



**Casa abierta al tiempo**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA**

**UNIDAD IZTAPALAPA**

**DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

**ANTROPOLOGIA SOCIAL**

**Título del trabajo**

**Público, percepción y comunicación en el Museo de Arte Moderno de la  
Ciudad de México.**

TESINA

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

*Seminario de Investigación e Investigación de Campo*

y obtener el título de

**LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

presenta

Eduardo Portillo Pioco

**Comité de Investigación**

Director: Dr. Néstor García Canclini

Asesores: Mtra. Ana María Rosas Mantecón y Mtra. Luz María Vargas Melgarejo

México, D.F., diciembre de 1999

Matrícula 88237418

---

*Para: Noemi, Ariana  
y José Eduardo, mis  
más dulces tormentos.*

*... porque el tiempo es polvo de oro,  
colmillos de elefante y plumas  
de avestruz, gracias por compartir  
sus risas, tristezas, enojos,  
ilusiones y llantos. ¡Los amo!*

**Reconocimientos:**

Deseo manifestar mi agradecimiento a mis profesores del Departamento de Antropología Social, quienes me brindaron su confianza y apoyo en la realización de esta tesis.

Al Dr. Néstor García Canclini, por su dirección de tesis.

A mis asesores: Ana María Rosas Mantecón y Luz María Vargas Melgarejo, por su tolerancia y solidaridad.

A mis compañeros de la licenciatura, quienes me apoyaron en la aplicación de encuestas y a todos los que directa o indirectamente colaboraron en la realización de este trabajo, mil gracias.

Eduardo Portillo

## INDICE

<b>INTRODUCCION</b> .....	8
Metodología.....	14
<b>CAPITULO I ANTECEDENTES</b> .....	16
Los estudios sobre público en museos.....	16
<b>CAPITULO II. APROXIMACIONES TEÓRICAS</b> .....	21
Acerca de la recepción.....	21
El museo como templo.....	25
<b>CAPITULO III. LA CONSTRUCCION DEL ARTE EN MEXICO</b> .....	27
El Instituto Nacional de Bellas Artes.....	29
¿Por qué un Museo de Arte Moderno? .....	31
El primer Museo de Arte Moderno en México.....	32
Como se construyo el MAM.....	33
La inauguración del MAM.....	34
La organización actual del MAM.....	35
Equipamiento del inmueble.....	36
Servicios que ofrece el MAM.....	37
Los directores del MAM.....	38
Apoyos para la interpretación de exposiciones.....	38
Cedularios.....	39
Demostraciones.....	40
Guías para exposiciones.....	40
<b>CAPITULO IV.</b>	
<b>INAUGURACION Y RITUAL EN EL MUSEO DE ARTE MODERNO</b> .....	42
Los medios masivos de comunicación, un primer acercamiento.....	42
La inauguración: un ritual dentro del museo.....	43

Francis Alys, características de su exposición y público inaugural.....	45
Relación público inauguración.....	50
Hábitos culturales del público inaugural.....	51
Público inaugural y medios de comunicación.....	52
La opinión periodística.....	53

## **CAPITULO V**

<b>JORGE YÁSPIK, CARACTERÍSTICAS DE SU EXPOSICIÓN Y PÚBLICO INAUGURAL .....</b>	<b>55</b>
La inauguración de la muestra.....	56
Relación público inauguración.....	60
Hábitos culturales del público inaugural.....	62
Público inaugural y medios de comunicación.....	63
La opinión periodística .....	63

## **CAPITULO VI**

<b>LA EXPOSICION TEMPORAL Y CARACTERÍSTICAS DEL PÚBLICO.....</b>	<b>66</b>
Características del público que visitó la muestra de Francis Alÿs.....	67
Relación público exposición.....	69
Hábitos culturales del público.....	71
Público y medios de comunicación.....	73
Características del público que visitó la muestra de Jorge Yáspik.....	75
Relación público inauguración.....	78
Hábitos culturales del público.....	80
Público y medios de comunicación.....	82

## **CAPITULO VII**

<b>LA EXPOSICION PERMANENTE Y CARACTERISTICAS DEL PUBLICO.....</b>	<b>83</b>
Características del público que visitó la muestra permanente “La Escuela Mexicana”.....	84
Relación público exposición.....	87
Hábitos culturales del público que visitó la muestra permanente.....	89

Público y medios de comunicación.....	90
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>92</b>
<b>APENDICE I.....</b>	<b>99</b>
<b>APENDICE II.....</b>	<b>102</b>
<b>APENDICE III.....</b>	<b>103</b>
<b>APENDICE IV.....</b>	<b>114</b>
<b>APENDICE V.....</b>	<b>115</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>116</b>

## INTRODUCCION

*Los objetos de vitrina,  
tan imponentes ante los visitantes  
como los muertos ante las multitudes.*  
Georges Balandier.

El presente trabajo es resultado de un estudio realizado en el Museo de Arte Moderno (MAM) de la Ciudad de México entre el 27 de noviembre de 1997 y el 25 de abril de 1998. El objetivo principal fue conocer las características socioeconómicas y culturales del público que lo visita en las diferentes exposiciones que ofrece. Dichas características son importantes para el aprovechamiento y apropiación de una oferta cultural disponible socialmente; el hábito<sup>1</sup>, la educación y los ingresos permiten un mejor aprovechamiento y acceso a la cultura, cuanto mayor es el grado de instrucción, hábitos e ingresos, más libertad se tiene para elegir, gozar y emitir juicios.

