

# 4. Una aproximación al museo en el marco de los momentos de divergencia y convergencia entre arte y cultura de masas

ALEJANDRA PANOZZO ZENERE  
SEBASTIÁN STRA

*Letra. Imagen. Sonido* L.I.S. Ciudad Mediatizada  
Año VI, # 11, Primer semestre 2014  
Buenos Aires ARG | Págs. 51 a 66

51

Este trabajo intentará repasar de forma preliminar y exploratoria algunas construcciones discursivas que se dieron en torno a la relación entre arte y cultura de masas en un proceso de particular despliegue de la institución museo. Se tratará de leer algunos cambios producidos en el siglo XX y lo que va del siglo XXI en estas instituciones a la luz de los debates centrales que se dieron en el ámbito de la crítica y de la teoría.

Para orientar el análisis, tomamos en principio, los cruces entre arte y cultura de masas que convirtieron inicialmente al museo en un lugar de *sacralidad* para luego desarrollarse paulatinamente como un lugar de convivencia entre arte y productos culturales masificados. En segundo lugar, se tratarán de leer los cambios que genera el estado contemporáneo de la cultura y que darán lugar a una institución museológica que deberá adaptarse a las rutinas culturales mediatizadas. Estas cuestiones las entendemos en el marco de cierta especificidad que define al museo de arte y nos ubica en la lectura de un complejo campo de relaciones de fuerza entre prácticas artísticas, discursos e instituciones.

*Palabras clave: museo ~ vanguardias ~ arte*

This paper will try to preliminary and exploratory review some discursive constructions that arose from the relationship between Art and Mass Culture in a process where the museum as an institution considerably spread. We will try to interpret some changes that occurred during the XXth and the ongoing XXIst centuries in this institution, in the light of the central debates that took place in the areas of Criticism and Theory.

So as to guide the analysis, first we will take into consideration the interactions between Art and Mass Culture, which resulted in the transformation of the museum into a place of *sacrality* that would later on gradually develop into a place of coexistence between Art and massive cultural products. Secondly, we will try to read the changes the

contemporary state of culture generates, leading to a museological institution that will have to adapt its cultural and mediatic routines. These matters are understood within the framework of certain specificity that defines the Art Museum and establishes from where we are to read a complex field of strength relationships among artistic practices, speeches and institutions.

*Keywords: museum ~ vanguards ~ art*

## Vanguardia e Institución

Uno de los momentos de la historia del arte en donde los museos fueron puestos en jaque tiene que ver con la emergencia de los movimientos europeos de vanguardia que se desarrollaron en los primeros decenios del siglo XX. La categoría que marca BÜRGER (1997) como *vanguardia* remite a un particular desarrollo del campo artístico que permite perfilar un tipo de crítica que el autor designa con el término de *autocrítica*:

“Lo que tienen en común estos movimientos, aunque difieren en algunos aspectos, consiste en que no se limitan a rechazar un determinado proyecto artístico, sino el arte de su época en su totalidad, y por lo tanto, verifican una ruptura con la tradición. Sus manifestaciones extremas se dirigen contra la institución arte, tal y como se ha formado en el seno de la sociedad burguesa” (1997: 54).

52

Aquí lo fundamental es que el estadio de *autocrítica* se da por un pleno desarrollo del campo cultural y de las instituciones existentes dentro de dicho campo. La crítica va a estar plasmada contra este campo en su totalidad, no sólo contra estilos y técnicas en particular. Este desarrollo nos permite pensar que el museo de bellas artes también logra consolidarse como un espacio fundamentalmente diferenciado de los museos de ciencias, historia u otras disciplinas. Que hay un carácter puntual en esta institución que la va a marcar como un punto en donde ciertas prácticas artísticas obtenían legitimidad y, a su vez, otras prácticas han buscado legitimación oponiéndose a la idea clásica que encarnó este espacio.

El museo en el momento de la revuelta vanguardista es una de las instituciones eje de lo que Bürger denomina la *institución-arte*. Esto es: “el aparato de producción y distribución del arte como las ideas que sobre arte dominan en una época dada y que determinan esencialmente la recepción de las obras” (1997: 62). Justamente en el marco de una producción determinada para ser recibida en el museo, la oposición a esta institución va a marcar también un cambio en la producción artística. A su vez, como vamos a ver con al análisis de Danto (2009), en el marco del arte contemporáneo el museo también va a transformarse en relación con los cambios en las formas de producción de las obras.

Atentas al movimiento de construcción histórica de un sistema institucional de las artes, las vanguardias también van a criticar “la diferenciación simultánea de un ámbito especial del saber (el ámbito de la estética) como principio del desarrollo del arte en la sociedad burguesa” (BÜRGER 1997:63). Este ámbito tiene, como planteábamos anterior-

mente, sus instituciones que van a legitimar esa ruptura. A su vez, luego de la museificación de la vanguardia y en el posterior estado del arte que DANTO (2009) denomina *post-artístico*, el saber específico del campo estético va a convivir en el ámbito del museo con un saber propio de la cultura de masas, donde no predomina una estética de ruptura, sino justamente una pacífica convivencia de estilos, géneros y técnicas. Pero en esta primera parte nos interesa dejar en claro cómo el museo pasa del ámbito del conocimiento al ámbito de las bellas artes en un movimiento propio de la consolidación de la *institución-arte*, según la definición de Bürger, o de aquello que BOURDIEU (1995) llamó *campo de producción cultural*.

