar esta presentación fue debido a que se tuvo una gran difusión propagandística en los medios impresos tales como: anuncios en la calle, en periódicos, en internet, en el metro, además de recomendarse en la radio y televisión, mismos que podrían ser un reflejo de la presencia de la industria cultural<sup>96</sup> y por ello ejercer una influencia hacia la gente, con el fin de que asistan a esta presentación.

Una vez que se hizo hincapié en la presencia de los medios masivos para la difusión de la exposición, se buscó tener un acercamiento a ella, y la manera en que se hizo en primer lugar fue a través de la observación participante –que se considera como tal por haber sido visitante de la exposición–, la cual dio pie a conocer el recorrido que se hace en la exposición y consta de 4 salas de exposición más una sala interactiva, donde los visitantes pueden practicar las técnicas que parten del trabajo de René Magritte y al final de cada sala se encuentran los puestos regularizados donde se pueden adquirir reproducciones de las obras del autor.



**René Magritte. La gran guerra (La grande guerre), 1964, óleo sobre lienzo. 81 x 60 cm**  
[www.epdlp.com/cuadro.php?id=1135](http://www.epdlp.com/cuadro.php?id=1135), 17 de abril de 2011, 23:24 hrs.

---

<sup>96</sup> Vid. “El papel de la publicidad en la mercantilización del arte” en **Capítulo 2. La industria Cultural como antítesis de la cultura**, pp. 51-52.

El acceso a la exposición es libre de martes a sábado para estudiantes, maestros y personas de la tercera edad con credencial vigente y el costo para quienes no son de este sector es de \$35.00, los domingos es libre acceso para todos los visitantes por lo que hay una mayor asistencia de personas este día, en su mayoría familias.

Los fines de semana se presentaba gran aglomeración de personas en la sala central, derivando que el flujo de las personas fuera lento, dando como resultado que los visitantes se exasperaran y cansaran; a diferencia de asistir entre semana, cuando se podía observar con serenidad por la poca afluencia de visitantes en las salas. La mayor parte de los visitantes que se observaron eran jóvenes estudiantes, aunque también destacaba una población adulta, y fue poca la asistencia de niños.

Los datos que se recopilaban con las visitas al museo previamente al levantamiento de encuestas, son que se tenía prevista una asistencia de 228 mil personas con base en el número que se llevaba hasta ese momento de 185 mil personas que acudían a la exposición temporal -conteo que se realizaba no importando que fuera entrada libre-, la sala más visitada fue la central, que corresponde al trabajo más representativo de René Magritte, además de la sala interactiva que permitía hacer algún tipo de trabajo artístico-lúdico tanto para niños como adultos que los pone en contacto con las obras.

En cuanto a la venta de artículos que se realizaban después de la exposición, en las dos primeras semanas se agotaron algunos productos como separadores de libros y plumas, esto de acuerdo a la conversación sostenida con Lizet Guevara, encargada del departamento de Servicios Educativos del Museo del Palacio de Bellas Artes.

Dichos elementos al ser observados, reflejaban en cierta medida la presencia de una industria cultural, como el hecho de la publicidad, la comercialización de las reproducciones de las obras del autor, además de ver que la gente se concentraba en ciertas obras que correspondían únicamente a las que manejaban los medios masivos y eran las más reconocidas<sup>97</sup>.

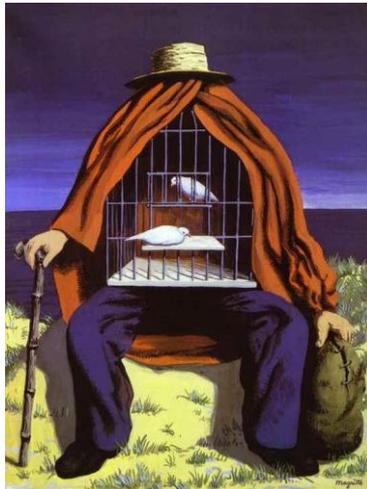
---

<sup>97</sup> *Ibidem*

#### 4.4 Una aproximación objetiva: construyendo mi instrumento metodológico

A partir del primer acercamiento que viene de la observación participante, es que surge la elección de construir un instrumento para corroborar y concretizar los cuestionamientos centrales de la investigación, y se decidió llevar a cabo una encuesta, la cual va dirigida a los visitantes de la exposición temporal, que se consideran receptores de la exposición y posiblemente de una industria cultural si ésta resultara comprobar el hecho de ejercer un control en la dinámica, organización, y objetivos con que se mueve el museo por medio de las exposiciones; de este modo, el sujeto que visita el museo se vuelve en un intermedio revelador, que puede dar respuesta a la interrogante de la investigación.

De esta manera, la encuesta es la técnica que se emplea para esta investigación, por tener la cualidad de ser concisa tanto en sus preguntas como en la mayoría de sus respuestas; además al tener una amplia población visitante a la exposición de “El mundo invisible de René Magritte”, se convierte un medio que facilita el acercamiento a un gran número de personas en un lapso más breve.



**René Magritte. El terapeuta (Le Therapeute), 1937, óleo sobre tela 92x 67 cm.**  
lacomunidad.elpais.com, 18 de abril de 2011, 00:05 hrs

La encuesta aplicada tiene preguntas tanto cerradas como abiertas, debido a que para conocer los motivos por los que el visitante fue a ver la exposición, sus respuestas pueden ser más definidas y por tanto escritas en el cuestionario previamente—aunque

siempre se deja una respuesta abierta por la posibilidad de que existiera otro razón que no se contempló-, mientras que la opinión sobre la exposición puede llegar a ser más personal y por ende se necesitan las preguntas abiertas, las cuales más adelante se trataron a través de categorías para un mejor manejo.

Dentro de las ventajas que este tipo de técnica guarda es que se puede tener un fácil manejo de las respuestas al ser concretas y en el caso de las abiertas, se puede hacer categorías que abarquen ideas similares.

Es importante destacar que frecuentemente existe un rechazo por parte de la gente a contestar una serie de preguntas en la calle y más si tiene una larga duración, es por ello que la encuesta puede ser un instrumento rápido, a diferencia de la entrevista a profundidad que requiere más tiempo; en el caso de esta investigación se planeó con la idea de que tuviera una duración de pocos minutos, para que así los visitantes accedieran con mayor facilidad.

Otra cuestión a favor dentro de la encuesta es el hecho de tener delimitados los ejes con los que debe trabajar, además de que los encuestados pueden tener mayor libertad de expresarse ya que ellos mismos son los que contestarán las preguntas.

Pero dentro de esta técnica se debe hablar también de sus limitantes, para que así se tenga presente cada una de las dificultades que se presentan en el momento de salir al campo de estudio y cómo es que se pensó tratarlos en cierta medida; una de ellas es que las respuestas al ser concretas, no dan pie a que la gente pueda explayarse en sus ideas con el tiempo y espacio necesarios, habiendo prioridad en algunas ocasiones en el número de encuestas que se desean realizar, restándole así importancia a la profundidad con que se realizan las preguntas; esto se contrarrestó en cierta forma con el uso de las encuestas a profundidad, para llegar a conocer los motivos específicos de sus respuestas y el por qué contestaban así.

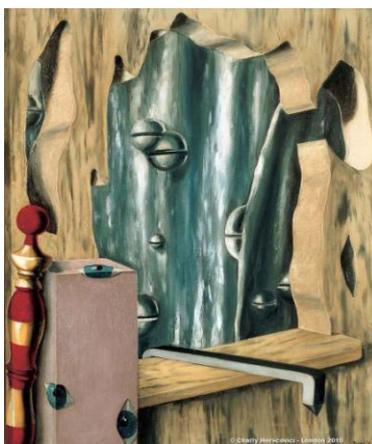
Otro de los problemas que se generan con este tipo de herramientas es que en ocasiones se responde algo que no estaba contemplado y es difícil improvisar con algo

tan definido desde un inicio, sin embargo se hacen notas y observaciones para eventualidades que no estaban previstas como por ejemplo el hecho de que la gente deseaba comprar y sin embargo se agotaron los objetos en venta.

#### 4.4.1 Partes integrantes de la encuesta

La encuesta<sup>98</sup> está conformada por ocho apartados diferentes, de los cuales cada uno tiene un objetivo específico para el manejo de la información obtenida y con los que posteriormente se realizó una correlación entre dicho apartados.

En primer lugar se requiere de los datos generales del visitante, esto con el fin de tener un manejo práctico de la información obtenida; en el segundo apartado, se retoma la forma de entrada al museo, con el objetivo de conocer cómo ingresa la mayor parte de la gente a esta exposición; en tercer lugar, se trata acerca del número de veces que se han acudido a ver la exposición, para saber si ha existido un interés, necesidad, deseo o inquietud de volver a la presentación; en el cuarto apartado, se pregunta qué es lo que le ha empujado a asistir al museo, deseando conocer así, cuál es el medio por el que la gente se entera de esta exposición, además saber si existe alguna relación con el impacto que tienen los medios de comunicación, que como parte de una industria cultural delata su presencia.



**René Magritte. El abismo plateado**, 1926, óleo sobre tela. 75 x 65 cm.  
locusliterario.com, 25 de abril de 2011, 16:45 hrs.

---

<sup>98</sup> Vid. Anexo 2, p. 156.

En el quinto apartado se pretende indagar en los intereses particulares de la exposición, esto con la finalidad de saber si existía un interés previo, además este punto devela de manera general si el visitante ya tenía un acercamiento previo con el tema que se expone; en sexto lugar, se encuentran los atractivos de la exposición, para conocer qué fue lo que tuvo más impacto de toda la exposición en el visitante; en el séptimo apartado por un lado, se intenta obtener información sobre si la persona encuestada tenía un conocimiento previo sobre el tema y por otra parte se busca saber si el visitante rescató algún elemento de la visita una vez ya terminada la exposición. Y por último, en el octavo apartado, se desea conocer si existe una tendencia en la compra de mercancías que guarden relación a la exposición temporal; todos estos puntos relacionándolos con la idea de que la Industria Cultural lleva a cabo una fetichización de las obras artísticas que pueden ser consumidas desde lo material (la compra directa) hasta visualmente (la obligación de ver ciertas obras).

#### 4.4.2 Comenzando a cuestionar la visita en Bellas Artes

Una vez conformada la encuesta, es necesario señalar que la muestra que se aplicó es de un número de 300 personas, que corresponde al 1.2% de la población que se estimó acude a ver la exposición temporal – el cual es de 228 mil personas-; esta elección de muestra fue debido a que no era factible poder aplicar la encuesta a todos los visitantes, así se consideró un número que fuera en cierta medida representativo y además accesible para el investigador en tiempo y recursos.

La muestra que se realizó es de manera aleatoria, esto quiere decir que los elementos –en este caso los visitantes de la exposición- tuvieron la misma probabilidad de ser elegidos que cualquier otro y por ello mismo se seleccionaron independientemente unos de otros. Esto sirvió para hacer un parámetro de las respuestas de los visitantes y a través de ello poder hacer un análisis de lo contestado.

Dentro del campo de estudio, se observó que acude diferente número de personas dependiendo los días de la semana, es por ello que se decidió llevar a cabo las

encuestas tanto en días laborales como de descanso; se realizó durante 3 semanas y cada día se aplicaban 50 encuestas de salida en la entrada del Palacio de Bellas Artes, siendo así que se iba dos veces por semana –la mayoría de veces era un día entre semana y uno en domingo-. La manera en que se abordaba a las personas era mediante un saludo y la pregunta si había visitado la exposición de René Magritte, ya que podía haber gente que iba por otros motivos al Museo y así se descartaba los que no eran candidatos para ser encuestados, posteriormente se les preguntó si podían contestar un cuestionario y fue la mayor dificultad que se presentó, ya que la gente rechazaba fácilmente este tipo de propuestas por pensar que se trataba de alguna venta que se les ofrecería, pero cuando se especificaba que era para la investigación de una tesis, accedían con mayor facilidad.



**René Magritte. La tumba de los luchadores (Le tombeau des lutteurs), 1960, óleo sobre lienzo 89x 116.**  
<http://www.passion-estampes.com/deco/magritte-tombeau-lutteurs-es>, 17 de abril de 2011, 23:05 hrs

Al inicio de las encuestas no se presentaron problemas ya que el cuerpo de vigilancia del Museo facilitó la realización de las encuestas durante las dos primeras semanas, pero en la tercera semana la exposición fue pospuesta medio día para llevar a cabo un homenaje póstumo al escritor Carlos Monsivais y por ello se tuvo que aplazar para el día siguiente el levantamiento de encuestas.

El 27 de junio del año presente se generó una complicación debido a que la vigilancia de este espacio no permitía llevar a cabo las encuestas por disposición de sus superiores, informando que tenían prohibido las encuestas en relación a cualquier evento de este recinto, fue por ello que se tuvo que levantar las encuestas en las jardineras de este lugar.

#### 4.5 El análisis de la visita a la exposición de René Magritte

Una vez vaciados los datos que se obtuvieron de las encuestas aplicadas, se comenzó trabajar con ellos estadísticamente y lo que se presenta a continuación son los resultados obtenidos, así como un análisis sobre ello.