El MAM juega un papel importante como instrumento de educación y difusión cultural, sin embargo sus políticas culturales<sup>2</sup> poco toman en cuenta las necesidades del público, su consumo,<sup>3</sup> recepción y

---

<sup>1</sup> Retomo el concepto de hábito de Bourdieu, en el sentido de que es producto de condicionamientos. éste se encarna en nuestra manera de ser bajo la forma de disposiciones permanentes, es algo poderosamente generado. es adaptación en la medida en que se ajusta a los cambios incesantes. El hábito es algo repetitivo, mecánico, automático y fundamentalmente reproductivo.

<sup>2</sup>La política cultural del MAM se define de esta forma "Sería necesario dejar en claro que dentro de la administración actual. se ha pretendido establecer un discurso teórico estético para las exposiciones -cualesquiera que sean-: que justifique los atributos de la modernidad y de la posmodernidad. Entendiendo a éstas como una proyección mental que rebasa los simples fines de la contemporaneidad que se persiguen en una muestra, sea individual, colectiva, nacional o internacional.

En tal sentido se ha buscado que el sustento de cada exposición temporal -aunque también puede apreciarse en la exposición permanente- éste fincado en propuetas de permanencia estética, más que de convergencia o incidencia. Esto no quiere decir, y no debe entenderse así de ningún modo, que los espacios del museo sean herméticos. sino que, por el contrario, están abiertos a los canales de expresión más diversos, siempre y cuando estén fundamentados a través de un discurso teórico sólido." MAM, 1990.

<sup>3</sup>Néstor García Canclini define al consumo como "El conjunto de procesos socioculturales en que se realizan las apropiaciones y uso de los productos." (García Canclini, 1991, pág. 24).

comunicación, es una institución que preserva, exhibe y difunde una oferta cultural, es un medio de comunicación, educación e información para un público heterogéneo de diferentes edades, niveles de escolaridad y clases sociales con características y necesidades muy diversas.

El museo de arte es un espacio donde podemos conocer la evolución del gusto social, las corrientes, estilos y técnicas empleadas en el arte moderno, así como la composición del público que lo visita, A través del museo se generan sensaciones y percepciones que son apropiadas según sea el capital cultural del que dispone el receptor. Graciela Schmilchuk menciona:

La visita a un museo, puede ser un hábito, una práctica ocasional o una experiencia desconocida. En México se confirmó es una práctica minoritaria. La desigualdad distribución de la educación formal y los ingresos coinciden con los desequilibrios entre la oferta y el consumo cultural. ...Néstor García Canclini concluye que para llegar a este nivel de conocimientos se requiere de estudios que consideren con más atención las características de la vida cotidiana de los sujetos sus ritmos de vida y ocupación, sus obligaciones familiares, las tradiciones de grupo, las relaciones comunitarias, tanto como su edad y sexo.<sup>4</sup>

Esta investigación responde a la inquietud por conocer las características socioeconómicas y culturales del público del MAM que asiste a tres diferentes presentaciones de exposición la inauguración de una exposición, su temporalidad y la colección permanente. Conocer al público asistente nos permitió tener una muestra tanto cuantitativa como cualitativa del consumo cultural<sup>5</sup> del MAM.

En el museo de arte, algunos significados de las obras son propuestos por el artista, otros por el museo y muchos otros por la interpretación que cada visitante hace de las obras según sea su capital cultural. Cuando el público lee la información que generalmente se coloca a la entrada de cada sala contextualizando el contenido de la exposición, en los textos que acompañan la obra así como los cedularios se utiliza un lenguaje con sistemas densos y/o complejos en significados, esto implica que

---

<sup>4</sup>Schmilchuk, Graciela, "Venturas y desventajas de los estudios de público", en Nueva Museología mexicana, *Cuiculco*, Nueva Epoca, Vol. 3, No 7, Mayo/agosto de 1996, pág. 43

<sup>5</sup> Se define al consumo cultural como: "...el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en las que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica". Néstor García Canclini *El consumo cultural en México*, colección Pensar la Cultura, México, 1993 pág. 34

puedan leerse de diferentes maneras, con distinto énfasis, con mayor o menor distancia y desde un marco mental menos o más crítico, es decir, cualquier lectura de cualquier producto cultural es un acto de interpretación.

Al visitar el MAM el público se enfrenta ante el objeto y al mismo tiempo ante un testimonio, en este terreno el individuo reconstruye su propia experiencia, esto opera en cualquier museo sea cual sea su especialidad y es inevitable, mas no quiere decir que el individuo se ha apropiado adecuadamente del objeto en exhibición.

La oferta del MAM es diversa, sus exposiciones son de contenidos: temáticos, históricos, y museográficos diferentes, para un público heterogéneo, pero también con diferentes capacidades de recepción y resignificación; esta diferencia como ya mencionamos puede ser definida por: la edad, la escolaridad, el hábito, su status social y su nivel económico, que determinan la apropiación y el goce entre el sujeto y la obra de arte.

En las investigaciones<sup>6</sup> sobre público de museos de arte en México, no se ha estudiado específicamente al público que asiste a la colección permanente, ni el que asiste a una inauguración. ¿Qué público acude y en qué proporción en estos casos? ¿Por qué las exposiciones temporales son las más visitadas? ¿Qué público asiste a la inauguración de una exposición? Para llegar a conocer al visitante de un museo debemos considerar no sólo al que visita sus exposiciones temporales, también al que acude a la muestra permanente y a la inauguración. Estas muestras podrían dar resultados distintos.

