



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE POSGRADO EN HISTORIA DEL ARTE
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ESTÉTICAS
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES UNIDAD MORELIA

**EXPOSICIONES BLOCKBUSTERS EN MÉXICO (2000-2015): LA CONSTRUCCIÓN
DE UN CANON A PARTIR DE LO MASIVO. CASO DE ESTUDIO: "YAYOI KUSAMA.
OBSESIÓN INFINITA" EN EL MUSEO TAMAYO**

ENSAYO ACADÉMICO
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE
MAESTRO EN HISTORIA DEL ARTE

PRESENTA:
LUIS MANUEL GUERRERO BARBOSA

TUTOR PRINCIPAL:
DR. DANIEL ENRIQUE MONTERO FAYAD
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ESTÉTICAS

TUTORES:
DRA. ANA GARDUÑO ORTEGA
CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN, DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN DE
ARTES PLÁSTICAS

DR. CRISTIAN LÓPEZ RAVENTÓS
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES UNIDAD MORELIA

CIUDAD DE MÉXICO, MARZO, 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Dedicado a Rebeca, Kaleb, Lesslie e Iván.

Las mejores personas que pude conocer a lo largo de este proceso académico y personal.

ÍNDICE

Introducción.....	1
Capítulo 1. Conectando los puntos: un acercamiento a los elementos formales y discursivos del caso de estudio.....	8
Capítulo 2. Apocalípticos y obliterados: recepción de la muestra de Kusama y posturas en torno al concepto de exposición <i>blockbuster</i>.....	18
Capítulo 3. “Todos lo hacían, yo solo quería ser popular”: análisis comparativo entre <i>Yayoi Kusama. Obsesión Infinita</i> y otras exposiciones <i>blockbusters</i> en México.....	35
Capítulo 4. El poder de la mirada y la mirada del poder: reflexiones sobre las formas de ver y las individualidades gestadas tanto en el entorno digital como en el museo.....	53
Conclusiones.....	74
Referencias bibliográficas.....	80
Índice de imágenes.....	88
Agradecimientos.....	91

¿De dónde habrán salido tantos amantes del arte contemporáneo? #KusamaenelTamayo #Kusama

@rcghistorias, 19 de enero de 2015.

Introducción

En este ensayo planteo una revisión de la exposición *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita*, que se presentó en el Museo Tamayo entre 2014 y 2015 y que fue la primera muestra retrospectiva dedicada a la artista japonesa en México.

Para perfilar el desarrollo de esta investigación, me centraré en dos aspectos: las circunstancias locales e institucionales que permitieron la realización de esta exposición en el país y el impacto que tuvieron las redes sociales en la conformación y acercamiento del público a la muestra.

Por el lado de los aspectos institucionales en México, se destacará el enfoque con el que fue concebido el Museo Tamayo —un espacio dedicado a difundir las producciones artísticas internacionales entre el público mexicano— y la circunstancia en la que llega la muestra de Kusama al recinto, tras un periodo de expansión de sus instalaciones. De tal forma que, con esta exposición, el museo mostró tanto su capacidad de alojar exposiciones con ambiciones espaciales de mayor escala como la consolidación de su misión, en el contexto mexicano, respecto a la producción artística contemporánea.

En cuanto a la incidencia de las redes sociales en el caso de estudio, es importante mencionar que éstas jugaron un papel crucial en la afluencia masiva que reportó la exposición: podría pensarse que el rol de los medios de comunicación solo se circunscribió a la difusión de un mensaje, pero la necesidad de destacar este aspecto en el ensayo viene de un entendimiento de las redes sociales no solo como meros canales masivos y neutrales, sino como espacios de producción de ideas, formas de ver y relacionarse con el objeto observado. En suma, espacios que funcionan también como instituciones en la medida en que construyen y reordenan dinámicas de socialización.

Con estas consideraciones preliminares, se puede establecer la pregunta que articula al planteamiento del problema: ¿A qué se le puede atribuir el impacto que tuvo la muestra de Kusama en el Museo Tamayo, si se toma en cuenta que el fenómeno masivo y la relevancia de las exposiciones se definen por factores que, en ocasiones, exceden los debates en torno al arte y sus marcos teóricos?

La hipótesis que guía esta investigación es que el impacto de una exposición de alcance masivo es una negociación que se da entre la atención mediática que genera un artista, las herramientas de comunicación de las que se dispone, la misión y la visión de las instituciones que acogen la muestra y el público que convoca bajo estas condiciones. Todos estos factores tienen que estar alineados para que, en términos de asistencia, la exposición sea efectiva.

Sobre esta línea, conceptos como “exposición *blockbuster*” —con cierta tradición en la historia de las exposiciones del siglo XX— son pertinentes, en la medida en que engloban las particularidades mediáticas, culturales e institucionales del contexto en el que se inserta una muestra como la que me ocupa. Sin embargo, en este caso de estudio la incursión de lo masivo, a partir de la comunicación digital, presentó diferencias significativas: en particular, planteó nuevas sensibilidades y formas de relacionarse con el arte, así como una aproximación alterna hacia las exposiciones que no había sido vista hasta ese momento.

Para poner en contexto al lector e introducirlo en la discusión gestada en este ensayo, defino “exposición *blockbuster*” como un concepto mediáticamente construido con el que se identifica a una muestra dirigida a un público numeroso; a espectadores que no suelen estar contemplados en las exhibiciones convencionales, concebidas para el individuo familiarizado con ciertos discursos de la historia del arte.

Ante todo, un *blockbuster* es una estrategia de expansión, y revisar el desarrollo que este concepto ha tenido en la industria cinematográfica —de donde más tarde se retomaría para el contexto de las exposiciones— nos permite entender por qué fue apropiada para designar a un tipo de producción cultural dirigida a un público masivo, cuyo impacto se tradujera en un gran número de boletos o entradas vendidas.

Sobra decir que palabras como “estrategia”, “expansión” e “impacto”, usadas para describir a los *blockbusters*, cargan consigo una fuerte implicación bélica, y esto no es accidental: *blockbuster* fue una palabra recurrente en los reportes de prensa donde se mencionaba a un tipo de bomba utilizada por la Real Fuerza Aérea de Gran Bretaña en la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), con la capacidad de destruir (de ahí el sufijo *-buster*) toda una manzana¹ (*block*) o un edificio de grandes dimensiones.² En ese sentido, con *blockbuster* me refiero a un elemento clave en un plan de conquista: así como en el campo militar, en el cine se requiere de un dispositivo con la capacidad de impactar el mayor terreno posible (en este caso, la taquilla) para dominar el mercado. De esta forma explico sintéticamente el por qué la industria del cine adopta esta etiqueta, incluso usando este concepto en sus carteles publicitarios.³

¹ Es decir, un espacio urbano —edificado o pensado para construir— usualmente de forma cuadrangular, delimitado por calles en todos sus lados.

² “We refer to something as a blockbuster and expect that others will understand what we mean. That the term immediately conjures an image of a particular kind of movie is curious, given its actual definitional slipperiness and lineage. Blockbuster originated in World War II as a way newspaper reporters described the new, large, four-thousand-pound bombs dropped by Allied forces on enemy cities. Beyond the catchy ring of the term’s alliteration, it is surprising that a colloquialism for an instrument of destruction has come to be a lasting designation for an expensive and lucrative cultural commodity, whether for stage, screen, print, or broadcast markets. But like those massive explosive devices, blockbuster movies allude to tonnage—that is, outsized production budgets, laborate promotional campaigns, and significant box-office results.”

Charles R. Acland, “Senses of Success and the Rise of the Blockbuster”, *Film History*, 2013, 11-12.

³ El cartel de la película *Bombardier*, de 1943, es uno de los primeros ejemplos de esta práctica.

Pero en el campo del arte existen ciertos matices que vale la pena considerar, especialmente porque al hablar de una exposición *blockbuster* se conjuntan dos perspectivas de la cultura que, al menos durante el siglo XX, se han percibido como antagónicas: la llamada “alta cultura” y la “cultura de masas.” Aunque esta será una discusión que se abordará a profundidad más adelante —de la mano del caso de estudio y los debates que se han gestado en torno a la condición *blockbuster* de las exposiciones—, quiero enfatizar la dicotomía entre la que se mueve, pues lo que las vuelve un *blockbuster* no son solo los números reportados en taquilla: esa es solo la consecuencia obvia. Lo que se encuentra en el núcleo de este concepto es toda la planeación, la forma de representar al artista en el espacio expositivo y el discurso con el que el museo argumenta su interés por presentar a un artista con gran peso mediático.

Delimitado lo anterior, a continuación presentaré la estructura argumental de este ensayo, que se articula a partir de cuatro capítulos:

- En el primer capítulo abordaré el caso de estudio de manera directa y tomaré en consideración las cualidades formales de la exposición, así como su inserción en la dinámica social del contexto mexicano —mediado por la comunicación digital a través de redes sociales que se popularizó casi a la par de la presentación de esta muestra—.
- En el segundo capítulo examinaré la itinerancia de esta exposición por distintos museos de Latinoamérica hasta su llegada a México; las negociaciones institucionales que permitieron su exhibición en el Museo Tamayo; y las discusiones que generó su gran cuota de asistencia, teniendo presentes las críticas que se escribieron sobre ella. Lo anterior dará un panorama de cómo esta muestra se vincula históricamente con la categoría de exposición *blockbuster*.

- En el tercer capítulo realizaré un análisis comparativo entre el objeto de estudio principal y otras exposiciones con características similares. Para ello, tomaré en consideración casos que datan desde la década de 1970 hasta 2011, mismos que dialogan con el concepto de exposición *blockbuster*. En específico, las exhibiciones que servirán como contraste son *Frida Kahlo 1907-2007: Homenaje Nacional* (2007) y *Ron Mueck / Hiperrealismo de alto impacto* (2011). Con este marco comparativo podré clarificar qué es lo particular del caso de la exposición de Kusama, al mismo tiempo que brindará un panorama del devenir que han tenido estas exposiciones en México: a qué intereses respondieron, cómo se relacionaron con las circunstancias mediáticas de su época y qué construyeron en términos de público.
- Una vez identificadas las cualidades de *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita*, en el cuarto capítulo emprenderé una revisión del tipo de subjetividades y sensibilidades configuradas en torno a la exposición, a partir de los modos de ver que posibilitan las redes sociales y los museos en tanto dispositivos capaces de reproducir y amplificar una perspectiva ideológica particular. En este último punto, analizaré el fenómeno de la *selfie* —el cual acompañó en gran medida al interés masivo por la muestra de Kusama— y su poder como dinámica de socialización a gran escala, al mismo tiempo que reflexionaré en su utilidad en la instauración de una mirada hegemónica.

Quisiera cerrar esta introducción con una aclaración sobre el título de este ensayo y el marco temporal que se delimita en él. Si bien mencioné que en el capítulo 3 se tendrán en cuenta exposiciones anteriores a la década de los 2000 —debido a que son claves para entender ciertas pautas en México, en relación con el problema de las exposiciones *blockbusters*—, me ha parecido importante centrarme en las muestras realizadas de 2000 a 2015 porque cada una revela cambios sustanciales en su planteamiento y discursividad. Lo anterior se vuelve interesante al considerar

que los años que separan a cada una de esas muestras son pocos: la exposición de Kahlo ocurrió en 2007, la de Mueck en 2011 y la de Kusama en 2014.

Cada una de las exposiciones citadas en este ensayo contribuyó en mayor o menor medida a la construcción de nuestro caso de estudio, pero es evidente que en quince años ocurrieron cambios súbitos, si los comparamos con el comportamiento que las muestras calificadas como *blockbusters* tuvieron antes del 2000, por lo que considero importante revisar ese periodo para identificar sus circunstancias y generar una idea más precisa sobre cómo incursiona la exposición de Kusama en el contexto mexicano.

Capítulo 1

Conectando los puntos: un acercamiento a los elementos formales y discursivos del caso de estudio

I

La exposición *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita*, curada por Frances Morris y Philip Larratt-Smith, se presentó por primera vez en el MALBA de Argentina en 2013. Tiempo después circuló por algunos países de América Latina, específicamente Brasil (2014), México (2014-2015) y Chile (2015). En términos generales, la muestra estuvo compuesta por poco más de 100 piezas que abarcaron 64 años de la trayectoria de Yayoi Kusama (nacida en 1929), entre las que se incluyeron pinturas, dibujos en papel, esculturas, videos e instalaciones. La curaduría trató de incluir los momentos clave en la producción de la artista y la diversidad de técnicas con las que ha trabajado. Su llegada al Museo Tamayo se dio sin diferencias significativas a nivel curatorial, en lo que respecta a las ediciones mostradas en Argentina o Brasil, excepto por las respectivas adaptaciones museográficas que se hicieron cuando se presentó en el recinto mexicano.

Antes de considerar las implicaciones institucionales o históricas de esta exposición, es pertinente tener en cuenta que la naturaleza del objeto de estudio demanda una tarea básica: revisar de manera crítica las condiciones elementales de la muestra, o en palabras más simples, qué es lo que el público vio en esta exposición; qué objetos artísticos, formas de presentación de las obras y dinámicas mediales configuraron su experiencia.

A través del análisis del contenido audiovisual que se generó a partir de la muestra, en plataformas digitales como YouTube, Twitter, Instagram o Facebook, es posible notar que la disposición de las obras en las salas del museo atiende a dos lógicas distintas:



Imagen 1. Detalle de montaje de la exposición *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* en el Museo Tamayo, 2014.

- En la primera disposición se observa que las piezas de Kusama realizadas en técnicas tradicionales —como la pintura, o los archivos y las fotografías referentes a su carrera— fueron expuestas de una manera más cercana a los estándares museográficos de inicios del siglo XX, en los que destaca su montaje a cierta altura sobre muros blancos (imágenes 1 y 2). En lo que respecta a las piezas de carácter escultórico u objetual, se advierte la presencia de plataformas o pedestales que marcan un límite de interacción entre el espectador y la obra (imagen 3). Evidentemente, esta forma de disponer los objetos artísticos apela a una relación distante entre el espectador y la obra de arte, en la que su única vinculación posible es la contemplación pasiva.



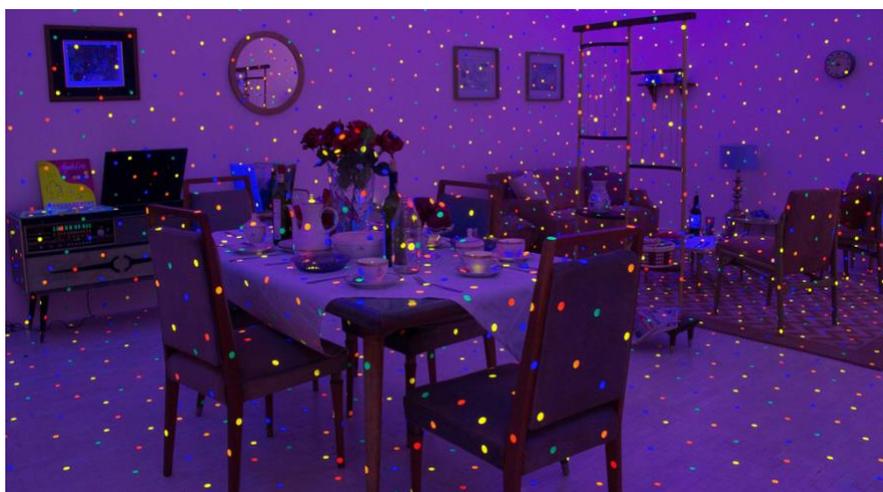
Imagen 2. Detalle de la exposición *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* en el Museo Tamayo, 2014.



Imagen 3. Detalle de montaje de la exposición *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* en el Museo Tamayo, 2014.

- En la segunda disposición, es notorio que instalaciones como *I'm Here, But Nothing* (imagen 4), *The Obliteration Room* (imágenes 5 y 6) o las populares *Infinity Mirrored Room – Filled with the Brilliance of Life* (imagen 7) e *Infinity Mirror Room – Phalli's Field* (imágenes 9 y 10), plantean una relación diferente ya que, en comparación con el distanciamiento implícito en las piezas de corte “más tradicional” que describí en el punto anterior, dependen en gran medida de la interacción con los asistentes para que se cumpla su propósito expositivo y creativo. La experiencia dentro de los *Rooms*⁴ no estaría completa sin el juego de reflejos que propicia la incursión de un individuo en ese espacio y los movimientos que se pueden hacer ahí —que repercuten en el tipo de imagen que verá adentro—; o sin la posibilidad que tenía el espectador de incidir en la forma final de *The Obliteration Room*, usando la planilla de calcomanías que entregaba el museo a cada visitante.

Imagen 4.
Yayoi Kusama
I'm Here, But Nothing
(2000-2015) en el
Museo Tamayo, 2014.



⁴ En lo subsecuente me referiré de manera genérica a los proyectos de Kusama que se valen de un cuarto de espejos, o de una interacción directa con el público, simplemente como *Rooms*. Esto lo hago por una razón meramente práctica: Kusama ha realizado instalaciones con elementos formales y visuales sumamente parecidos, pero con nombres variados. Si es necesario referirme a una pieza en particular por una razón argumental, incorporaré el título completo. Decidí emplear esta denominación porque noté que autoras como Tess Takahashi, al estudiar esta parte de la obra de Kusama, también la han usado, debido a que escribir el nombre de cada pieza resultaría confuso en la redacción de las ideas, tomando en cuenta que lo importante es hablar de la relación obra-espectador que se crea y no de todas y cada una de las instalaciones.



Imagen 5. Yayoi Kusama, *The Obliteration Room*. (2002-2015) en el Museo Tamayo, 2014.



Imagen 6. Detalle de la instalación *The Obliteration Room* en el Museo Tamayo, 2014.

También subrayo las estrategias expositivas que coexisten en la muestra de Kusama porque eso abre una brecha para reflexionar en la doble experiencia que engendró el museo:

- Por un lado, se vislumbra la expectativa de mostrar a Kusama como un personaje relevante y consolidado en la historia del arte, cuya producción —o una parte específica de su obra— se aprecia expositivamente de una forma muy similar a la de otros artistas de renombre.
- Y desde otro enfoque, muestra que el trabajo de Kusama puede ser afín a los grandes públicos dispuestos a interactuar de nuevas maneras con la obra de arte: una postura que, si bien se contempla desde los primeros proyectos de la artista en la década de 1960, en 2014 cobró un matiz distinto por las dinámicas de socialización digital que emergieron.



Imagen 7. Espectadora dentro de *Infinity Mirrored Room – Filled with the Brilliance of Life*, de Yayoi Kusama, en el Museo Tamayo, 2014.

II

Con miras a un entendimiento cabal de la importancia que tuvo esta revolución digital en el contexto de la exposición, es necesario volver a la pregunta lanzada al inicio de este capítulo: ¿Qué es lo que el público vio en la exposición de México? Y para responderla se tiene que considerar el doble sentido que esconde esta incógnita: no solo me interesa saber qué es lo que objetualmente se mostró en la exposición, sino qué es lo que el público valoró como interesante en la obra de Kusama, si se toma en cuenta que esta era la primera vez que la artista japonesa exponía en un museo mexicano y, por ende, su trabajo no era muy conocido entre el público local.