En los términos de la *institución-arte*, BÜRGER divisa tres etapas teniendo en cuenta la finalidad del arte, la forma de producción y las formas de recepción del mismo. El *arte sacro* (de la alta edad media) tiene como fin ser un objeto de culto, su producción es artesanal y colectiva y la recepción es del orden de la sacralidad y colectiva. El *arte cortesano*, que el autor ubica como ejemplo al arte de la corte de Luis XIV, tiene como finalidad ser un objeto de presentación, con producción individual y con una recepción colectiva. El *arte burgués* tiene como finalidad la representación de la auto-comprensión burguesa, su producción y su recepción son individuales. Este último modelo tiene su finalidad en la escisión cada vez más amplia entre arte y praxis vital que permitirá el estadio de autocrítica y la consecuente crítica vanguardista.

53

Para BOURDIEU este proceso vino a significar la conformación de un campo de producción restringida cada vez más autónomo y por lo tanto, formador de integrantes cada vez más autorizados a moverse según un capital simbólico específico y diferenciado del circulante por otros campos. Estos campos se fueron conformando sobre el XIX, momento en que se consolida el museo de bellas artes como un ámbito independiente de los museos en general.

Nos referimos a la institución que, como plantea RIVIÈRE (1993), además de conservar sus roles de colección, creación y desarrollo del saber, refuerza su misión educativa y adquiere también la función de conservar el patrimonio. Las colecciones soberanas se van estatizando y surgen de esa postura los museos más emblemáticos, como el British Museum en 1753, el Museo del Louvre en 1792, el Library Society Museum de Estados Unidos en 1773, el Germanische National Museum de Nuremberg en 1853, entre otros. En este marco con la conformación de cierta institucionalización del campo estético fueron surgiendo los primeros museos de bellas artes. El museo moderno implica presuposiciones epistémicas muy claras que lo alinean como un espacio predominantemente visual, con un fuerte carácter metonímico, resolviendo su linealidad dentro de la historia natural como disciplina fuerte y en el marco de los desarrollos científicos de los siglos XVII y XVIII. No decimos que el museo de bellas artes ha perdido estas características, pero sí que ha definido sus propiedades justamente en la diferenciación de estos espacios generales del conocimiento.

Muchas veces, además, la conformación de un espacio particular para la exhibición de las obras fue posibilitada por el énfasis museológico que arrastró la museología en general. Tal es el caso de las colecciones de las monarquías nacionales que empezaron a tener valor patrimonial y se abrieron a la exhibición.

Esta conformación del ámbito del museo de artes fue dando al espacio un carácter divergente de la cultura de masas, por ejemplo de la prensa de masas que se comenzaba a consolidar hacia el siglo XIX. El museo aparecía como el lugar donde artistas y público se diferenciaban a partir de un tipo diferente de capital simbólico. Si bien el espacio de visibilidad tendía a encontrar lugares comunes, el museo de bellas artes se consolidó como una institución legitimadora dentro de la institución arte y con un lugar fundamental en lo que Bourdieu denomina el campo de producción cultural.

El hecho de que BOURDIEU conciba un campo relativamente autónomo, que se desarrolla según reglas particulares y especificando un tipo diferente de capital y de intereses, nos permite pensar los grupos de artistas como portadores de ese “tipo nuevo de capital”. Según el autor, esta emergencia de un nuevo tipo de capital proporcionado por las capacidades culturales de una clase se da a través de un cambio morfológico en las ciudades que produce una transformación de las relaciones entre los artistas y el campo de poder: se pasa de una dominación basada en los vínculos personales (la dependencia respecto del comanditario o del mecenas), en sí mismas productoras de violencia simbólica, a una dominación estructural, y por lo tanto menos percibida, pero también más compleja y móvil a causa de un mayor número de agentes y relaciones en juego. El campo, al consolidarse como un universo autónomo, hace que la consagración dentro de ese campo se constituya como un tipo específico de capital. Este capital da derecho de entrada al campo, y de decir o hacer algo allí. Que las vanguardias lleguen a cierta *autocrítica* de la institución arte o a esbozar principios estéticos contra la representación clásica se constituye en el marco analítico de ciertas condiciones objetivas que, entendemos, examina BOURDIEU en “Las reglas del arte”.

54

A partir de la segunda mitad del siglo XIX, el campo fue creciendo en complejidad y los artistas comienzan a tomar en consideración la existencia de un capital específico que iba por fuera de la economía de mercado y que los oponía a una clase burguesa dominante, pero caracterizada por el lujo y la incultura. Este capital específico se establece en la existencia de ciertas capacidades culturales como posesión de un grupo determinado:

“Resulta manifiesto que el campo literario y artístico se constituye como tal en y por oposición a un mundo “burgués” que jamás hasta entonces había afirmado de un modo tan brutal sus valores y su pretensión de controlar los instrumentos de legitimación en el ámbito del arte como en el ámbito de la literatura”(BOURDIEU 1995: 95).

A través de la afirmación del *arte por el arte*, escritores como Flaubert, Baudelaire, Leconte de Lisle o Gautier, comprometen al artista sólo con la obra y se sitúan en las antípodas de la producción sometida a los dictados de los poderes o del mercado. “Ellos son —dice BOURDIEU— quienes al transformar la ruptura con los dominantes en el principio de la existencia del artista como artista, la instituyen como norma de funcionamiento del campo en vías de constitución” (BOURDIEU 1995: 99). De esta forma, con la ideología del *arte por el arte*, los escritores se desprenden de la lógica del campo de poder. Esta nueva posición no tiene sus equivalencias en dicho campo y otorga una autoridad específica a los intelectuales, ya dedicados a su tarea de una *manera total*, in-

diferentes a las exigencias políticas y a los mandamientos de la moral y sin reconocer “más jurisdicción que la norma específica de su arte” (BOURDIEU 1995: 121). Esto muestra el desarrollo de un capital simbólico que no depende del capital económico, o que más bien desprecia la posesión de este último. Este hecho otorga cierto valor a la obra en sí misma y al espacio en donde esta obra va a ocupar su lugar de exhibición. La revuelta vanguardista alertó sobre este movimiento ya que ese mismo espacio no permitía el avance del arte sobre el dominio de la praxis vital. Lo que aconteció, siguiendo la lectura de HUYSEN (2002), no fue la caída del espacio museo de bellas artes, sino justamente el acomodamiento de la producción artística a este espacio y la pérdida del contenido crítico de muchos movimientos.