##### 4.5.1 Datos generales de los visitantes

A partir del tratamiento de los datos obtenidos de la encuesta en primer lugar se presenta que de un total de 300 personas encuestadas, 183 corresponde a mujeres, es decir el 61% de la muestra, mientras que 117 a hombres o sea, el 39% de la muestra total. Por otro lado, la edad se clasificó por rangos de 10 años y se muestra que la mayor parte tiene una edad desde los 10 hasta los 39 años, para ambos sexos, siendo entre los 10 y 19 años el periodo que más visitó el museo y a partir de los 60 años es poca la población que asistió a la exposición. Tal como se puede ver en la siguiente tabla:

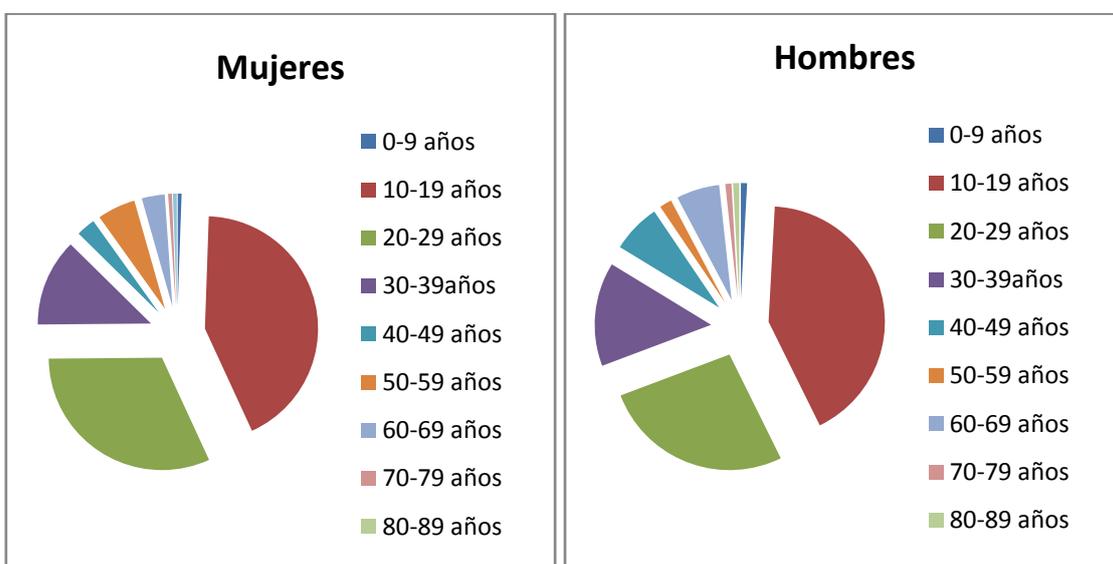
**Tabla 1. Datos generales de los visitantes**

Mujer			Hombre		
Rango de edad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	Rango de edad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
0-9 años	1	0%	0-9 años	1	0%
10-19 años	78	26%	10-19 años	49	16%
20-29 años	58	19%	20-29 años	31	10%
30-39 años	23	8%	30-39 años	17	6%
40-49 años	5	2%	40-49 años	8	3%
50-59 años	10	3%	50-59 años	2	1%
60-69 años	6	2%	60-69 años	7	2%
70-79 años	1	0%	70-79 años	1	0%
80-89 años	0	0%	80-89 años	1	0%
90-99 años	0	0%	90-99 años	0	0%
No respondió	1	0%	No respondió	0	0%
Total	183	61%	Total	117	39%

Total	300	100%
-------	-----	------

Lo anterior puede expresarnos que la población joven es la que mayormente tiende a acudir a visitar al museo, lo cual puede deberse a que se encuentran estudiando actualmente y acuden a dicha exposición con el fin de reforzar su aprendizaje, o bien, de ser una tarea para conocer el trabajo de René Magritte. De esta manera podemos observar que hay un mayor acercamiento de los jóvenes con las exposiciones en comparación a las visitas de la población adulta.

**Gráfica 1. Datos generales de los visitantes**



#### 4.5.2 La formación escolar de los visitantes

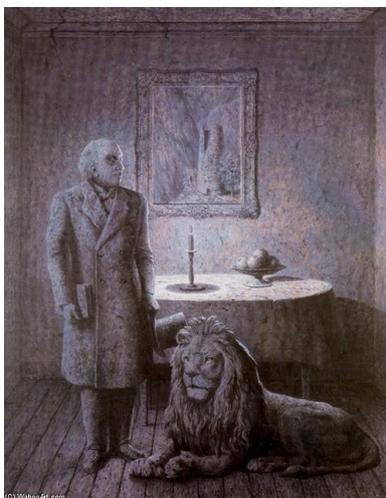
En cuanto al nivel de escolaridad de los visitantes, la mayor parte presenta un nivel de licenciatura representado con un 45% de la muestra, posteriormente el de preparatoria (26%) y en tercer lugar la secundaria (11%); la población que menos acude es la que tiene un grado de primaria (2%), viéndose de esta manera que el grado de escolaridad medio y superior en cierta medida tiene una relación con la asistencia al museo, esto es porque se observa que mientras mayor nivel de escolaridad se obtenga, mayor es la frecuencia que se tiene a este tipo de presentaciones, ya que a partir de la secundaria se tiende a acudir a este espacio, incrementándose cada vez más hasta llegar a la universidad, bajando en los niveles de maestría y doctorado, por

tratarse de especializaciones que tienen un menor número de estudiantes. Lo presentado puede corroborarse a continuación:

**Tabla 2. Nivel de escolaridad de los visitantes**

Nivel de escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Primaria	6	2%
Secundaria	32	11%
Preparatoria	77	26%
Técnica	27	9%
Universidad	134	45%
Maestría	16	5%
Doctorado	8	3%
Total	300	100%

De esta manera es prudente señalar que son los estudiantes universitarios, los que tienen un mayor acercamiento por temas como lo son el arte y en este caso con la pintura surrealista, específicamente con el artista René Magritte; viéndose en consecuencia que el nivel escolar si es un determinante para la asistencia al museo, ya que se puede tener mayor información, conocimiento y acercamiento con el arte al tener bases sobre él; en contraparte con personas que tienen un grado escolar básico, como el caso de la primaria, con el cual existe una menor afluencia, ya que puede pensarse que es una exposición enfocada a un público más grande o bien, no ha existido un acercamiento notable de los niños hacia el arte.



**René Magritte. Recuerdo de un viaje**, 1955, óleo sobre tela. 163 x 130 cm  
[www.epdlp.com](http://www.epdlp.com), 17 de abril de 2011, 23:55 hrs

#### 4.5.3 ¿Entrada libre o de pago?

En cuanto al acceso al museo, se registró que la mayor parte de los encuestados entraron de manera gratuita con un 94% de la muestra acudiendo ya sea los domingos, o bien, presentando su credencial de estudiante, profesor o del INSEN, mientras que el otro restante corresponde a la que pagó la cantidad de \$35.00 tuvo un 6%, mostrado en la tabla 3.

**Tabla 3. Acceso al museo**

Entrada gratuita			Entrada de pago		
Rango de edad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	Rango de edad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
0-9 años	2	1%	0-9 años	0	0%
10-19 años	125	42%	10-19 años	0	0%
20-29 años	83	28%	20-29 años	2	1%
30-39 años	34	11%	30-39 años	6	2%
40-49 años	12	4%	40-49 años	6	2%
50-59 años	12	4%	50-59 años	1	0%
60-69 años	12	4%	60-69 años	0	0%
70-79 años	2	1%	70-79 años	1	0%
80-89 años	1	0%	80-89 años	0	0%
90-99 años	0	0%	90-99 años	0	0%
No respondió	0	0%	No respondió	1	0%
Total	283	94%	Total	17	6%

Total	300	100%
-------	-----	------

La mayor parte que entró al museo gratuitamente tenía entre los 10 hasta los 39 años, mostrándose así que en su mayoría se trataría por ser estudiantes; y por el otro lado quienes pagaron tenían entre los 20 hasta los 49 años, siendo una población más grande en edad y por ello posiblemente tuvieran un trabajo y con ello pudieran pagar la entrada.

Lo anterior puede mostrarnos que la manera en que se accedió a la exposición, en su mayoría de forma gratuita, no es un índice para determinar que el museo obtuvo una

ganancia monetaria, siendo así que se descarta un elemento de la industria cultural: la remuneración lucrativa a través del pago de las entradas.

#### 4.5.4 La frecuencia de visitas a la exposición

El número de veces que se asistió para ver la exposición en su mayoría fue por primera vez, con un 92%, lo cual puede demostrar lo mencionado en el capítulo 3<sup>99</sup>, que refiere que las exposiciones temporales son hechas para verse una ocasión, mostrándose así que se cumple el tipo de finalidad de una presentación con una duración de mediano plazo (alrededor de 4 meses); además de que la asistencia a esta exposición no fue repetida y hubo pocos casos en los cuales se volvió a visitar.

Por otro lado, se observa que las personas que tienen una escolaridad universitaria son los que más acuden por primera vez, mientras que la segunda y tercera vez asistidas son los que estudiaron preparatoria, viéndose así que la educación básica como lo es la primaria y secundaria no tienen una frecuencia continua para asistir al museo.

**Tabla 4. Frecuencia de visitas a la exposición**

Primera vez asistida			Segunda vez asistida		
Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Primaria	7	2%	Primaria	0	0%
Secundaria	31	10%	Secundaria	1	0%
Preparatoria	62	21%	Preparatoria	11	4%
Escuela Técnica	25	8%	Escuela Técnica	2	1%
Universidad	130	43%	Universidad	3	1%
Maestría	16	5%	Maestría	0	0%
Doctorado	6	2%	Doctorado	1	0%
Total	277	92%	Total	18	6%

<sup>99</sup> Vid “Conceptualización de las exposiciones temporales” en **Capítulo 3. El museo como espacio institucional de la cultura**, pp. 87-88.

Tercera vez asistida		
Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Primaria	0	0%
Secundaria	0	0%
Preparatoria	4	1%
Escuela Técnica	0	0%
Universidad	1	0%
Maestría	0	0%
Doctorado	0	0%
Total	5	2%

Total	300	100%
-------	-----	------

#### 4.5.5 Motivaciones para ver la exposición

Los visitantes a la exposición fueron impulsados mayormente por su propio interés personal, tanto en hombres con un 14% como en mujeres con un 23%, esto nos muestra que para ambos sexos, su interés venía a ser su mayor motivación y que gran parte de la población encuestada tenía idea de por qué acudía a la exposición; posteriormente le siguen los motivos escolares como las tareas, investigaciones y visitas educativas, viéndose así que la influencia de la escuela es un determinante importante para acercar a la gente con el arte a través de la visita al museo, pero por otro lado representa la explicación del por qué va la gente a dicha presentación, no por una decisión autónoma, sino por un deber que antepone la institución escolar.

En tercer lugar se encuentra la recomendación que otras personas hacían a los visitantes para acudir a la exposición con un 17% en total, cuestión que es importante subrayar por constatar que socialmente el arte genera un distintivo social<sup>100</sup>, cuestión que es manejada desde una industria cultural, que en este caso se maneja como un deber ir más que una sugerencia por el hecho de ser un fenómeno masivo al que acuden un gran número de personas y no se puede dejar de ver, de lo contrario la persona se estaría excluyendo del ámbito artístico el cual otorga prestigio y un status

<sup>100</sup> Vid "El arte como distintivo social" en **Capítulo 2. La industria cultural como antítesis de la cultura**, pp. 52-54

social, por ello es importante mostrar que se tiene una capacidad de adquisición cultural (no únicamente en materia monetaria, sino de conocimiento), hecho que puede estar presente dentro de este espacio al verse que existe gran importancia en la recomendación del otro para ver esta exposición.

A su vez se observa que los medios publicitarios no son un fuerte impacto para que la gente acuda a la exposición temporal, ya que se observa sólo un 1% de respuestas que lo señalan, siendo más altos casi todos los demás motivos; de esta forma se considera que el empuje que puede generar los medios masivos no es relevante para que se dé la asistencia a los museos, ya que no por ello se decidió acudir a ver la exposición de René Magritte; es así como se descarta un elemento que hace visible a la industria cultural<sup>101</sup>, el cual es la publicidad y la influencia que puede generar al público visitante, aunque más adelante se corroborará esta idea de si en realidad no hay un dominio por parte de los medios de comunicación hacia los espectadores.

**Tabla 5. Motivos para la asistencia a la exposición**

Motivo	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Interés personal	70	23%
Recomendación personal	32	11%
Tarea escolar	34	11%
Dos o más opciones	17	6%
Casualidad	16	5%
Costumbre	5	2%
Otras razones	3	1%
Otras razones	3	1%
Total	180	60%

Motivo	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Interés personal	41	14%
Tarea escolar	24	8%
Recomendación personal	18	6%
Dos o más opciones	13	4%
Costumbre	10	3%
Casualidad	8	3%
Otras razones	5	2%
Medios publicitarios	1	0%
Total	120	40%

<sup>101</sup> Vid "El papel de la publicidad en la mercantilización del arte" en **Capítulo 2. La industria cultural como antítesis de la cultura**, pp. 51-52.

#### 4.5.6 Intereses particulares de la presentación

Tanto para los hombres y mujeres que acudieron a la exposición, lo que se buscaba ver en principio eran a las obras pictóricas del autor, siendo la materia principal con que se trabajó en el museo y que era lo más presente en la difusión de la presentación.

En segundo lugar, los encuestados (hombres con un 6% y mujeres con un 15%) respondieron varias opciones que les interesaba ver, siendo esta parte un reflejo de que tenían distintos intereses y tenían un panorama general sobre lo que se presentaría en la exposición.

En tercer lugar resalta la categoría “nada en particular”, ya que esto muestra que una parte importante de la gente no tenía una expectativa determinada de lo que vería dentro de la presentación, contrapuesto con la respuesta anterior; mismo que señala una visita al museo sin finalidades planteadas.