Con el propósito de esbozar una aproximación, es útil revisar la producción visual que los asistentes hicieron y difundieron a través de sus redes sociales. Una búsqueda del *hashtag* #KusamaEnElTamayo, en Facebook, Twitter o Instagram, nos arroja una gran cantidad de imágenes referentes a la exposición en las que destacan las instalaciones de Kusama, especialmente los *Rooms* por encima de cualquier otra obra en la muestra. Aunque el volumen de este registro devela pautas con las que se evidencia dónde se localizó el interés del público, no responde por completo la pregunta.

Para comprender la obsesión que desató la obra de Kusama en las redes sociales es pertinente remitirnos a los análisis de la investigadora Tess Takahashi sobre los *Rooms*, presentados tanto en la exposición de la artista en México como en las que se han organizado en museos de otras partes del mundo, y que muestran que el interés masivo por ellas no es un asunto endémico del caso mexicano.⁵

⁵ Salvo por las evidentes diferencias contextuales y geográficas, es posible sostener que la experiencia que generó la muestra de Kusama fue similar, tanto en México como en otros países de Latinoamérica. El comportamiento del público, la afección por las *selfies*, la manera en la que museos como el MALBA o el Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) gestionaron el ingreso del público e inclusive el lenguaje que los medios utilizaron para reportar la recepción

Para Takahashi, el protagonismo que los *Rooms* de Kusama han tenido en el entorno digital no es casual: en muchos sentidos, el deseo del espectador por experimentar su individualidad en un espacio infinito que oblitera su propia imagen dentro del cuarto de espejos, lo orilla a tomarse una *selfie*, de tal forma que esta fotografía opera “como un talismán que aleja la desorientación provocada por el bombardeo de reflejos”⁶ y la posible disolución de su yo. Al mismo tiempo, la imagen resultante funciona como una expansión de su individualidad, reflejada más allá de la experiencia; “el acto de publicar esa *selfie* —dice Takahashi—, permite hablarle a un grupo de amigos, que entonces nos «reflejan de vuelta» a través de *likes*, comentarios favorables y reposteos”.⁷ Así, la estancia en la instalación posibilita un encuentro social no-presencial, pero que es igualmente significativo para la socialización del asistente dentro y fuera de las redes sociales.

Es interesante observar cómo las *selfies* generadas en los *Rooms* —señala Takahashi— sugieren un deseo dual y hasta cierto punto contradictorio: reforzar la individualidad de uno en

de la muestra —mencionando en el encabezado los récords de asistencia que se consiguieron— son evidencia de esa estandarización tras Kusama como fenómeno mediático. Las siguientes notas son ilustrativas de ese hecho:

Cleo Guimarães, “‘Obsessão infinita’ registra maior público do CCBB em cinco anos” (O Globo, 15 de enero de 2014.) Consultado el 21 de octubre de 2022. Disponible en línea: <https://oglobo.globo.com/cultura/obsessao-infinita-registra-maior-publico-do-ccbb-em-cinco-anos-11299204>

Alicia de Arteaga, “Kusama, éxito hasta el último día” (La Nación, 16 de septiembre de 2013.) Consultado el 21 de octubre de 2022. Disponible en línea: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/kusama-exito-hasta-el-ultimo-dia-nid1620197/>

Forbes Staff, “‘Obsesión infinita’ de Kusama recibió a 330 000 personas” (Forbes, 19 de enero de 2015.) Consultado el 21 de octubre de 2022. Disponible en línea: <https://www.forbes.com.mx/obsesion-infinita-de-kusama-recibio-a-330000-personas/>

⁶ “In Kusama’s *Rooms*, taking a selfie has been invoked as a talisman to ward off the disorientation provoked by their barrage of mirrored reflections”.

Tess Takahashi, “Compression, Exhilaration, Obliteration, Circulation: Yayoi Kusama’s Infinity Mirror Rooms and the Subject of Digital Magnitude”. *Afterimage*, Vol. 48, número 2, (junio de 2021), 100.

⁷ “In much the same way, the act of taking a selfie in one of Kusama’s *Rooms* can help organize one’s view from an idealized perspective. The act of posting that selfie allows it to speak to a host of “friends,” who then mirror us back to ourselves through their likes, favorable comments, and re-posts”.

Tess Takahashi, op. cit., 101.

toda su especialidad, al mismo tiempo que participa en un movimiento o tendencia más amplio. Resulta irónico que, al reafirmar su individualidad autorrepresentándose en el cuarto de espejos — al igual que otras tantas miles de personas lo han hecho—, el espectador se vuelve parte de un mosaico conformado por un sinnúmero de imágenes anónimas creadas bajo las mismas circunstancias.⁸ En resumen, se observa que la experiencia generada por este tipo de obras de Kusama está plenamente alineada con la dinámica digital.⁹

Ahora que he planteado de manera general las características del caso de estudio, cuento con las pautas necesarias para introducir un análisis más riguroso de las implicaciones institucionales de la exposición, del papel que jugó el Museo Tamayo en ese proceso —recinto dedicado a presentar la producción artística internacional al público mexicano— y cómo esa articulación de perspectivas perfila a *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* como un ejemplo viable para hablar de exposiciones *blockbusters*.

⁸ “Taking a selfie might allow us to remember that our selves are constituted as part of a community, that we have a place among our friends and those who also have occupied those rooms. But regardless of any one person’s intention or action, the selfies taken in the *Rooms* suggest a common dual desire: to both reinforce one’s individuality in all its specialness and to participate in a larger movement or trend”.

Tess Takahashi, op. cit., 102.

⁹ En el tercer capítulo de este ensayo ampliaré la reflexión en las implicaciones tras dicho cruce de experiencias, pero considero oportuno abordar dicha cuestión aquí para delimitar las particularidades del caso de estudio.

Capítulo 2

Apocalípticos y obliterados: recepción de la muestra de Kusama y posturas en torno al concepto de exposición *blockbuster*

I

Al margen de la cuota de asistencia que la exposición de Kusama logró en el MALBA, una pregunta que atraviesa a la itinerancia de esta muestra es por qué se buscó que llegara a más espacios en Latinoamérica, tomando en cuenta que esta es una geografía escasamente relacionada con la vida y obra de la artista.

De acuerdo con Larratt-Smith, esta serie de exposiciones atendió a un esfuerzo por ampliar el público de Kusama ya que —aunque su trabajo había sido objeto de retrospectivas en importantes museos de Estados Unidos, varios países de Europa y Japón¹⁰— en buena parte del continente americano su obra era poco conocida. “Ella [Yayoi Kusama] busca la validación. Y quería un nuevo público en Latinoamérica porque está en su mejor momento artístico. Su figura ha crecido en los últimos diez años”,¹¹ comentó el curador en una entrevista sobre este punto.

Pese a la buena recepción que *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* experimentó en Argentina y Brasil¹² y el reconocimiento internacional de la artista, cuando se empezó a hablar de la llegada

¹⁰ Basta recordar la exposición que el Center for International Contemporary Art (CICA) de Nueva York le dedicó en 1989; también se puede mencionar la muestra curada por Frances Morris para el museo Tate Modern en 2012; o su participación en el pabellón japonés de la 45.ª Bienal de Venecia en 1993.

¹¹ Alejandra Villasmil, “El Universo Obsesivo de Yayoi Kusama” (Artishock Revista, 7 de marzo de 2015). Consultado el 11 de septiembre de 2021. Disponible en línea: <https://artishockrevista.com/2015/03/07/universo-obsesivo-yayoi-kusama/>

¹² Alicia de Arteaga, “Kusama, éxito hasta el último día”, op. cit.

de la muestra a México y cuál era el recinto idóneo para albergarla, la decisión no fue un asunto ni sencillo ni obvio. De acuerdo con información oficial, la exposición —tras años de negociaciones— fue pensada para mostrarse originalmente en el Museo del Palacio de Bellas Artes (MPBA), pero terminó presentándose en el Museo Tamayo, el 26 de septiembre de 2014.¹³

Respecto a las cuestiones que intervinieron en este cambio de sede, la curadora Itzel Vargas Plata ha comentado que se debió, en parte, al final de su contrato con el MPBA¹⁴ por aquellos años, lo que deshizo el compromiso de exponer a Kusama en este lugar; además de que — institucionalmente— se consideró que Kusama “no era una artista para ese museo”¹⁵. Finalmente, la gestión de la muestra pasó a manos de Carmen Cuenca, directora del Museo Tamayo de 2011 hasta 2014, quien se encargó de darle seguimiento a las negociaciones con el Instituto Tomie Ohtake de Brasil, corresponsable de la llegada de Kusama a Latinoamérica.

Lo interesante de la negociación institucional que precedió a la exposición es que, cuando se menciona que Kusama no era una artista para el MPBA, implícitamente se aclara que sí existe un lugar para ella en México. Lo que vale la pena preguntarse es: ¿Qué características tiene ese lugar? ¿En qué sentido el Museo Tamayo fue la opción ideal para albergar dicha exposición?

Con el fin de responder estas preguntas, quisiera aclarar que el planteamiento no es que la red de museos del Estado mexicano contara con un museo exclusivo para exponer muestras dedicadas a un público masivo *in abstracto*, o que un espacio como el MPBA fuera un recinto ajeno a exposiciones de estas características. Basta recordar que la exposición *Frida Kahlo 1907-*

¹³ “Montar la exposición de Kusama, logro del INBA” (La Jornada, 20 de febrero de 2015). Consultado el 1 de enero de 2022. Disponible en línea: <https://www.jornada.com.mx/2015/02/20/cultura/a04n2cul>

¹⁴ “Magali Lara conversa con Itzel Vargas Plata”. Blog del proyecto *Tú de mí, yo de ti: Mujeres artistas en México*, publicado el 25 de abril de 2021. Consultado el 1 de enero de 2022. Consultado el 1 de enero de 2022. Disponible en línea: <https://mujeresartistasenred.blogspot.com/2021/04/itzel-vargas.html>

¹⁵ Magali Lara e Itzel Vargas Plata, *ibid.*

2007. *Homenaje Nacional*, mostrada en este museo durante 2007, convocó a más de 440 000 visitantes. Por otro lado, desde 1968, el MPBA “se ha encargado de construir la principal plataforma de acción y espacio de exhibición [en México] de artistas nacionales e internacionales, a través de sus exposiciones temporales”,¹⁶ de tal manera que la negativa a exponer a Kusama ahí no estuvo plenamente justificada, siendo ella una artista con una gran relevancia a nivel global.

Es probable que este cambio de sede para la exposición se debiera, por un lado, a la propia historia del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) y el estigma de “una mirada elitista” sobre el arte que le grabó su director fundador, Carlos Chávez, ajena a los fenómenos de masas;¹⁷ y por otro, a la misión del MPBA de construir, como explica la investigadora Ana Garduño, “una identidad nacional sostenida ya no sólo de arquetipos sino a través de revisar algunos paradigmas del pasado”.¹⁸ Bajo esta nueva línea, continúa Garduño:

[...] el MPBA recuperó la responsabilidad de presentar una visión panorámica del arte mexicano, desde los vestigios plásticos mesoamericanos hasta el arte manufacturado en la actualidad, además

¹⁶ Historia del MPBA. Sitio oficial. Consultado el 16 de octubre de 2022. Disponible en línea: <http://museopalaciodebellasartes.gob.mx/historia-mpba/>

¹⁷ En un artículo dedicado a la fundación del INBA, Ana Garduño comentó las consecuencias que tendría la asociación del INBA con un término como el de “alta cultura”:

“Por otra parte, un problema cardinal que el INBA ha arrastrado desde su establecimiento como un lastre es la clasificación de ‘alta cultura’ que le confirió Carlos Chávez. Aun cuando lo ubicó dentro del módulo ‘educación’, destacando su carácter de organización formativa, le colocó en una categoría que le restó sustancialidad, desde la perspectiva de la clase política. En aras de fijar un espacio de diferenciación para el emergente instituto, retomó ese antiguo concepto, que todavía estaba en uso en la cultura occidental”.

Ana Garduño Ortega, “«México está a medio hacer»: Carlos Chávez y la fundación del Instituto Nacional de Bellas Artes (1945-1947)”. *Nósis*, Vol. 31, Número 61, (enero-junio 2022), 272-273.

¹⁸ Ana Garduño Ortega, “Centralidad museal del Palacio de Bellas Artes, 1934-2014” en Coffey, Mary y Garduño, Ana, *El Museo Palacio de Bellas Artes*, (Ciudad de México, Instituto Nacional de Bellas Artes, 2014), 102.

de documentar movimientos y corrientes vanguardistas internacionales de cualquier periodo histórico, con énfasis en los lenguajes plásticos imperantes en Europa y Estados Unidos.¹⁹

Con lo anterior en consideración, se puede identificar la renuencia a alojar a Kusama en el MPBA: mientras que la fiebre colectiva que detonó la muestra de Kahlo estuvo alineada a la búsqueda del museo por poner en diálogo a la cultura mexicana con una gran narrativa histórica del arte occidental, la llegada de Kusama resultaría ajena a esos principios. Aunque la artista japonesa fuera una figura internacional a la altura del programa expositivo del MPBA, su popularidad mediática no era útil para la misión del espacio: como he mencionado, la producción de Kusama era poco conocida y escasamente afín al contexto mexicano, por lo que sería difícil justificar su presencia en un recinto dedicado a dialogar con la identidad nacional.

De vuelta a la pregunta sobre por qué el Tamayo resultó una mejor opción para exponer a Kusama, quisiera enunciar algunos elementos presentes en el perfil de la muestra: la forma en la que se dirige al espectador tiene un tono internacional y plenamente relacionado con los debates del arte contemporáneo, de tal forma que esta exposición no pretende dialogar con el contexto específico, pues su apuesta es dar a conocer, entre el público de México, la narrativa global en la que se inserta la obra de Kusama.

Esta perspectiva es algo con lo que, en gran medida, nació el Museo Tamayo y se ha conservado a través de los años: una intención que se reconoce en las palabras del propio Rufino Tamayo, quien buscó integrar al espectador en una discusión internacional a través de este recinto, bajo el deseo de “homenajear a México” con “un museo, un museo de arte contemporáneo

¹⁹ Ana Garduño Ortega, *ibid.*

universal, que parece necesarísimo porque ciudades de menos importancia que la nuestra tienen museos de este género”.²⁰

A propósito de la operación expositiva que se ha llevado a cabo en el Museo Tamayo desde sus inicios, considero importante mencionar la exhibición con la que se inauguró este recinto. La primera muestra temporal en el museo fue *Los Picassos de Picasso*, presentada entre 1982 y 1983, algo que evidenció un quiebre en la oferta cultural del país para ese momento, pues el público tuvo la oportunidad de ver por primera vez más de 160 obras del artista español, algo que se tradujo en una cuota de asistencia alta para la época.²¹

Desde una óptica interpretativa sobre las intenciones que alentaron la llegada de *Los Picassos...*, esta exposición se lee como la carta de presentación del Museo Tamayo, pues al mismo tiempo que apela a la aspiración internacional que Tamayo tenía en la mira, revela que el museo y su enfoque contemporáneo no se enfrascarían, como algunos críticos y funcionarios públicos señalaron,²² en una perspectiva elitista del arte, sino que jugaría un rol clave en la construcción de

²⁰ Elena Poniatowska, “Rufino Tamayo espera que le cumplan una promesa oficial” (Novedades, 4 de abril, 1976), 4. Citada por María Cristine Galindo Adler en “La creación del Museo Rufino Tamayo: La colección y su exhibición en los primeros años”. Tesina de licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras-Colegio de Estudios Latinoamericanos, UNAM, 13: cita 4.

²¹ “«Mientras más oferta se tiene, se amplía el tiempo que la gente pasa en los museos», dijo Carmen Cuenca, directora del museo al recordar que tal afluencia de visitantes solo se había registrado en *Los Picassos de Picasso*, y una muestra de Yoko Ono”.

“Ven 21 mil expo de Kusama en una semana” (Reforma, 2 de octubre de 2014). Consultado el 2 de enero de 2022.

Disponible en línea:

<https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=356345&md5=c9458610fe19d78aca4ec9d67f8ef67f&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>

²² “Los calificativos negativos también encontraban sostén en el carácter internacional de la colección que se proyectaba. Christine Frérot ha señalado que en ese tiempo la circulación de arte mexicano funcionaba bajo la dualidad arte nacional / arte internacional, donde el primero se consideraba como potencialmente accesible al público mayoritario, mientras el segundo correspondía a un grupo de iniciados. Así, para algunos de los involucrados en su promoción, el arte internacional equivalía a poco popular, sin interés social, individualista y de marcado elitismo. Y Tamayo, el artista que abrió la discusión infinita entre el nacionalismo y la internacionalización en el arte, el que había pretendido hacer un arte universal, era fácil de asociar a un museo muy separado del «pueblo»”.

María Cristine Galindo Adler, op. cit., 15.

un interés masivo —de parte de los espectadores en México— por el arte internacional. En este sentido, con *Los Picassos...*, el Museo Tamayo mostró su afinidad con la lógica de las muestras dirigidas hacia los grandes públicos, sin que esto impidiera equilibrar su oferta expositiva con muestras adscritas a un debate específico del campo del arte.

Retomo el caso de *Los Picassos...* porque con él se puede observar que la atención mediática en torno al Museo Tamayo no empezó con Kusama; es algo que, como mencioné, estuvo proyectado en el origen del espacio. Siguiendo esta misión inicial, la exposición de Kusama le permitió al museo mantener un lugar relevante dentro del circuito museístico dedicado al arte contemporáneo en la década de 2010, en un momento en que recintos como el Museo Universitario Arte Contemporáneo (MUAC) o el Museo Jumex disputarían su lugar dentro de la configuración del espectador y las narrativas artístico-históricas que surgieron en las últimas décadas.²³

Otro dato que puede ayudar a entender la llegada de Kusama al Museo Tamayo es el proceso de renovación y ampliación que experimentó de 2011 a 2012 y que se tenía contemplado desde su inauguración en 1981; asunto que se volvió a discutir en 1986, pues a tan solo cinco años

²³ Para ilustrar la situación y la crisis en la que se encontraban los museos oficiales referente al campo artístico contemporáneo, retomo estas palabras de Cuauhtémoc Medina sobre los antecedentes de la creación del MUAC:

“Hace cuatro años, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) decidió hacerse cargo de un territorio que inexplicablemente había sido descuidado: crear una serie de desplazamientos institucionales, curatoriales y de compromiso a largo plazo en torno al arte contemporáneo. Era evidente que la iniciativa se hacía cargo de la crisis que manifestó la administración cultural del gobierno anterior (en la etapa de Sari Bermúdez) que no percibió, en el creciente nivel de visibilidad de los artistas contemporáneos locales, la necesidad de replantear la operación institucional de los museos”.