## El museo entre el arte elevado y la cultura de masas

En este apartado vamos a abordar algunas discusiones sobre *arte elevado* y *cultura de masas* a partir del recorrido realizado por CARROL (2002), quien intenta conceptualizarlas a través de la confrontación de distintos autores. El autor, apoyándose en Dwight MacDonald, posiciona al *arte elevado* como aquella visión personal, sostenida por la creatividad del artista, mientras que la *cultura de masas* sería un producto impersonal realizado con una finalidad de consumo.

55

En cuanto al arte elevado, CARROLL realiza dos distinciones, el *arte de vanguardia* y el *arte académico*. El primero es un arte que trata de apartarse del mundo mercantil y rechaza todo valor del mercado, considerado “...un arte de una elite intelectual. Es el arte que se revela al mercantilización: es el arte por el arte, o arte autónomo” (2002: 31). El segundo es asociado por este autor como pequeño burgués, como un reciclado de un arte de antaño, en lo que se refiere, por ejemplo a sus formas concibiendo una visión impersonal “...expresiones pasadas de puntos de visitas personales como expresiones de su propiedad, genuinas y originales” (2002: 32).

Además de las distinciones entre alta cultura y cultura de masas, vamos a tomar en consideración las definiciones sobre el modernismo y su relación con momentos pre-suntamente diferenciados del mismo, como el posmodernismo o lo contemporáneo. Según HUYSEN, el modernismo “se constituyó a través de una estrategia consciente de exclusión” (2002: 1). En este movimiento se fueron afianzando sus instituciones. Como veíamos anteriormente el museo de arte está marcado muchas veces sobre esos límites. Sobre todo en sus momentos fundacionales, y de afianzamiento de un campo cada vez más autónomo, si tomamos en cuenta lo que BOURDIEU denomina el *Sub campo de producción restringida*. El modernismo aparecía como la última etapa de un proceso progresivo en donde se fueron constituyendo: la autonomía de la obra de arte, la hostilidad hacia una naciente cultura de masas, la separación del campo cultural o artístico de actividades de la vida cotidiana, y la distancia programática de los asuntos políticos. Según HUYSEN (2002), si pensamos en ciertas expresiones de la vanguardia histórica, estas polaridades se quieren destruir desde adentro del campo del arte. Por ello, marca una diferencia entre el concepto de vanguardia histórica y el de modernismo que muchas veces aparecieron como sinónimos para la crítica. Pareciera que hay vestigios residuales de aquello que las vanguardias plantearon en su momento que han sido absor-

bidos por las expresiones más conservadores de la institucionalidad artística. Muchos han referido a este proceso como *museificación* de la vanguardia, lo que es una realidad a medias, si se toma en cuenta que no sólo el proceso de museificación ha tenido efectos sobre las obras y movimientos artísticos, sino que las obras más descontracturadas han incidido en las transformaciones de los museos.

Para HUYSEN (2002) es fundamental distinguir la vanguardia histórica del modernismo para entender lo que él llama *Gran División*, es decir, la distinción categórica entre arte elevado y cultura de masas: “La cultura de masas aspiró a desarrollar una relación alternativa entre arte elevado y cultura de masas, y debería en consecuencia distinguirse del modernismo, que insistía en la hostilidad esencial entre lo alto y lo bajo” (HUYSEN 2002: 7).

El debate sobre el arte de vanguardia está fuertemente ligado la cuestión de los museos. Fue la vanguardia histórica, en su rechazo a la tradición, la que se opuso al museo de forma radical. Sin embargo, con los años, la institución le dio un espacio dentro de sus colecciones al arte de vanguardia, lo que generó, entre otros procesos, un nuevo lugar reivindicatorio a las instituciones museológicas, a través del Museo de Arte Moderno - MOMA, en 1929 en Nueva York.

Esta institución desplazó al Museo del Louvre que había sido hasta el momento uno de los espacios que había unido a antiguos y modernos, articulando tradición y nación, herencia y canon para proporcionar los lineamientos que conformaron elementos con cierta legitimidad cultural, tanto nacional como universal.

56

De este modo, el MOMA se alzó como institución que se hizo cargo de aquello que se considera *arte elevado*; un arte *no contaminado* por la sociedad industrializada; un espacio deudor de ideologías burguesas proyectadas para educar y confirmar ciertos valores aristocráticos. Un museo entendido como *templo del arte*. Allí, las obras se presentaron como expresiones de un genio individual, justificando la ideología del individualismo que subraya el orden capitalista y discursivo de la alta modernidad. GUASCH (2008) expresa esta situación cuando plantea que en este museo conviven de forma metafórica “la santidad de la iglesia” con la “mística de un laboratorio experimental” (2008:5). Hay algo del orden del encanto que es la continuidad con un original que se desnuda y se ofrece a través de un desplazamiento metonímico. Hay, como indica DEBRAY (1994), algo de fascinación por la imagen indicio.