La información sobre público de exposiciones permanentes en museos de arte no existe, sin embargo en *El Público como propuesta: cuatro estudios sociológicos en museos de arte* llamó la atención de algunos autores:

...es verdad que las exposiciones que estudiamos se caracterizan por haber alcanzado una alta asistencia. En otros casos, los datos no son tan alentadores. No investigamos, el público de las

---

<sup>6</sup> Más adelante describiremos los estudios sobre público en museos de la Ciudad de México.

colecciones permanentes cuya observación nos mostró que reciben menos público que las exposiciones de artistas famosos en los mismos museos analizadas.<sup>7</sup>

Como ya mencionamos el objetivo general de este estudio fue conocer las características socioeconómicas y culturales del público del MAM; partimos del conocimiento previo de que el visitante es uno de los elementos que participan en el proceso comunicativo, ubicamos el contexto histórico del museo y la necesidad de su creación. Se entrevistó al público que asiste a la muestra permanente, temporal y al evento de la inauguración, conocimos las características de cada exposición tratando de distinguir sus diferencias y similitudes, de tal manera que dentro de esta investigación respondiéramos a las preguntas antes planteadas. También nos ocupamos de la recepción y apropiación de los mensajes, así como las necesidades y demandas del público visitante.

Desde sus inicios el MAM ha tenido una asistencia reducida de visitantes en comparación a otros museos, por ejemplo: “En México varias exposiciones alcanzaron los 200,000 espectadores y hubo por lo menos dos muestras que llegaron al medio millón de visitantes: Los Picassos de Picasso y la de Diego Rivera, ambas en el Rufino Tamayo.”<sup>8</sup> Sin embargo en 1994 el MAM logró gran éxito con la exposición de Remedios Varo (1908-1963), que se presentó en la sala Carlos Pellicer del 22 de febrero al 5 de junio. De dicha muestra mencionaron algunos medios de prensa “...en apenas ocho semanas, ha tenido más de 100,000 visitantes...”<sup>9</sup> “...el éxito de Varo ha alcanzado 170,000 visitantes por tal motivo la fecha de clausura se recorre del 5 al 26 de junio en espera de por lo menos 250,000 personas.”<sup>10</sup> Incluso el propio museo amplió su horario los días miércoles hasta las 21:00 hrs. Se estima que al final de la clausura asistieron alrededor de 300,000 visitantes.<sup>11</sup> Otras exposiciones que han logrado un público numeroso se encuentran; Armand Hammer, Tina Modotti, Frida Kahlo y la colección de Reader’s Digest en el Palacio de Bellas Artes.

---

<sup>7</sup> *El Consumo Cultural en México* pág. 208

<sup>8</sup> Néstor García Canclini, “Museos y público: como democratizar la cultura”, en *El público como propuesta*. p. 54.

<sup>9</sup> Reforma. Sección cultural, pág. 12-D, 1 de mayo de 1994.

<sup>10</sup> Suma. Sección Cultural; Athenea, No 17, Semanal, Domingo 12 de junio de 1994.

<sup>11</sup> Dato proporcionado por Elvia Díaz Olvera, coordinadora administrativa del MAM.

De la muestra los Picassos de Picasso, García Canclini hace referencia al efecto masificador de divulgación que los medios de comunicación hacen de una muestra pictórica, menciona:

...La televisión le organizó varias visitas, aunque el Museo Tamayo quiso mantener las reglas contemplativas del arte de élites: sólo permitía la entrada de 25 personas a la vez. Con lo cual agigantaba las colas. La televisión las filmaba, las mostraba como propaganda y así promovía que otros se sumaran a ellas. Gracias a este vaivén pudimos disfrutar en México, además de la obra de Picasso, uno de los juegos seductores de contradicción y complicidad entre arte para élites y arte para masas.<sup>12</sup>

Sin embargo no todas las exposiciones tienen una amplia divulgación y publicidad en estos medios para atraer un numeroso público, salvo algunas exposiciones como acabamos de mencionar. Una hipótesis inicial que manejamos, es que el MAM es sólo para las élites y sólo algunas muestras en donde actúan los medios de comunicación sí hay una masificación en donde la diferencia se produce en la manera de apropiarse de los bienes culturales y de cómo se les utiliza, es decir, se busca justificar la distinción social por los gustos que separan a unos grupos de otros y por el capital cultural que se posee; los hábitos culturales, la escolaridad, el grupo social al que se pertenece son cualidades que permiten al visitante apropiarse de una oferta cultural.

El público del Museo de Arte Moderno desenvuelve sus propios intereses y patrones de gusto, el visitante puede asistir a la inauguración de una exposición, entre semana o fin de semana, de tal forma que lo que sucede en el mundo del arte sea producto de la competencia, distinción y apropiación entre las clases de una oferta cultural disponible socialmente.

Una segunda hipótesis a demostrar fue que la exposición permanente no atrae al público que visita al MAM, porque las obras que se exponen son las mismas, su museografía también, sólo se utiliza como acervo histórico de épocas y corrientes que han desarrollado los artistas de

---

<sup>12</sup>Néstor García Canclini, *Culturas híbridas*, México, Grijalbo, 1989, p. 99.

nuestro país y algunos extranjeros, por lo tanto sólo llama la atención de los nuevos visitantes, de los estudiantes y del público interesado en la evolución del arte en México, específicamente de “La Escuela Mexicana”; incluso el propio museo había dejado de hacer publicidad de esta colección y sólo la había realizado para las exposiciones de las obras temporales, de vanguardia, obras que tal vez por única ocasión se exponen en sus salas.