José Luis Barrios, Guillermo Santamarina y Cuauhtémoc Medina, “La promesa del MUAC” (Revista de la Universidad, noviembre de 2008). Consultado el 3 de enero de 2022. Disponible en línea: <https://www.revistadelauniversidad.mx/articles/74650d11-2e81-41ac-aa7a-158f20cb6c9e/jose-luis-barrios-guillermo-santamarina-y-cuauhtemoc-medina-la-promesa-del-muac>

de haber sido inaugurado, el museo mostraba desperfectos debido a la rapidez con la que fue ejecutada la obra.²⁴

En 2009 y de manera conjunta, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), el INBA y la Fundación Olga y Rufino Tamayo (FORT) retomaron el proyecto de ampliación, colaborando en la creación de un fondo para solventar los gastos de tal plan. Dicho trabajo estuvo a cargo de Teodoro González de León —quien, junto con Abraham Zabludowsky, diseñó el Museo Tamayo— y se caracterizó por ser una intervención sin contrastes notables, pues las porciones espaciales añadidas fueron trabajadas de tal manera que emularan a lo originalmente construido, como si todo hubiera estado ahí desde el principio. Además de los aspectos estéticos y la corrección de las deficiencias, la ampliación significó una redefinición de las condiciones expositivas internas, puesto que sus galerías se ampliaron de 7 m de ancho × 4.5 m de alto a 14 × 14 metros, “para que se pueda hacer cualquier ‘diablura’ contemporánea”, comentó González de León en una entrevista.²⁵

De esta manera, la llegada de la exposición de Kusama al Museo Tamayo sería un recurso pertinente para mostrar las nuevas capacidades expositivas del museo, acopladas a su vocación de servir como una ventana hacia el campo del arte internacional para el espectador mexicano, al mismo tiempo que reveló cómo ese diálogo con las escenas gestadas fuera de México contemplaba a artistas que están circulando en las discusiones del arte contemporáneo y el campo cultural actual.

²⁴ “Los intentos de ampliación del Museo Tamayo iniciaron a los cinco años de su apertura. En entrevista para la revista CyT, el arquitecto Teodoro González de León afirmó que el edificio nació con deficiencias porque se construyó en menos de un año.”

Isaura González Gottdiener, “Nueva vida para el Tamayo” (Revista Construcción y Tecnología en Concreto del Instituto Mexicano del Cemento y del Concreto, Diciembre, 2012 - Volumen 2, número 9) 60-63; 61.

²⁵ “En la actualidad las necesidades del arte son otras. [...] ¿Cómo íbamos a saber hace 30 años que hoy, siete metros de ancho en las salas ya no iban a servir? Ahora se requieren espacios más grandes y sensibles”.

Teodoro González de León en entrevista con Isaura González Gottdiener, *ibid*, 62-63.

II

El impacto que *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* tuvo en el museo y en la articulación de públicos fue insólito por distintos motivos, mismos que se pueden englobar en tres puntos:

- Según información oficial, fue la primera vez que una exposición organizada por el Conaculta recibió a más de 320 000 visitantes.²⁶
- Desde el enfoque del público y periodístico, visibilizó un interés exacerbado por una artista adscrita a las discusiones del arte contemporáneo —en un momento en que este tipo de producciones artísticas no formaban parte de un interés masivo para el contexto mexicano—, mismo que quedó registrado en las imágenes de tiendas de campaña instaladas afuera del museo por espectadores,²⁷ a altas horas de la noche, con la esperanza de ser los primeros en conseguir un boleto de acceso.
- La exposición supuso un reto logístico para el museo, tanto por la gestión del acceso al recinto como por lo que detonó en términos de comunicación. De acuerdo con declaraciones de Sofía Provencio —en ese momento jefa de comunicación del Museo Tamayo—, “la página web recibía entre 15 y 18 mil visitas al mes y que hoy son alrededor de 200 mil usuarios (no únicos);

²⁶ “Yayoi Kusama. Obsesión infinita logra 320 mil entradas en el Museo Tamayo” (Gobierno de México, 19 de enero de 2015). Consultado el 8 de enero de 2022. Disponible en línea: <https://www.gob.mx/cultura/prensa/yayoi-kusama-obsesion-infinita-logra-320-mil-entradas-en-el-museo-tamayo>

²⁷ “Algunas personas se quedaron a dormir en casas de campaña y otras se formaron desde las cinco de la mañana, aunque los boletos se repartieron a partir desde las 9:00 y hasta las 10:30 horas. Cientos de personas se quedaron sin boleto debido a que la fila se extendió varias calles”.

“Los números récord de la exposición de Yayoi Kusama” (Expansión, 15 de enero de 2015). Consultado el 29 de diciembre de 2021. Disponible en línea: <https://expansion.mx/lifestyle/2015/01/15/los-numeros-record-de-la-expo-de-yayoi-kusama>

los twits [sic.] se han multiplicado y el personal tiene que responder a las preguntas y comentarios que permanentemente les envían”.²⁸

Todo lo revisado hasta aquí es información suficiente para establecer un hilo argumental sobre por qué esta muestra puede considerarse como una exposición *blockbuster*, tomando en cuenta la recepción favorable que logró en la taquilla y una consideración histórica sobre cómo la convocatoria de miles de asistentes ha gestado una especie de arquetipo *blockbuster*.²⁹ Pero dicha problemática no se puede explicar solamente desde la numeralia o el crecimiento de las redes sociales de una institución y que, a su vez, no perfila una relación directa con otras exposiciones calificadas como *blockbusters*.

Por lo anterior, me interesa revisar las críticas elaboradas en torno a la muestra pues, independientemente de las discrepancias que se puedan tener con las ideas que las constituyen,

²⁸ Sonia Sierra, “El Museo Tamayo batalla con el éxito de Kusama” (El Universal, 17 de diciembre de 2014). Consultado el 20 de enero de 2014. Disponible en línea: <https://archivo.eluniversal.com.mx/cultura/2014/el-museo-tamayo-batalla-con-el-exito-de-kusama--1062460.html>

²⁹ Una referencia útil para comprender esta idea es la forma en la que el Museum of Modern Art (MoMA) —desde su fundación en 1929— utilizó los medios publicitarios de la época para captar un público numeroso. La exposición que este museo dedicó a Vincent Van Gogh en 1935 es representativa de las tácticas en el campo mediático, pues desplegó una extensa campaña publicitaria, algo que, en opinión del historiador Christoph Grunenberg, la convierte en uno de los primeros ejemplos de exposición *blockbuster*, tanto por la forma de publicitar la muestra, como por su propuesta curatorial.

Christoph Grunenberg, “The Politics of Presentation: The Museum of Modern Art, New York” en Marcia Pointon (ed.) *Art Apart: Art Institutions and Ideology Across England and North America Manchester*, (Manchester University Press, 1994), 197.

Es posible secundar la apreciación de Grunenberg si revisamos los boletines de prensa preparados por el MoMA para aquella exposición, en los que se identifica una estrategia recurrente en la forma en la que se habla institucionalmente de la muestra, donde uno de los valores constantemente reportados y celebrados es la cantidad de asistentes y el *tour* que ha dado o dará la muestra por distintas ciudades, sin profundizar en las piezas mostradas mas que para describirlas cuantitativamente, pero aclarando su importancia en la carrera del artista y valiéndose de datos biográficos con tintes melodramáticos. De esta forma y en un enfoque general, el público estadounidense podría conocer los *Greatest Hits* de Van Gogh, ni más ni menos. Ahí, es posible observar un proceso de síntesis del discurso, el cual no opaca la importancia de revisiones más críticas sobre la obra de Van Gogh, pero sí revela que, al buscar un público masivo, la apuesta del museo con esta exposición es otra.

permiten identificar los juicios que emergieron y rastrear los debates articulados, los cuales son claves para esbozar su afinidad con el término *blockbuster*.

Respecto a la cuestión de las críticas, quiero señalar una situación paradójica debido a que, a pesar de que la exposición tuvo una presencia considerable en las dinámicas digitales desarrolladas por el público, los textos dedicados a revisar a detalle la muestra fueron escasos. Y si bien algunos trataron de analizar el fenómeno de manera objetiva, una buena parte de los que esbozaron una postura mostraron cierta antipatía por lo que detonó la exposición: “Yayoi Kusama epitomiza hoy al artista contemporáneo total, tanto para el museo como para la galería comercial y la sociedad de consumo que los engloba a ambos”, escribió Marisol Rodríguez en un artículo para la revista *Letras Libres*. En su texto, ella cuestionó las relaciones comerciales de la artista con esferas, aparentemente, distantes del arte:

[...] Kusama es altamente consiente [sic.] de su valor comercial y no tiene reparos en diseñar la cubierta de un celular un día, vender un lienzo por millones de dólares al otro mientras al mismo tiempo posa dentro del escaparate de una tienda Louis Vuitton que muestra su más reciente colaboración con su ahora ex-diseñador, Marc Jacobs (2012). La suma de los dos resulta en ventas garantizadas de boletos para un museo que, seguramente, buscará en el futuro organizar otras exhibiciones *blockbuster* como esta.³⁰

Desde otra trinchera, el investigador Iván Mejía comentó cómo esta exposición “es la industria cultural en toda su expresión: la demostración de lo que el dinero público y privado, en

³⁰ Marisol Rodríguez, “#YoTambiénQuieroMi #Selfie #YayoiKusama” (*Letras Libres*, 7 noviembre de 2014). Consultado el 20 de enero de 2014. Disponible en línea: <https://letraslibres.com/revista-espana/yotambienquieromi-selfie-yayoikusama/>

complicidad, pueden lograr para entretener efectivamente”,³¹ aunque su juicio no considera que la participación público-privada fue un asunto con el que prácticamente nació el Museo Tamayo — como lo demuestran las investigaciones de María Cristine Galindo Adler sobre la fundación de este recinto—³² y el hecho de que exhibiciones con una gran afluencia no fueron una cuestión inusitada en el historial expositivo del museo, como vimos con el caso de *Los Picassos de Picasso*.

Al margen de la historia del museo, se advierte una posición reservada de parte de Mejía ante la muestra de Kusama. Concretamente, el autor menciona que en esta exposición:

[...] lo que realmente impera es la búsqueda de una gratificante y complaciente experiencia sensorial, acrítica y colorista, que desembocará en una *selfie* con la que se pretende mostrar el afecto por la cultura. El éxito de la exposición en taquilla no se debe a la *artisticidad* —en términos de Ingarden— de la propuesta sino a las seductoras y coloristas mercancías, así como al diseño de interiores que presentan las instalaciones. Por su parte, Yayoi Kusama acumula todas las características de la figura del artista más rentable: sufriente, trágica, que raya en la locura y termina ornamentando bolsos, prendas, accesorios y escaparates de moda.³³

³¹ Iván Mejía, “Opinión: ¿Es Yayoi Kusama. Obsesión Infinita la democratización del arte?” (Revista Código, 6 de octubre de 2014). Consultado el 20 de enero de 2022. Disponible en línea: <https://revistacodigo.com/opinion-es-yayoi-kusama-obsesion-infinita-la-democratizacion-del-arte/>

³² En su investigación sobre la creación del Museo Tamayo, Galindo Adler da cuenta de la complejidad del caso en este rubro al mencionar la diversidad de perfiles que participaron en el patronato del recinto durante sus primeros años: tomando en cuenta la participación del expresidente Miguel Alemán en el cargo de presidente de honor del grupo y la fuerte presencia de personajes clave de empresas, como Grupo Televisa y el Grupo Industrial Alfa (GIA) —que en ese momento construía una importante colección de arte contemporáneo—, entre otros miembros clave del ámbito empresarial en México, se advierte el carácter único del proyecto, síntoma paralelo de “un proceso de cambios político-económicos en el país. El sexenio iniciaba con el peso devaluado y con una relación con los sectores empresariales, incluido el GIA, gravemente deteriorada. La colaboración entre poderes que requirió el nuevo museo fue acorde a la exitosa política de reconciliación con los sectores empresariales que José López Portillo emprendió desde que estuvo en el poder; un acuerdo de esa índole no podría haberse realizado en el gobierno anterior”.

María Cristine Galindo Adler, op. cit., 18-19.

³³ Iván Mejía, “Opinión: ¿Es Yayoi Kusama. Obsesión Infinita la democratización del arte?” op. cit.

A las anteriores posturas se suman los comentarios de algunos asistentes de la exposición, quienes manifestaron a través de Twitter un descontento por la atención de la que estaba siendo objeto la muestra de Kusama y cuestionaron la legitimidad del interés manifestado por el público masivo. A continuación, rescato algunos tuits:

“Empiezo a creer la teoría que esos que no saben ni quien (sic.) es Warhol son los mismos que van a [#KusamaenelTamayo](#) a tomarse selfies...”

@racsovanyork, 17 de enero de 2015.³⁴

“Odio a toda ese gente que solo fue a ver a [#KusamaenelTamayo](#) por su [#selfie](#), quitando el lugar a quienes querían apreciar y entender el arte.”

@erikdezib, 18 de enero de 2015.³⁵

“Ojalá esa [#ObsesionInfinita](#) que mucha gente tuvo por [#KusamaenelTamayo](#) se les quede de por vida y sigan visitando otros museos [#AhiTeEncargo](#)”

@yasz_verdosza, 18 de enero de 2015.³⁶

Si bien las críticas de Rodríguez y Mejía parten de enfoques distintos, es posible notar puntos de coincidencia, en los que se mira con extrañeza y cierto peligro el revuelo generado por Kusama en

³⁴ Enlace a la publicación original: <https://twitter.com/racsovanyork/status/556388267529342977>

³⁵ Enlace a la publicación original: <https://twitter.com/erickdezib/status/556945683203506177>

³⁶ Enlace a la publicación original: https://twitter.com/yasz_verdosza/status/556880013413609474

el Tamayo, así como un hecho lamentable el que las dinámicas de la industria cultural encuentren lugar en el museo. No obstante, algo que me interesa destacar de estas críticas es que aquí, en el ámbito editorial ligado al campo de la prensa (específicamente, las revistas), es donde la muestra empieza a ser valorada como una exposición *blockbuster*.

El apunte no es menor si tomamos en cuenta que este vocablo fue empleado por primera vez —en referencia a exhibiciones— por la revista británica *Tatler*, dedicada a la moda y estilo de vida, para hablar de una muestra de Pablo Picasso presentada en la Tate Modern en 1960; un concepto necesario, desde la línea editorial de la revista, para describir la recepción favorable en cuestión de asistencia y su atractivo masivo, la cual podía equipararse al impacto que una película producida en Hollywood habitualmente lograba.³⁷

En ese sentido, el hecho de que sea en las revistas y los artículos de prensa donde se replique el uso de un concepto como exposición *blockbuster* da cuenta que esta es una categoría mediáticamente constituida, mas no un atributo inmanente al artista, su obra, la intención del museo o la exposición misma; en pocas palabras, no existen *a priori* las exposiciones *blockbusters*. Sin embargo, me interesa rescatar estas críticas porque lo que visibilizaron es una postura que abreva, efectivamente, del vocabulario de los medios masivos, pero que ideológicamente retoman aspectos de una perspectiva y acepción del concepto *blockbuster* gestada en el campo académico, donde la afluencia numerosa del público en los museos será vista como un problema.

Una referencia para entender y contextualizar de dónde viene esta visión cautelosa en torno a las exposiciones *blockbusters* es la discusión que abrió el historiador Richard E. Spear, en 1986,

³⁷ “*Tatler* magazine coined a new term for the phenomenon: it was «an art block-buster»”.

Tim Adams, “Picasso, Tate, 1960: the world's first 'art blockbuster'” (The Guardian, 29 de enero de 2012). Consultado el 14 de abril de 2022. Disponible en línea: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2012/jan/29/picasso-tate-1960-art-blockbuster>

con una carta editorial publicada en *The Art Bulletin* del *College Art Association of America* — del que él era editor en jefe—, donde ofreció algunas opiniones sobre cómo este tipo de exposiciones impactan peyorativamente la relación del público con las obras de arte y el funcionamiento de los museos; además de cuestionar cuáles son las “contribuciones permanentes al conocimiento”³⁸ de éstas —refiriéndose específicamente a la muestra *The Treasure Houses of Britain: 500 Years of Private Patronage and Art Collecting*, presentada en la National Gallery of Art en Estados Unidos entre 1985 y 1986—.

Las preocupaciones de Spear, influenciadas por la concepción de Matthew Arnold sobre la cultura³⁹, se resumen en los siguientes puntos que revelan un interés por pensar el asunto en términos de la dicotomía “alta cultura” versus “cultura de masas”:

³⁸ “Finally, the mechanization of exhibition attendance (Ticketron, Acousti-guide, etc.) and the crowded viewing conditions threaten to dehumanize the entire experience. [...] (It is imperative to recognize the focus of these remarks: the intellectually vacuous blockbuster, not large exhibitions with a critical purpose) [...] But, it must be asked, at what expense, literally and figuratively, and with what permanent contribution to knowledge? [...] the large museums exhibition programs often are guided not by educational priorities, or by personnel trained to make art-historical judgments, but by the complex social and economic interests and dependencies of trustees, corporations, and museum management”.

Richard E. Spear, *Art History and the “Blockbuster” Exhibition* (carta editorial para *The Art Bulletin* vol. 68 no. 3, 1 de septiembre, 1986 - *College Art Association*), 358.

³⁹ En sus estudios sobre teoría cultural y el surgimiento de la cultura pop, John Storey señala a Matthew Arnold como uno de los máximos exponentes de una apreciación de la cultura en términos estratificados: “un esfuerzo por saber lo mejor y hacer que ese conocimiento prevalezca por el bien de la humanidad”, idea que se encontrará más tarde en el origen de conceptos como “alta cultura”, en contraposición con la “cultura de masas”, misma que, si bien Arnold no definió, sí logró perfilarse a través de su visión peyorativa de la anarquía y la amenaza que eso suponía al *statu quo* de la Inglaterra del siglo XIX, debido a que la perspectiva anarquista, desde su juicio, se encargaría de anteponer la satisfacción inmediata de los deseos de la mayoría frente a la misión de preservar los mejores conocimientos para las futuras generaciones —algo que sólo se lograría con un estricto control y filtro de lo que vale la pena ser conservado. Según la postura del crítico inglés, el motor de la anarquía era la “naturaleza disruptiva de la cultura de la clase trabajadora”. En ese sentido, la función de la cultura —desde la óptica de Arnold— era vigilar a “las brutas e incultas masas”.

John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction* (Routledge, 2018), 19-20.

Con estos antecedentes es posible rastrear el origen ideológico de las críticas de Spear, al mismo tiempo que muestra el panorama histórico que precede a la discusión sobre las exposiciones *blockbusters*.

- La “falta de una investigación seria que sustente la pertinencia de estas exposiciones”.⁴⁰
- La “deshumanización de la experiencia”⁴¹ con el arte que viene de la asistencia masiva del público.
- El escaso valor educativo de las muestras, calificándolas de “*blockbusters* intelectualmente vacíos”,⁴² a menudo subyugadas a “los complejos intereses sociales y dependencias de fiduciarios, corporaciones y la administración del museo”.⁴³
- El divorcio que se vio con las exposiciones *blockbusters* entre los “objetivos artístico-históricos y el engrandecimiento institucional”.⁴⁴

Al margen de los juicios de valor que se pueden notar, tanto en el texto de Spear como en las críticas en torno a la exposición de Kusama en el Museo Tamayo, uno de los mayores problemas en los textos referidos es que no se define qué es lo que constituye a la exposición *blockbuster*: se menciona el impacto que tienen en la agenda de la institución, su condición de espectáculo, el tipo de experiencia que puede detonar en el espectador o el perfil de los artistas que suelen ser objeto de muestras denominadas como tal, pero sus cualidades no son establecidas.