DOUGLAS CRIMP (1986) explica el museo como un dispositivo que produce sentido a través de un “desplazamiento metonímico”, es decir, que cambia la parte por el todo. Hay un universo no lingüístico que se muestra desde esta estrategia. Según el autor, al asis- tir al museo naturalizamos una “ficción” que otorga sentido a las cosas:

“La ficción estriba en que un desplazamiento metonímico repetido de fragmentos en vez de la totalidad, del objeto a la etiqueta, de series de objetos a series de etiquetas, pueden producir aún una representación que de alguna manera es adecuada a un universo no lingüístico. Semejante ficción es

el resultado de una creencia no crítica en la noción de que el ordenamiento y la clasificación, es decir, la yuxtaposición espacial de fragmentos, puede producir una comprensión representacional del mundo..." (CRIMP, 1986: 84).

La construcción de un relato verosímil que tenga ciertos *efectos de verdad* está unida a esta forma de aprehensión que cambia la parte por el todo para acceder a un universo de significado más amplio, anclado en la *veracidad* como un principio fundamentalmente visual. La serie de objetos que constituyen el museo se apoyan solamente en la ficción de que constituyen un universo representacional coherente.

Según SILVERSTONE la característica fundamental del museo es la presencia de los objetos: "...de objetos que han sido coleccionados, conservados, clasificados y exhibidos; de objetos que tienen, por su presencia en el museo, una condición particular relacionada con lo único, lo significativo y lo representativo" (SILVERSTONE S/F). El museo constituye a sus objetos a través de una referencia existencial de contigüidad espacio temporal, como indica DEBRAY: "El fémur del santo en un relicario es el santo" (1994: 183).

57

A la pregunta de GUASCH (2008) sobre si en la etapa del MOMA predomina la visualidad o la sacralidad, podríamos marcar que la visualidad debe estar asociada con cierta sacralidad, es decir, con cierta fascinación, asombro, vinculación con el original.

El arte representativo de esta institución puede ser entendido a través de las ideas de Kant sobre el juicio estético que trabaja CARROLL: "...el arte debe ser único y original y forjarse una regla propia, antes que verse atado por reglas, propósitos o conceptos determinados" (2002:93). De este modo, la vinculación con el objeto de arte se da desde la contemplación, apelando a cierta conformación intelectual para poder captar sus significados, inferencias e interpretaciones. Esta propuesta museológica se apoyó en el carácter *único* de la obra. Lo que lo distancia profundamente de ciertos intentos de convergencia entre expresiones pertenecientes a la cultura de masas y producciones ligadas con el lenguaje artístico más tradicional.

El movimiento que explica GUASCH (2008) del museo como templo del arte al museo-entretenimiento tiene que ver con una instancia de contaminación, quizá más compleja que la explicación que busca la respuesta sólo en tener en cuenta la demanda de un mercado determinado. Esta es una cuestión que la abordaremos más adelante, pero podríamos leer los cambios que se produjeron en los museos a partir de la década del 60' como un momento de convergencia entre las instituciones mass-media y las instituciones artísticas en la definición y delimitación de sus potenciales receptores. Esto marca, como menciona Shills (1992), que las clases medias se han puesto en contacto con la cultura superior en una forma no conocida anteriormente.

## Museo, posmodernidad y acceso a los bienes culturales

Desde la perspectiva de HUYSEN (2010) podemos leer algunas observaciones sobre la relación entre instituciones y crítica que queremos desarrollar de forma preliminar en

este trabajo. Una aclaración importante que realiza el autor alemán nos alerta sobre las diversas acepciones que la palabra posmodernismo toma según el contexto en donde se desarrolla. No es lo mismo en el contexto europeo que en el norteamericano. En este último, en los años '70, va a recuperar tres proyectos: el redescubrimiento de la vanguardia histórica, la reapropiación y reformulación de la escuela de Frankfurt, el ascenso del posestructuralismo (HUYSSSEN 2010: 10). Por esta recuperación, sobre todo la lectura de las vanguardias históricas en los movimientos norteamericanos de las décadas del 60 y 70, nosotros vamos a partir de esa coexistencia arte-tecnología, o más bien entre arte-medios, marcando algunos momentos de divergencia y otros de convergencia.

En este marco analítico podríamos pensar una continuidad categorial entre vanguardias y posmodernidad, en tanto que el modernismo y el posmodernismo han intentado una relación -por supuesto particular y diferente entre sí- con la cultura de masas. No encontramos la continuidad no-temporal marcada por LYOTARD (1987), en términos que el posmodernismo aparecía como la exacerbación del modernismo, sino una continuidad entre vanguardias y la mirada que éstas tenían de lo tecnológico en la cultura de masas que permitirá trazar una línea al menos de anticipación entre los discursos y las prácticas artísticas de los años 60 y 70 y los de entre guerras.

Es verdad que HUYSSSEN (2010) marca como el afianzamiento del discurso de la gran división dos períodos: el primero que abarcaría los últimos años del siglo XIX y primeros del XX y el segundo marcado por aquellos años que siguieron a la segunda guerra mundial, en donde la cultura de masas *ingresa en el debate* de forma predominantemente negativa. Se refiere fundamentalmente a los escritos de Adorno y Greenberg sobre la autonomía de la obra. Estos dos autores aparecen como el canto de cisne de la antigua relación entre el modernismo, vanguardia y la cultura de masas. En el marco de esta última, ya cerca de mediados y fines del XX, parece difícil diferenciar los niveles de cultura de la forma que lo hizo Shills. El museo también se convierte en paradójico porque embebe elementos de la cultura de masas no sólo en sus interiores, sino para construir su imagen de institución casi de *usos múltiples* hacia el exterior.