**Tabla 6. Intereses particulares de la exposición**

Hombre			Mujer		
Interés	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	Interés	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Obras Pictóricas	47	16%	Obras Pictóricas	80	27%
Dos o más opciones	23	6%	Dos o más opciones	32	15%
Nada en particular	21	7%	Nada en particular	37	12%
Todo	9	3%	Todo	10	3%
Información	7	2%	Información	9	3%
Fotografías	4	1%	Fotografías	7	2%
No respondió	2	1%	No respondió	4	1%
Pintor	1	0%	Pintor	2	1%
Actividad del museo	1	0%	Actividad del museo	1	0%
Actividad recreativa	1	0%	Actividad recreativa	1	0%
Videos	1	0%	Videos	0	0%
Total	117	36%	Total	183	64%

Hay que hacer mención que la única cuestión que fue mostrada en la publicidad, fueron las obras, y que tiene una correspondencia con lo que se buscaba principalmente de la exposición, hecho que puede ser una señal de la posible presencia de la industria cultural, ya que ésta maneja los medios masivos para construir una fetichización de la mercancía y así es como tenemos de resultado que muchas de las obras que tuvieron una frecuencia notable, son las que se manejaron en los medios masivos.

Por otro lado, hay que señalar que el trabajo más reconocido del autor son las obras en sí y fue por ello mismo que la gente se sorprendió al saber que René Magritte también hizo fotografía y puede ser una causa del por qué la gente no iba con la expectativa de ver las fotografías.

#### 4.5.6.1 La explicación de los intereses particulares

Además de preguntar lo que se buscaba ver en la exposición, se profundizó cuestionando su por qué; para poder manejar lo que contestaba la gente en las preguntas abiertas, fue indispensable hacer categorías que abarcaran varios tipos de respuesta para poder operar de manera más fácil todas las contestaciones que se obtuvieron.



**René Magritte. La condición humana (La condition humaine), 1933, óleo sobre tela. 100 x 81 cm**  
[www.tinta-china.net/jmalgaba.htm](http://www.tinta-china.net/jmalgaba.htm), 17 de abril de 2011, 23:45 hrs

Las respuestas fueron diversas entre los hombres y mujeres, ya que para estas últimas lo que buscaban ver se debía a su interés personal principalmente, cosa que lo podemos ver en la siguiente tabla con un 11%, pero por otro lado, también imperaba el “No respondió”, hecho que muestra la imposibilidad de contestar una pregunta abierta, haciendo ver más sencillo el responder lo que deseaban ver y no su explicación ya sea por ser una cuestión que necesita mayor reflexión o por no haberlo tomado en cuenta anteriormente.

Posteriormente, las mujeres explicaron que su interés era debido a que querían conocer sobre el artista, cuestión que deja entrever que hay un interés específico sobre la exposición y una razón por lo que se eligió asistir y en tercer lugar se encuentra el conocimiento de sus obras, categoría que se relaciona con la respuesta anterior, pero a su vez se respondió que fue por motivos de la escuela, lo que hace ver una vez más la influencia que ejerce la escuela sobre la justificación de la visita al museo.

Por otro lado, en el caso de los hombres, lo que más predominó fue el conocimiento de la obra con un 8%, revelando que en el caso de los hombres, existía una meta fija sobre lo que se vería y además su justificación concreta; pero dicha respuesta contrasta con la que le sigue que es “No respondió” con un 7%, mostrándose así una reticencia por contestar aquello que implica una explicación y a su vez comprensión de lo que está respondiendo. En tercer lugar estuvo la respuesta del interés personal constatando que una gran parte de la población iba con una finalidad propia.

Hay que observar que tanto para los hombres como para mujeres el conocimiento del artista, el interés personal y la ausencia de una respuesta, se presentaron frecuentemente; las primeras dos relacionándose, mientras que el “No respondió” comienza a vislumbrar una carencia de poder contestar una pregunta abierta, hecho que más adelante se volverá a ver y será analizado con mayor profundidad.

**Tabla 7. La explicación de los intereses particulares**

Mujer			Hombre		
¿Por qué?	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	¿Por qué?	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Interés personal	34	11%	Conocimiento del artista	23	8%
No respondió	34	11%	No respondió	21	7%
Conocimiento del artista	21	7%	Interés personal	16	5%
Conocimientos de las obras	19	6%	Tarea de la escuela	13	4%
Tarea de la escuela	18	6%	Conocimiento de las obras	11	4%
Conocimiento	12	4%	Nada en particular	10	3%
Nada en particular	11	4%	Conocimiento	8	3%
Arte	8	3%	Interesante de la exposición	4	1%
Influencia de medios	5	2%	No corresponde al tema	4	1%
No corresponde al tema	5	2%	Arte	3	1%
Interesante de la exposición	4	1%	Curiosidad	1	0%
Apreciación personal	3	1%	Influencia de medios	1	0%
Curiosidad	3	1%	Mensaje de las obras	1	0%
Cultura	2	1%	Recomendación	1	0%
Recomendación	2	1%	Apreciación personal	0	0%
Importancia de la exposición	1	0%	Cultura	0	0%
Mensaje de las obras	1	0%	Importancia de la exposición	0	0%
Total	183	61%	Total	117	39%

#### 4.5.7 Lo más atractivo de la exposición

Posteriormente se siguió trabajando con pregunta abierta, con lo cual se cuestionó qué fue lo que más le llamó la atención de toda la exposición de René Magritte, dando como resultado una nueva apertura de respuestas y por ello también se clasificó por categorías para su mejor manejo.

Dentro de lo que más atrajo la atención de toda la exposición existieron respuestas muy diversas tanto para los hombres como para mujeres; pero lo que contestaron por igual y fue la más sobresaliente para ambos sexos fueron las obras como objeto más atractivo de la exposición, teniendo un 49% en total de la población, siendo casi la mitad y el más comentado por la gente.

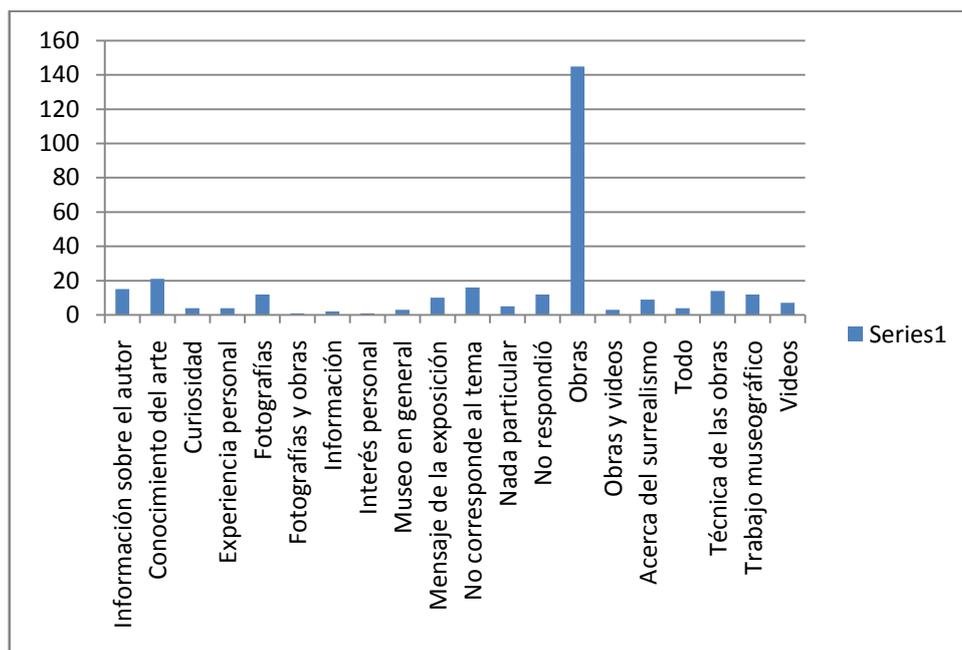
Ahora, comenzando con las respuestas que emitieron las mujeres, en segundo lugar se encuentra que les llamó la atención las actividades recreativas que ofrecía el museo, tales como poder hacer reproducciones del trabajo de René Magritte, gracias a que expertos en el tema enseñaban la técnica y temática tanto a los niños como adultos; en tercer lugar estaba una categoría no contemplada y tuvo que construirse, la cual es “No corresponde”, esto se debió a que existieron respuestas que estaban relacionadas a otras exposiciones o incluso a otras temáticas que no correspondían a la pregunta señalada; esta último punto comienza a señalar que posiblemente la gente no ponía atención a las preguntas o bien a la misma exposición y es por ello que sus contestaciones eran de otra índole.



**René Magritte. Mujer botella**, 1953, óleo sobre botella de vidrio. 11.7/8 x 2 in. (30.2 x 7 cm.)  
suite101.net, 17 de abril de 2011, 23:05 hrs.

Por parte de los hombres, se recalcó otra categoría distinta que fueron las fotografías mostradas en la presentación, ya que no se esperaban verlas y en algunos casos no sabían de la existencia de ellas, es por ello que fue algo llamativo para ellos. Y en tercer lugar, vieron atractivo al propio autor desde su propia biografía como el trabajo que refleja su vida, ya que le dota un sentido único y original que les llama la atención, pero por otro lado está de nuevo la categoría que no corresponde con el tema y puede estar apuntando a una posible industria cultural que no permite emitir juicios u opinión alguna al receptor ya que no puede destacar algo en lo que hayan mostrado interés durante la exposición ya que posiblemente no existió una cosa sobresaliente, sino más bien se trató de un visitante pasivo que recorrió los pasillos sin darse cuenta lo que estaba frente a él.

**Gráfica 2. Lo más atractivo de la exposición**



**Tabla 8. Lo más atractivo de la exposición**

Mujer			Hombre		
¿Por qué?	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	¿Por qué?	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
No Respondió	83	28%	No Respondió	53	18%
Mensaje de la exposición	26	9%	Mensaje de la exposición	13	4%
Lo interesante de la exposición	13	4%	Apreciación personal	6	2%
Técnica de las obras	12	4%	Experiencia personal	5	2%
Experiencia personal	9	3%	Oportunidad de ver las obras	5	1%
Creatividad	7	2%	Técnica de las obras	5	2%
Apreciación personal	5	2%	Conocer al autor	4	1%
Gusto	5	2%	Conocimiento	4	1%
Originalidad	5	2%	Lo interesante de la exposición	4	1%
Conocimiento	3	1%	Creatividad	3	1%
Obras	3	1%	Tema de las obras	3	0%
Trabajo museográfico	3	1%	Imágenes manejadas	2	1%
Conocer al autor	2	1%	Obras	2	0%
Importancia de la exposición	2	1%	Originalidad	2	1%
Estilo de las obras	2	1%	Estilo de las obras	2	1%
Oportunidad de ver las obras	1	0%	Variedad de obras	2	1%
El tema del surrealismo	1	0%	No corresponde al tema	1	0%
Tema de las obras	1	0%	No sabe	1	0%
Imágenes manejadas	0	0%	Gusto	0	0%
No corresponde al tema	0	0%	Importancia de la exposición	0	0%
No sabe	0	0%	El tema del surrealismo	0	0%
Variedad de obras	0	0%	Trabajo museográfico	0	0%
Total	183	62%	Total	117	38%

Dentro de esta pregunta se puede continuar observando un fuerte impacto por parte de las obras hacia el espectador, siendo éstas el trabajo del autor más representativo y lo que más se manejaba antes (con los medios publicitarios) durante (con todo el recorrido de la exposición) y después (debido al comercio de las reproducciones de las obras).

#### 4.5.7.1 Por qué llamó la atención

La pregunta acerca de lo más atractivo de la exposición, se profundizó pidiendo su correspondiente explicación, de lo cual se obtuvo una ausencia de respuestas tanto en hombres como mujeres, tal como puede verse en la tabla 9, en donde impera la categoría “No respondió”; este hecho puede plantear nuevas paradojas acerca del por qué el público no puede precisar su explicación en relación a una propia reflexión de su visita.

Es menester señalar que para esta respuesta, se tuvieron los mismos indicadores para los dos sexos, no distinguiéndose mucha diferencia entre una respuesta de uno y otro.

En segundo lugar como respuesta más señalada fue el mensaje de las obras, con un 13%, adjudicándole que el significado de las pinturas era algo extraño para ellos y era por esto que les había llamado la atención, pero es importante rescatar este punto ya que indica que las obras efectivamente les comunicaba algo a los receptores y éstos a su vez lo podía transmitir, ejerciéndose el proceso comunicativo que una exposición debe realizar, tal como se señaló en el capítulo anterior<sup>102</sup>.

---

<sup>102</sup> Vid, “Las funciones específicas del museo” en **Capítulo 3. El museo como espacio institucional de la cultura**. pp. 67-68.

**Tabla 9. Por qué les llamó la atención**

Mujer			Hombre		
¿Por qué?	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	¿Por qué?	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
No Respondió	83	28%	No Respondió	53	18%
Mensaje de la exposición	26	9%	Mensaje de la exposición	13	4%
Lo interesante de la exposición	13	4%	Apreciación personal	6	2%
Técnica de las obras	12	4%	Experiencia personal	5	2%
Experiencia personal	9	3%	Técnica de las obras	5	2%
Creatividad	7	2%	Oportunidad de ver las obras	5	2%
Apreciación personal	5	2%	Conocimiento	4	1%
Gusto	5	2%	Conocer al autor	4	1%
Originalidad	5	2%	Lo interesante de la exposición	4	1%
Conocimiento	3	1%	Creatividad	3	1%
Obras	3	1%	Tema de las obras	3	0%
Trabajo museográfico	3	1%	Imágenes manejadas	2	1%
Conocer al autor	2	1%	Estilo de las obras	2	1%
Importancia de la exposición	2	1%	Obras	2	0%
Estilo de las obras	2	1%	Originalidad	2	1%
Oportunidad de ver las obras	1	0%	Variedad de obras	2	1%
El tema del surrealismo	1	0%	No corresponde al tema	1	0%
Tema de las obras	1	0%	No sabe	1	0%
Imágenes manejadas	0	0%	Gusto	0	0%
No corresponde al tema	0	0%	Importancia de la exposición	0	0%
No sabe	0	0%	El tema del surrealismo	0	0%
Variedad de obras	0	0%	Trabajo museográfico	0	0%
Total	183	62%	Total	117	38%

Y en tercer lugar se tuvo en ambos sexos que la técnica que utilizó el pintor fue lo que los atrapó e hizo lo más interesante de la exposición, dicha contestación puede ser cuestionada por el hecho de que René Magritte hizo un trabajo más ideológico que haber ahondado en diversas técnicas que se traslucieran en sus pinturas, hecho que se refleja durante todo su recorrido ya que empleaba casi la misma técnica en todas sus obras; este punto también nos puede acarrear a la idea de que la gente justifica que le haya llamado la atención las obras por el hecho de no poder justificar la esencia del arte, ya que como lo menciona Dewey: “Lo que ahora se añade es la idea, a menudo ignorada, a comparación de la completa técnica respecto a la forma en el arte.”<sup>103</sup> Esto quiere decir que frecuentemente se deja de lado la idea que tiene una obra de arte para dotársele mayor importancia a su técnica como puede ser el caso de esta exposición.