Lo anterior me interesa tenerlo presente no porque el motivo de este ensayo radique en la construcción de una genealogía unívoca del concepto de exposición *blockbuster*, sino porque las exhibiciones, que se han presentado a través de los años y han sido calificadas con este vocablo, muestran constantes, pero también divergencias palpables en sus discursos, en los planteamientos curatoriales, museográficos y, evidentemente, en las formas de hacer uso de los dispositivos

⁴⁰ Richard E. Spear, *ibid.*

⁴¹ Richard E. Spear, *ibid.*

⁴² Richard E. Spear, *ibid.*

⁴³ Richard E. Spear, *ibid.*

⁴⁴ Richard E. Spear, *ibid.*

mediáticos disponibles de acuerdo con la época en la que toman lugar, lo que impacta en el tipo de público que configuran. Dicha situación se complica cuando se observan las diferencias en países y tiempos particulares, lo cual rompe la aparente especificidad que tipifica un concepto como exposición *blockbuster*.

De vuelta al caso de Kusama en el Museo Tamayo y con todo lo anterior en cuenta, es posible estar de acuerdo con la premisa de que esta exposición fue un *blockbuster*, pero lo que valdría la pena preguntarse es: ¿Qué tipo de exposición *blockbuster* fue? ¿Cómo redefinió esta categoría en función de sus circunstancias? ¿Realmente no planteó ninguna diferencia respecto a otras muestras que han sido presentadas en México con características y alcances similares?

Para comprender lo particular del caso de estudio que me ocupa, entablaré un análisis comparativo con otras exposiciones ocurridas en una temporalidad relativamente cercana, tales como *Frida Kahlo 1907-2007: Homenaje Nacional*, presentada en el MPBA —de la cual hablamos un poco en este capítulo—, y *Ron Mueck / Hiperrealismo de alto impacto*, en el Antiguo Colegio de San Ildefonso en 2011.

Capítulo 3

“Todos lo hacían, yo solo quería ser popular”: análisis comparativo entre *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* y otras exposiciones *blockbusters* en México

I

El devenir de las exposiciones *blockbusters* en México ha estado marcado por una presencia considerable de figuras, obras u objetos anclados a las grandes narrativas de la historia del arte y, por ende, con una forma delimitada en la que se deben entender esos elementos, regulada por el espacio expositivo que los aloja. Un ejemplo paradigmático de ese proceso es la exposición dedicada a la colección del magnate petrolero Armand Hammer, presentada en el MPBA en 1977, no solo por la estrategia empleada para publicitar la muestra, sino por su lógica subyacente.

De acuerdo con Ana Garduño, en este caso se puede apreciar una articulación discursiva evidente sobre la colección y su justificación para ser alojada en el Palacio de Bellas Artes: gran parte de la comunicación en relación con la muestra se apoyó en el renombre que los creadores coleccionados ostentan en la historia del arte —entre ellos Leonardo da Vinci, Alberto Durero o Pablo Picasso—, de tal manera que se construyó y presentó una exposición que:

[...] reiteraba un canon estético hegemónico y, por tanto, los pintores seleccionados pertenecían al *mainstream* histórico. (...) Como todo acervo tradicional, allí se acopió lo clásico, lo legitimado, lo correcto, lo jerarquizado como de calidad superior, esto es, de irrefutable categoría museal.⁴⁵

⁴⁵ Ana Garduño, “La Colección Hammer en México. Raquel Tibol y la crítica institucional” (Revista *Caiana*, número 17, 2020), 18. Consultado el 14 de agosto de 2022. Disponible en línea: http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_2.php&obj=373&vol=17

La observación de Garduño es clave para profundizar en el entendimiento de las exposiciones denominadas como *blockbusters* en México porque expande la discusión más allá de las cuestiones mediáticas inherentes al concepto y permite analizar cómo es que este tipo de muestras operan en las entrañas de la institución.

El caso que ella revisó subraya el hecho de que esta exposición marcó una pauta para las futuras que se plantearon con una intención similar; por ejemplo, las exposiciones de Peter Paul Rubens dentro del Museo de San Carlos (1998-1999) y la de Francisco de Goya en el Museo Nacional de Arte (MUNAL) (2005)⁴⁶ mostraron una similitud con la de la colección Hammer en su apelación al canon, posicionándose como proyectos expositivos que, al abrir sus puertas a un público masivo, no operaban en detrimento del relato hegemónico de la historia del arte —como dijo Spear al respecto y que planteé en el capítulo anterior—: por el contrario, éstas se perfilaron como dispositivos útiles en la reafirmación de esa estructura.

En definitiva, como señala Garduño y si se atienden a las referencias que incorporé, con la exposición de la colección Hammer “se inició en México la era de las exposiciones clasificadas como *blockbusters*”,⁴⁷ pero con la llegada de la exhibición *Frida Kahlo 1907-2007: Homenaje Nacional*, los elementos que, hasta entonces, brindaban una cierta claridad sobre lo que constituía a una exposición *blockbuster* —dígase, la celebración de una perspectiva rectora del gusto en

⁴⁶ De acuerdo con información de *El Universal*, La exposición de Goya convocó a más de 300 000 visitantes, mientras que la de Rubens, 500 000. La muestra de la colección Hammer, de acuerdo con la investigación de Garduño, logró 170 000 visitantes.

“Rompe muestra de Frida Kahlo todos los récords de asistencia” en *El Universal*, 14 de agosto de 2007. Consultado el 16 de junio de 2022. Disponible en línea: <https://archivo.eluniversal.com.mx/notas/442854.html>

⁴⁷ Ana Garduño, *ibid*, 20.

función de ciertos nombres adscritos al gran relato de la historia del arte— fueron replanteados por la naturaleza curatorial y discursiva presente en la muestra dedicada a la artista mexicana.

II

De acuerdo con la reseña de la periodista Sara Brito, la exposición de Kahlo destacó por ser “la primera lectura con aspiraciones analítica y global de la poliédrica —y mediática— figura de la mujer más cotizada del febril mundo del arte”.⁴⁸ Este punto es importante para dimensionar la divergencia con las exposiciones que citamos párrafos atrás: lejos de tratar de reafirmar un relato canónico de la historia del arte en un sentido universal, lo que esta exposición propuso fue una integración de las distintas representaciones y valoraciones de Frida Kahlo, esta vez bajo una lectura académico-institucional.⁴⁹ Aquí, el museo se volvió tanto un creador de una mirada predominante como custodio de ese y otros relatos artísticos.

Para explicar este proceso, son útiles las reflexiones de Néstor García Canclini sobre la exposición de Kahlo en el MPBA, pues subrayan la relación ambivalente que se encuentra en el fondo de la muestra. El valor histórico de la artista, así como su circulación en el campo y el mercado del arte, no son factores que se ven afectados negativamente por su presencia mediática, ni viceversa, pero todos ellos sí se encuentran en una tensión marcada por la incapacidad de establecer un relato dominante sobre una figura que ha recogido distintos significados y experimentado formas de circulación variadas a través del tiempo:

⁴⁸ Sara Brito, “Todas las caras de Frida”, *El País*, 12 de junio de 2007. Consultado el 16 de junio de 2022. Disponible en línea: https://elpais.com/diario/2007/06/13/cultura/1181685604_850215.html

⁴⁹ Una lectura evidentemente ligada a una visión oficial sobre la obra de Frida Kahlo.

Los medios recordaron sus vestidos indígenas y su adopción de modistas de primera línea, así como el hecho de que en la subasta de Sotheby's de Nueva York, en mayo de 2006, su obra *Raíces* fue comprada telefónicamente por 5.6 millones de dólares, la suma más elevada obtenida por una pieza latinoamericana. ¿Cómo deslindar las reinterpretaciones de su trabajo propuestas en las galerías de la Tate Modern de las exhibidas en las vitrinas de tiendas londinenses, o los libros de investigación sobre ella de la película con la que Salma Hayek, al representarla, fue nominada al Oscar en 2002?

¿Favorece o perjudica a la obra de Frida Kahlo recordar su militancia comunista, su inquietante relación entre el dolor y el placer, la multiplicación de su imagen en números que le dedicaron *Elle*, *Harper's* y otras revistas para crear el "Look Frida", o su feminismo adoptado en distintas versiones por mexicanas, chicanas y europeas? No es fácil trazar la frontera entre tequilas, anteojos y perfumes, las zapatillas Converse y los corsés italianos que llevan el nombre de Frida, y sus cuadros, si entre ellos figura el corsé que ella pintó estampando la hoz y el martillo.⁵⁰

Si bien es notorio el grado de incertidumbre que señala García Canclini en torno al proceso de valoración sobre la vida y obra de Frida Kahlo, todos esos factores extra-artísticos que señaló el autor resultaron benéficos para el propósito de la exposición y, por extensión, para la taquilla: la exhibición logró convocar a alrededor de 420 000 personas en dos meses. Y sería pertinente mencionar que el MPBA, y por extensión el Estado, no se benefició de la muestra solo por la cuestión de la asistencia: aunque el amplio abanico de representaciones en la exhibición pudiera dificultar el asentamiento de una visión hegemónica sobre la artista y su obra, el organismo se comprometió con ese esfuerzo en una línea semejante a lo que vimos con la exposición de Armand Hammer, solo que aquí, el MPBA trató de asimilar institucionalmente las distintas facetas de la artista —una artista clave para la historia del arte mexicano y la identidad nacional— y validarlas

⁵⁰ Néstor García Canclini, *La sociedad sin relato: Antropología y estética de la inminencia*, (Katz editores, 2010), 56.

como propias, en lugar de instaurar una manera de ver anclada en el relato de la historia del arte occidental.

Ahora bien, ¿por qué es pertinente revisar la exposición de Frida Kahlo para entender la muestra de Kusama en el Museo Tamayo? Me interesa retomar las implicaciones de la primera por un par de cuestiones que se pueden observar en el caso de Kusama también, mismas que se desarrollarán a continuación:

- Aunque la esfera mediática propicie un tipo distinto de construcción —del valor del artista y sus obras— al que busca el museo, en ese paralelismo surge una zona gris de valoración que se puede volver un campo de disputa para los agentes involucrados en la realización de una exposición *blockbuster*. Ese discurso que oscila entre el *mainstream* histórico —para retomar las palabras de Garduño— y el *mainstream pop* que delimitó García Canclini con la muestra de Kahlo, pese a su circunstancia híbrida, no deja de ser atractivo como un elemento de distinción institucional, pues prueba la eficacia de las estrategias implementadas.
- *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* reafirma el hecho de que el interés en torno a los artistas, sus obras y las exposiciones dedicadas a revisar su legado, no se da de manera ajena a todo el proceso de valoración que se gesta en el circuito de lo mediáticamente masivo ya que, en gran medida, el gusto del público por las exposiciones de este tipo se construye por todos esos elementos que no emergen directamente de la mirada institucional. En el caso de Kahlo se observa bajo los ejemplos que García Canclini citó, como los productos en los que aparecía la imagen de la artista y en espacios de proyección mediática de gran alcance, como las revistas de moda o la película basada en su vida; en el caso de Kusama, eso se vio de manera explícita por la incursión de la interacción digital, más que por la apelación a una cierta estructura

histórico-académica, es decir, un relato institucionalmente validado que le dijera al público por qué era importante conocer su obra.

El primer punto que enlisté se ve con claridad en la controversia que generaron las declaraciones de David Cohen Sitton —quien estuvo al frente del patronato durante la gestión de la exposición— en una entrevista para la revista *Quién*, en febrero del 2015, titulada “David Cohen: Mr. Perfection, el hombre detrás del éxito de Yayoi Kusama”. Ahí, Cohen Sitton atribuyó el impacto de la exposición al valor artístico de lo expuesto y a la trayectoria de la artista, a las redes sociales y a un interés colectivo en México por “ver exposiciones de primer mundo”, así como a su gestión al frente de la FORT desde 2012, misma que describió como “la primera asociación público-privada en el sector cultural en México”.⁵¹

En la entrevista se menciona también la asignación de una partida presupuestal para el Museo Tamayo, negociada por Cohen, que permitió llevar a cabo el proyecto de remodelación del recinto. Textualmente, la revista menciona lo siguiente:

David también consiguió que la Cámara de Diputados le etiquetara recursos a la fundación por cuatro años consecutivos (aunque la primera vez que fue no conocía a nadie y sólo buscaba a los diputados que había visto en televisión). Además, recaudó 110 millones de pesos (28 de Conaculta, 41 del INBA y 41 de la Fundación) para remodelar y ampliar el museo, un proyecto que llevaba tres años en un cajón y que logró realizar en 10 meses sin rebasar el presupuesto.⁵²

⁵¹ Mario de la Rosa, “David Cohen: *Mr. Perfection*, el hombre detrás del éxito de Yayoi Kusama”, (Revista *Quién*, 20 de febrero de 2015). Consultado el 5 de febrero de 2022. Disponible en línea: <https://www.quien.com/sociales/2015/02/20/david-cohen-mr-perfection-el-hombre-detras-del-exito-de-yayoi-kusama>

⁵² Ibid.

En la redacción del artículo es posible notar el deseo de construir el protagonismo de Cohen tras el proyecto de Kusama dentro del museo, al grado de ser llamado el “cerebro detrás de la euforia [por la exposición]”, por lo que no fue algo inesperado que Conaculta y el INBA emitieran un comunicado para hacer precisiones respecto a la gestión de *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita*, destacando el papel de los órganos del Estado en el proceso, específicamente las negociaciones emprendidas por Vargas Plata y consumadas por Cuenca con el Instituto Tomie Ohtake para traer la exposición a México.

Desde la perspectiva de estas instituciones, con divergencias y confluencias con lo que mencionó Cohen, en el comunicado se menciona que:

[...] el éxito de la exposición de Yayoi Kusama se debe primeramente a la calidad de sus contenidos, el atractivo de las obras incluidas y, por supuesto, al arduo y profesional trabajo del equipo del Museo Tamayo, un recinto público perteneciente al Sistema Nacional de Museos del Instituto Nacional de Bellas Artes, mismo que financió casi en su totalidad la realización de esta importante exposición con una aportación de 6.8 millones de pesos, adicional al presupuesto anual que se destina al museo.⁵³

Acerca de las cuestiones presupuestales, en tal comunicado se hizo énfasis en que “Conaculta e INBA aportaron 69 millones de pesos y es inaceptable que el señor Cohen se los adjudique como

⁵³ Sonia Ávila, “David Cohen Sitton, presidente de patronato no trajo obra de Kusama.” *Excelsior*, 20 de febrero de 2015. Consultado el 17 de junio de 2022.
Disponible en línea: <https://www.excelsior.com.mx/expresiones/2015/02/20/1009391#>

efecto de su propia gestión, ya que es tarea de las instituciones culturales públicas mejorar la infraestructura cultural del país”.⁵⁴

Esta serie de declaraciones emitidas desde dos perspectivas e intereses distintos son importantes porque lo que se encuentra al centro es el reconocimiento de la mirada predominante sobre el arte —en este caso, el contemporáneo— que se creó con la muestra: la capacidad de convocatoria que tuvo esta exposición nos habla de una sensibilidad que se gestó con una fuerte medialidad digital, explotada por el museo para convocar a cientos de miles de visitantes, pero que también dialoga con lo que el museo representa, como guardián o custodio de una cierta idea del arte. De ahí el deseo de las instituciones por aclarar su posición e importancia en relación al fenómeno.

El asunto por el que fue prudente traer a la mesa la muestra de Kahlo, en función del caso de Kusama, es que en las exposiciones *blockbusters* del nuevo milenio no es posible atribuir el impacto a un solo elemento ni a un solo polo institucional: claramente, en la muestra de Kusama, el INBA y la FORT resultaron beneficiados por el fenómeno masivo, pero la naturaleza del mismo se gestó en una zona culturalmente heterogénea, que ninguno de los dos agentes institucionales involucrados pudieron (pueden o podrían) haber propiciado sin la ayuda de otros.

Lo último que he dicho me da pie para abordar el segundo punto, en el que señalé cómo el interés por una exposición de arte de este tipo surge con la intervención de estructuras de valoración cultivadas fuera del campo del arte; una situación que se entiende mejor si se considera que el interés por el arte de Kusama ha estado atravesado por una dimensión mediática de corte

⁵⁴Vicente Gutiérrez, “La polémica detrás de Yayoi Kusama en México” *El Economista*, 19 de febrero de 2015. Consultado el 22 de junio de 2022. Disponible en línea: <https://www.economista.com.mx/arteseideas/La-polemica-detras-de-Yayoi-Kusama-en-Mexico-20150219-0154.html>

masivo, algo sin precedentes en su exposición dentro del Museo Tamayo, pero que ya ocurría desde hace décadas con otras de sus muestras y proyectos.

En su autobiografía, Kusama menciona el grado de incompreensión pública de la que fue objeto su obra al inicio de su carrera. En ese texto, ella cita etiquetas que eran usadas habitualmente por la prensa japonesa y estadounidense para referirse a su trabajo: “Reina del escándalo”, o “la artista sinvergüenza” son solo algunos sobrenombres con los que fue calificada, en referencia a performances en las que el cuerpo desnudo era revisado; estigmas de los que pudo librarse en la década de 1980 gracias a que, en esos años, la exploración artística en torno a la sexualidad y el cuerpo en relación con el espacio público “se estaba volviendo un lugar común alrededor del mundo”.⁵⁵

Con lo anterior como precedente, la transformación del vínculo de Kusama con los medios de comunicación, en la década mencionada, resulta interesante. Durante los años en los que la artista expuso de manera constante en Japón, la cobertura mediática sobre su obra no se hizo esperar, a pesar de lo discrepante que pudiera ser el imaginario propuesto por ella para la idiosincracia y la cultura de su país. Incluso los medios masivos japoneses —cuenta Kusama— “tan recalcitrantes con la vanguardia, finalmente hicieron un intento por revisar a profundidad sus prejuicios sobre mí. Y gracias a la cobertura de [los canales] Fuji TV, NHK, TV Tokyo y otras cadenas, la familiaridad con mi trabajo incrementó dramáticamente”.⁵⁶

⁵⁵ “In the 1970s, members of the Japanese mass media labelled me ‘The Queen of Scandal’, ‘The Shameless Artist’, and ‘The Naked Provocateur’. But such trivial and superficial criticisms began to fade in the early 1980s. By this time, naked Happenings and body painting were commonplace around the world”.

Yayoi Kusama, *Infinity Net: The Autobiography of Yayoi Kusama* (Tate Enterprises Ltd, 2021), 147.

⁵⁶ “Even the Japanese mass media, which are so resistant to the avant-garde, finally made an attempt to revise fundamentally their assessment of me. And thanks to coverage on Fuji TV, NHK, TV Tokyo, and other networks, familiarity with my work increased dramatically”.