58

Si tomamos en cuenta lo señalado por HUYSSSEN (2010) en la diferencia del desarrollo de la posmodernidad en Europa y en EEUU, debemos decir también que el desarrollo de la denominada cultura de masas, muchas veces señalada como lo *otro*, el reverso de la alta cultura, ha sido también diverso en las diferentes latitudes. De hecho SHILLS (1992) plantea el creciente público de los museos, sería un movimiento intrínseco a las particularidades de la sociedad de masas, sobre todo de las nociones de *ciudadanía* y *comunidad* que atraviesan ese tipo de sociedad y el acceso a los bienes simbólicos por parte de la mayoría de la población que su ascenso significó.

Pese a esto, debemos decir que Shills marca los niveles de cultura a través de una valoración basada en la calidad. Pareciera que los tres niveles de cultura (superior, mediocre y brutal) son estáticos, por lo que tampoco van a suponer una movilidad importante con respecto a las instituciones que han conformado el nivel más alto. Hay sí un resquicio de traspaso de los elementos de un nivel a otro que SHILLS identifica en los géneros. En la novedad que implica el desarrollo de estos géneros y la posibilidad de un ascenso a un nivel superior.

Hay una cuestión interesante que SHILLS reconoce como novedosa en la cultura de la sociedad de masas. Se trata de la restricción de la circulación de los elementos de la cultura superior en beneficio de aquellos que constituyen las culturas *mediocres* y *brutales*. Esto no es significativo salvo por la aclaración que hace el autor sobre que en momentos anteriores la vida cultural de los consumidores de la cultura mediocre y brutal era “silenciosa e invisible” para los intelectuales: “El inmenso progreso de audibilidad y visibilidad de los dos niveles más bajos de la cultura es una de las características más notables de la sociedad de masas” (SHILLS, 1992: 175). Esto podría sugerir un cambio en la producción cultural y una redefinición de los temas y las formas, corriéndose a una mayor referencia a los elementos de la cultura de masas. Es probable también que esta creciente visibilidad que marca SHILLS haya producido cambios en el ámbito de la cultura superior.

Otro punto de crecimiento de la línea de consumo de los productos culturales lo marca el desarrollo de la prensa de masas a partir del siglo XIX. Crecen los consumos en los niveles más bajos de la cultura. Los medios en su surgimiento y en su desarrollo hacia el siglo XX van apuntando a un público amplio y desigual que les permita sostener sus estructuras materiales. De aquí surge, desde la perspectiva de SHILLS, una especialización propia del XIX que es la existencia de productores para la cultura mediocre.

- 59 Esta especialización fue generando condiciones de posibilidad para que se desarrollen ciertos momentos de convergencia. La cultura de masas genera propuestas que se asociaban a ideales que no requieren de una distancia contemplativa como el modo religioso o estético. Es en los años '60 que algunas prácticas artísticas intentan nutrirse de este tipo de ideas conformando un arte vinculado a la vida cotidiana.

Por otro lado, remarcamos que JAMESON (2010) va a señalar como segundo rasgo clave del posmodernismo la desaparición de algunos límites o separaciones claves, sobre todo la erosión de la antigua distinción entre la cultura superior y la así llamada cultura de masas o popular.

En este marco, nos parece oportuno nombrar la distinción de lo artístico planteada por el mismo JAMESON en 1995 como una construcción con la que las instituciones del Campo Cultural, más especialmente el museo, tienen que convivir. JAMESON (2010) va a plantear que

“en una cultura como la nuestra, tan abrumadoramente dominada por lo visual y la imagen, la noción misma de experiencia estética es demasiado escasa o excesiva: puesto que en ese sentido, dicha experiencia está hoy en todas partes y satura la vida social y cotidiana en general; pero es esta misma expansión de la cultura (en el sentido más amplio y tal vez más noble) la que ha hecho problemática la noción de una obra de arte individual, y convirtió en algo así como una denominación fallida la premisa del juicio estético” (JAMESON 2010: 137).

La experiencia estética como experiencia particular, o independiente de ciertos procesos sociales como el consumo, fue uno de los pilares para que existan instituciones como el museo de bellas artes, dispuesto en sus orígenes para consolidar y contrarrestar esta experiencia estética con la experiencia común del consumo de la cultura de masas.

Ante este nuevo panorama, la institución museográfica debe readecuarse. Estamos en la reconciliación que HUYSEN (2007) llamó entre *masas* y *musas*. El MOMA con su arte va ocupando el terreno de la obsolescencia y una nueva institución cobra este nuevo lugar: el Museo Pompidou creado en 1977 en París y llevando como bandera la unión entre arte y vida.

Se conforma un museo más populista, con los primeros pasos hacia una lógica institucional de carácter más corporativo, precursor de una cultura de la globalización. Un museo, según GUASCH, resultado de la sociedad de consumo, no sólo reflejado en la arquitectura del edificio y las obras, sino en las políticas de exhibición y contemplación, dejando de ser una institución única de fronteras estables y bien delimitadas (GUASCH 2008). Un espacio museológico como marco de una escena espectacular, de una exuberancia operacional. Arquitectónicamente, estamos ante una propuesta que expresa un triunfo del posmodernismo, dejando atrás un momento que puede ser considerado más cercano al modernismo (GUASCH Y ZULAIKA 2007).

60

En lo posmoderno, según la hipótesis de HUYSEN (2001), el museo está en un proceso de transformación; no es un guardián de tesoros del pasado, discretamente exhibidos para un sector de expertos y conocedores de arte, sino que derrumba sus muros y se implica con el mundo exterior. Se acerca al mundo del espectáculo, del parque de atracciones y del entretenimiento de masas. Un síntoma de la cultura occidental durante las décadas sesenta, setenta y ochenta fue la proyección y construcción de museos. Por ello la sensibilidad museística pasó a ocupar porciones cada vez mayores de la cultura y la experiencia cotidianas.