**René Magritte. El hada ignorante (La fée ignorante), 1957, óleo sobre lienzo. 50 x 65 cm**  
1.bp.blogspot.com/\_RsHpPWN1-aM/SKG7tbPsOgl/AA..., 17 de abril de 2011, 23:38 hrs

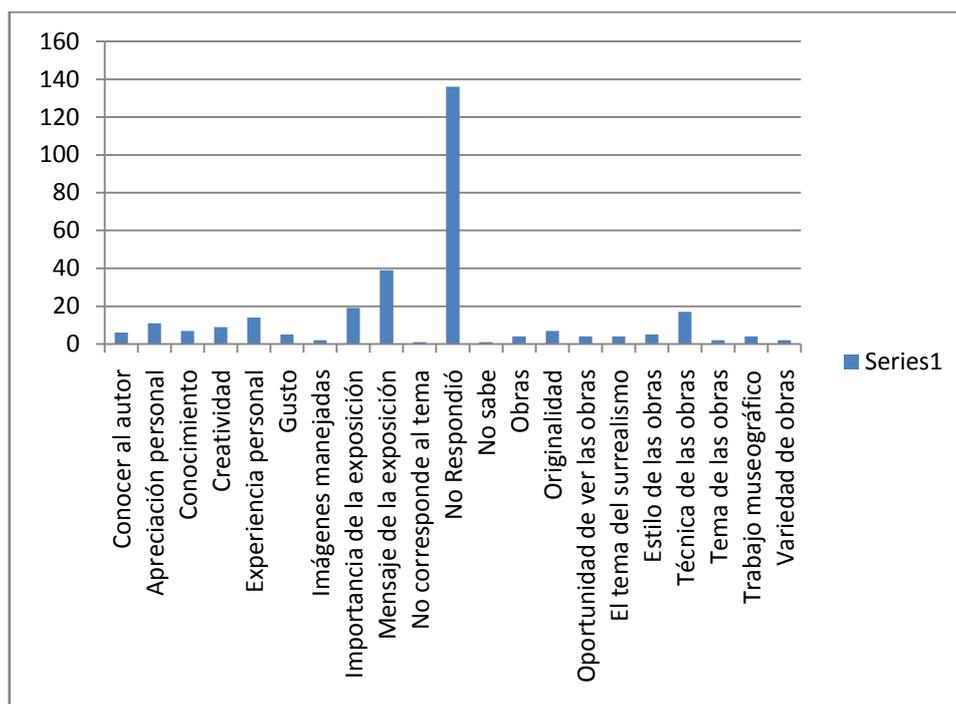
Por otro lado, otra de las respuestas que eran las más mencionadas por las mujeres fue “Lo interesante de la exposición”, revelando así que la presentación de Magritte les parecía atrayente y en cierta medida que su materia prima era necesario observar ya que contenía información fundamental y básica para comprender tanto al autor como a sus distintas corrientes. De esta forma, las mujeres se quedaban con algo más objetivo y concreto de la exposición, mientras que para los hombres una de sus respuestas más frecuentadas era que se trataba de un gusto personal, haciendo ver que para ellos la visita venía a ser un momento que les generaba satisfacción y agrado en su vida personal.

---

<sup>103</sup> John Dewey. *Op. Cit*; p. 15.

Algo que debe rescatarse en este apartado es que las categorías “No sabe” y “No corresponde al tema” tuvieron poco alcance, siendo así que era más sencillo para los encuestados poder responder esta pregunta abierta sin desviarse a otros temas, aunque, por otro lado, hubo un gran índice de abstinencia a contestar, tal como puede observarse en la siguiente gráfica:

**Gráfica 4. Por qué les llamó la atención**



#### 4.5.8 El recuerdo de una obra

Una de las cuestiones importantes dentro de la encuesta, es que se preguntó si se recordaba alguna obra, esto con el fin de constatar si los visitantes lograban acordarse de lo visto en el museo y a su vez, ver si la industria cultural había permeado también en la memoria del visitante, al influenciarlo a no observar nada en sí y en consecuencia no poder mencionar una obra vista.

Llama la atención en la tabla 11 que un 16% de la población, no recordó ninguna obra, construyéndose así una nueva interrogante, dado que puede parecer bastante lógico

que al ser una encuesta de salida, la gente pueda responder dicha pregunta, pero si más bien hay una ausencia de ésta, podernos plantear con qué se queda la gente de la visita al museo y si pudiera existir la posibilidad de considerar al recorrido de los visitantes sinsentido originado por la misma Industria Cultural<sup>104</sup>.

Dentro de la población que más afirmó haber recordado una obra, fueron los que tienen una escolaridad universitaria y también los que estudiaron la preparatoria. Siendo la educación media superior y superior la que pudo acordarse de lo visto en la exposición de René Magritte y que puede deberse, a que dentro de este plan educativo se vea algo relacionado al tema del surrealismo, o bien, que han tenido un mayor acercamiento con el arte debido a su escuela.

**Tabla 10. El recuerdo de una obra**

No			Sí		
Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Primaria	3	1%	Primaria	4	1%
Secundaria	8	3%	Secundaria	24	8%
Preparatoria	19	6%	Preparatoria	56	19%
Escuela Técnica	7	2%	Escuela Técnica	20	7%
Universidad	11	4%	Universidad	122	41%
Maestría	1	0%	Maestría	15	5%
Doctorado	0	0%	Doctorado	7	2%
Total	49	16%	Total	248	83%

No respondió

Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Primaria	0	0%
Secundaria	0	0%
Preparatoria	2	1%
Escuela Técnica	0	0%
Universidad	1	0%
Maestría	0	0%
Doctorado	0	0%
Total	3	1%

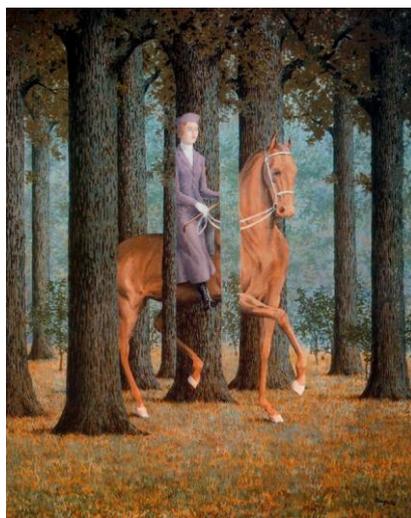
Total	300	100%
-------	-----	------

<sup>104</sup> Vid, **Capítulo 2. La industria Cultural como antítesis de la cultura**, pp. 36-57.

Dentro de la tabla 10 se puede observar que el 83% restante sí recordó una obra, siendo la gran mayoría de los visitantes y un número representativo que será cerciorado en la siguiente pregunta, sólo el 1% no contestó esta pregunta, mientras que un 16% no recordó ninguna obra.

#### 4.5.8.1 La obra más vista

La pregunta siguiente es la que tiene gran peso dentro de la investigación debido a que trata sobre las obras más vistas, con la intención de ser relacionadas con las manejadas por la publicidad, que son: “La Golconda”, “La Gran Guerra”, “El Imperio de las luces” y “El Hijo del hombre” y que así se pueda confirmar si la industria cultural tiene una influencia en el interés y concentración de los espectadores.



René Magritte. La firma en blanco (Le blanc-seigne), 1965, óleo sobre lienzo. 81 x 64 cm.  
[http://www.laventanadejulia.com.ar/2009/06/hasta-mananaaa\\_07.html](http://www.laventanadejulia.com.ar/2009/06/hasta-mananaaa_07.html), 24 de abril de 2011, 16:48 hrs

En primer lugar hay que destacar que la gente mencionó obras que no correspondían a la exposición, reflejado en un 23% de las respuestas siendo el más alto porcentaje en esta pregunta, por lo que se percibe que no hay una atención adecuada a la presentación suscitada, además que de este hecho se puede seguir pensando en una visita impulsada por la industria cultural que tiene como fin que los espectadores no reflexionen sobre lo que observan, para que así continúe su ciclo de consumo masivo visual de las obras, tal como se había mencionado en el capítulo 2<sup>105</sup>; posteriormente

---

<sup>105</sup> Vid, “El proceso industrial en Marx” en **Capítulo 2. La industria Cultural como antítesis de la cultura**, pp. 36-41.

le sigue un 19% que no contestó esta pregunta, lo cual comienza a vislumbrar que casi la mitad de los encuestados no retuvo lo expuesto dentro de la exposición, considerándose que la industria cultural es la que puede estar generando un consumo visual de las obras, cuyo objetivo principal es que la gente pase sin observar realmente lo que se está presentando en la exposición.

**Tabla 11. La obra más vista**

Obra	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
No corresponde al tema	68	23%
No Respondió	57	19%
La firma en blanco (pág. 122)	20	7%
La violación (pág. 126)	18	6%
Golconda (pág. 138)	16	5%
Imperio de las luces (pág. 139)	15	5%
El hijo del hombre(pág. 132)	13	4%
La voz de sangre (pág. 124)	13	4%
La gran guerra (pág. 96)	12	4%
Los amantes II (pág. 136)	11	4%
El hada ignorante (pág.119)	11	4%
Mujer botella (pág. 114)	10	3%
No recuerda	7	2%
El cumpleaños (pág. 94)	6	2%
El terapeuta (pág. 98)	4	1%
La condición humana (pág. 111)	3	1%
El abismo plateado (pág. 100)	3	1%
La traición del lenguaje	3	1%
El castillo en los pirineos (pág. 130)	2	1%
Las aguas profundas	2	1%
La fuerza de las cosas	2	1%
Tumba de los luchadores (pág. 102)	2	1%
Recuerdo de un viaje (pág. 105)	1	0%
Jardín del amor	1	0%
Total	300	100%

En la tabla 11 junto con la gráfica ilustrativa, se puede ver que está la obra “La firma en blanco” con un 7%, esta pintura gustó mucho por el juego que maneja Magritte entre

dos planos con un efecto de persianas y ya que ninguno de los dos planos está terminado y el espectador debe acabar visualmente la parte de la obra que no está dibujada; siendo esta pintura un ejercicio visual para el espectador.

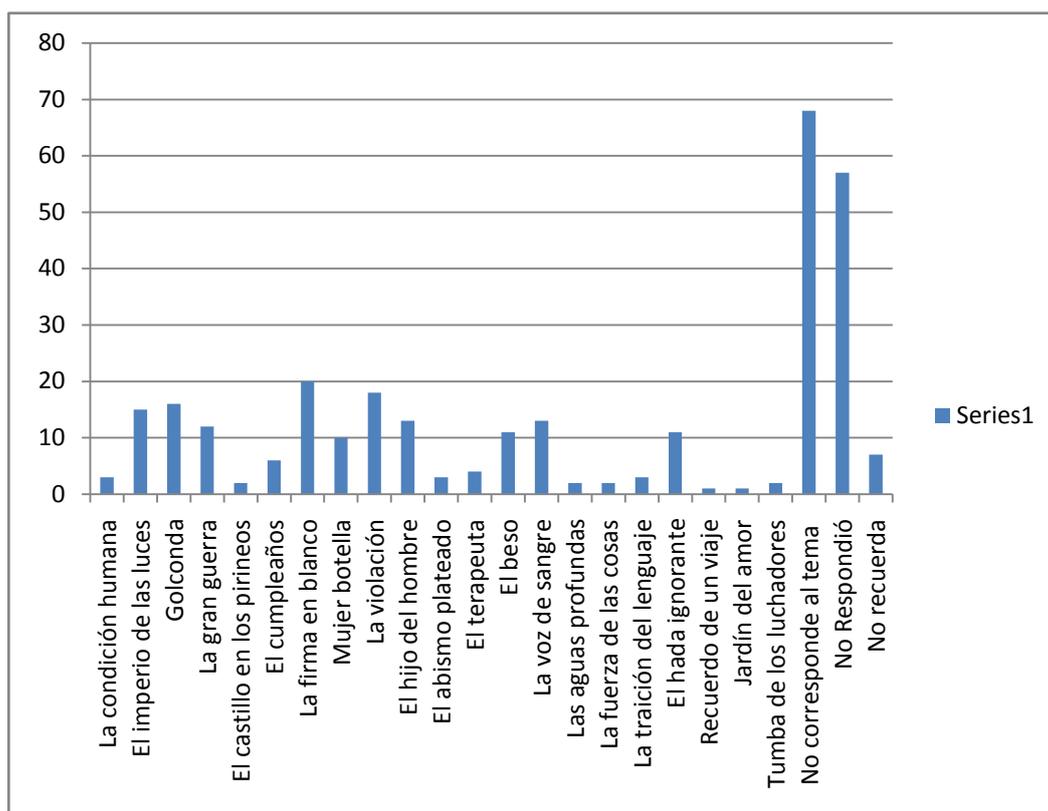
Y la obra que sigue es “La violación”, la cual lleva a cabo un juego en la perspectiva de la pintura, ya que es un cuerpo femenino en el cual se desarrolla la cara de una mujer, continuando el juego que Magritte lleva a cabo en sus pinturas. Y en tercer lugar de las obras está “La Golconda”, la cual fue la obra más publicitada dentro de toda la campaña de difusión relativo a la exposición, encontrándose una correlación de lo que se maneja en los medios masivos y una de las obras que fue más vistas dentro de la presentación, teniendo así que la industria cultural puede presenciarse en una de las pinturas más citadas, ya que anteriormente se manejó a través de los medios masivos.