Yayoi Kusama, *ibid*

Los dos aspectos citados son medulares en la medida en que es posible notar cómo Kusama vio en los medios de comunicación masivos no solo canales de difusión de contenidos, sino fuertes dispositivos de articulación de la opinión pública. Esto parece obvio y ya ha sido estudiado desde las perspectivas clásicas en torno a la comunicación masiva⁵⁷, respecto a cómo la comunicación humana —independientemente de la sofisticación tecnológica tras el medio— tiene como fin último “crear sentido”⁵⁸ sobre la información difundida, pero es útil mencionarlo si lo comparamos con un campo como el del arte, donde encontramos —al menos en las décadas referidas— similitudes en las formas de legitimación delimitadas por una distinción jerarquizada del gusto y anclada al museo como dispositivo en el que se cultiva ese proceso.

Esta construcción de la relación entre Kusama y los medios resulta imprescindible para entender la circulación de su trabajo a partir del 2000 y especialmente en la década de 2010, periodo en el que Kusama ya no es una artista que lidia con la precariedad y con una cultura hegemónica que la segrega: en ese momento, se ha convertido en una creadora con recursos económicos y logísticos superiores que le ayudan a producir obras para museos o galerías de gran escala. Sin embargo, para no distanciarme demasiado del objeto de estudio y entender cómo la visualidad mediática configura un interés generalizado por parte del público, quisiera abordar este punto a partir de otra comparación entre exposiciones *blockbusters*, esta vez, partiendo de la visualidad y tipo de circulación de las imágenes que logró la exhibición de Kusama frente a lo que propuso una muestra como la de Ron Mueck en México, para así observar en qué medida todos

⁵⁷ Si pensamos en las aportaciones de publicistas como Edward Bernays —por ejemplo— a inicios del siglo XX, con el desarrollo de la propaganda para fines comerciales y bélicos.

⁵⁸ Luis Ricardo Sandoval, *Medios, masas y audiencias: Lecturas sobre teoría social de la comunicación* (Comodoro Rivadavia: Universitaria de la Patagonia -EDUPA, 2013), 23.

esos factores satelitales al museo y el campo del arte se vuelven constitutivos del fenómeno *blockbuster*.

III

Dentro de la producción crítica realizada sobre la muestra de Kusama en el Museo Tamayo, el texto de Ernesto Zavala para la revista *Nexos* resulta interesante porque, más allá de pensar en la exposición desde la categoría de *blockbuster* en su sentido peyorativo, pone al centro lo específico de la muestra al examinarla a partir de todo lo no-artístico que, irónicamente, definió el interés masivo por su arte en México.

En su crítica, es curiosa la centralidad que el autor le brinda al público, al mencionar que las más de 320 000 personas que la visitaron “fueron en sí mismas la gran pieza” y que la exhibición no ocurrió en el museo, sino que “se dio en la red”.⁵⁹ La importancia del público en la articulación del valor en torno a la muestra fue tal que algunas personas no necesitaron visitarla físicamente para darse cuenta de la dinámica que estaba gestándose en el museo.

Con un grado de humor, pero también de verdad, la usuaria @pepaypepina comentó:

“Pues yo también vi la expo Obsesión Infinita pero por las selfies que obsesivamente subieron

[#YayoiKusama #KusamaenelTamayo XD #Neta](#)”

@pepaypepina, 19 de enero de 2015⁶⁰

⁵⁹ Ernesto Zavala, “Yayoi Kusama y el Último Grito del Ready Made” (*Nexos*, 2 de febrero de 2015). Consultado el 20 de enero de 2022. Disponible en línea: <https://cultura.nexos.com.mx/yayoi-kusama-y-el-ultimo-grito-del-ready-made/>

⁶⁰ Enlace a la publicación original: <https://twitter.com/pepaypepina/status/557352845729857537>

De vuelta al argumento de Zavala, éste es digno de ser revisado porque dialoga con uno de los motivos recurrentes en la discusión de las exposiciones *blockbusters*: el público que convocan y la manera en que se llega a él, aunque lo pertinente del texto es que devela una posición más activa en la conformación del interés de la muestra por parte de los individuos; mientras que para los críticos que revisamos en el capítulo anterior el público ocupa el museo de una manera pasiva, callada y casi circunstancial.

Otro aspecto destacable en el texto de Zavala es la manera en que analiza la presencia de dispositivos digitales en la interacción del individuo con la obra, así como el modo en que el arte se socializa a través de ellos; de esta forma las *selfies*, y demás estrategias para hacer circular las imágenes de la exhibición, dejan de ser intrusos en la experiencia con el arte para volverse elementos que el espectador —con conocimiento del trabajo de Kusama o no— necesita para relacionarse con lo que ve.

Para justificar tal perspectiva, el autor indica que “el arte contemporáneo no se puede ver del mismo modo literalmente. Se requiere no solo de conceptos sino también de dispositivos que amplíen nuestra visibilidad”. Para Zavala, “en el caso de la muestra de la artista japonesa, el objeto primordial para lograr dicha interacción era justamente un objeto tecnológico de rasgos genuinamente japoneses: la cámara digital. Ampliación de la vista y traslado a lo virtual, la realidad de la exposición no era material más que como un pretexto”.⁶¹

Respecto a la idea de la realidad material subyugada a lo virtual, discrepo con el autor, tomando en cuenta el factor presencial; el deseo de experimentar la muestra, de estar e interactuar con el objeto por el que valía la pena formarse. Aquí lo que es importante denotar es cómo el modo de ver —posibilitado por el dispositivo digital, tanto la cámara con la que se toma la *selfie* como

⁶¹ Ernesto Zavala, op. cit.

la red social en la que circula— desdibuja los límites entre lo real y lo virtual, y donde hay una afectación interdependiente. Pero ese cambio en la forma de ver no viene dado de forma aislada o de manera netamente retiniana: invariablemente esto tiene repercusiones en la forma en la que el espectador se asume como individuo dentro de la lógica del museo y en relación con el arte.

La distinción referida anteriormente es lo que particulariza al caso de estudio y se visibiliza con claridad al confrontarlo con *Ron Mueck / Hiperrealismo de alto impacto*: un contrapunto ideal por la cantidad de visitantes que congregó (más de 416 000 asistentes),⁶² pero en especial porque las formas de relacionarse con el arte que plantearon estas muestras —rastreables en las fotografías que el público generó en cada una— son distintas, pese a que la diferencia temporal entre la exposición de Kusama y la de Mueck es de tres años.

Por la cantidad de espectadores que alcanzó la muestra de Mueck, superando notablemente a la artista japonesa, la primera podría parecer más pertinente para un caso de estudio sobre exposiciones *blockbusters* de cara a la década del 2010. Después de todo, encaja en gran parte de los argumentos que plantearon los críticos contra la exposición de Kusama: hablamos de un artista con un reconocimiento internacional, cuyo trabajo no requiere un esfuerzo de interpretación e información elaborado por parte del espectador, ya que su principal atractivo es el factor visual — en este caso, mediado por el tratamiento hiperrealista de las esculturas—.

De esta manera y aunado al hecho de que en la comunicación de la exhibición se hizo énfasis en que sería la primera vez que la obra del artista llegaría a México, sin un cuestionamiento mayor de por qué era imprescindible visitar el museo —un discurso con fuertes reminiscencias al *mainstream* histórico que vimos en la exposición de la colección Hammer—, es posible ver a *Ron*

⁶² “Mueck fue visto por 416 mil personas” (*Informador.mx*, 9 de febrero de 2012), consultado el 21 de enero de 2022. Disponible en línea: <https://www.informador.mx/Cultura/Mueck-fue-visto-por-416-mil-personas-20120209-0188.html>

Mueck... como un ejemplo de exposición *blockbuster* en un sentido históricamente convencional —o al menos desde la genealogía que autores como Spear involuntariamente construyeron—. Sin embargo, el tipo de interacción con el público que propicia una muestra como la de Mueck es lo que la vuelve tan distinta de *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita*, pues la exposición de Mueck se dio en un momento previo a la afección por las *selfies* y su socialización digital.

Con lo anterior no trato de decir que la muestra de Mueck tuviera un escaso impacto en las redes sociales usadas por el público mexicano; de hecho, son numerosas las fotografías (imagen 8) en las que puede apreciarse al espectador junto a alguna de las obras del artista australiano, pero justamente en el encuadre y forma de tomar la fotografía es donde se advierte que la aproximación del público con la obra no es nueva; es, más bien, similar a lo que otros públicos en décadas previas hicieron, salvo por el hecho de que sus fotografías serían socializadas en una plataforma digital y no únicamente en un álbum familiar o con amigos muy cercanos.

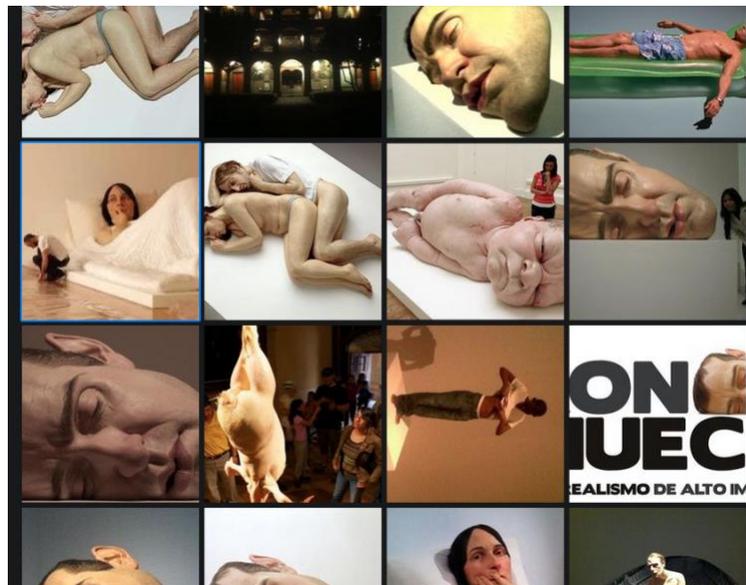


Imagen 8.

Fotografías de los asistentes a la exposición *Ron Mueck / Hiperrealismo de alto impacto*.

Es notoria la intención de una fotografía como la que se generó en la exposición de Mueck: se trata de subrayar el hecho de que “yo estoy con la obra de arte” y, en contraposición, que “la obra de arte no me necesita para existir, no puedo contemplarme en ella, pero puedo estar integrado en la fotografía, aunque separado fenoméricamente”.

El factor que despertó el interés de casi medio millón de personas por la exposición *blockbuster* de Mueck era claro: un conjunto de esculturas hiperrealistas cuyo valor técnico era un artificio visual atractivo, algo que no suele verse cotidianamente en la oferta expositiva de la capital mexicana. En el caso de Kusama, ¿qué es exactamente lo que veo, o lo que debería estar viendo, cuando mi corporalidad forma parte de la imagen que posibilita el museo? ¿Qué tipo de experiencia única me ofrece el museo y el arte, que me orilla a esperar horas para entrar a una obra de arte configurada por cientos de reflejos, cuando mi reflejo me es familiar y puedo tomarme *selfies* en otras situaciones sin hacer fila?

La respuesta a este tipo de preguntas no se encuentra solo en la obra de arte como objeto, ni en el museo como espacio expositivo. Para entender el fenómeno, se tiene que observar todo lo circundante a esos elementos: la circulación digital y las fotografías derivadas de la experiencia en la exposición, socializadas a través de redes sociales —como lo describimos en el primer capítulo—, entran en juego en la definición del valor y pertinencia de Kusama para el público mexicano.

En ese sentido, la duda con la que Zavala cierra su crítica es sintomática de la complejidad del caso de estudio: “¿Cuál fue la obra de arte?”, se pregunta el autor, en referencia al hecho de que, durante el tiempo en que *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* estuvo abierta al público, las imágenes que inundaron las redes sociales no fueron de las más de 100 obras mostradas, sino *selfies* de los espectadores. De hecho, una *selfie* de los curadores fue utilizada como gancho

promocional para que el público visitara la exposición, no las obras como tal, algo que ya indicaba una postura sobre en qué forma el museo esperaba que los asistentes interactuaran con las obras mostradas⁶³ y no pasó desapercibido para el público. El comentario del usuario @el_mrk — parafraseando una conocida cita del filósofo George Berkeley— subraya esa expectativa de participación, tanto de parte del recinto como del público:

Si fuiste a #KusamaenelTamayo y no tienes tu *selfie* ¿realmente fuiste a #KusamaenelTamayo ? (sic.)

@el_mrk, 19 de enero de 2015.⁶⁴

A estas alturas, se ha identificado una particularidad del caso de Kusama en lo que refiere al concepto de exposición *blockbuster*: su exhibición no responde directamente a un tipo de muestra construida solo desde los medios considerados tradicionalmente como masivos —revistas, televisión, radio, etcétera—, la autoridad que ostenta el museo, el canon al que puede apelar o el lugar de la artista en la historia del arte y su implicación en el campo mexicano; aquí, la medialidad y la discursividad que se desprende de la interacción digital se vuelve crucial, por no decir un poder más de afianzamiento de la opinión pública que escapa a un interés particular.

Aunque definir la especificidad del caso de estudio fue la principal tarea emprendida a lo largo de este capítulo, también fue posible observar las similitudes que comparte la representación de Kusama con otros artistas de fama mundial, a través del concepto de exposición *blockbuster*. Si bien las diferencias formales y discursivas que distinguen a la obra de Kusama, Kahlo y Mueck

⁶³ Ernesto Zavala, op. cit.

⁶⁴ Enlace a la publicación original: https://twitter.com/el_mrk/status/557246848092889088

son notorias, la forma en la que se procesó su imagen dentro de sus exposiciones nos muestra un discurso común: la fiebre por nuevas figuras canónicas —algo deseable en un mundo donde la globalización es la norma—, capaces de acoplarse a varios contextos y ser igualmente exitosos en términos de taquilla, está viva, aunque cada exposición impactó y propuso una dinámica distinta por razones que ya se desentrañaron en este ensayo.

Para finalizar, quiero enunciar dos preguntas que flotaron a lo largo de este capítulo respecto a la muestra de Kusama: ¿Cómo está configurada esa sensibilidad perfilada por lo digital, presente en la experiencia de los espectadores? Y, aún más importante, ¿por qué es imprescindible para entender su exposición?

Capítulo 4

El poder de la mirada y la mirada del poder: reflexiones sobre las formas de ver y las individualidades gestadas tanto en el entorno digital como en el museo

I

Quisiera empezar este capítulo con una reflexión un tanto burda que se me presentó a lo largo de esta investigación, pero que ha sido útil: al hablar del revuelo que generó la muestra de Kusama, no he podido evitar pensar en que toda la vitalidad circundante a dicho fenómeno es tan distante de lo que representa el museo.

Según Friedrich Engels, el museo es el lugar que le corresponderá a la “máquina del Estado”, junto a otras antigüedades, una vez que se consolide una nueva sociedad organizada en condiciones más libres y equitativas.⁶⁵ En una línea muy similar pero más de cien años después, Giorgio Agamben pensó el lugar de los museos en el mundo como “una dimensión separada en la cual se transfiere aquello que en un momento era percibido como verdadero y decisivo, pero ya no lo es más”.⁶⁶ Para Agamben, el museo puede coincidir con un grupo de individuos de una cultura remota, “en cuanto representan una forma de vida ya desaparecida”.⁶⁷

⁶⁵ “Las clases desaparecerán de un modo tan inevitable como surgieron en su día. Con la desaparición de las clases desaparecerá inevitablemente el Estado. La sociedad, reorganizando de un modo nuevo la producción sobre la base de una asociación libre de productores iguales, enviará toda la máquina del Estado al lugar que entonces le ha de corresponder: al museo de antigüedades, junto a la rueda y al hacha de bronce”.

Friedrich Engels, *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado* (Archivo Marx-Engels de la Sección en Español del Marxists Internet Archive, 2017), 96.

⁶⁶ Giorgio Agamben, *Profanaciones*, (Adriana Hidalgo editora, 2005), 109.

⁶⁷ Giorgio Agamben, *ibid*, 110.

La imagen sombría que presentan Engels y Agamben del museo, como una especie de lugar a donde va a parar todo lo “muerto”, hace que me pregunte cómo este dispositivo de exhibición es pertinente en la actualidad para detonar experiencias significativas, especialmente para el público de una muestra como la de Kusama, si consideramos la importancia de la socialización digital en tiempo real a través de las *selfies*.

El contraste entre el tipo de temporalidad que construyen el museo y la interacción a través de redes sociales se vuelve más complejo al retomar las reflexiones de Juan Martín Prada sobre las implicaciones sociales y fenoménicas detrás de la *selfie*. Al respecto, el autor comenta:

[...] empleamos las *selfies* como una interfaz para comunicar con otros, para presentarnos ante ellos; más como una práctica orientada a la interacción social, a la conversación en el campo digital, que a la producción de recuerdos. Son siempre fotografías en presente y para el presente, no tanto archivos de memoria sino formas de interactuar, de seguir presentes de cara a los demás, afirmándonos como protagonistas de nuestras vidas, evidenciando lazos personales y de amistad.⁶⁸

Al revisar los argumentos de Engels, Agamben y Prada en un sentido general, queda claro que los propósitos del museo y del fenómeno de las *selfies* no podrían ser más antagónicos: mientras el museo opera como custodio de un pasado que no debe salir de su jurisdicción y que se resiste a cualquier intento de modificación, la *selfie* reinventa el presente con cada imagen, de tal forma que tomarse fotografías de uno mismo, en algún lugar o situación, será pertinente mientras lo actual nunca sea definido ni abarcado por completo.

⁶⁸ Juan Martín Prada, *El ver y las imágenes en el tiempo de internet*, (AKAL, 2018), 87.

De hecho, el antagonismo puede clarificarse si reforzamos la apreciación de Engels y Agamben con la reflexión de Andrew Dewdney sobre el lugar de los museos hoy en día, los cuales funcionan como instituciones fuertemente ancladas en la reafirmación del pasado. Para Dewdney:

[...] en tanto organizaciones que coleccionan, conservan, estudian y exhiben objetos durante largos periodos, los museos son instituciones consagradas y algunos pueden argumentar que el deber del museo es precisamente resistir el cambio como los guardianes de la tradición que son.⁶⁹

Y a pesar de la discrepancia temporal entre *selfies* y museos, en la obra de Kusama pueden encontrarse ambas convicciones y formas de concebir el tiempo.

Lo que quiero desarrollar en este último capítulo es una reflexión más profunda sobre el tipo de sensibilidad e individualidad que se configuró en una exposición como la de Kusama: aspectos claves para abordar la condición *blockbuster* de la muestra, pero cuya explicación no se extrae únicamente de la historia del arte, sino que requiere analizar tanto el tipo de experiencia que detona el museo como la interacción que ocurre dentro de las plataformas digitales. Es un deber preguntarse qué es lo común entre el museo y el entorno digital si es que se quiere entender el interés colectivo alrededor de una obra como la de Kusama, la cual dialoga fuertemente —como se ha visto— con aspectos de la cultura de masas y la dinámica digital.

Para identificar ese punto en común vale la pena tener presentes dos aspectos:

⁶⁹ “As organisations that collect, conserve, study and display objects over lengthy periods, museums are time-honoured institutions and some may argue that the duty of a museum is precisely to resist change as the guardian of tradition.”