Es en este momento que se proyectaron tres modelos, según HUYSEN (2001), que intentaron problematizar el lugar que cobran los museos en clave con la cultura posmoderna. El primer paradigma deviene de una orientación hermenéutica de la cultura, que consideraba que el museo sería un órgano de evocación por la erosión que se había dado de la modernidad. Posicionan a esta cultura con una importante obsesión por el pasado, por ello conforman la teoría de la compensación, que se basa en el lugar del museo como espacio de estabilidad, ante la pérdida que genera la rapidez de los procesos tecnológicos. De este modo, ofrece formas tradicionales de estabilidad cultural, reivindicando un sentido de tiempo y memoria, al conservar la idea de museo de glorias pasadas.

El segundo, se conforma bajo una teoría posestructuralista (teoría de la simulación) apocalíptica de la museología. El museo es un intento de la cultura de conservar y controlar; dominar lo real para esconder el hecho de que lo real agoniza debido a la extensión de la simulación. Esta institución, como la televisión, viene a simular lo real, es decir descontextualizan, deshistorizan porque esconde los significados. Sin embargo, considera que el museo ofrece algo que no se puede dar por televisión, tal vez, como plantea Huyssen “¿la materialidad real, física, del objeto museístico, del artefacto ex-

hibido, que hace posible una experiencia auténtica, frente a la irrealidad siempre fugaz sobre la pantalla?” (HUYSEN, 2010: 77).

En tercer lugar se da un modelo de carácter más sociológico y orientado a la teoría crítica, que sostiene una nueva etapa del capitalismo de consumo, ya que su verdadero sentido será la mira a los objetos museísticos puesto a un valor de cambio, en relación a un valor de memoria, es decir cuanto más momificado el objeto, más intensa será su capacidad de brindar experiencia, una sensación de auténtico. De este modo, el museo pasa a ser mediador cultural en un entorno en el que las demandas multiculturales, por la variedad de nuevos discursos que se ubican en el lugar que una vez ocupó la modernidad.

Las instituciones culturales, se ofrecen en pos de producciones entretenidas para competir por el momento de ocio de las personas, se convierten en escenario o telón de fondo para las representaciones de experiencias culturales que habilitan las preguntas: ¿qué quiero tener que aún no tenga?, o ¿qué quiero experimentar que no haya experimentado?

A este proceso, se lo puede vincular con la idea de convergencia que, según JENKINS (2008), se centra en describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales, y sociales, centrados

61

“...en el flujo de contenido en múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir a casi cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (JENKINS 2008: 14).

Este cambio repercute en las prácticas sociales que implican otros tiempos de trabajo, de espera, de ocio y de descanso. La sociedad, como una sociedad entretenida, según IGARZA (2008) en donde el ocio se distribuye y consume cada vez más en pequeñas dosis. La vida laboral y extra laboral se ha colmado de pequeños momentos donde se entremezclan actividades de producción y de entretenimiento de manera muy diferente a las generaciones anteriores.

Estamos ante lo que SMITH (2012) considera una espectacularización de la cultura. Los museos son parte de esta realidad, generan una nueva política que excluye la idea elitista del museo y que sale en la búsqueda de formas de atraer nuevos públicos, por ello “resignan a transformar sus instalaciones en un parque de diversiones”, participando así en la cultura del espectáculo.

El acceso a la cultura cada vez más comercializado y mediado por las corporaciones globales, que a través de experiencias de vida fabrica memoria y no bienes, nos hace preguntarnos si el tercer modelo no se impulsó dentro de la museología, y dio lugar al museo del siglo XXI.

El museo se configura como un espectáculo. Según SILVERSTONE, los museos son en muchos aspectos similares a otros medios contemporáneos:

“Entretienen e informan, cuentan historias y construyen argumentos, buscan divertir y educar, definen una agenda. Por eso traducen lo que de otra manera sería extraño e inaccesible a términos conocidos y accesibles. Y en la construcción de sus textos, montajes y tecnologías, ofrecen una visión del mundo ideológicamente modulada” (SILVERSTONE S/F).

Pareciera que en estas nuevas etapas del museo, como entretenimiento o como medio, a diferencia de las lecturas clásicas sobre la cultura de masas, los elementos de ésta ingresan al museo de forma positiva. Las instituciones del campo artístico comienzan a desplazarse desde un impulso estético educativo hacia un impulso más ligado con el entretenimiento y la recreación.

## El museo en la era post-artística

En el siglo XXI se confeccionan nuevas estrategias para que las instituciones artísticas se adapten a este nuevo escenario, perfiles que a fines de los ochenta se imponen y que en el siglo XXI conforman el museo global como marca.

Cuando se caracteriza la *nueva economía*, nos interesa destacar, según CASTELLS (2000) la creación de redes descentralizadas y las interconexiones a través de medios electrónicos, que facilitaría la conformación de *comunidades marcas*. A nivel comercial, las comunidades se basan en un conjunto de relaciones sociales entre admiradores de una determinada marca que desarrolla productos que tienen cierto imaginario en la población que lo consumirá. Las dimensiones instrumentales: lúdicas, expresivas, sociales que genera el objeto, permiten que el usuario entre en contacto con otras personas que tiene intereses en común, creen redes que implican unidad y compromiso.