Una tercera hipótesis es que el público que posee mayor capital cultural, mayor nivel de escolaridad y pertenece a una clase social alta, acude en mayor proporción a las exposiciones temporales del MAM, porque busca un objetivo, sus intereses y gustos son más sólidos; incluso la publicidad de estas exposiciones se dirige a espacios previamente seleccionados con el fin de atraer a estos visitantes, esta publicidad nunca se hace en las colonias populares o lejos del mayor triángulo de equipamiento cultural, de tal forma que las zonas marginadas y periféricas sólo pueden enterarse por los medios masivos de comunicación reduciendo así su participación.

De esta forma, en el primer capítulo se analizan brevemente los estudios sobre público realizados en museos de la ciudad de México, sus propuestas y resultados, de tal forma que se tenga un panorama de la investigación que diversos autores han llevado a cabo en diferentes espacios culturales.

En el segundo capítulo se habla acerca de la recepción como un elemento importante entre la comunicación del visitante y la obra de arte, así como los mensajes que se transmiten en su arquitectura y ordenamiento museográfico. En el tercer capítulo se exponen las necesidades que impulsaron la creación del Museo de Arte Moderno y su organización actual. Asimismo se analizan los apoyos para la interpretación de exposiciones..

El cuarto, quinto y sexto capítulo presentan las características socioeconómicas y culturales del público que asistió a la inauguración de la obra, la temporalidad y la muestra permanente. Por último en el séptimo capítulo se presenta un análisis del público que asistió al MAM en sus diferentes presentaciones, mostrando de manera general la composición del público del Museo de Arte Moderno de la Ciudad de México.

Espero, que este esfuerzo sea de utilidad para realizar nuevas incursiones sobre los estudios de público en museos, además de concientizar a los directivos de dichas instituciones sobre la necesidad de implementar políticas culturales que tomen en cuenta las necesidades y demandas del público que visita estos espacios.

## **METODOLOGIA**

Para conocer las características del público que asiste al MAM, fue necesario aplicar una encuesta (ver Apéndice I) en dos exposiciones temporales que el museo exhibió: *The Liar, The copy of the Liar*, El mentiroso y la copia del mentiroso del artista Francis Alÿs y la exposición de Escultura de Jorge Yáspik. También se aplicó en la exposición permanente la "Escuela Mexicana".

Analizamos diferentes tipos de exposición y la manera en que el visitante se apropia de está oferta cultural, si acude al museo sólo o acompañado, entre semana o en fin de semana, quién o quiénes visitan la exposición temporal y permanente, los que acuden a la inauguración de una muestra, si se hace uso de los espacios informativos, cédulas, guías, sala documental, librería, jardines etc.

Analizamos el perfil socioeconómico, cultural y educativo del visitante; los medios por los cuales se enteraron de las exhibiciones, sobre todo en el evento de la inauguración de las obras, evaluando el impacto de los medios masivos de comunicación (radio, prensa, TV., revistas etc.), compararlo con el efecto de las invitaciones que para tal evento se hacen y que son distribuidas por el artista y el museo y que van dirigidas a un grupo selecto de amigos, artistas, críticos de arte y prensa especializada, este hecho encierra intereses personales tanto del autor como de la institución. Tomamos en cuenta los elementos que intervienen en cada inauguración de las exposiciones, donde se dan cita los medios masivos de comunicación, la crítica de arte y el público interesado en apropiarse y participar de este ritual en el cual se legitimará la obra de arte.

De tal forma que en cada evento o etapa de exposición se dan cita públicos diversos, con capacidades receptoras y culturales diferentes, interesados en diversos géneros de producción, es por esto que escogimos la colección permanente del MAM, la inauguración de dos de sus exposiciones y la temporalidad de cada una de estas.

A pesar de que la encuesta nos fue de bastante utilidad, para conocer las características socioeconómicas y culturales del público, la complementamos con otras técnicas antropológicas por excelencia: elaboración de un diario de campo, la observación participante, la relación amistosa que se tuvo con algunos visitantes y las entrevistas abiertas. Además, analizamos tres muestras diferentes de contenido y presentación; la crítica que se hace en los diferentes medios de comunicación, así como su participación como informadores y publicistas de la exposición. Por último, confrontamos los resultados que se obtuvieron del público en cada muestra para conocer sus características y tener un panorama general del visitante del MAM en sus diferentes exposiciones.

Para lograr nuestros resultados, la encuesta se aplicó los días miércoles, viernes y domingos; sólo en las inauguraciones se aplicó el día programado, las entrevistas abiertas y la observación participante se realizaron en cada exposición y evento, así como un análisis de la opinión de la crítica de arte y la experiencia del visitante.

Toda nuestra investigación la realizamos en el Museo de Arte Moderno de la Ciudad de México con diferentes tipos de exposición, pero sin descuidar su materialidad, pues si las comparamos entre sí, nos percatamos de que la diversidad de las artes se debe a una obligada complementariedad sociocultural, ya que ningún arte es capaz de satisfacer todas las necesidades artísticas del hombre, ni de cubrir todos los aspectos de la realidad; menos aún una sola corriente o tendencia y ni qué pensar de una obra sola.