**René Magritte. La voz de sangre (La voix du sang), 1959, óleo sobre lienzo, 90 x 110 cm**  
[4.bp.blogspot.com/.../s1600/el+arbol.jpg](http://4.bp.blogspot.com/.../s1600/el+arbol.jpg), 24 de abril de 2011, 16:40 hrs

Es así como se ve que uno de los efectos que la industria cultural podría estar generando, es el consumo visual (que es lo que más se observa con esta pregunta) y además al consumo visual de las obras que se manejan en la publicidad (como lo fue en caso de la obra la Golconda).

**Gráfica 3. La obra más vista**



4.5.8.2 Por qué llamó la atención la obra

Como se ha venido haciendo en algunas preguntas, se intenta que el visitante justifique su elección y este caso no fue la excepción, ya que se volvió a preguntar por qué le llamó la atención la obra elegida; esto con el objetivo de saber si tiene correspondencia directa con los principales pilares en que se sustenta la industria cultural.

A pesar de que las respuestas que hicieron los encuestados fueron diversas, se volvió a clasificar por categorías que las abarcaran; es importante rescatar que en este tipo de preguntas se trabaja con subjetividades, pero que como menciona Parsons: “...los juicios sobre arte pueden ser objetivos. Aunque el arte expresa nuestras necesidades y

emociones, las interpretaciones del arte pueden ser más o menos razonables, y los juicios más o menos defendibles.”<sup>106</sup>

Esta pregunta además de ver la explicación que emiten los receptores, también sirve para comprender las ideas que tienen sobre las obras, el por qué les llama la atención determinado cuadro, así como la descripción que hacen de éste, y son valores de juicio que merecen ser retomados ya que le dan un valor a la obra desde que es mencionada por un espectador.



**René Magritte. La violación (Le viol), 1934, gouche sobre papel. 18 x 15 cm.**

<http://aprendersociales.blogspot.com/2007/llevar-los-sueos-la-pintura>, 24 de abril de 2011, 17:00 hrs

Dentro de la pregunta del por qué le llamó la atención el cuadro elegido, nuevamente se encuentra un gran porcentaje que no respondió, representado con un 30% de la población encuestada, mostrado en la tabla 12; este hecho es interesante en el sentido de que el no responder, indica un nuevo problema que no estaba contemplado en el mismo instrumento metodológico y abre nuevos cuestionamientos que pueden ser retomados para nuevas indagaciones sobre el tema.

Por otro lado, se respondió con un 14% que le llamó la atención el cuadro seleccionado por el mensaje que manejaba, por encontrarlo diferente a lo que anteriormente habían visto, además de que no lo consideraban muy común en su temática y su significado, es por ello que sorprendía en el mensaje que generaba a los receptores. Y en tercer lugar destaca la técnica de las obras con un 13%, donde afirmaban de que la

---

<sup>106</sup>Michael Parsons. *Op. Cit*; p. 30.

luz y el manejo de colores era algo que les gustaba de las obras vistas, destacando algo más técnico que de contenido de la exposición, volviéndose a encontrar una respuesta similar a lo visto en el 4.4.9.

**Tabla 12. Por qué llamó la atención la obra**

Por qué le llamó la atención	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
No respondió	90	30%
Mensaje de la exposición	44	14%
Técnica de las obras	40	13%
Apreciación personal	26	9%
Imágenes mostradas	21	7%
No corresponde al tema	16	5%
Estilo de las obras	16	5%
Gusto	7	2%
Importancia de la exposición	7	2%
Experiencia personas	6	2%
No sabe	6	2%
Originalidad de las obras	6	2%
Temática de las obras	6	2%
Lo manejaban en los medios de comunicación	4	1%
Nada en particular	2	1%
Conocimiento	1	0%
Contenido	1	0%
Título de las obras	1	0%
Total	300	100%

#### 4.5.9 El conocimiento previo sobre la exposición

En la siguiente pregunta se maneja si el visitante había tenido un conocimiento anterior sobre el tema de la exposición, esto con la intención de saber si había un contacto o relación previa con el tema y el espectador y ver si esto tiene una correlación con el nivel de escolaridad de los visitantes, ya que como se señaló en el

capítulo anterior, Bourdieu señalaba que existe una desigualdad de disfrute a partir de su grado educativo institucionalmente<sup>107</sup>.

Lo que se puede observar en las siguientes tablas es que un 45% de la población encuestada no tenía un conocimiento sobre el tema, siendo esto un dato representativo para constatar que gran parte de la gente no tenía un panorama general sobre el tema de René Magritte y su trabajo artístico; a su vez refleja que hubo una apertura al tema en cierta medida, ya que hubo un público que asistió sin tener nociones previas, lo importante sería destacar si aprendieron algo a partir de su visita, que más adelante será rescatado.

**Tabla 13. El conocimiento previo sobre la exposición**

Bastante conocimiento			Conocimiento general		
Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Primaria	0	0%	Primaria	1	0%
Secundaria	1	0%	Secundaria	7	2%
Preparatoria	3	1%	Preparatoria	5	7%
Escuela Técnica	0	0%	Escuela Técnica	4	2%
Universidad	20	7%	Universidad	30	10%
Maestría	3	1%	Maestría	7	2%
Doctorado	1	0%	Doctorado	7	2%
Total	28	9%	Total	61	25%

Poco conocimiento			Desconocimiento		
Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Primaria	3	1%	Primaria	3	1%
Secundaria	8	3%	Secundaria	19	3%
Preparatoria	10	3%	Preparatoria	41	14%
Escuela Técnica	6	2%	Escuela Técnica	18	6%
Universidad	28	9%	Universidad	53	18%
Maestría	4	2%	Maestría	3	1%
Doctorado	0	0%	Doctorado	0	0%
Total	59	20%	Total	137	43%

No respondió

<sup>107</sup> Vid, "Las contradicciones del museo" en **Capítulo 3. El museo como espacio institucional de la cultura**, pp. 69-75

Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Primaria	0	0%
Secundaria	0	0%
Preparatoria	2	1%
Escuela Técnica	0	0%
Universidad	4	2%
Maestría	0	0%
Doctorado	0	0%
Total	6	3%

Total	300	100%
-------	-----	------

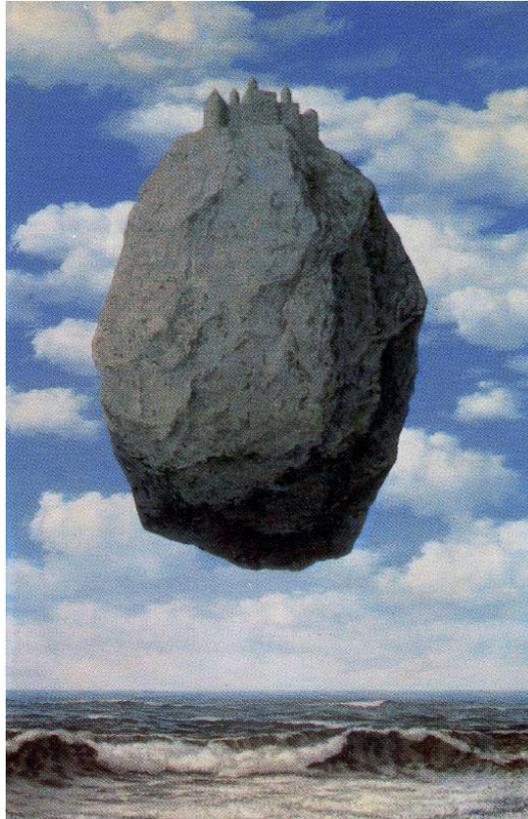
La segunda respuesta más contestada fue la que indica que se tenía un conocimiento anterior general con un 25%; y posteriormente se dijo que se tenía poco conocimiento con un 20%. De esta manera se observa que la mayor parte de la gente no tenía un conocimiento a fondo de la exposición, ya sea por no tener un acercamiento con el tema por encontrarse fuera de sus ámbitos personales o escolares o, bien, por el propio interés.

Es necesario recalcar que en el rubro de “Bastante conocimiento”, en primer lugar queda los que han cursado el nivel licenciatura y en segundo lugar preparatoria, hecho que muestra la existente relación del grado educativo con el conocimiento que tiene sobre el tema, ya que son pocos los que se encuentran en este grupo y son los que tienen una posición privilegiada educativa, por tener una formación educativa más avanzada y en el caso de la licenciatura, más especializada, cuestión que puede darles más herramientas como en este caso lo fue el conocimiento previo del tema de la exposición.

#### 4.5.10 El conocimiento adquirido de la exposición

Uno de los rubros que surgieron como consecuencia de la pregunta anterior, fue si se obtuvo un conocimiento posterior, esto entendido como el aprendizaje que pudo obtener cada asistente en su visita al museo, ya que como se observó, gran parte de

los receptores no tenía un panorama general sobre el tema; es por ello que se consideró importante saber si el espectador rescató algo de todo el recorrido, o bien, se trató por ser un camino guiado, sin nada que haya podido quedar en su bagaje y capital cultural.



**René Magritte. El castillo en los Pirineos**, 1959, óleo sobre lienzo. 200 x 140,5 cm  
<http://www.passion-estampes.com/deco/magrittechateau-es.html>, 18 de abril de 2011, 00:18 hrs

En cuanto al conocimiento posterior, el 89% de las personas consideró haber adquirido un conocimiento después ver la exposición, de las cuales el 40 % proviene del nivel licenciatura, hecho que puede ser favorecedor por tener un conocimiento previo, como se vio en el apartado anterior, o estar en cercanía con el tema de la presentación artística.

El 9% pensó que no había adquirido ningún conocimiento en sí, y el 2% de la población de la muestra no respondió a esta pregunta, mismo que puede ser verificado en la siguiente tabla:

**Tabla 14. El conocimiento adquirido de la exposición**

Sí			No		
Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Primaria	5	2%	Primaria	2	1%
Secundaria	26	9%	Secundaria	6	2%
Preparatoria	72	24%	Preparatoria	3	1%
Escuela Técnica	23	8%	Escuela Técnica	4	1%
Universidad	119	40%	Universidad	12	4%
Maestría	16	5%	Maestría	0	0%
Doctorado	7	2%	Doctorado	0	0%
Total	268	90%	Total	27	9%

No respondió

Escolaridad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Primaria	0	0%
Secundaria	0	0%
Preparatoria	2	1%
Escuela Técnica	0	0%
Universidad	3	1%
Maestría	0	0%
Doctorado	0	0%
Total	5	1%

Total	300	100%
-------	-----	------

A través de esta pregunta es que se observa que después del recorrido en el museo, la mayor parte de la población consideró que aprendió algo a través de exposiciones como ésta, cuestión que será constatada en la siguiente pregunta.

4.5.10.1 Lo aprendido en la exposición

Dentro de las cosas que se aprendieron de la exposición temporal de “El mundo invisible de René Magritte” se presentó una diversidad de respuestas que fue difícil de clasificar, debido a que muchas eran cuestiones subjetivas y personales, es por ello que

se hay un universo más grande de categorías que se construyeron, para dar la más posible fidelidad a las respuestas.

En la tabla 15 junto con su ilustración gráfica, se puede ver que la clasificación más sobresaliente es el haber aprendido información sobre el autor, esto con un 27% de la muestra, incluyendo la biografía de René Magritte y las corrientes por las que pasó este personaje central, siendo así que la vida de este artista fue lo que más destacó y pudieron retener los visitantes; de este dato podemos obtener que la gente pudo conocer de manera general quién fue René Magritte.



**René Magritte. El hijo del hombre (Le fils de l'homme)**, 1964, óleo sobre lienzo. 116 x 89 cm.  
mordidasderealidadytramosdehistoria.blogspot.com, 10 de abril de 2011, 22:46 hrs.

En un segundo momento destacan las experiencias personales de los visitantes, aquí se señalaba la apreciación de la cual se beneficiaron al tener las obras en vivo, el cambio de perspectiva que tuvieron hacia ellas y el concebir otro tipo de arte al que no estaban acostumbrados a ver. Esta premisa se localiza con un 9% y es importante resaltarla por el hecho de que la visita al museo se puede categorizar como una experiencia que el visitante guarda en su vida personal, más allá de una actividad escolar, puede llegar a ser un espacio donde conozca, reflexione y le genere una sensación que guarda dentro de su vida privada; así esta justificación queda bajo una lógica íntima, pero también fuera de un contexto que esté planeado bajo la industria cultural.