Andrew Dewdney, “The Networked Image: The Flight Of Cultural Authority And The Multiple Times And Spaces Of The Art Museum” en Hannah Lewi, Wally Smith, Dirk vom Lehn y Steven Cooke (ed.), *The Routledge International Handbook of New Digital Practices in Galleries, Libraries, Archives, Museums and Heritage Sites*. (Routledge, 2020), 69.

- El proceso de individuación que ocurre en redes sociales y en qué medida las *selfies* participan en él, si se considera que éstas —como vimos en el primer capítulo a partir de la interacción del público con el trabajo de Kusama— son más una forma de socializar que un esfuerzo por producir memoria —como señalaron Takahashi y Prada—. Lo que considero importante revisar es qué es lo que produce esa creación de imágenes ya que, por un lado, se vuelven elementos para mantener activo un proceso de monetización para la plataforma digital, pero al mismo tiempo le otorgan otro tipo de poder a las redes sociales: la capacidad de validar el lugar en el mundo —o mejor dicho, la existencia— no solo de lo representado en la imagen, sino del propio usuario.
- Más allá de lo que podría pensarse de manera inmediata, la forma de ver requerida para relacionarse con la obra de Kusama no es radicalmente distinta a la que busca instaurar el museo de arte —en términos de propósito— pues es preciso que el público asimile una mirada hegemónica para que el recinto cumpla su función reafirmativa de la tradición —como señaló Dewdney—. Bajo esta lógica es que el museo permite la participación de las redes sociales, y así la interacción digital se convierte en un replicador de su perspectiva.

II

De acuerdo con enfoques como el de Geert Lovink, las redes sociales han sido un truco inteligente para “hacer que la gente hable sin parar”,⁷⁰ pero no es un tipo de conversación absurda a la que él se refiere, sino que tiene un propósito claro: hacerse presente en lo digital. Bajo esta perspectiva,

⁷⁰ Geert Lovink, *El abismo de las redes sociales. Culturas críticas de internet y la fuerza de la negación* (Ciudad de México: Secretaría de Cultura-Centro de Cultura Digital / 17, Instituto de Estudios Críticos - Editorial Diecisiete / Institute of Network Culture, 2019), 40.

las redes sociales reafirman —por no decir que construyen— al usuario-persona en la medida en que participa aun con la información más trivial sobre cualquier evento: información que, si bien se comparte con un propósito mundano, es capitalizada por la plataforma que permite la socialización.

Así, la dinámica social en el entorno digital se configura por la necesidad de mantenerse vigente con la interacción constante. Por ende, y retomando las ideas que desarrollamos en el primer capítulo de la mano de Takahashi, las instalaciones de Kusama (sus *Rooms*) se convierten en medios-máquinas de producción del presente en función de la demanda digital, pues permiten generar imágenes del momento y del espectador que lo vive.

El análisis de Takahashi se puede clarificar con las reflexiones del teórico alemán Boris Groys sobre cómo opera la instalación —medio de producción artística— y qué función desempeña para el espectador y la circulación de las imágenes.

Desde el enfoque de Groys, la instalación “es una manera de expandir los derechos soberanos del artista, desde el objeto individual hacia el espacio mismo de la exhibición”,⁷¹ en tanto el artista propone una lógica de distribución espacial para un lugar (el expositivo) que ya tiene un orden. Lo interesante de este planteamiento es que a la par de que la instalación crea un “aquí”, también genera un “ahora”; una coordenada espacio-temporal desterritorializada en la que el público masivo, siguiendo las ideas del autor, comparte algo en común y con ello toma consciencia de sí mismo por un momento.⁷²

⁷¹ Boris Groys, “Política de la instalación” en *Volverse público: Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea* (Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2014), 55.

⁷² Groys sintetiza el problema de la siguiente manera: “Todas las comunidades tradicionales se basan en la premisa de que sus miembros están vinculados, desde el comienzo, a algo que surge del pasado. [...] La cultura de masas, por el contrario, crea comunidades más allá de cualquier pasado en común (son un nuevo tipo de comunidades no-condicionadas) [...] Sin embargo, la cultura de masas en sí no puede concebir ni desplegar completamente este

Concretamente, Groys menciona esto al respecto:

La separación espacial relativa que provee el espacio de la instalación no supone un giro fuera del mundo sino más bien una deslocalización y una desterritorialización de las comunidades transitorias de la cultura de masas, de un modo tal que las ayuda a reflexionar sobre sus propias condiciones y les da la oportunidad de exhibirse ellas mismas para sí mismas. El espacio de arte contemporáneo es un espacio en el que las multitudes se pueden ver y autocelebrar, como Dios o los reyes lo hicieron en tiempos previos en las iglesias y en los palacios [...] Lo que la instalación le ofrece a la multitud, fluida y móvil, es un aura de aquí y ahora.⁷³

Ahora bien, ese aquí-ahora que genera la exhibición se traduce en la posibilidad de construir contextos; formas de circulación de la imagen en las que el problema medular no es la antigua disputa sobre si la imagen es representación o copia de algo, sino qué es lo que está produciendo la imagen al circular por distintos espacios de exposición —físicos o digitales—. Esta es la razón por la que los *Rooms* de Kusama son tan atractivos para la dinámica de la cultura digital: como obras que crean un espacio infinito —que brindará la misma experiencia independientemente del lugar en el que se encuentren—, ofrecen ese lugar común para que el público se autorrepresente, y esta operación le brinda la posibilidad de estar presente a la vez en varias redes sociales.

Como bien apuntó Groys, la instalación permite generar nuevos contextos para las imágenes y ponerlas en circulación, pero lo que añade la incursión de las redes sociales a la ecuación es una recontextualización simultánea y acelerada, en la que cada imagen que producen

potencial porque las comunidades que crea no tienen suficiente conciencia de sí mismas como tales”. Boris Groys, *ibid*, 61.

⁷³ Boris Groys, *ibid*, 62.

los integrantes del público masivo —al estar presente en todas partes y ser igual a las demás— pierde su relevancia tan rápidamente como la adquirió y los vuelve a enterrar en el anonimato, aunque tuvieron su breve espacio-tiempo de autoconsciencia en la instalación. En síntesis, mientras la instalación brinda un espacio de visibilización y autorreconocimiento para el público masivo, las redes sociales obliteran la individualidad al masificar lo específico de todos y cada uno de los espectadores, dando pie a un deseo renovado por experimentar cuantas veces sea posible esa consciencia de sí mismo en la instalación-obra de arte y enfrascando ese proceso en un bucle.

Si bien lo anterior suena trágico, tal vez no nos debería preocupar. Ser-ahí-y-ahora; que mi “yo” sea protagonista por un instante para luego perderse entre miles de nuevos *posts*, es el *modus vivendi* del entorno digital.

Respecto a la idea anterior, quisiera retomar la pregunta sobre qué es lo que motiva a esa búsqueda constante del yo por medio de la publicación en el entorno digital. Y para eso vale la pena considerar a las redes sociales como plataformas en su implicación más capitalista posible.

En estas condiciones, entra en juego toda la configuración de la personalidad por medio del contenido que se comparte en una red social: chistes, imágenes, memes o cualquier tipo de información que refleje los gustos, se vuelve propiedad de las compañías y es empleada para la generación de ganancias por medio de publicidad específicamente dirigida. Es decir, la “personalidad” arrojada en la plataforma deja de ser de uno, como subraya la investigadora Jodi Dean.⁷⁴

⁷⁴ “Hashtags, emojis, memes and selfies are the people’s version, one way that we try to produce meanings in a setting where capitalism has privatized our basic social interactions and turned them into a storable, mineable resource”.

Jodi Dean, “Faces as commons: The Secondary Visuality of Communicative Capitalism” (*open!* | Platform for Art, Culture and the Public Domain, 31 de diciembre de 2016). Consultado el 27 de diciembre de 2021. Disponible en línea: <https://onlineopen.org/faces-as-commons>

Con el fin de fortalecer este punto, retomo las ideas de Nick Srnicek en *Capitalismo de plataformas*, para quien la creación de plataformas digitales tiene como propósito prioritario la producción de información y contenido para fines netamente económicos, en lugar de la comunicación entre individuos.⁷⁵ En ese sentido, los internautas son trabajadores sin sueldo que extraen la materia prima para el capitalismo digital; hablamos de un tipo de obrero que no está enajenado de lo que produce —siguiendo la vena ortodoxa del marxismo—; más bien, está enajenado de sí mismo, pues la mercancía es su propia información, aunque piense que lo que crea en la plataforma es suyo / su yo.

Con lo anterior en cuenta, es difícil discernir hasta qué punto la urgencia por “hablar” y publicar viene de la iniciativa propia —como indicó Lovink— cuando es una condición de permanencia social en las plataformas y el reconocimiento de los pares en la dimensión “real”, algo que vimos a través de las reflexiones de Prada sobre la manera en la que la interacción digital le da forma a los vínculos sociales, amistades y pertenencia social a través de la *selfie*.

Lo que me interesa subrayar en esa estructura son los dos tipos de productos que se gestan de ella: en el sistema operativo, en lo que el usuario no conoce, se minan datos; mientras que en la superficie de la pantalla el “obrero-usuario” excava por una explicación de aquello que lo hace un individuo, algo que buscamos incesantemente en el espejo que enmarca nuestras *selfies*, aunque a cada momento se escapa y nos orilla a intentarlo, una y otra vez.

Esta situación podría confundirse con un ejercicio narcisista *ad nauseam*, pero quizás lo que se encuentra en medio es una urgencia por integrar la individualidad obliterada por defecto —

⁷⁵ “...the story of how Google and Facebook generate profit has been a simple one: users are unwaged labourers who produce goods (data and content) that are then taken and sold by the companies to advertisers and other interested parties”.

Nick Srnicek, *Platform Capitalism* (Cambridge: Polity Press, 2017), 34.

en los usuarios de las plataformas— y disgregada en bits, en comentarios y en perfiles dentro de una o varias redes sociales.

De vuelta a las ideas de Takahashi sobre el trabajo de Kusama y su vínculo con la dinámica digital, cualquier persona puede ocupar el espacio en el espejo de los *Rooms*, de tal forma que se refleja un “tú” o un “yo”,⁷⁶ situación que hace de la experiencia algo único en términos temporales, pero que a la vez la vuelve sumamente impersonal. No obstante, lo que hace distinta a la *selfie* generada en ese espacio de cualquier otra es todo el ritual previo para acceder a la instalación, y el hecho de que la permanencia en la obra sea tan breve, de poco menos de un minuto⁷⁷ —tiempo suficiente para verse reflejado y tomarse algunas fotografías— reafirma su carácter exclusivo, necesario para subrayar la condición individual.



Imágenes 9 y 10. Registro fotográfico de la pieza *Infinity Mirror Room — Phalli's Field (Floor Show)* de Yayoi Kusama, expuesta en la Castellane Gallery de Nueva York, 1965.

⁷⁶ Tess Takahashi, op. cit., 105.

⁷⁷ Mike Bohem, “The Broad museum plans a 6-day week -- and 45 seconds to see ‘Infinity’” (Los Angeles Times, 26 de agosto de 2015). Consultado el 26 de diciembre de 2021. Disponible en línea: <https://www.latimes.com/entertainment/arts/culture/la-et-cm-broad-museum-hours-artworks-moca-20150825-story.html>

La dinámica que describimos antes es lo que vuelve tan particular la experiencia de visitar una instalación de Kusama en la década de 2010 frente a lo que ocurría años atrás y la mejor forma de apreciar este cambio es con los registros fotográficos que se han hecho de instalaciones como *Infinity Mirror Room - Phalli's Field (Floor Show)* (1965) [imágenes 9 y 10] o *Mirror Room (Pumpkin)* [imagen 11], presentada en la Bienal de Venecia de 1993. En ellas se presentan entornos conformados por lunares y un juego de reflejos, aspectos ya característicos de la propuesta de Kusama, pero a diferencia de lo que ocurre en el nuevo milenio, donde el público autorretratándose es el centro de la imagen, aquí la protagonista de la instalación es la propia artista: en la instalación de 1965, la vemos en distintas poses con un traje rojo, y en la pieza para la Bienal de Venecia se caracteriza como una especie de bruja, vestida con una túnica y sombrero amarillos cubiertos de lunares negros. Sobre la instalación de la Bienal de Venecia existe otra fotografía donde aparecen algunos espectadores [imagen 12], pero inclusive en ella es posible notar que su interacción con la obra dista de ser similar a lo que detonó el fenómeno de la *selfie*, pues ahí los individuos recorren la instalación de una manera casual.

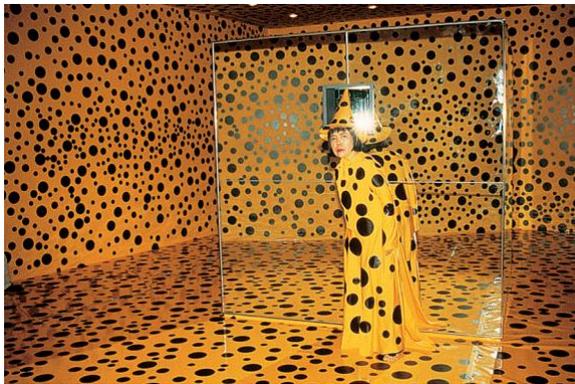


Imagen 11 (izquierda). Yayoi Kusama en la instalación *Mirror Room (Pumpkin)* presentada en la 45.^a Bienal de Venecia, 1993.



Imagen 12 (derecha). Vista general de la instalación *Mirror Room (Pumpkin)*, 45.^a Bienal de Venecia, 1993.

Esta comparativa nos permite entender que lo que ha cambiado no es la obra de Kusama, ni la forma de exhibirla *per se*, sino la manera de ver por parte del público, la cual pone en circulación una nueva valoración del trabajo de la artista japonesa.

Probablemente los espectadores alrededor del mundo que se congregan para ver las obras de Kusama no hablen los mismos idiomas, pero entienden la dinámica de socialización digital y el potencial que el trabajo de la artista guarda en ese aspecto. Una dinámica no del todo novedosa si consideramos que, como señala Dominic Pettman en *Infinite Distraction* [¡pero qué título más afín para el caso de estudio de este ensayo!] “las redes sociales son un ensamblaje en constante evolución de elementos que incluyen —especialmente— viejas formas de comunicación, estructuradas bajo nuevas articulaciones”.⁷⁸

El “deseo de estar sincronizados”, siguiendo las ideas de Pettman sobre el factor social de las redes sociales, que mostramos al participar con una *selfie* realizada dentro de una instalación de Kusama y al subirla a Instagram —al igual que otras miles de personas— nos permite manifestar que formamos parte de algo, que “encajamos”⁷⁹ en algún lugar imposible de localizar, pero visible en el medio usado; una tierra prometida similar a aquella en la que moran los “radioescuchas”, los “televidentes” y otras tantas civilizaciones anónimas que ocupan un lugar en el mundo solo cuando los programas —y por ende, el tiempo delimitado por su transmisión— comienzan.

⁷⁸ Dominic Pettman, *Infinite Distraction: Pay Attention to Social Media*, (Cambridge: Polity Press, 2016), xi.

⁷⁹ “Somewhere in our own minds, there is a picture of a functioning society in which we fit, but we feel like a jigsaw piece that has been abandoned in a basement. And the box —which boasted the completed image— has also gone missing; so we don’t have a map to help us put everything together again. (...) Every status update, every tweet, every post, every tumble, every *selfie* promises to add up to that lost picture that Durkheim described in such detail. Instead, each digital, tad-bit threatens to obscure the imagen further, as the shiny surface loses its power to reveal anything other than our own personal reflections. We thus lose any sense of a “we” at all.”

Ibid, 60.

De esta forma es notorio que el interés digital por Kusama tiene un paralelismo con los medios masivos del siglo pasado y que conformaron el interés por las exposiciones *blockbusters* revisadas en páginas anteriores. Si bien dicha relación ocurre en circunstancias tecnológicas distintas, es posible rastrear una constante: la urgencia por coordinar las miradas bajo una estructura y un momento en particular, para así constituir una forma específica en la que se debe entender lo que se está viendo.

En buena medida, las circunstancias que he descrito —a través de la interacción dentro de las redes sociales por medio de la obra de Kusama— me permiten plantear la configuración individual del público que asistió a su exposición: en la interacción con los *Rooms*, surge un tipo de individualidad que interactúa con otras en condiciones y tiempos distintos, lo que vuelve a la sociabilidad e instantaneidad de las redes sociales por las que circulará la *selfie* un simulacro. O más bien, lo anterior se convierte en un ejercicio insatisfactoriamente eterno por tratar de definirse en relación con los demás en el momento, aún si esas otras individualidades están en la misma búsqueda que el sujeto reflejado en la *selfie*... Y a pesar de todo, es algo que persiste; algo que mantiene viva esa *obsesión infinita*.

Ahora bien, ¿de qué forma el museo entra en este proceso de individuación digital y, por ende, de la construcción de un tipo de mirada compartida?

III

Un asunto a tener en cuenta dentro del argumento que estoy planteando es la vocación que el museo adquirió en el siglo XX como espacio de educación y un ejemplo paradigmático de ese proceso fue el proyecto educativo implementado en el MoMA.

Desde sus inicios —como lo menciona la teórica Maria Lind—, las exposiciones del MoMA fueron planteadas de manera consciente como didácticas, desde el punto de vista del arte que tenía Alfred H. Barr Jr., con el propósito de redefinir la sensibilidad de los visitantes y moldear una forma de ver, aunque dicho proceso educativo careciera de una estructura explícita para el pupilo potencial. Esta estrategia fue observada por la historiadora Charlotte Klonk y la valoró como un esfuerzo por construir un “consumidor educado”:⁸⁰ un tipo de público, moldeado a través de las técnicas de exhibir propias de las tiendas departamentales aplicadas en el contexto del museo, que participará y asumirá una responsabilidad en la conformación del gusto y el capital cultural que orbita en torno al arte dentro de la sociedad de consumo. Gracias al estatus del MoMA y la eficiencia del modelo —continúa Lind— se convirtió en una “aproximación que fue tomada por un sinnúmero de instituciones artísticas en distintas partes del mundo”.⁸¹

Consideraré importante rescatar los datos anteriores porque encuentro una resonancia viva entre la importancia de instaurar una forma de ver predefinida por parte del museo, que estará en la génesis de los museos contemporáneos con el caso del MoMA, y el tipo de visión que genera las redes sociales a través de las *selfies*, un tipo de percepción —en palabras de Juan Martín

⁸⁰ “In the brilliant book *Spaces of Experience: Art Gallery Interiors from 1800 to 2000*, the art historian Charlotte Klonk demonstrates that exhibitions at MoMA have always been consciously didactic, promoting Barr’s formalist view of art. His main purpose was to refine the aesthetic sensibility of visitors and to mold a mode of spectatorship based on what she calls “the educated consumer,” in contrast to the 19th-century ideal of the spectator as a ‘responsible citizen’ [...] MoMA openly borrowed display techniques from department stores and other commercial settings. And visitors were considered not just consumers, who in conjunction with certain exhibitions could even buy the displayed design objects in the museum shop, but tastemakers who were expected to become responsible members of the emerging society of consumption”.