## CAPITULO I

### ANTECEDENTES

#### LOS ESTUDIOS SOBRE PUBLICO EN MUSEOS

En México las investigaciones que conocemos sobre público en museos son: Arturo Monzón<sup>13</sup> en 1952, pero no tuvo continuidad ni llamó la atención de las ciencias sociales y humanidades; 25 años más tarde Rita Eder realizó una investigación sobre público de arte en el Palacio de Bellas Artes<sup>14</sup> y cinco años después (1982-1983) se realizaron cuatro estudios sociológicos en museos de arte de la Ciudad de México que se publicaron en 1987 con el título *El Público Como Propuesta*<sup>15</sup>; donde se analizan cuatro exposiciones: tres de artistas extranjeros -Augusto Rodin, Henry Moore y Tapio Wirkkala- y una dedicada a dos mexicanas -Frida Kahlo y Tina Modotti en los tres principales museos estatales de arte en México: el Palacio de Bellas Artes, el Museo de Arte Moderno y el Museo Nacional de Arte.

Otras dos investigaciones que se han realizado en esta ciudad sobre públicos son: de Maya Lorena Pérez Ruiz en el Museo Nacional de Culturales Populares (MNCP) y de Ana María Rosas Mantecón en El Museo del Templo Mayor (MTM); en ambos trabajos se analiza al público desde la perspectiva del consumo cultural, la recepción, el aprovechamiento y la resignificación que el público hace de la exposición. Analizan también la oferta y las políticas culturales que como institución estos museos ofrecen.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Tal vez fue el primer estudio latinoamericano sobre público de museos: Arturo Monzón, "Bases para incrementar el público que visita el Museo Nacional de Antropología", en *Anales del Instituto Nacional de Antropología e Historia*, tomo IV, 2a. parte, INHA, 1952, págs. 87-128.

<sup>14</sup> Rita Eder y otros, "El público de arte en México: los espectadores de la exposición Hammer", *Plural*, vol. IV, 10 de julio de 1977.

<sup>15</sup> Esther Cimet, et al; *El público como propuesta: cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, México, INBA, 1987.

<sup>16</sup> Véase los artículos de Maya Lorena Pérez Ruiz y Ana María Rosas Mantecón en: *El Consumo Cultural en México*, México, CNCA, 1993

En *El Público Como Propuesta* se analiza la estructura del consumo cultural, sus límites, sus implicaciones, las políticas culturales, la recepción del público, el aprovechamiento y su resignificación, así como las características generales del público de arte de la Ciudad de México. Además, se reconoce que las exposiciones temporales antes mencionadas se caracterizan por haber alcanzado una alta asistencia de público. En este punto, hubo dificultades derivadas de los deficientes registros que los museos llevan sobre sus visitantes porque sólo tienen las cifras de boletos de ingreso pagado, pero no registran el número de visitantes que entra con credencial, ni los que asisten el día domingo, ya que la entrada es gratuita; hay otros museos que ni siquiera tienen boletaje. (Consultar la asistencia del público al MAM de 1995 a 1998, Apéndice II).

Las características del público obtenidas en las encuestas aplicadas en estos espacios muestran que la gran mayoría es mexicano y proviene de los sectores medios y medios altos de la población urbana:

...sólo un 10% estuvo compuesto por turistas. Predominan los estudiantes universitarios y profesionales, es decir quienes están pasando por la educación superior o pasaron por ella: la proporción de visitantes con instrucción de secundaria es considerable 13% y la de quienes sólo cursaron la escuela primaria es muy baja 7%. La información ocupacional confirma este perfil: un 40% del público declara ser estudiante, un 26% profesionista, un 9% empleado administrativo, un 6% se dedica a labores del hogar, un 3% ejecutivo y sólo un 3% dice ser técnico u obrero especializado.<sup>17</sup>

La composición del público que visitó el MNCP en una muestra de 897 casos, también nos señala que en su mayoría el visitante no es de las clases populares:

...así, entre el público que visita, sin guía, el museo, el 20 por ciento (180 personas) son estudiantes de educación básica (primaria, secundaria, preparatoria); el 47.9 por ciento (430) son empleados y practicantes de oficios y carreras técnicas, y sólo el 3.7 por ciento (34) está compuesto por obreros, productores, comerciantes, etcétera. De estos últimos, únicamente el 1.11 por ciento (10) son obreros y 0.44 (4) son campesinos. En tanto que el grueso de las visitas guiadas se dedica también

---

<sup>17</sup> Esther Cimet, *El público como propuesta: cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, op. cit., p. 209

mayoritariamente al público estudiantil.<sup>18</sup>

El estudio sobre público del Museo del Templo Mayor, en su muestra de 160 encuestas se revela que la escolaridad es considerablemente elevada:

El mayor porcentaje de asistentes encuestados lo constituyen los universitarios (40 por ciento), que sumados al porcentaje de estudiantes de preparatoria (33 por ciento) y secundaria (12.5 por ciento), nos da un 85.5 por ciento con estudios medios y superiores. Los estudiantes de primaria alcanzaron el 8.1 por ciento, los de carrera corta el 5.6 por ciento y los técnicos apenas el 0.6 por ciento. La baja proporción de estudiantes de primaria se debe a que la encuesta se aplicó a mayores de 15 años.<sup>19</sup>