62

Estas comunidades marcas, generan un sentimiento de grupo que favorece ciertas señales colectivas. Mencionando a CATELLOS PINERA (2006) se trata de celebrar un compromiso con la marca de producto, que se consume, se invierte y gasta. Esta idea se puede ensamblar con el mundo de convergencia mediática (JENKINS 2008), que trata de contar historias vendiendo marcas a los consumidores a través de múltiples plataformas mediáticas.

La idea de marca no deja duda que estamos ante una visión mercantilizada de la cultura, y con ella del arte; confeccionando una construcción simbólica posiblemente de los museos de arte del siglo XXI. Esta institución artística con características particulares se asocia a una experiencia especial o única, en donde se supone que al visitarla alcanzaremos a poner en juego nuestros deseos más profundos con respecto a la experiencia estética.

La propuesta de este tipo de museo sería la de un lugar en que el arte emerge de su aislamiento. Las obras elitistas junto con exponentes del arte de masas se conjugan con la monumental arquitectura, ante una *obra de arte total*. En resumen, una tendencia que une

“grandes colecciones, importante arquitectura, destacados programas de exposiciones generales, no menos importan-

te exposiciones secundarias, dos tiendas, restaurant, interfaz elevada de internet y economía de la escala de una red comunicaciones globales” (GUASCH Y ZULAIKA 2007:17).

Este lugar que cobra la institución legitimadora también será apoyado por los productores de arte, generando obras que cumplen este papel. Un ejemplo es la obra *Puppy* de Jeff Koons que se encuentra en la entrada del museo Guggenheim de Bilbao, vigilando la calle más importante de la ciudad y permitiendo ser vista como un símbolo populista pero también como un borramiento entre los límites de *arte elevado y la cultura de masas*. El visitante no se siente amenazado por el arte como complejo o elitista sino que puede disfrutarlo como cosas de niños, divertido como en un día en el parque de diversiones.

Este último ejemplo une a su vez, al público y el arte desde el entretenimiento (SMITH 2012), pero tal vez, ante una proyección de una vitrina de un determinada idea artística semejante a lo que ocurre cuando se *tematiza* un paseo de compras que da identidad a una empresa o crea un sitio como atracción turística.

63

Sumado a que estamos ante un modelo de museo como *lingua franca*, conjunto de formas abstractas y atemporales que irán llenando narrativas, metáforas y simbolismo particulares, ante una búsqueda de expansión cultural que se diversifica hacia una apertura de las periferias (GUASCH, 2008).

Se imponen entonces museos con acento en arte contemporáneo. DANTO (2009) define a lo contemporáneo no como un periodo, sino como “lo que pasa después de terminado un relato legitimador del arte y menos aún un estilo artístico que un modo de utilizar estilos” (DANTO, 2009: 32). Aquí encontramos cierta similitud con aquello que JAMESON (2010) llamó *pastiche* y que el autor lo encontraba como una manera predominante en la posmodernidad. Esto implicaba la caída de los grandes estilos de lo moderno. Ahora bien, en esta ruptura el museo entra en crisis porque la construcción de un tiempo lineal pierde todo sentido. Por ello se cae en la definición de un espacio caótico opuesto al clásico ordenamiento que propuso el museo moderno en sus orígenes.

Para DANTO (2009) la situación de que no haya imperativos a priori sobre el aspecto de las obras de arte causó una transformación en el museo de arte que dio paso a una institución donde predominaba el concepto de belleza visual, y de allí hacia una segunda generación donde la obra era apreciada en el contexto de una historia lineal progresiva. Pero para que el museo se comprometa con las formas artísticas contemporáneas debe renunciar a estos dos modelos: “El museo mismo es sólo una parte de la infraestructura del arte que tarde o temprano asumirá el fin del arte, y el arte después del fin del arte” (DANTO, 2009: 39).

Y en referencia concreta al museo el autor plantea: “El artista tiene carta libre en el museo y fuera de sus recursos organiza exposiciones de objetos que no tienen entre sí una conexión histórica o formal más allá de las conexiones que proporciona el propio artista” (DANTO 2009: 28). En el marco en el que DANTO ubica al museo, este se vuelve un territorio posible para la experimentación ya que rompe sus reglas en post de las obras. En este punto podemos pensar esta divergencia entre un museo que en origen

fue un lugar de conocimiento y otro que a partir de la consolidación de la institución-arte se fue volcando cada vez más hacia un espacio apoyado en la conformación de cierta experiencia estética. En este marco, DANTO (2009) va a entender al museo como un lugar que es definido pero que a su vez define las prácticas artísticas: “En cierto sentido el museo es causa, efecto y encarnación de las actitudes y prácticas que definen el momento posthistórico del arte” (DANTO 2009: 28).

Surgen museos como marcas de lo contemporáneo dentro de las ciudades periféricas de los países centrales. De este modo, las ciudades que le dan cobijo cargadas de simbolismo generan nuevos simbolismos para su auto afirmación dentro de una escala global. Creando un proyecto *atípico* como una posible regeneración urbana, económica y cultural, en clave de salvación (GUASCH, 2008).

Así, se representa una economía de escala como parte de una red de comunicación global, se convierte o tomando el caso de emblemático del Museo Guggenheim en una cadena internacional con instituciones satélites funcionando de modo semiautónomo, reactivando la idea de aquel museo posmoderno pero ahora desde las nuevas economías gestadas en el marco de la naciente globalización.

Este último museo es más similar a la definición pos artística que elabora DANTO (2009), en donde no hay una diferencia concreta entre el afuera y el adentro del museo y no hay categorización tampoco en el espacio muestral. Si las vanguardias modernas acudían a sus manifiestos para sentar posición contra la institución arte y contra modelos representacionales del pasado, el arte contemporáneo no va a marcar como sustanciales estos posicionamientos: “El arte contemporáneo no hace un alegato contra el arte del pasado, no tiene sentido que el pasado sea algo de lo cual haya que librarse” (DANTO 2009:2).