Maria Lind, “Why Mediate Art?” en *Ten Fundamental Questions of Curating* (Mousse - Fiorucci Art Trust, 2013), 100-101.

⁸¹ “Given MoMA’s influential status, its approach was taken up at innumerable other art institutions in all different parts of the world”.

Maria Lind, *ibid.*

Prada— que tiende “a contribuir más intensamente a la estandarización de la mirada que a su diversificación”.⁸² De esta manera, se encuentra una solución al aparente antagonismo entre museo-cultura de masas que perfilamos en el segundo capítulo, cuando mencionamos las reservas que los críticos mostraron frente a las exposiciones que se valían de un aparato mediático masivo para captar un público numeroso: los medios de comunicación y más tarde la interacción digital serán fuertes aliados en la misión de los museos en el siglo XX y XXI para afianzar una mirada capaz de dialogar con el presente y el pasado.

Lo anterior, y aterrizándolo en el caso de estudio de este ensayo, se confirma si retomamos la vocación con la que nació el Museo Tamayo en la década de 1980 y la apuesta que vino con su renovación en la década de 2010: su fuerte compromiso con la escena artística contemporánea e internacional no podía anclarse en el canon académico-histórico y los juicios de valor que lo sustentan. Su postura como recinto comprometido con el arte producido en la actualidad fue capaz de incorporar las estrategias mediáticas y expositivas pertinentes para incidir en el presente. Con muestras como las de Kusama, el museo lograría uno de los cometidos que, en opinión de la investigadora Myrian Sepúlveda Dos Santos, tienen las exposiciones *blockbusters*: borrar “las fronteras entre lo global y lo local, lo permanente y lo transitorio, lo «alto» y lo «bajo»”.⁸³ Sin embargo, al diluir tales fronteras, el recinto crea el terreno ideal para dibujar sus propios límites sobre la mirada y la manera en la que “se debe ver el arte”. En sus primeros años, el Museo Tamayo lo hizo desde su trinchera a través de la gestión expositiva, pero en 2014 logró su cometido de la

⁸² Maria Lind, *ibid*, 55.

⁸³ Myrian Sepúlveda Dos Santos, “The New Dynamic of Blockbuster Exhibitions: The Case of Brazilian Museums” (*Bulletin of Latin American Research*, Vol. 20, No. 1, pp. 29-45, 2001), 41.

mano de la interacción en redes sociales: un elemento que no estaba bajo su control, pero sí alineado tanto a sus propósitos institucionales como a la tradición moderna de la que proviene.

Es evidente que la instauración de una mirada hegemónica en el público por parte del museo, en tanto dispositivo de exhibición, no es algo que ocurrió de la noche a la mañana, y por ello pongo en la mesa otros puntos de vista para comprender el desarrollo de ese proceso.

Dentro de las perspectivas que se han gestado sobre este tema, las observaciones del artista Hans Haacke son de utilidad porque, en sus análisis, la experiencia dentro del museo y lo que se crea ahí —en términos ideológicos— no está separado de la condición económica y política que posibilita su funcionamiento.

En su ensayo titulado “Museums: Managers of Consciousness”, Haacke advirtió lo “romántico” que es pensar al museo como un espacio neutral, dedicado a una especie de misión imparcial y crítica *in abstracto*, al margen de las necesidades y modos de operación industrial:⁸⁴ “Dentro del mundo del arte —escribe el artista—, los museos y otras instituciones que presentan exposiciones juegan un rol importante en la inculcación de opiniones y actitudes. De hecho, ellos

⁸⁴ “The art world as a whole, and museums in particular, belong to what has aptly been called 'the consciousness industry'. [...] With one stroke that term cuts through the romantic clouds that envelop the often misleading and mythical notions widely held about the production, distribution and consumption of art. Artists as much as their galleries, museums and journalists, not excluding art historians, hesitate to discuss the industrial aspect of their activities. An unequivocal acknowledgment might endanger the cherished romantic ideas with which most entered the field, and which still sustain them emotionally today. Supplanting the traditional bohemian image of the art world with that of a business operation could also negatively affect the marketability of art-world products and interfere with fund-raising efforts. Those who in fact plan and execute industrial strategies tend, whether by inclination or need, to mystify art and, conceal its industrial aspect, and often fall for their own propaganda. Given the prevalent marketability of myths, it may sound almost sacrilegious to insist on using the term 'industry'”.

Hans Haacke, “Museums: Managers of Consciousness” (1986) en Donald Preziosi y Claire Farago (ed.), *Grasping the World: The Idea of the Museum* (Routledge, 2018), 400-401.

usualmente se presentan a sí mismos como organizaciones educativas y consideran la educación como una de sus responsabilidades primarias”.⁸⁵

La postura que elabora Haacke sugiere una apuesta deliberada a favor de una estructura de valor por parte del museo, de tal manera que este dispositivo de exhibición, lejos de ser un espacio horizontal para la producción de pensamiento, se vuelve un mecanismo de control. Esto lo deja claro el artista con las siguientes palabras:

Quizás no sea sorprendente que muchos museos rechacen con indignación la noción de que proporcionan una visión sesgada de las obras bajo su custodia. Por supuesto, los museos suelen pretender suscribirse a los cánones de la erudición imparcial. Aunque sea un esfuerzo tan honorable —y siga siendo un objetivo válido por el cual esforzarse—, sufre de delirios idealistas sobre el carácter no partidista de la consciencia.⁸⁶

No se me pasa de vista el hecho de que el discurso de Haacke —frente a un nuevo milenio, un nuevo mundo del arte y visualidades inauguradas por nuevas tecnologías de representación— puede parecer desfasado. Por ello, quisiera complementarlo y contrastarlo con lo que observó la artista y teórica Hito Steyerl respecto al lugar que ocupan los museos en una dinámica económica

⁸⁵ “Within the art world, museums and other institutions that stage exhibitions play an important role in the inculcation of opinions and attitudes. Indeed, they usually present themselves as educational organizations and consider education as one of their primary responsibilities”.

Hans Haacke, *op. cit.*, 406.

⁸⁶ “It is perhaps not surprising that many museums indignantly reject the notion that they provide a biased view of the works in their custody. Indeed, museums usually claim to subscribe to the canons of impartial scholarship. As honorable as such an endeavor is - and it is still a valid goal to strive after- it suffers from idealist delusions about the nonpartisan character of consciousness”.

Hans Haacke, *ibid.*

postglobal —en la que podemos insertar el binomio Kusama-redes sociales—, pues aunque sea cierto que hay cambios evidentes, también existen similitudes.

En su ensayo “¿Es el museo una fábrica?” del 2009, Steyerl se pregunta por el lugar que ocupan los museos en la dinámica económica actual. Para la autora, “el desplazamiento de la fábrica al museo nunca tuvo lugar”,⁸⁷ en referencia a los proyectos de rehabilitación de los que han sido objeto algunos lugares para funcionar en el siglo XXI como museos o galerías, pero que siguen generando algo. Así, la fábrica no produce mercancías valiosas en un sentido fordista, sino que —ahora en su calidad de museo— se vuelca en la producción misma de valores simbólicos y culturales que puedan ser asimilados, en síntesis, en un proceso de producción de conocimiento y de educación no-manifiesto.

Pero la comparación que hace Steyerl, entre el museo y la fábrica, no se limita al cambio de la dinámica de uso de un lugar: en la actualidad, el desvanecimiento de sus límites nos impide distinguir claramente qué espacio y tiempo no está destinado a la producción y qué actividad, por pasiva que pueda parecer, no produce algo de utilidad para el sistema. En la dinámica económica contemporánea, prácticamente estamos produciendo algo en todos los espacios que ocupamos, trabajando sin una noción clara de qué es lo que estamos generando o qué estamos recibiendo a cambio por nuestra labor.

En palabras de la artista:

En esta economía, incluso los espectadores y espectadoras son transformados en obreros. Como sostiene Jonathan Beller, el cine y sus derivados (televisión, internet, etcétera) son fábricas en las que los espectadores y las espectadoras trabajan. Entonces, “mirar es trabajar”. El cine, que

⁸⁷ Hito Steyerl, “¿Es el museo una fábrica?” en *Los condenados de la pantalla* (Caja Negra, 2014), 66.

incorporaba la lógica de la producción taylorista y la cadena de montaje, extiende ahora la fábrica a cualquier lugar a donde viaja. Pero este tipo de producción es mucho más intensiva que la industrial. Los sentidos son forzados a producir, los medios de comunicación capitalizan las facultades estéticas y las prácticas imaginarias de los espectadores. En ese sentido, cualquier espacio que integra al cine y a sus sucesores se ha convertido ahora en una fábrica, y esto incluye obviamente al museo.⁸⁸

La apreciación de la fábrica-como-museo corresponde con la reflexión de Haacke en cuanto a cómo los museos participan en la producción y la instauración de ideas en un público-como-alumno a educar, por no decir que configuran todo un tipo de subjetividad. Y el hecho de que Steyerl establezca la comparativa del museo con la fábrica no hace más que intensificar la operatividad industrial que Lind observó sobre el MoMA y la aplicación de estrategias, gestadas en la sociedad de consumo y la cultura de masas, en el espacio museístico.

Como un refuerzo final a la observación de Steyerl y lo que planteó Haacke en su momento, encuentro necesario volver a las ideas de Dewdney sobre lo importante que es para el museo utilizar lo digital en función de una estructura jerarquizada, en la que éste debe mantenerse en la cima:

Museos como la Tate han emprendido el camino de la reproducción de valor, utilizando su base de conocimiento histórico, junto con las ecologías comerciales y modelos de negocio de la internet corporativa, con el fin de lograr la distribución a gran escala de contenido.⁸⁹

⁸⁸ Hito Steyerl, op. cit., 67-68.

⁸⁹ “Museums such as Tate have taken the route of reproducing cultural value, using their historical knowledge base coupled with the commercial ecologies and business models of the corporate internet to achieve large-scale distribution of content.”
Andrew Dewdney, *ibid*, 74.

Este último comentario de Dewdney me parece crucial pues perfila claramente las afinidades que el museo, como estructura expositiva, tiene con la comunicación digital —y por extensión, con las redes sociales—, en el entendido de que lo que se está buscando es una expansión y, como el propio autor señala, una reproducción del valor desde el propio enfoque de la institución.

Desde una perspectiva nutrida solo por la experiencia en torno al problema que abordé en este capítulo, la comparación del museo con una fábrica y el trabajo de Kusama como un engrane de ese proceso puede ser difícil de ver, tomando en cuenta la dinámica que el espectador-usuario establece con sus obras o las de cualquier otro artista: en la *selfie* que se crea, hay un diálogo a la par con la obra de arte, hasta cierto punto amigable en la medida en que yo-como-usuario me permito usar el *Room* como espacio para la representación de mí y de un momento.

Así, debido a que la obra que forma parte de mi *selfie* circula en un espacio de visibilización (la red social) en la que ésta no es más importante que la fotografía del desayuno de un amigo o de su gato, la obra de arte y el espacio del que proviene (el museo) se vuelven simbólicamente inofensivos. Como indica Prada, “en la era digital, «lo fotografiable» ya no significa algo concreto, en esta radical mundanización con la que la práctica fotográfica se ve de modo irreversible dominada por lo ordinario”.⁹⁰ Por lo tanto, la obra de arte se vuelve mundana, los mecanismos de instauración de una forma de ver del museo quedan invalidados porque yo-como-usuario soy quien delimita la forma de ver del arte que permito en mi *selfie*.

El asunto que no parece ser calculado en tal reflexión es el potencial que tienen las redes sociales de ser amplificadores de otras formas de ver que colectivamente se validan y aceptan, y que hace que los usuarios devengan en defensores de la estructura de la que forman parte. De una

⁹⁰ Juan Martín Prada, *ibid*, 11.

manera muy similar a lo que ocurre en la saga de *Matrix*, el espectador-usuario se puede convertir súbitamente en un agente, en el elemento disciplinario que buscará eliminar cualquier anomalía que ponga en riesgo a la simulación / forma de ver predominante.

Esta última metáfora me permite ejemplificar la utilidad de las redes sociales para los museos, en especial dentro del caso de la obra de Kusama en el Museo Tamayo: Facebook, Instagram, Twitter y otras tantas redes son las vías que le permiten al recinto mantener su hegemonía fuera del espacio físico; la obra de Kusama es el canal ideal para que ese proceso ocurra, y la interacción digital que detona su trabajo se vuelve un elemento capitalizable para las plataformas por las que circulan esas imágenes.

De esta forma quiero subrayar que los objetivos de las plataformas digitales y el museo no son precisamente dispares: mientras que la red social busca una producción de información valiosa para ser explotada económicamente, el museo busca una reproducción de valor sobre lo expuesto que pueda ser diseminada. Y en medio de esta sinergia se encuentra el público, que recoge y ensambla los pedazos de una identidad quebrada por su participación en tal dinámica.

Conclusiones

A lo largo de esta investigación abordé las problemáticas que impiden ver plenamente a una exposición como *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* dentro de la categoría de exposición *blockbuster*, no porque sea imposible reconocer ciertas afinidades o constantes en la dinámica que plantea la muestra —en términos de visibilización y de público— respecto a ejemplos de épocas anteriores, sino porque el propio concepto de exposición *blockbuster* no cuenta con una genealogía rastreable y perfectamente definida; e inclusive donde se han tratado de establecer elementos constitutivos de tal concepto, no existe un consenso evidente ni un esfuerzo exhaustivo por perfilar a la exposición *blockbuster* como elemento categórico.

De esta manera, *blockbuster* se convierte en un término relativo cuyo significado, dependiendo de la construcción del argumento, o puede funcionar para reconocer líneas de interpretación potenciales, o convertirse en la palabra precisa para homologar las discusiones y así evitar introducirse en un fenómeno expositivo que dialogue en una zona gris, entre el campo del arte y el de la cultura popular.

A lo anterior se suma el hecho de que los fenómenos expositivos que se definen bajo la etiqueta de *blockbuster*, en conjunto, son muy distintos entre sí, por las temporalidades y las circunstancias culturales-mediáticas que las atraviesan: una muestra calificada como exposición *blockbuster* en México durante la década de 1970 será muy distinta de una realizada en 2014, tanto por el discurso sobre el que está apoyada su gestión como por el arte mismo y las tecnologías de difusión que fungen como mediadores entre la institución y el público. Sin embargo, al hacer un análisis comparativo entre la exhibición de Kusama en el Museo Tamayo y muestras anteriores, fue posible identificar una similitud: la reafirmación de una estructura dominante sobre las interpretaciones que se pueden generar en torno a un

fenómeno artístico, valiéndose de las herramientas mediáticas disponibles en la época para afianzarse en la opinión pública.

En resumen, las exposiciones *blockbusters* son momentos de consolidación ideológica en términos masivos: lejos de que sean un gesto de condescendencia por parte de los museos frente a un público numeroso, éstas operan como medios de instauración de una perspectiva canónica, de una forma en la que se debe pensar y ver el arte.

La operación descrita amplió la perspectiva sobre las implicaciones de una exposición como la de Kusama en el Tamayo: claramente la categoría de *blockbuster* es necesaria como punto de partida, pero en la medida en que tomamos una distancia de ella, fue posible ver que la fascinación de las cientos de miles de personas convocadas por las exhibiciones *blockbusters* —en distintas épocas— no se da por las mismas razones. Lo que detonó el interés alrededor de la muestra de Kusama radica en una confluencia entre la historia y la dinámica del museo en el que se presentó, así como el valor mediático que la obra de la artista japonesa ha acumulado en el entorno digital, en diálogo con el tipo de subjetividad y la interacción colectiva que posibilitan las redes sociales.

Por decirlo de manera pragmática, para que el caso de estudio ocurriera fue necesario que en el museo existiera una disposición a mostrar la producción artística contemporánea actual, la que está marcando pauta o se inserta en una suerte de *mainstream* e impacta a un público masivo, algo que se identificó al revisar los primeros años del Museo Tamayo y que persistió hasta el 2014.

En ese sentido, la muestra de Kusama era la apuesta ideal no solo por su presencia en el mercado del arte y en museos de gran prestigio en el circuito mundial, sino porque su influencia en el presente se extendía desde la circunstancia actual del campo artístico hasta la conformación de las maneras de concebir al público en la interacción digital —teniendo

en consideración el proceso de individuación que se cultiva en redes sociales—. De esta forma, el museo logró legitimar su modo de ver en torno al arte y la forma en la que se aprecia en el presente, a la par de que la artista japonesa reafirmó su pertinencia en el campo de valoración que ofrece el museo y la aceptación colectiva que posibilitan las redes sociales, en el momento en que los usuarios hacen parte de sus *selfies* a la obra de esta creadora.

Desde este punto de vista, lo que se vuelve particularmente interesante para el caso de estudio es que se atiende al proceso de instauración de una mirada dominante y nutrida por dos cánones: el que ofrece el recinto en cuanto a defensor / custodio de una tradición, y el tipo de estandarización de la mirada y la forma de concebirse de los espectadores-usuarios en las plataformas digitales.

Respecto al punto anterior, otra dificultad que plantea la muestra de Kusama frente a la etiqueta *blockbuster* es que la forma de ver configurada por esta complicidad institucional-mediática suele obviarse; mientras que el caso de estudio muestra que la exposición *blockbuster* construye articulaciones sensibles inéditas. La estructura dominante que opera dentro de una muestra como la de Kusama es una masa simbiótica y temporalmente contradictoria, compuesta por la reproducción de una tradición defendida por el museo y envuelta en las estrategias de expansión económica constitutivas de aquello que se conoce genéricamente como “lo digital”, con todas las implicaciones ideológicas y el impacto en la configuración individual que eso conlleva. En suma, es un monstruo difícil de entender y de abarcar hasta para los campos de análisis de los que han emergido categorías como industria cultural o cultura de masas.

Al escribir estas conclusiones, me ha surgido una duda de corte metodológico: si un concepto como exposición *blockbuster* no explica en su totalidad las implicaciones de una muestra

como la de Kusama, ¿es necesario inventar otro? Por todo lo dicho anteriormente, parece viable denominar a esta muestra de dos maneras: llamarla una **exposición *post-blockbuster***, en la medida en que marca un quiebre con la forma en la que estas exposiciones se han dado en México; o bien, una ***neo-blockbuster***, debido a que la construcción de sus públicos dialoga con un nuevo tipo de subjetividad y relación con el arte —esta vez, a través de una interfaz digital—. Pero el propósito de este ensayo no ha sido concebir nuevas categorías.

La cuestión que he tratado de plantear a lo largo del texto es que observar los fenómenos artísticos a través de categorías como *blockbuster* —que, como se vio, oscila entre distintas acepciones, según a quién se le pregunte—, puede limitar el juicio al impedir la observación de los casos de estudio de manera integral.

Habría sido cómodo limitarme a explicar cómo esta exposición responde a la categoría de *blockbuster* en su sentido académico, sumándome a la trinchera de los críticos que difuminaron las particularidades de la exposición al valorarla como “la industria cultural en su máxima expresión”. No obstante, al hacer eso estaría dejando a un lado el hecho de que exposiciones como ésta se insertan en una lógica social, cultural y desde luego artística inusual —a nivel nacional y mundial, si tomamos en consideración su itinerancia por Latinoamérica y en las muestras hermanas que se dieron en Europa unos años antes—, atravesada por otros tipos de sensibilidades cuyos estudios son recientes.