Estos datos, nos permiten considerar que si bien un museo es una oferta cultural disponible socialmente, son pocos los que aprovechan dicha oferta, esto se atribuye a la baja escolaridad y hábitos culturales. La escolaridad y el hábito permite apropiarse de los ofertas culturales, pero en México “existe 1/8 de libro por cada habitante, cuando la UNESCO recomienda 4”<sup>20</sup>. Lo común entre los analfabetas funcionales<sup>21</sup> es acercarse a los diarios deportivos y cómics, no acuden a conciertos ni frecuentan exposiciones, “no se va al teatro porque nunca se ha ido, no se lee o se lee casi simbólicamente porque hacerlo cuesta y porque el hábito no se adquirió desde la niñez, respecto a las artes lo usual en las clases populares es la apatía (...) si nunca me informo cómo puedo estar motivado.”<sup>22</sup>

Sin embargo, a finales de los años setenta y principio de los ochenta se vislumbra un crecimiento escolar en el país, “La participación de la población en el sistema educativo formal creció efectivamente a partir de los años cincuenta; se estima que en 1930, el 63.6% de los mexicanos mayores de 10 años eran analfabetos, y en 1983, el 10%. En 1930, el índice de escolaridad era

---

<sup>18</sup> *Op. cit.* p. 180

<sup>19</sup> *Op. cit.* p. 216.

<sup>20</sup> *El Día*, 24 de julio de 1985. citado en *El público como propuesta*, p. 209

<sup>21</sup> Entiendo como analfabetas funcionales aquéllos que a pesar de saber leer y escribir no tienen el hábito de introducirse a lecturas literarias o de carácter científico por la complejidad de sus temas.

<sup>22</sup> Carlos Monsivais, “De la cultura mexicana en vísperas del tratado de libre comercio” en: Gilberto Guevara Niebla y Néstor García Canclini, *La educación y la cultura ante el tratado de libre comercio*, México, Nueva Época/Nexos, 1992. p. 195

apenas de 1.4 años; en 1960 se había duplicado y en 1985 superaba ya los seis años”.<sup>23</sup>

Empiezan a proliferar revistas, suplementos y páginas culturales en diarios y revistas, gracias a los estudiantes, los libros se instalan en casas donde nunca antes penetraron y se discuten temas prohibidos. “En 1950 se satisfacía el 8.9% de la demanda potencial de educación preescolar, el 62.6% de primaria, el 4.1% de secundaria, el 2.8% de nivel medio superior y el 6% de nivel superior. Se considera que en 1980 se logró satisfacer la demanda de educación primaria, el 59.4% de secundaria, el 25 % de educación media superior y el 7.6% de educación superior.”<sup>24</sup>

Pero a pesar del crecimiento escolar, vemos que es necesario replantear los programas y objetivos educativos ya que representa una explicación general: a mayores niveles educativos, mayor consumo cultural.

Sin embargo, la asistencia a espacios culturales: museos, teatro, danza, conciertos, es mínima debido a diferentes factores como la educación, el ingreso o la distribución concentrada e inequitativa de los equipamientos culturales, las enormes distancias que implica el trasladarse de la zona metropolitana al centro del Distrito Federal, se agrega la inseguridad, los mayores costos de estas ofertas (cuando el poder adquisitivo ha disminuido a causa de las crisis económicas de 1982 y 1994) han obligado a muchos estudiantes, a combinar sus labores académicas y de trabajo, ocupando su tiempo libre en otras actividades que la de asistir a espacios culturales, a menos que sea por cuestiones escolares o de interés académico. A la vez tenemos la atracción de los medios masivos de comunicación a los que la sociedad tiene facilidad de acceso. Es así como a pocos les es permitido cambiar de hábitos culturales, las mayorías no tienen dinero, educación, ni escolaridad suficiente que les permita un mayor acercamiento y una buena apropiación de estas ofertas.

Los museos de arte moderno han surgido en los diferentes estadios de desarrollo de la

---

<sup>23</sup> Alonso, Antonio “Algunos futuros de la educación en México”, ponencia presentada al seminario México hacia el año 2 000: *Desafíos y opciones*, CIDE, Colmex, UNAM, febrero de 1989. p. 3

<sup>24</sup> García Canclini, Néstor y Patricia Safa, “Políticas culturales y sociedad civil en México”, en *Innovación cultural y actores socioculturales*, Buenos Aires, CLACSO, 1989. pp. 176-180.

burguesía; responden a sus intereses, gustos y concepciones (el artista genio, la obra de arte como obra del espíritu que redime de la miseria de la vida cotidiana materialista, el museo como templo laico, el disfrute entendido como contemplación silenciosa, etc.). También emiten mensajes no sólo a través de las exposiciones que exhiben sino por medio de su arquitectura, ornamentación y ordenamiento museográfico.

En la investigación sobre *El Público Como Propuesta* mencionada anteriormente, se demuestra que la mayor parte de los visitantes a un museo lo hace por primera vez y no regresa,<sup>25</sup> esto significa que el individuo no se apropia adecuadamente del objeto en exhibición, considerando que si bien todo el arte está condicionado socialmente, no todo el arte es entendible socialmente, o regresando a las propuestas bourdieurianas, el acceso y apropiación de las obras culturales es privilegio de las clases cultivadas, habituales y cultas como las únicas capaces de experimentar el goce entre el sujeto y el objeto, situación que privilegia a unos y excluye a otros.

Estos factores influyen para que las artes visuales tengan pocos adeptos, además porque no todas las producciones son perceptibles socialmente, en cambio los museos de Arqueología, Historia y de Ciencias que cuentan en la mayoría de las veces con exposiciones permanentes y en su mayoría con mayor información en sus cedularios, son las más visitadas por las masas, esto se debe principalmente al manejo del material como conocimiento sensible, y como el componente más material y perceptual es el arte, tomamos como punto de partida el producto material, estético y simbólico que se presenta en la obra de arte.