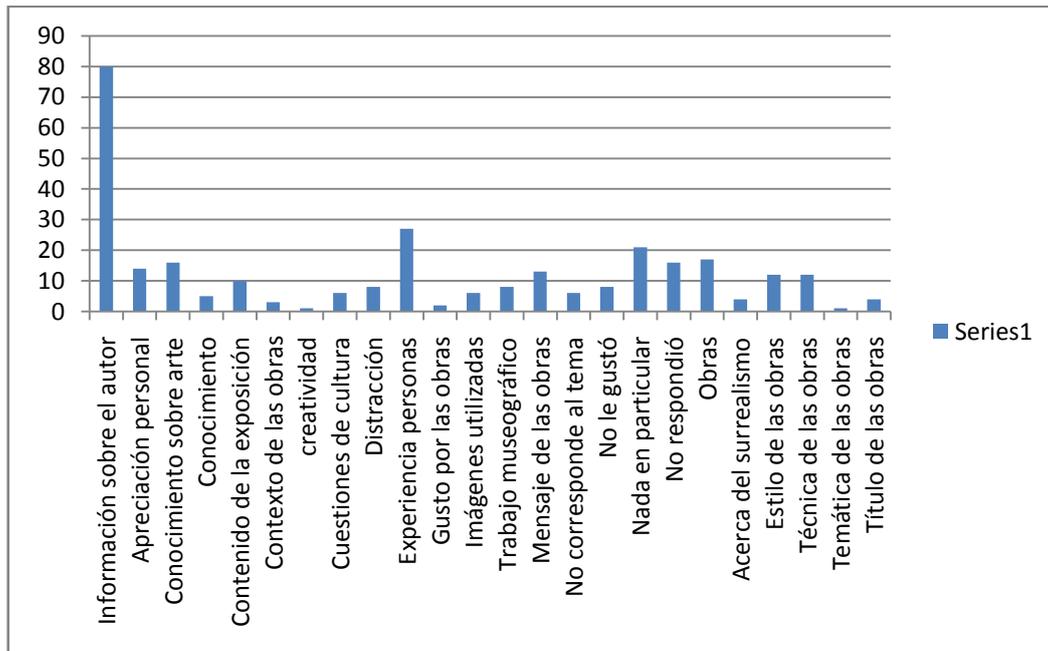
**Tabla 15. Lo aprendido en la exposición**

Cosas aprendidas	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Información sobre el autor	80	27%
Experiencia personal	27	9%
Nada en particular	21	7%
Obras	17	6%
Conocimiento sobre arte	16	5%
No respondió	16	5%
Apreciación personal	14	5%
Mensaje de las obras	13	4%
Estilo de las obras	12	4%
Técnica de las obras	12	4%
Contenido de la exposición	10	3%
Distracción	8	3%
Trabajo museográfico	8	3%
No le gustó	8	3%
Cuestiones de cultura	6	2%
Imágenes utilizadas	6	2%
No corresponde al tema	6	2%
Conocimiento	5	2%
Acerca del surrealismo	4	1%
Título de las obras	4	1%
Contexto de las obras	3	1%
Gusto por las obras	2	1%
Creatividad	1	0%
Temática de las obras	1	0%
Total	300	100%

En tercer lugar se encuentra que nada en particular se aprendió, con un 7% de las respuestas, destacando, que a pesar de que la gente consideró haber aprendido con la exposición ya vista, continuó prevaleciendo la imprecisión para poder ejemplificar y mencionar lo asimilado de la presentación, viéndose que en realidad no se puede concretar lo aprendido y lo que más sobresale de la exposición. Presentándose el interrogante si este tipo de respuestas están dando señal de la presencia de una industria cultural que se muestra en la ausencia de respuestas concretas, al no tener

idea de las obras presentes y a su vez no poder especificar lo que rescatan de toda la visita, ya que como se leyó en el capítulo 2, la industria cultural se encarga de mercantilizar al arte, para que sea parte de un fin comercial, más que de conocimiento.

**Gráfica 9. Lo aprendido en la exposición**



4.5.11 De compras al museo

La última pregunta se ubica en relación a la compra de artículos relacionados a la exposición, esto con la finalidad de saber si la gente hizo adquisiciones que pueden reflejar la influencia de la industria cultural, para obtener una ganancia a partir de presentaciones de tipo artísticas como lo es “El mundo invisible de René Magritte”.

Los resultados que se obtuvieron fue que el 64% de las personas no compró nada de los artículos que se vendían dentro de las instalaciones del museo y tenían un motivo de la exposición ya vista, este dato nos muestra que fue una gran parte la que no hizo compras y en su mayoría fue entre las edades de 10 a 19 años las que no realizaron ninguna adquisición.

**Tabla 16. ¿Se compró en el museo?**

No se compró			No*		
Rango de edad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas	Rango de edad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
0-9 años	1	0%	0-9 años	0	0%
10-19 años	93	31%	10-19 años	2	1%
20-29 años	56	19%	20-29 años	4	1%
30-39 años	20	7%	30-39 años	3	1%
40-49 años	7	2%	40-49 años	2	1%
50-59 años	10	3%	50-59 años	0	0%
60-69 años	4	1%	60-69 años	1	0%
70-79 años	2	1%	70-79 años	0	0%
80-89 años	1	0%	80-89 años	0	0%
90-99 años	0	0%	90-99 años	0	0%
Total	194	64%	Total	12	4%

**Sí se compró**

Rango de edad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
0-9 años	1	0%
10-19 años	30	10%
20-29 años	27	9%
30-39 años	17	6%
40-49 años	5	2%
50-59 años	2	1%
60-69 años	8	3%
70-79 años	0	0%
80-89 años	0	0%
90-99 años	0	0%
Total	90	31%

Total	300	100%
-------	-----	------

Pero por otro lado hay que destacar, que un 30% de los restantes sí compró algún objeto y viene a ser un porcentaje significativo como consumidores de reproducciones de las obras de arte; este punto nos da idea de que la industria cultural sí está presente en exposiciones magnas, que se suscitan en el Museo del Palacio de Bellas Artes, ya que tiene influencia en las adquisiciones que se realizan en el museo, las cuales serán desglosadas en la siguiente sección.

Una de las categorías que se creyó pertinente construir es la que corresponde a un “no\*” a la pregunta, debido a que hubo gente que manifestaba su inconformidad con los puestos que vendían artículos – en su mayoría correspondía al rango entre los 20 y 19 años de edad-; ese 4% hubiera querido adquirir un artículo, pero debido a su costo o a que se había agotado la mercancía no pudieron comprar; siendo éstos unos consumidores en potencia, dado el interés que tenían para llevar a cabo una compra.



**René Magritte. Los amantes II (Les amants II), 1928, óleo sobre tela 59.2 x 77.2 cm**  
[grupomagmauniversal.blogspot.com/ 2010/08/el-beso](http://grupomagmauniversal.blogspot.com/2010/08/el-beso), 10 de abril de 2011, 23:57 hrs.

La adquisición de artículos es una de las manifestaciones más explícitas de la industria cultural, hecho que no se efectuó por todos los visitantes, ya sea por la ausencia de artículos solicitados, por su situación económica, o bien, no era su interés. Sin embargo, tener un 30% de consumo material de las reproducciones de las obras expuestas, manifiesta la presencia de la industria cultural, la cual tiene ganancias monetarias en este tipo de ventas.

#### 4.5.11.1 Los souvenirs comprados

En este apartado se realizó una especificación sobre los objetos comprados, destacando en primer lugar los separadores de libros por ser los más adquiridos con un 25%, esto puede deberse a su precio económico y variedad en las reproducciones que tenían, lo cual lo hacía accesible y llamativo para los consumidores, al grado en que fue

el artículo que más se vendió e inclusive se agotó en los módulos de venta; mientras que los demás artículos que tenían un valor monetario más elevado, no fueron los más solicitados por el público.

En el siguiente lugar están los pósters de la exposición temporal con un 16%, éstos continúan teniendo un precio económico en comparación a las otras mercancías que se vendían; y en tercer lugar se localizan las libretas que fueron 10 en total.

**Tabla 17. Los *souvenirs* comprados**

Objetos comprados	Número absoluto de objetos	Número relativo de personas
Separadores de libros	23	25%
Grabado	17	19%
Poster	15	16%
Libreta	10	11%
Pluma	7	8%
Folleto	7	8%
Libro	3	3%
Lienzo	2	2%
Compilación	1	1%
Playera	1	1%
Guía	1	1%
Revista	1	1%
Postal	1	1%
Estampa	1	1%
Cenicero	1	1%
Total	91	100%

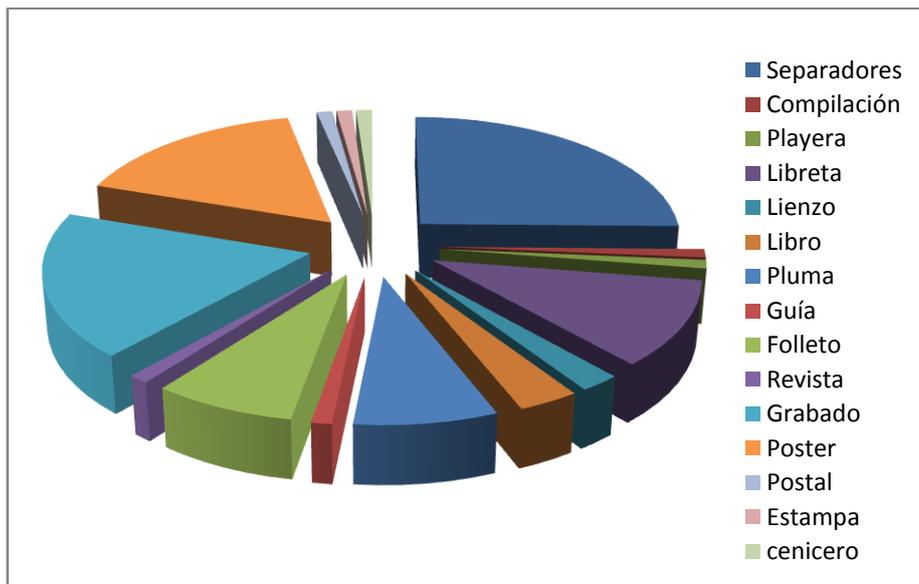
Es necesario señalar que en todos los casos de la mercancía en venta, lo que más sobresalía de ellas era la imagen, ya que era lo más resaltable; dicha característica puede ser un indicador que revela la presencia de una industria cultural, en tanto fetichiza a ciertas imágenes que han sido mostradas a lo largo de su campaña publicitaria, durante la exposición, otorgándoles un lugar más atractivo y después con la venta de sus reproducciones colocadas en distintos objetos.



René Magritte. **La golconda (Gloconde)**, 1953, óleo sobre tela. 81 x 100 cm.  
[www.otrastardes.com](http://www.otrastardes.com), 10 de abril de 2011, 23:58 hrs.

Es así como se puede ver que los consumidores mantienen un culto a la imagen que ha sido fetichizada previamente, -gracias al manejo de los medios masivos que señalan las obras que deben verse- y que ahora está sujeta a entrar al mercado, quitándole así su sentido simbólico y, por ende, un significado e interpretación para cada espectador y sumándole ahora un lado económico y mercantil, pudiendo ser adquirida por una suma monetaria.

**Gráfica 10. Los *souvenirs* comprados**



#### 4.5.12 El perfil del visitante

A través de las características personales requeridas dentro de la encuesta (sexo, edad, nivel de escolaridad, número de asistencia a la exposición), se intentó hacer un perfil del visitante que acudió a esta exposición, con el objetivo de ver cómo es el espectador regular de una exposición de arte como lo fue ésta, si existen características que sobresalen tales como la escolaridad, su edad, etc; y saber así quiénes acuden con frecuencia a este tipo de presentaciones.

Se verificó que en su mayoría se trata de mujeres con grado universitario las que acuden por primera vez a la exposición, tienen una entrada gratuita y su rango de edad es entre los 20-29 años, esto se representó con un 10% de la población encuestada; este dato nos expresa que es la mujer la que mantiene un mayor contacto con las cuestiones de índole artística, como es el caso de la exposición “El mundo invisible de René Magritte”, en segundo lugar, vuelve a presentarse el perfil de una mujer que tiene un nivel de preparatoria, ha asistido por primera vez de manera gratuita y tiene entre los 10 y 19 años de edad; siendo así que también el grado escolar más frecuente para la asistencia al museo es el de superior y medio superior, que como se había mencionado anteriormente, puede estar dotado de mayores herramientas para su comprensión, frente a las obras de arte que observó.



**René Magritte. Imperio de las luces (Empire des lumières), 1954, óleo sobre tela. 100 x 80 cm**  
semioticaii.wordpress.com/ page/3, 10 de abril de 2011, 22:56hrs.

En el caso del hombre, en primer lugar destaca aquél que tiene un nivel de escolaridad preparatoria, asiste por primera vez de manera gratuita y tiene entre los 10 y 19 años, y en segundo lugar se mantienen las mismas características, sólo que tiene estudios universitarios como diferencia. De esta manera se siguen las mismas pautas que en el caso de la mujer, señalado anteriormente, destacando que el grado educativo tiene efectos en la visita al museo, ya que hay una mayor frecuencia entre mayor sea su nivel de estudios, a partir de la educación básica.

Lo anterior puede observarse en la siguiente tabla:

**Tabla 19. El perfil del visitante**

Sexo-escolaridad-entrada-número de veces asistido-edad	Número absoluto de personas	Número relativo de personas
Mujer-universidad-gratuita-1ª vez asistida-20-30 años	30	10%
Mujer-preparatoria-gratuita-1ª vez asistida- 10-19 años	23	8%
Hombre-universidad-gratuita-1ª vez asistida-20-30 años	20	7%
Hombre-preparatoria-gratuita-1ª vez asistida-10-19 años	22	7%

Uno de los puntos que se remarcan también tanto en mujeres como en hombres es que en su mayoría son jóvenes y en consecuencia se puede pensar que el ámbito artístico en los museos es más frecuentado por una población joven ya sea por un trabajo escolar, interés personal o simple curiosidad, pero que contrasta con la ausencia de las personas mayores, quienes casi no figuran en la visita al museo, cuestión que sería interesante ahondar en investigaciones futuras.

Y el punto más relevante en este apartado, es que se continúa viendo la importancia del nivel de escolaridad, el cual repercute en la asistencia al museo, tal como lo señaló Bourdieu en su momento, mostrando las desigualdades que se pueden generar en el museo, como consecuencia de una educación con diferencias, las cuales se reflejan en la visita a una exposición.