Con lo anterior no sugiero que el concepto de *blockbuster*, en lo que refiere a exposiciones de arte, deba olvidarse o considerarse como obsoleto, pues considero que el vocablo brinda un trazado histórico y una referencia útil para encontrar resonancias entre el pasado y el presente de estas discusiones. Lo que sí propongo es que ni las etiquetas ni las clasificaciones podrán sustituir al conocimiento que se obtiene al analizar directamente los casos de estudio. Así, categorías como *blockbuster* —al igual que muchas otras— deberían

ser reinventadas y criticadas constantemente, a fin de que estén a la altura de la complejidad de los casos de estudio por venir.

A propósito de ello, quisiera cerrar el ensayo con un apunte: entre junio y septiembre de 2022, el Museo Tamayo presentó la exposición *vocabulary of solitude*, del artista suizo Ugo Rondinone. Por cuestiones personales no me fue posible asistir a la exposición, pero algo captó mi atención: las redes sociales volvieron a mostrar fotografías de personas haciendo filas en la entrada del museo —aunque no en el mismo volumen que logró convocar Kusama—; Instagram se inundó de *selfies* de personas que usaron elementos de una de las instalaciones de Rondinone como escenario; y otra vez aparecieron tuits de gente enfadada por el hecho de que las masas inundaron el museo.

—Sí, está pasando de nuevo —pensé.

Y a pesar de ello, sería un ejercicio injusto comparar el caso de Rondinone con el de Kusama, pues aminoraría las particularidades de su exposición —como la cantidad de piezas que la conformaron y el hecho de que fueron intervenciones en el espacio del museo—, pero es posible convenir en que hay similitudes claras.

Entonces, ¿es la exhibición de Rondinone, o de cualquier otro artista por venir que genere dinámicas parecidas, una exposición *blockbuster*?

Por si todavía queda alguna duda, me limitaré a decir que lo importante no es si se le puede colocar esa etiqueta a la muestra, sino identificar qué produjo / produce cada exposición en su propio tiempo.

Referencias bibliográficas

—AGAMBEN, Giorgio, *Profanaciones*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2005.

—DEWDNEY, Andrew, “The Networked Image: The Flight Of Cultural Authority And The Multiple Times And Spaces Of The Art Museum” en *The Routledge International Handbook of New Digital Practices in Galleries, Libraries, Archives, Museums and Heritage Sites*, editado por Hannah Lewi, Wally Smith, Dirk vom Lehn y Steven Cooke. Londres: Routledge, 2020.

—ENGELS, Friedrich, *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*. Archivo Marx-Engels de la Sección en Español del Marxists Internet Archive, 2017.

—GARCÍA CANCLINI, Néstor, *La sociedad sin relato: Antropología y estética de la inminencia*. Buenos Aires: Katz Editores, 2010.

—GARDUÑO ORTEGA, Ana, “Centralidad museal del Palacio de Bellas Artes, 1934-2014” en *El Museo Palacio de Bellas Artes*, editado por Mary Coffey y Ana Garduño. Ciudad de México: Instituto Nacional de Bellas Artes, 2014.

—GROYS, Boris, *Volverse público: Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2014.

—GRUNENBERG, Christoph, “The Politics of Presentation: The Museum of Modern Art, New York” en *Art Apart: Art Institutions and Ideology Across England and North America Manchester*. Editado por Marcia Pointon. Manchester: Manchester University Press, 1994.

—HAACKE, Hans, “Museums: Managers of Consciousness” en *Grasping the World: The Idea of the Museum*, editado por Donald Preziosi y Claire Farago. Londres: Routledge, 2018.

—KUSAMA, Yayoi, *Infinity Net: The Autobiography of Yayoi Kusama*. Londres: Tate Enterprises Ltd, 2021.

—LIND, Maria, *Ten Fundamental Questions of Curating*. Milán: Mousse - Fiorucci Art Trust, 2013.

—LOVINK, Geert, *El abismo de las redes sociales. Culturas críticas de internet y la fuerza de la negación*. Ciudad de México: Secretaría de Cultura-Centro de Cultura Digital / 17, Instituto de Estudios Críticos - Editorial Diecisiete / Institute of Network Culture, 2019.

—PETTMAN, Dominic, *Infinite Distraction: Pay Attention to Social Media*. Cambridge: Polity Press, 2016.

—PRADA, Juan Martín, *El ver y las imágenes en el tiempo de internet*. Madrid: AKAL, 2018.

—SANDOVAL, Luis Ricardo, *Medios, masas y audiencias: Lecturas sobre teoría social de la comunicación*. Comodoro Rivadavia: Universitaria de la Patagonia-EDUPA, 2013.

—SRNICEK, Nick, *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2017.

—STEYERL, Hito, *Los condenados de la pantalla*. Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2014.

—STOREY, John, *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Londres; Nueva York: Routledge, 2018.

Hemerografía

—ADAMS, Tim, “Picasso, Tate, 1960: the world's first 'art blockbuster.’” *The Guardian*, 29 de enero de 2012. Consultado el 14 de abril de 2022. Disponible en línea:

<https://www.theguardian.com/artanddesign/2012/jan/29/picasso-tate-1960-art-blockbuster>

—BARRIOS, José Luis; MEDINA, Cuauhtémoc y SANTAMARINA, Guillermo, “La promesa del MUAC.” *Revista de la Universidad*, noviembre de 2008. Consultado el 3 de enero de 2022. Disponible en línea:

<https://www.revistadelauniversidad.mx/articles/74650d11-2e81-41ac-aa7a-158f20cb6c9e/jose-luis-barrios-guillermo-santamarina-y-cuauhtemoc-medina-la-promesa-del-muac>

—BOHEM, Mike, “The Broad museum plans a 6-day week -- and 45 seconds to see ‘Infinity.’” *Los Angeles Times*, 26 de agosto de 2015. Consultado el 3 de abril de 2022.

Disponible en línea: <https://www.latimes.com/entertainment/arts/culture/la-et-cm-broad-museum-hours-artworks-moca-20150825-story.html>

—BRITO, Sara, “Todas las caras de Frida.” *EL PAÍS*, 12 de junio de 2007. Consultado el 16 de junio de 2022. Disponible en línea:

https://elpais.com/diario/2007/06/13/cultura/1181685604_850215.html

—DE ARTEAGA, Alicia, “Kusama, éxito hasta el último día.” *La Nación*, 16 de septiembre de 2013. Consultado el 1 de enero de 2022. Disponible en línea:

<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/kusama-exito-hasta-el-ultimo-dia-nid1620197/>

—DE LA ROSA, Mario, “David Cohen: Mr. Perfection, el hombre detrás del éxito de Yayoi Kusama.” *Revista Quién*, 20 de febrero de 2015. Consultado el 5 de febrero de 2022.

Disponible en línea: <https://www.quien.com/sociales/2015/02/20/david-cohen-mr-perfection-el-hombre-detras-del-exito-de-yayoi-kusama>

— Forbes Staff, “Obsesión infinita’ de Kusama recibió a 330,000 personas”, Forbes, 19 de enero de 2015. Consultado el 21 de octubre de 2022. <https://www.forbes.com.mx/obsesion-infinita-de-kusama-recibio-a-330000-personas/>

—GONZÁLEZ GOTTDIENER, Isaura, "Nueva vida para el Tamayo." Revista Construcción y Tecnología en Concreto del Instituto Mexicano del Cemento y del Concreto, Diciembre, 2012 - Volumen 2, número 9. Disponible en línea: <http://www.imcyc.com/revistacyt/diciembre2012/impreso/>

— GUIMARÃES, Cleo, “Obsessão infinita’ registra maior público do CCBB em cinco anos”, O Globo, 15 de enero de 2014. Consultado el 21 de octubre de 2022. <https://oglobo.globo.com/cultura/obsessao-infinita-registra-maior-publico-do-ccbb-em-cinco-anos-11299204>

—GUTIÉRREZ, Vicente, “La polémica detrás de Yayoi Kusama en México.” El Economista, 19 de febrero de 2015. Consultado el 22 de junio de 2022. Consultado el 13 de agosto de 2022. Disponible en línea: <https://www.economista.com.mx/arteseideas/La-polemica-detras-de-Yayoi-Kusama-en-Mexico-20150219-0154.html>

—MEJÍA, Iván, “Opinión: ¿Es Yayoi Kusama. Obsesión infinita la democratización del arte?” Revista Código, 6 de octubre de 2014. Consultado el 14 de abril de 2022. Disponible en línea: <https://revistacodigo.com/opinion-es-yayoi-kusama-obsesion-infinita-la-democratizacion-del-arte/>

—RODRÍGUEZ, Marisol, “#YoTambiénQuieroMi #Selfie #YayoiKusama.” Letras Libres, 7 noviembre de 2014. Consultado el 14 de abril de 2022. Disponible en línea: <https://letraslibres.com/revista-espana/yotambienquieromi-selfie-yayoikusama/>

—SIERRA, Sonia, “El Museo Tamayo batalla con el éxito de Kusama.” El Universal, 17 de diciembre de 2014. Consultado el 14 de abril de 2022. Disponible en línea:

<https://archivo.eluniversal.com.mx/cultura/2014/el-museo-tamayo-batalla-con-el-exito-de-kusama--1062460.html>

—VILLASMIL, Alejandra, "El Universo Obsesivo de Yayoi Kusama." Artishock Revista, 7 de marzo de 2015. Consultado el 3 de abril de 2022.

<https://artishockrevista.com/2015/03/07/universo-obsesivo-yayoi-kusama/>

—ZAVALA, Ernesto, "Yayoi Kusama y el Último Grito del Ready Made." Nexos, 2 de febrero de 2015. Consultado el 14 de abril de 2022. Disponible en línea:

<https://cultura.nexos.com.mx/yayoi-kusama-y-el-ultimo-grito-del-ready-made/>

—"Mueck fue visto por 416 mil personas." Informador.mx, 9 de febrero de 2012.

Consultado el 14 de abril de 2022. Disponible en línea:

<https://www.informador.mx/Cultura/Mueck-fue-visto-por-416-mil-personas-20120209-0188.html>

—"Rompe muestra de Frida Kahlo todos los récords de asistencia." El Universal, 14 de agosto de 2007. Consultado el 16 de junio de 2022. Disponible en línea:

<https://archivo.eluniversal.com.mx/notas/442854.html>

—"Los números récord de la exposición de Yayoi Kusama". Expansión, 15 de enero de 2015. Consultado el 29 de diciembre de 2021. Disponible en línea:

<https://expansion.mx/lifestyle/2015/01/15/los-numeros-record-de-la-expo-de-yayoi-kusama>

—"Ven 21 mil expo de Kusama en una semana." Reforma, 2 de octubre de 2014.

Consultado el 2 de enero de 2022. Disponible en línea:

<https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=356345&md5=c9458610fe19d78aca4ec9d67f8ef67f&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>

Artículos académicos en revistas especializadas y tesinas

—ACLAND, Charles R., “Senses of Success and the Rise of the Blockbuster.” *Film History*, Vol. 25, Núm. 1–2; 11–18, Trustees of Indiana University, 2013.

—DEAN, Jodi, “Faces as commons: The Secondary Visuality of Communicative Capitalism.” *open! | Platform for Art, Culture and the Public Domain*, 31 de diciembre de 2016, <https://onlineopen.org/faces-as-commons>

—GALINDO ADLER, María Cristine, “La creación del Museo Rufino Tamayo: La colección y su exhibición en los primeros años”. Tesis de licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras-Colegio de Estudios Latinoamericanos, UNAM.

—GARDUÑO ORTEGA, Ana, “La Colección Hammer en México. Raquel Tibol y la crítica institucional.” *Revista Caiana*, número 17, 2020. Disponible en línea: http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_2.php&obj=373&vol=17

—_____, “«México está a medio hacer»: Carlos Chávez y la fundación del Instituto Nacional de Bellas Artes (1945-1947).” *Nóesis*, Vol. 31, Número 61, (enero-junio, 2022): 268-287. DOI: <http://dx.doi.org/10.20983/noesis.2022.1.13>

—SEPÚLVEDA DOS SANTOS, Myrian, “The New Dynamic of Blockbuster Exhibitions: The Case of Brazilian Museums.” *Bulletin of Latin American Research*, No. 1, Vol. 20; 29-45. <https://doi.org/10.1111/1470-9856.00003>

—SPEAR, Richard E., “Art History and the “Blockbuster” Exhibition.” Carta editorial para *The Art Bulletin* vol. 68 no. 3, 1 de septiembre, 1986. <https://doi.org/10.2307/3051024>

—TAKAHASHI, Tess, “Compression, Exhilaration, Obliteration, Circulation: Yayoi Kusama’s Infinity Mirror Rooms and the Subject of Digital Magnitude.” *Afterimage*, Vol. 48, número 2, (Junio, 2021): 94-108. <https://doi.org/10.1525/aft.2021.48.2.94>

Comunicados institucionales

— “Montar la exposición de Kusama, logro del INBA.” *La Jornada*, 20 de febrero de 2015.

Consultado el 1 de enero de 2022. Disponible en línea:

<https://www.jornada.com.mx/2015/02/20/cultura/a04n2cul>

— “Yayoi Kusama. Obsesión infinita logra 320 mil entradas en el Museo Tamayo.”

Gobierno de México, 19 de enero de 2015. Consultado el 8 de enero de 2022. Disponible

en línea: <https://www.gob.mx/cultura/prensa/yayoi-kusama-obsesion-infinita-logra-320-mil-entradas-en-el-museo-tamayo>

— Historia del MPBA. Sitio oficial. Consultado el 16 de octubre de 2022. Disponible en

línea: <http://museopalaciodebellasartes.gob.mx/historia-mpba/>

Conversaciones consultadas

— “Magali Lara conversa con Itzel Vargas Plata.” Blog del proyecto *Tú de mí, yo de ti:*

Mujeres artistas en México, publicado el 25 de abril de 2021. Consultado el 1 de enero de

2022. Disponible en línea: <https://mujeresartistasenred.blogspot.com/2021/04/itzel-vargas.html>

Índice de imágenes

—**Imagen 1.** Detalle de montaje de la exposición *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* en el Museo Tamayo, 2014.

Fotografía: Gabriela Sotelo / El Economista.

Disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Obsesion-infinita-de-Yayoi-Kusama-20150112-0220.html>

—**Imagen 2.** Detalle de la exposición *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* en el Museo Tamayo, 2014.

Fotografía: Museo Tamayo.

Disponible en: <https://www.museotamayo.org/exposiciones/yayoi-kusama-obsesion-infinita>

—**Imagen 3.**

Detalle de montaje de la exposición *Yayoi Kusama. Obsesión Infinita* en el Museo Tamayo, 2014.

Fotografía: Conaculta / Gobierno de México.

Disponible en: <https://www.gob.mx/cultura/prensa/yayoi-kusama-obsesion-infinita-logra-320-mil-entradas-en-el-museo-tamayo>

—**Imagen 4.** Yayoi Kusama, *I'm Here, But Nothing* (2000-2015) en el Museo Tamayo, 2014.

Fotografía: Museo Tamayo.

Disponible en: <https://www.museotamayo.org/exposiciones/yayoi-kusama-obsesion-infinita>

—**Imagen 5.** Yayoi Kusama, *The Obliteration Room*. (2002-2015) en el Museo Tamayo, 2014.

Fotografía: Museo Tamayo

Disponible en: <https://www.museotamayo.org/exposiciones/yayoi-kusama-obsesion-infinita>

—**Imagen 6.** Detalle de la instalación *The Obliteration Room* en el Museo Tamayo, 2014.

Fotografía: Conaculta / Gobierno de México.

Disponible en: <https://www.gob.mx/cultura/prensa/yayoi-kusama-obsesion-infinita-logra-320-mil-entradas-en-el-museo-tamayo>

—**Imagen 7.** Espectadora dentro de *Infinity Mirrored Room – Filled with the Brilliance of Life*, de Yayoi Kusama, en el Museo Tamayo, 2014.

Fotografía: Página de Facebook del Museo Tamayo.

Disponible en:

<https://www.facebook.com/museotamayo/photos/pcb.844994862185117/844994702185133/>

—**Imagen 8.** Fotografías de los asistentes a la exposición *Ron Mueck / Hiperrealismo de alto impacto*, 2011.

Disponible en: <https://bit.ly/3AQYd9e>

—**Imágenes 9 y 10.** Registro fotográfico de la pieza *Infinity Mirror Room — Phalli's Field (Floor Show)* de Yayoi Kusama, expuesta en la Castellane Gallery de Nueva York, 1965.

Disponible en: <https://hirshhorn.si.edu/kusama/infinity-rooms/>

—**Imagen 11.** Yayoi Kusama en la instalación *Mirror Room (Pumpkin)* presentada en la 45.^a Bienal de Venecia, 1993.

Disponible en: <https://www.phaidon.com/agenda/art/articles/2018/march/21/why-does-yayoi-kusama-love-pumpkins/>

—**Imagen 12.** Vista general de la instalación *Mirror Room (Pumpkin)*, 45.^a Bienal de Venecia, 1993.

Disponible en: <https://venezia-biennale-japan.jp/e/art/1993>

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el apoyo económico otorgado durante mis estudios de maestría, mismo que me permitió sacar adelante esta investigación.

A Raúl Tavira, cuyo apoyo desde el campo de la psicología me hizo darme cuenta que las investigaciones académicas están íntimamente ligadas a nuestras búsquedas personales.

A Andrea Cuevas, quien fue la primera persona en brindarme su retroalimentación sobre este trabajo, y a Juan José Martín Andrés por facilitarme algunos materiales bibliográficos para el desarrollo del ensayo. Aunque nos tocó trabajar en la revista en distintos momentos de nuestras vidas, cada vez que platico con ustedes me imagino lo genial que habría sido tener compañeros de trabajo tan brillantes y amables.

A Eliza Morales, quien siempre estuvo compartiendo música nueva y recordándome que me pusiera un suéter cuando saliera de nadar.

A mi querida amiga Ana Laura Rosas Felguérez, quien nunca sabrá cuánta felicidad le trajo a mi vida con cada mensaje y llamada suya durante los tiempos más críticos. M.A.P.S. (tú sabes de qué hablo).

A mis compañerxs Juan Carlos Buenrostro, Gerardo Dávalos y Priscila Paez, cuyos mensajes y memes hicieron más ameno este proceso formativo.

A Susana Aparicio por sus oportunas sugerencias editoriales y la corrección de estilo.

A mi comité de tutores, conformado por los doctores Daniel Enrique Montero Fayad, Ana Garduño Ortega y Cristian López Raventós, quienes aportaron comentarios puntuales y críticos sobre esta investigación en cada reunión, los cuales enriquecieron profundamente el contenido y enfoque del resultado final.

Por último, quiero agradecer a la UNAM, mi segundo hogar, en donde sigo ampliando mis perspectivas sobre cada aspecto de lo que implica existir en un mundo como éste.