64

El museo se ha convertido en un paradigma clave de las actividades culturales contemporáneas. Se trata de un espacio híbrido, según SMITH (2012) mitad feria de atracciones y mitad grandes almacenes de arte.

Los contextos varían, cambian, se modifican. Este análisis no intenta dar una mirada acabada sobre esta problemática, por el contrario procura localizar nuevos enfoques para el tratamiento de las instituciones de arte que presentan una importante especificidad dentro de la museología.

Hasta el momento hemos discurrido en las formas en que los museos se vinculan con el arte, cómo nos brindan el patrimonio cultural/artístico que ellos contienen. Si bien cuando pensamos en los museos, tenemos la imagen de un edificio donde podemos visitar y recorrer, la realidad es que conforman un relato que a lo largo de la historia ha trazado perspectivas muy distintas sobre la relación entre arte y cultura de masas. Hemos revisado un fragmento de ese relato y por lo tanto vestigios mínimos de las muchas voces que lo componen.

La imagen mundo que representó esta institución a lo largo del tiempo nos hace reflexionar nuevamente en los museos de arte del siglo XXI, aquel que forma parte del sistema del arte de nuestros días formado por un campo de relaciones entre prácticas

artísticas y discursos que ponen en crisis las categorías de la modernidad, posmodernidad y contemporaneidad.

Pensamos al museo como un espacio donde convergen la institucionalización de las obras de arte y los cambios que las formas de producción, circulación y recepción de las obras van teniendo en el desarrollo del campo artístico. Por lo tanto, siguiendo lo articulado por Danto, el espacio del museo será transformado y a su vez transformador de las prácticas artísticas de una época determinada. A esto se suma su papel en los procesos actuales de mediatización que los interpelan como instituciones que se definen no sólo por sus espacios físicos, sino también por sus espacios digitales-virtuales.

## BIBLIOGRAFÍA

65

- ALMARZA RISQUEZ, F. (2002) "El museo como propuesta de significaciones: una estructura sistémica no impositiva, abierta y caótica", en *Revista Digital Nueva Museología*, Caracas (disponible en <http://www.nuevamuseologia.com.ar>).
- BOURDIEU, P. (1995) *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, Anagrama.
- (2002) "Campo Intelectual y Proyecto Creador", en *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto*, Buenos Aires, Editorial Montessor. 9 a 50 pp.
- BÜRGER, P. (1997) "Teoría de la vanguardia y ciencia crítica de la literatura", en *Teoría de la vanguardia*, Barcelona, Península. 51-81.
- CARROLL, N. (2002 [1998]) "Resistencia filosófica al arte de masas: la tradición mayoritaria" y "Celebraciones filosóficas del arte de masas: la tradición minoritaria", en *Una filosofía del arte de masas*, Madrid, Machado. 29 a 195 pp.
- CASTELLS, M. (2000) "La ciudad de la nueva económica", Conferencia pronunciada en el Salón de Ciento del ayuntamiento de Barcelona, el 21 de febrero de 2000, en el acto de clausura del Master "La ciudad: políticas proyectos y gestión" organizado por la Universidad de Barcelona, en *La Factoría N° 12*, (online [http://www.cddc.vt.edu/digitalfordism/fordism\\_materials/castells.htm](http://www.cddc.vt.edu/digitalfordism/fordism_materials/castells.htm))
- CASTELLANOS PINEDA, P. (2008) *Los museos de ciencias y el consumo cultural. Una mirada desde la comunicación*. Barcelona, UOC.
- Crimp, D. (1986) "Sobre las Ruinas del Museo" en Foster, Hall "La Posmodernidad", Barcelona, Editorial Kairós. 75 a 90 pp.
- DANTO, A. (2009) *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Barcelona, Paidós.
- DEBRAY, R. (1994) *Vida y muerte de la imagen en Occidente*. Bs. As, Paidós.
- GUASCH, A. M. y ZULAIKA, J. (2007) "Aprendiendo del Guggenheim Bilbao. El museo como instrumento cultural", en *Aprendiendo del Guggenheim Bilbao*, Madrid, Akal.
- GUASCH, A. M. (2008) "Los museos y lo museal. El paso de la modernidad a la era de lo Global", en *Revista CALLE 14*, Bogotá, (online [http://annamariaguasch.net/pdf/MUSEOS\\_LO\\_MUSEAL.pdf](http://annamariaguasch.net/pdf/MUSEOS_LO_MUSEAL.pdf))
- HUYSEN, A. (2002) *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo.

- (2007 [1990]) "Escapar de la amnesia: los museos como medio de masas", en *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*, México, Fondo de Cultura Económica. 41 a 73 pp.
- (2010) *Modernismo después de la posmodernidad*. Barcelona, Gedisa.
- IGARZA, R. (2008) *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- JAMESON, F. (2010) *El giro cultural*. Buenos Aires, Manantial.
- JENKINS, H. (2008) *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.
- LYOTARD, J. F. (1987) *La posmodernidad explicada a los niños*. Barcelona, Gedisa.
- RIFKIN, J. (2004) *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Buenos Aires, Paidós.
- RIVIÈRE, G. (1993). *La Museología. Curso de Museología/ Textos y Testimonios*. Madrid, Akal.
- SHILLS, E. (1992) "La sociedad de masas y su cultura", en BELL, Daniel (comp.) *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monte Ávila.
- SMITH, T. (2012) *¿Qué es el arte contemporáneo?* Buenos Aires, Siglo Veintiuno.