---

<sup>25</sup> Esther Cimet, *et al. El público como propuesta, cuatro estudios sociológicos en museo de arte*. México, INBA. 1987, p. 208.

## **CAPITULO II**

### **APROXIMACIONES TEORICAS**

¿Qué estudiar en un museo? su historia, sus políticas culturales, sus mensajes, los medios y formas de transmitirlos, sus exposiciones, sus inauguraciones y el público; uno de los elementos que participan en el proceso comunicativo del campo artístico.

### **ACERCA DE LA RECEPCION**

Cuando un espectador se involucra con la obra de arte al visitar un museo, el producto cultural está incompleto sin el acto de la recepción, un cuadro renacentista, hiperrealista, etc., está elaborado con un mensaje sobre la base de un grupo social y de una situación histórica. La mejor condición para la transmisión es cuando el que recibe el mensaje lo interpreta con arreglo al mismo código empleado por el emisor y aún así la comunicación se halla sometida a múltiples riesgos, porque todo mensaje nos coloca ante una serie de posibilidades sobre el modo en que será recibido y por quién será recibido, de manera que quien no domine el código no recibirá el mensaje.

La desigualdad en el dominio de códigos por los visitantes a un museo, puede llegar a la incomunicabilidad total, a lo sumo, neutra, porque corre el riesgo de disolverse en una circulación de informaciones desordenadas forjadas a su medida por cada receptor. Cada individuo tiene una capacidad y un hábito que lo acerca de manera ordenada o desordenada a las obras, de modo que el más apto, el más culto, ha dejado de sentir las como algo nuevo y provocador y tiene una mejor forma de acercarse y apropiarse de esta oferta cultural.

El público habitual se distingue del ocasional por la forma de apropiarse de una oferta cultural, el primero participa y colabora con la puesta en escena y recepción que da vida a una obra, el segundo se aleja y ahonda la distancia con el campo artístico. La participación del público en un museo, de sus prácticas artísticas en los procesos de producción y reproducción social, de legitimación y distinción, nos muestran las diversas prácticas como parte de la lucha simbólica entre las clases sociales

El goce de una obra de arte se da cuando el sujeto y el objeto se comunican entre sí. La teoría de la recepción concentra su interés en la manera en que el público y la crítica confieren significado a las obras artísticas en diversas coyunturas históricas. Nicos Hadjinicolau (1981) critica a los iconologistas por creer en la existencia de “una correcta” interpretación de determinada obra de arte. A esta idea el autor opone la historia de la recepción de las obras de arte : toda obra es “recibida” de distinta manera a través del tiempo, según los grupos sociales cuyos intereses se expresan a través del arte y según el tipo de sociedad en que la obra será recibida. La recepción de la obra se basa en intereses culturales y éstos deben de ser estudiados para que se comprenda el papel de las obras de arte en la vida social.

En el Museo de Arte Moderno de la Ciudad de México, las obras de arte se comunican directamente con los espectadores, su propósito principal es presentar al público que lo visita sus exposiciones de manera estética y ordenada. Sin embargo, para el visitante uno de los problemas es entender el arte y sin duda la comunicación del mensaje, al visitar un museo el público se enfrenta ante el objeto y al mismo tiempo ante un testimonio, en este terreno todo individuo reconstruye su propia experiencia, esto opera para cualquier museo sea cual sea su especialidad y es inevitable, mas no quiere decir que el individuo se ha apropiado adecuadamente del objeto en exhibición, es decir, no importa sólo qué se tiene, sino cómo se lo tiene, hay que examinar la función de los objetos, la manera de usar los bienes, de convertirlos en signos.

Jean Baudrillard (1974) considera que cuando los objetos son desprendidos de su valor de uso o función (por ejemplo una mesa) y también de su valor de cambio en sentido estricto (como mercancías) se convierten en valores de cambio simbólico u “objetos-signo”. Los sistemas

simbólicos, entre ellos el arte, tienen por función producir y reproducir las relaciones de clases en tanto son relaciones de sentido. Esto es, dichos objetos-signo operan como un indicador de prestigio o status para quienes lo posean, es una forma de dominación simbólica sobre aquellos que no tengan la posibilidad de poseerlos.

Por su parte, Pierre Bourdieu (1969) ha estudiado cómo se corresponden los sistemas de clasificación y preferencia estética (el gusto) con las condiciones materiales de existencia de las clases sociales, mediante una amplia exploración cuantitativa y cualitativa revela que todas las áreas de elección estética: el arte, la vestimenta, el mobiliario, etc., están sistemáticamente organizadas para consolidar y convalidar las diferencias entre las clases. Para comprender y gozar una obra de Beethoven o un cuadro de Mondrian se requiere poseer los códigos, el entrenamiento sensible e intelectual necesario para descifrarlos.

En su investigación sobre público de museos demostró que dicho entrenamiento aumenta a medida que se acrecienta el capital económico, el capital escolar y la antigüedad en la familiarización con el capital artístico, es decir, la comprensión artística sólo la alcanzan quienes son capaces de relacionar los objetos estéticos entre sí por sus meras propiedades formales, ubicarlos en las clasificaciones de épocas, estilos, autores, sin vincularlos con la realidad cotidiana. La cultura, el arte y la capacidad de gozarlos aparecen como “dones” o cualidades naturales, no como resultado de un aprendizaje desigual producto de la división histórica entre las clases sociales.