Podemos decir entonces, que la educación tiene un fuerte peso ya que puede ser un medio que facilita el acercamiento al museo, al poder ser un espacio que otorga información artística y que puede ser un impulsor para que el sujeto, por su propia decisión elija la asistencia al museo.

## Conclusiones

Como resultado de la presente investigación, acerca de la posible existencia de la industria cultural en la exposición “El mundo invisible de René Magritte” en el Museo del Palacio de Bellas Artes, se analizaron distintas aristas que del propio trabajo resultaron, mismas que serán desarrollarán a continuación.

Es importante señalar que este trabajo conjuntó una parte tanto teórica con la que se sustenta cada uno de los términos empleados y que finalmente sirvió para enriquecer y ordenar conceptualmente el problema; así como también una parte práctica, cuya intención era la de establecer contacto directo con los receptores de la exposición, afín de emplear el conocimiento teórico señalado en este caso concreto; asimismo, se entrelazaron ambas partes como elementos de la investigación científica, con el objetivo de mantener una solidez en los resultados de este trabajo. De esta forma se logró llegar a la terminación de la presente investigación.

Por otro lado es importante considerar que dentro del trabajo se abrieron nuevas aristas, que puede servir de ejes para futuras investigaciones, dado que esta investigación no pretendía analizar exhaustivamente cada variante que se abría con el desarrollo de la misma.

Comenzaré con los diferentes puntos que se analizaron a partir del estudio realizado, esto con el fin de presentar los soportes que dieron origen a la conclusión general de la presente investigación.

En un principio destaca el papel que jugó la publicidad en el desarrollo de la exposición temporal, ya que desde un inicio estuvo presente la difusión para dar a conocer la exhibición, cuestión que tuvo resultados en el espectador y se comprobó a través de las respuestas, las cuales reflejaban que las obras más recordadas, correspondían a las más promovidas por la publicidad, tales como La golconda, La firma en blanco y La violación.

Otra de las cuestiones que se observó con la influencia de los medios masivos, es la fetichización, entendida como una sobrevaloración que se le otorga a un objeto, en este caso el de las obras de arte que apreciaron los visitantes; este punto fue corroborado al observar las aglomeraciones que se generaban en el museo, localizadas en el lugar donde se encontraban las obras más anunciadas por la publicidad; pero también se ratifica, con la compra de las reproducciones de la exposición, -que fue un número representativo de la población encuestada-, ya que los productos consumidos contenían la imagen de las obras que eran mediatizadas por los anuncios.

Tal y como ya se mencionó, se comprobó que existe un poder ejercido de los medios de comunicación para la exposición estudiada, ya que ésta nos pudo constatar la manera en que se concibieron las obras de arte, como meras mercancías, por el hecho de haberles otorgado una carga valorativa previa al contacto del visitante con las pinturas en el museo.

De esta forma se percibe que los medios masivos, en específico la publicidad utilizada para esta exposición, tienen un papel fundamental para la industria cultural, ya que influyen desde lo que va a verse en el museo, lo que debe recordarse y finalmente lo que se consumirá monetariamente, incidiendo y condicionando el campo de la mirada, de la memoria y de lo económico. Así, se considera que los medios de comunicación expresan la presencia de la industria cultural.

Una de las consecuencias empujadas por la fetichización de las obras, es que la acción de observar un cuadro se vuelve pasivo, es decir, los visitantes que miran las obras de arte se dan a la tarea únicamente de apreciarlas, sin establecer un diálogo con ellas, y poder tener un análisis y reflexión sobre éstas. Este juicio se retoma a partir de la respuesta a la cuestión de qué obra les había llamado la atención y por qué, lo que contestó un número considerable de la población encuestada, fue que no recordaba ninguna obra y gran parte de las personas no respondió a la pregunta, además de destacar la categoría “No corresponde al tema” ya que también se mencionaban obras que no eran de la exposición ni del autor, denotando que el receptor no tiene un contacto cercano con los objetos artísticos, sino que tiene una barrera que interfiere

una comunicación entre el espectador y lo que está frente a él, es decir, que dada la fetichización que se maneja desde los medios publicitario puede estar provocando que el visitante tenga por sentado una forma de percibir las obras.

Además, si se considera que gran parte de la relación que tiene el visitante con las obras es la de apreciarlas, el museo de este estudio de caso, como espacio que se centra en establecer una comunicación entre el arte y los receptores, lejos de hacer esta función, se convierte más bien en un exhibidor de obras, cuyo ejercicio se reduce a poner a la vista los objetos que se determinaron desde un inicio con los *mass media*.

Otro de los elementos que ayudan a construir la conclusión general, es la importancia que adquiere la escolarización en una visita al museo, ya que se apreciaron diferencias a partir del grado escolar en el que se encuentran los espectadores, como el hecho de saber que acuden con mayor frecuencia aquellos que tienen un nivel educativo más elevado, esto constatado desde los datos recopilados, que muestran una mayor población con licenciatura, en contraste con los que se encuentran en un nivel básico, como la primaria o secundaria. Siendo así que la propia asistencia al museo presenta un filtro en el acceso, donde no acude una heterogeneidad de público, sino es más propenso a ir quien tiene un mayor nivel educativo, por el hecho de poseer mayores herramientas para la comprensión y conocimiento sobre lo que va a ver, que quienes no han tenido un bagaje que los oriente sobre lo presentado en el museo.

Sobre este punto, sería menester profundizar en investigaciones futuras, si el propio nivel educativo más avanzado que tiende a acudir más al museo, también presenta diferencias según sea su especialidad, es decir, saber si solamente asiste aquél que su materia es el arte, o si se extiende para todo tipo de áreas; esta propuesta se formula dado que en esta investigación no se profundizó en esta cuestión y se considera oportuno para conocer si el conocimiento al arte se encierra a un círculo en específico, -el artístico-, o bien, se abre únicamente para quienes van adquiriendo un mayor nivel escolar, independientemente de la rama que estudiaron.

Otra de las cuestiones a destacar en relación a la escolarización, es que se observa que quienes tienen un conocimiento extenso y previo sobre el tema de la exposición, en su mayoría son los que poseen un nivel superior, así se comprueba la diferencia que presenta una persona con un grado educativo mayor porque tiende a poseer una mejor comprensión y conocimiento sobre las obras y la temática que verá en el museo, en comparación con aquellos que no poseen esta característica; aunque se debe resaltar, por otro lado, que el arte al ser una materia que se desarrolla en las subjetividades personales, no necesariamente solicita de información previa para poder despertar algo en el espectador.

Pero otra cosa que se mostró fue que los que más contestaron haber aprendido algo con la exposición vista, fueron los que poseen un nivel de licenciatura o media superior, volviéndose a encontrar la preferencia que tiene alguien con un grado escolar mayor, que aquel que no lo ha obtenido.

Este punto acerca de la educación escolar, puede desencadenar una subsecuente investigación en el contexto educativo mexicano, ya que el programa escolar que actualmente rige, no tiene gran contenido en arte, lo cual se puede constatar al ver las materias que se tienen en la educación básica, mismo que puede tener consecuencias negativas en la visita al museo, como el hecho de que los visitantes no tengan fines definidos para su recorrido, así como un conocimiento que los acerque al tema que va a ser abordado en la exposición.

Si se aprecia que en la historia del arte en México, ha existido una producción de arte, una cantidad considerable de artistas y el surgimiento de movimientos culturales como el muralismo, es también preciso señalar que la educación artística ha sido relegada durante muchos años, lo cual origina que el círculo artístico en nuestro país sea cerrado y muchas veces consignado para aquellos que tienen los medios intelectuales, de relaciones y de educación.

En tercer lugar, se pudo constatar la distinción social generada en la exposición, entendiendo a ésta como la diferencia surgida entre quienes pueden poseer un

conocimiento sobre el arte, además de su adquisición tangible y aquellos que no la tienen.

En el caso abordado de la investigación, la distinción social se muestra con la influencia que puede ejercer el veredicto que emite un grupo social, como es el caso de los críticos de arte, o un gran número de personas que guardan contacto con los eventos artísticos, para que así, se decida a acudir a ver la exposición y por lo tanto se convierte en un suceso masivo.

En este trabajo, el elemento de la distinción social resalta la presencia de la industria cultural que se genera hacia la visita en el museo, visto desde la respuesta que señalaban los encuestados, uno de los principales motivos para acudir a la exposición era la recomendación que había recibido de otras personas, punto que nos hace entrever el papel importante que tiene la opinión social sobre el tema para que se decida acudir a verlo, y es un número representativo tanto en hombres como mujeres, los que afirmaron haber asistido por el hecho de haber tenido una recomendación sobre la presentación de las obras de René Magritte.

Finalmente, la parte que demuestra la industria cultural de una manera más tangible, es con la compra de los productos que se vendían dentro del Museo del Palacio de Bellas Artes, los cuales portaban una imagen difundida por la publicidad, tal como se había mencionado anteriormente; pero además un número considerable (31%) de la población encuestada había realizado alguna compra de la mercancía mostrada, a pesar de que en algunos casos se consideraba con precios excesivos.

En este apartado se considera la manera más cercana y directa de ver la presencia de la industria cultural ya que es la máxima expresión de lo que se puede llegar a hacer con el arte: transformar su esencia en una imagen que guarda un valor de cambio, comprendido como aquella valía que se tiene respecto a otras mercancías y la que se le infiere socialmente, y un valor de uso, medido por la utilidad que contiene este objeto. Asimismo se le confiere un valor extra que es el fetichismo de la mercancía, que le es otorgado para salir al mercado y atrapar al consumidor; esta última

característica genera en ocasiones un sentimiento de prestigio a sus propietarios, ya que no todos los visitantes tuvieron los recursos para poder comprar una mercancía de la exposición, generándose una vez más una distinción social a través del consumo de los artículos en venta; dejando ver su nivel y potencial económico que le permite llevar a cabo una adquisición física, en este caso de las reproducciones.

En contraparte con lo señalado anteriormente, se destacan también los aspectos positivos de la investigación estudiada, los cuales a pesar de su poca frecuencia, muestran otra faceta que el museo podría llegar a rescatar en algún otro momento para futuras exposiciones.

En primer lugar, hay que señalar que el desarrollo de la exposición fue completo por el hecho de mostrar todo tipo de obras sobre el pintor René Magritte, como cuadros y fotografías inéditas que el público no conocía y no sólo centrarse en las publicitadas; hecho que le confiere al museo un sentido de mediador para conocer las distintas facetas del autor y no únicamente lo reconocido, el surrealismo en gran parte, a pesar de que la sala principal exhibía sólo sobre esta corriente artística.

Por otro lado se debe puntualizar la importancia que le confirió el público al tema de René Magritte, debido al interés que despertaba, demostrando con esto que se trata de un artista, que como se había señalado en su biografía, rompe con esquemas y agita al receptor, llama su atención al no mostrarle obras que no le generan nada, sino que contrasta varios elementos de su obra, como la relación inexistente entre el título de su obra con la temática que está abordando, así como la ironía con la que trata las imágenes, jugando con elementos de la vida normal y sacándolos de su contexto cotidiano.

Otro punto a mencionar, es el de poder concebir que el museo llegó a establecer un acercamiento del arte con el público que no tenía un conocimiento previo sobre el tema, esto constatado en los casos que se afirmó haber aprendido algo específico de la exposición y que mencionaban no haber tenido un contacto anterior con las obras del pintor René Magritte; pero también para aquellos que poseían un panorama general

sobre las obras, la exposición constituyó un puente para tener una experiencia artística con las obras en vivo, hecho que no siempre tienen al alcance y puede dar otra forma de ver las obras y de comprenderlas.

Y finalmente, se debe afirmar que a pesar de que se considera a la escuela como aquel que construye desigualdades de conocimiento, para aquellos que no pueden asistir o no tienen un contenido basto en materia de arte, este espacio también fue uno de los motivos principales por los que se empujaba a asistir al museo, siendo así que la escuela es un medio que influencia al hábito de acudir a las exposiciones y reafirmar su aprendizaje, o bien, de conocer nuevas temáticas que son parte del desarrollo humano como lo es el arte.

Con estos puntos señalados, como conclusión central, se considera que la industria cultural permea en cierta medida en el desarrollo de la exposición temporal ya mencionada, debido a que existen distintos elementos que ayudaron a sustentar esta premisa, como son: la influencia con carácter fetichista que ejercen los medios masivos hacia los espectadores, el papel pasivo que ejecutan los receptores al ver las obras presentadas, la compra de las reproducciones exhibidas en la exposición y, por otro lado también destaca el carácter desigual que tiene el museo, ya que lejos de democratizar para todos el arte, sólo recalca las diferencias existentes desde la educación, la parte económica, mismo que incide en lo social, creando así un *status* de los que tienen la capacidad de acceder al arte, ante aquellos que no la tienen.

Pero también tuvo aspectos que no corresponden a un lógica mercantilista, hecho que puede ser rescatado desde el enfoque que el visitante le da a su recorrido por los pasillos del museo, como sucedió con los casos en que se acudió bajo su propio interés, resaltando que no sólo los medios masivos son el único motivo para acudir a la exposición; recordemos que el receptor es a quien va dirigida toda la exposición y por lo tanto tiene la facultad de demandar una nueva dinámica que tenga fines para la sociedad, más que para la ganancia; ya que vemos que la cultura puede darse en diferentes ámbitos, como lo es el museo, pero su característica esencial es que se construye por y para la sociedad.

Si al contrario, la visita al museo se maneja únicamente con intereses económicos y se relega la práctica a una contemplación pasiva por parte de los receptores, se habla de una industria cultural que maneja obras con una lógica mercantilista, restándole su valor simbólico que todo espectador puede descifrar a través de códigos que le confieren socialmente.

Vemos de esta manera que el museo ha tenido un manejo mercantilista en su práctica, pero su objetivo de ser democratizador del arte, depende del enfoque con que se maneje, es por ello importante recordar que su propia creación se sustentó en la declaración del libre acceso a las obras artísticas, ya que se consideraban un bien común, que debía ser conocido por todos, principio que no debe ser olvidado en la actualidad.

Así puede concluirse, que para generar un acercamiento del hombre con el arte y a su vez con la cultura, es necesario que el mismo sujeto tome la decisión de participar en dichos ámbitos permee en un espacio como lo es la cultura, dado que es uno de los pilares que nos constituye como seres humanos.

## Fuentes Consultadas:

### Bibliografía:

- ACHA, Juan, **Teoría del dibujo. Su sociología y su estética**, ediciones Coyoacán-Fonca, México, 1999.
- , **El consumo artístico y sus efectos**, Ed. Trillas, México, 1988.
- , **El arte y su distribución**, Ed. UNAM, México, 1984.
- ADORNO, Theodorn, **Teoría estética**. Ed. Taurus, Madrid, 1992.
- AMADOR BECH, Julio, **El significado de la obra de arte: conceptos básicos para la interpretación de las artes visuales**, Ed. UNAM, México, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt, **La cultura como Praxis**, Ed. Paidós, Barcelona, 1997.
- BELCHER, Michael, **Organización y diseño de exposiciones. Su relación con el museo**, Ed. Trea, España, 1994.
- BOURDIEU, Pierre, **La distinción**, Ed. Taurus, México, 2002.
- y DARBEL, Alain, **El amor al arte. Los museos europeos y su público**, Ed. Paidós, España, 2003.
- COSTA, Xavier, **Sociología del Conocimiento y de la Cultura. Tradiciones en la teoría social**, Ed. Tirant lo Blanch, España, 2005.
- DE PAZ, Alfredo, **La crítica social del arte**, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1979.
- DEWEY, John, **El arte como experiencia**, Ed. Paidós, Barcelona, 2008.
- GARCÍA BLANCO, Ángela, **La exposición un medio de comunicación**, Akal Ediciones, España, 1999.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, **El consumo cultural en México**, Ed. CONACULTA, México, 1993.
- GIMÉNEZ MONTIEL, Gilberto, **Teoría y análisis de la cultura**, Ed. CONACULTA, México, 2005.
- HORKHEIMER, Max y ADORNO, Theodor, **Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos**, Ed. Trotta, Madrid, 2006.
- KOTLER, Neil y Kotler, Philip, **Estrategias y marketing de museos**, Ed. Ariel, Barcelona, 2001.
- LEÓN, Aurora, **El museo**, Ed. Cátedra, Madrid, 1978.

LÓPEZ, Matilde, **Interpretación social del arte: Sociología del arte**, Ed. Ministerio de Educación de San Salvador, San Salvador, 1965.

MARCUSE, Herbert, **Ensayos sobre política y cultura**, Ed. Ariel, Barcelona, 1969.

MARX, Karl, **Contribución a la Crítica de la Economía Política**, Ed. Siglo XXI, México, 2000.

-----, **El capital**, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1980, 1er tomo.

MERIUS, Jacques, **Magritte**, Ed. Taschen. Alemania, 1997.

PARSONS, Michael, **Cómo entendemos el arte: una perspectiva cognitivo-evolutiva de la experiencia estética**, Ed. Paidós, México, 2002.

READ, Herbert, **Las raíces del arte**, Ed. Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1971.

TROTSKY, León, **Sobre arte y cultura**, Ed. Alianza Editorial, Madrid, 1973.

WARLEY, Jorge, **La cultura. Versiones y definiciones**, Ed. Biblos, Argentina, 2003.

WATSON, Sheila, **Museum and their communities**, Ed. Routledge, London, 2007.

WILLIAMS, Raymond. **Sociología de la Cultura**. Ed. Paidós, Barcelona, 1994.

-----, **Cultura. Sociología de la Comunicación y del Arte**, Ed. Paidós, Barcelona, 1981.

UNESCO-CERLAC, **Cultura, Comercio y Globalización**, Ediciones UNESCO-CERLAC, España, 2000.

Conferencia General de la UNESCO, 1999, 30ª sesión.

ZUBIAUR, Francisco Javier, **Curso de museología**, Ed. Trea, España, 2004.

#### Cybergrafía:

ACHA, Juan, **Las ciencias y las artes**, <http://www.posgrado.unam.mx/servicios/productos/omnia/anteriores/19/02.pdf>, 30 de noviembre de 2010. 19:57.

ARIEL CASSINO, Pablo, "Museos e Industrias Culturales" en **Revista Digital Nueva Museología**, disponible en [http://www.nuevamuseologia.com.ar/museos\\_e\\_industrias\\_culturales.htm](http://www.nuevamuseologia.com.ar/museos_e_industrias_culturales.htm), consultado el 9 de septiembre de 2010 19:41.

BLANCO ESQUIVIAS, Beatriz, "Las exposiciones temporales: pasado, presente y futuro."  
Disponible en [http://ge-iic.com/files/Exposiciones/La\\_Exposicion\\_Temporal.pdf](http://ge-iic.com/files/Exposiciones/La_Exposicion_Temporal.pdf),  
consultado el 08 de octubre de 2010, 19:29 hrs.

## **Anexo 1**

### Lista de obras reproducidas del pintor René Magritte

El cumpleaños (L'anniversaire), 1959, Óleo sobre lienzo 89.1 x 116.2 cm, disponible en [http://locusliterario.com/forodos/gallery/72\\_24\\_01\\_11\\_9\\_23\\_49.jpeg](http://locusliterario.com/forodos/gallery/72_24_01_11_9_23_49.jpeg), consultado el 10 de abril de 2011, 23:53 hrs.

Esto no es una pipa (Ceci n'est pas un pipe), 1929, Óleo sobre lienzo 60 x 80 cm, disponible en [vian-ordenarlabiblioteca.blogspot.com](http://vian-ordenarlabiblioteca.blogspot.com), consultado el 10 de abril de 2011, 15:01 hrs.

La gran guerra (La grande guerre), 1964, Óleo sobre lienzo 81 x 60 cm, disponible en [www.epdip.com/cuadro.php?id=1135](http://www.epdip.com/cuadro.php?id=1135), consultado el 17 de abril de 2011, 23:24 hrs.

Recuerdo de un viaje, 1955, óleo sobre tela 163 x 130 cm, disponible en [www.epdip.com](http://www.epdip.com), consultado el 17 de abril de 2011, 23:55 hrs.

La tumba de los luchadores (Le tombeau des lutteurs), 1960, óleo sobre lienzo 89x 116, disponible en <http://www.passion-estampes.com/deco/magritte-tombeau-lutteurs-es.html>, consultado el 17 de abril de 2011, 23:05 hrs.

El terapeuta (Le Therapeute), 1937, óleo sobre tela 92x 67 cm, disponible en [lacomunidad.elpais.com](http://lacomunidad.elpais.com), consultado el 18 de abril de 2011, 00:05 hrs.

El abismo plateado, 1926, Óleo sobre tela, 75 x 65 cm, disponible en [locusliterario.com](http://locusliterario.com), consultado el 25 de abril de 2011, 16:45 hrs.

El castillo en los pirineos, 1959, Óleo sobre lienzo. 200 x 140,5 cm, disponible en <http://www.passion-estampes.com/deco/magrittechateau-es.html>, consultado el 18 de abril de 2011, 00:18 hrs.

La condición humana (La condition humaine), 1933, óleo sobre tela 92x 67 cm, disponible en [www.tinta-china.net/jmalgaba.htm](http://www.tinta-china.net/jmalgaba.htm), consultado el 17 de abril de 2011, 23:45 hrs.

Mujer botella, 1953, Óleo sobre botella de vidrio 11.7/8 x 2 in. (30.2 x 7 cm.), disponible en [suite101.net](http://suite101.net), consultado el 17 de abril de 2011, 23:05 hrs.

El hada ignorante (La fée ignorante), 1957, Óleo sobre lienzo. 50 x 65 cm, disponible en [1.bp.blogspot.com/\\_RsHpPWN1-aM/SKG7tbPs0gl/AA...](http://1.bp.blogspot.com/_RsHpPWN1-aM/SKG7tbPs0gl/AA...), consultado el 17 de abril de 2011, 23:38 hrs.

La voz de sangre (La voix du sang), 1959, Óleo sobre lienzo 90 x 110 cm, disponible en [4.bp.blogspot.com/.../s1600/el+arbol.jpg](http://4.bp.blogspot.com/.../s1600/el+arbol.jpg), consultado el 24 de abril de 2011, 16:40 hrs.

La firma en blanco (Le blanc-seigne), 1965, Óleo sobre lienzo 81 x 64 cm, disponible en [http://www.laventanadejulia.com.ar/2009/06/hasta-mananaaa\\_07.html](http://www.laventanadejulia.com.ar/2009/06/hasta-mananaaa_07.html), consultado el 24 de abril de 2011, 16:48 hrs.

La violación (Le viol), 1934, Gouche sobre papel 18 x 15 cm, disponible en <http://aprendersociales.blogspot.com/2007/05/llevar-los-sueos-la-pintura.html>, consultado el 24 de abril de 2011, 17:00 hrs.

Imperio de las luces (Empire des lumières), 1954, óleo sobre tela 100 x 80 cm, disponible en [semioticaii.wordpress.com/page/3](http://semioticaii.wordpress.com/page/3), consultado el 10 de abril de 2011, 22:56hrs.

El hijo del hombre (Le fils de l'homme), 1964, Óleo sobre lienzo 116 x 89 cm, disponible en [mordidasderealidadytramosdehistoria.blogspot.com](http://mordidasderealidadytramosdehistoria.blogspot.com), consultado el 10 de abril de 2011, 22:46 hrs.

Los amantes II (Les amants II), 1928, Óleo sobre tela 59.2 x 77.2 cm, disponible en [grupomagmauniversal.blogspot.com/ 2010/08/el-beso](http://grupomagmauniversal.blogspot.com/2010/08/el-beso), consultado el 10 de abril de 2011, 23:57 hrs.

La golconda (Gloconde), 1953, óleo sobre tela 81 x 100 cm, disponible en [www.otrastardes.com](http://www.otrastardes.com), consultado el 10 de abril de 2011, 23:58 hrs.

## **Anexo 2**

### Encuesta

Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Centro de Estudios Sociológicos

“René Magritte en *souvenirs*. Un recorrido en el Museo del Palacio de Bellas Artes”

### **Encuesta de opinión**

Esta encuesta forma parte de una investigación, la cual tiene como finalidad conocer las principales prácticas e influencias para la asistencia de la exposición de “El mundo invisible de René Magritte”, la cual tiene lugar del 17 de marzo al 30 de junio del año 2010 en el Museo del Palacio de Bellas Artes en la Ciudad de México.

De esta forma se le invita a contestar cada una de las preguntas de la manera más precisa. Gracias por su colaboración.

#### I. Datos Generales

1. Sexo: \_\_\_\_\_ 2. Edad: \_\_\_\_\_  
3. Nivel de escolaridad ya concluido: \_\_\_\_\_

#### II. Forma de acceso a la exposición:

1. Gratuita: \_\_\_\_\_ 2. De pago: \_\_\_\_\_

#### III. Frecuencia de visitas a la exposición

1. ¿Es la primera vez que acude a esta exposición?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

- 1.2 Si la respuesta es negativa ¿en cuántas ocasiones ha venido ya? \_\_\_\_\_.

1.3 ¿Por qué? \_\_\_\_\_.

#### IV. Motivos para asistir a la exposición

1. ¿Qué le ha impulsado a venir hoy al museo?

Ha acudido por:

1.1 interés personal \_\_\_\_\_

1.2 Recomendación de otras

personas \_\_\_\_\_

1.3 Medios publicitarios (periódico, carteles, televisión, radio) \_\_\_\_\_

1.4 Por casualidad \_\_\_\_\_

1.5 Por la costumbre de visitar museos \_\_\_\_\_

1.6 Se lo pidieron en la escuela \_\_\_\_\_

1.7

Otras

razones

(especifique)

\_\_\_\_\_.

#### V. Interés particular de la exposición

1. ¿Ha venido a ver algo en particular en la exposición temporal?

1.1 Las obras \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_.

1.2 Los videos \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_.

1.3 Las fotografías del autor \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_.

1.4 La información \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_.

1.5 Nada particular \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_.

1.6 otros (especifique) \_\_\_\_\_.

¿Por qué? \_\_\_\_\_.

## VI. Atractivos de la exposición

1. ¿Qué fue lo que más atrajo su atención en relación a la exposición temporal? ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

2. ¿Recuerda alguna obra que le haya llamado más la atención de la exposición?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

3. ¿Qué obra era? \_\_\_\_\_.

4. ¿Por qué le llamó la atención? \_\_\_\_\_.

## VII. Conocimiento del tema de la exposición

1. ¿Tenía conocimiento acerca del tema de la exposición temporal?

1.1 Sí, mucho \_\_\_\_\_ 1.2 Sí, algo \_\_\_\_\_

1.3 Sí, un poco \_\_\_\_\_ 1.4 No conocía sobre el tema \_\_\_\_\_

2. ¿Considera que le ha quedado algún conocimiento después de haber visto la exposición?

2.1 Sí \_\_\_\_\_

2.1.1 ¿Qué cosas aprendió con esta exposición? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

2.2 No \_\_\_\_\_

2.2.1 ¿Por qué? \_\_\_\_\_.

## VIII. Compra de reproducciones de la exposición

1. ¿Compró algo en relación a la exposición?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

1.2 En caso afirmativo especificar.  
\_\_\_\_\_.

FECHA: \_\_\_\_\_