Bourdieu presenta los resultados de un estudio sobre público de arte de varios países europeos, el proyecto consistió en conocer las motivaciones de los visitantes, sus prácticas culturales, su instrucción, clase social, edad, sexo y sueldos; de tal manera que de estas condiciones depende la frecuencia de sus visitas a un museo. Analiza las necesidades culturales del público, sus obras y artistas preferidos, el tiempo que dedica a la contemplación de las obras y la capacidad con que las aprende. Además señala que el público que no está provisto del conocimiento de desciframiento de las obras contemporáneas, el museo debe de proveerlo con explicaciones e informaciones que lo introduzcan al campo artístico.

Las clases se diferencian por su relación con la producción, Bourdieu analiza cómo se distinguen por su relación con el consumo, por la manera de usar esos bienes, por su modo de trasmutarlos en signos. El arte y la posibilidad de ser artista están formalmente ofrecidas a todos, pero realmente sólo tienen acceso a estos bienes quienes cuentan con los medios económicos y simbólicos para apropiárselos.

El MAM es un espacio donde tiene lugar el encuentro y el desencuentro entre sujeto-objeto, entre el museo, los objetos y los visitantes, donde el goce del arte requiere de los códigos necesarios para interpretarlo, Néstor García Canclini menciona:

...de tal forma, que para apreciar una obra de arte moderno hay que conocer la historia del campo de producción de la obra, tener la competencia suficiente para distinguir, por sus rasgos formales, un paisaje renacentista de otro impresionista o hiperrealista. Esa "disposición estética", que se adquiere por la pertenencia a una clase social, a sea por poseer recursos económicos y educativos que también son escasos, aparece como un "don", no como algo que se tiene sino que se es. De manera que la separación del campo del arte sirve a la burguesía para simular sus privilegios que se justifican por algo más que la acumulación económica.<sup>26</sup>

De tal forma que el tiempo dedicado por el visitante en la contemplación de una obra en exhibición, para agotar todos los códigos que le son propuestos, constituyen sin duda un buen indicador de su aptitud para disfrutar y descifrar tales significaciones, la inagotabilidad del mensaje hace que la riqueza de la recepción dependa ante todo de la competencia del receptor, esto es, del grado de dominio que posea sobre el código del mensaje, Cada individuo tiene una capacidad definida y limitada de aprehensión de la información propuesta por la obra, capacidad que, como ya se mencionó anteriormente, proviene del conocimiento global (a su vez de la educación y de su medio) que posee del código genérico del tipo de mensaje considerado, sea la pintura en su conjunto, sea la pintura de tal época, de tal escuela o tal autor. Cuando el mensaje excede las posibilidades de aprehensión del espectador, éste no capta la "intención" y se

---

<sup>26</sup> Néstor García Canclini. *Culturas híbridas*, México, Grijalbo, 1989 pp. 37-38

desinteresa de lo que percibe, pues no tiene sentido ni coherencia.

## EL MUSEO COMO TEMPLO

El público que asiste a un museo busca la posibilidad de participar de las muestras y experimentar procesos distintos desde su propia perspectiva, sin embargo, la mitad de los visitantes que van por primera vez no regresan o, al menos, no adquieren el hábito de ir con frecuencia.<sup>27</sup> Esto se debe a que si bien el arte está condicionado socialmente, no todo el arte es entendible socialmente. Además, existen otras causas que alejan al visitante de un museo, como el enfrentamiento con su arquitectura; ya que también emite mensajes, no sólo a través de sus exposiciones, sino a través de su ordenamiento museográfico, su ornamentación, el disfrute entendido como contemplación silenciosa. “Es un ‘lugar sagrado’, como un centro ceremonial, con grandes columnas y techos monumentales; con salas, pasillos y escalinatas revestidas con gran decoración y decoro; reforzando para unos un sentido de pertenencia y para otros de exclusión. Separando el mundo del arte al mundo de la vida cotidiana, como lo sagrado a lo profano”<sup>28</sup>.

Los grandes museos de arte no amplían ni transforman sus colecciones,<sup>29</sup> sus instalaciones y su programación en función de la atención hacia los nuevos públicos, sino que intentan convencer de que el arte que exponen y la concepción de cultura son los únicos válidos.

Jean Galard señala que al arte, y en “consecuencia los museos, sus templos, eligen pertenecer a la esfera de lo sagrado, despreciando así el valor de lo profano, de nuestra vida diaria; cuando sería deseable que su papel fuera inverso, devolver el valor, importancia, significado y posibilidades de belleza a lo cotidiano”<sup>30</sup>.

---

<sup>27</sup> Esther Cimet *et al.* *El público como propuesta, cuatro estudios sociológicos en museos de arte.* *op. cit.*, p. 208.

<sup>28</sup> Pierre Bourdieu “Elementos de una teoría sociológica de la recepción artística,” en Siberman y otros *Sociología del Arte*. Buenos Aires, Argentina. Nueva Visión p. 73-74.

<sup>29</sup> Sobre todo las colecciones permanentes, cuyos espacios son los menos visitados por el público.

<sup>30</sup> Jean Galard. *La muerte de las Bellas Artes*, Madrid, Ed. Fundamentos, 1973, p. 15

El museo cumple diferentes funciones, su intención es impresionar a quienes lo usan, algunos son edificios (como el Palacio de Bellas Artes) que evocan la arquitectura ceremonial del pasado, templos, palacios, mausoleos, etc., sus exposiciones son como las ofrendas en las iglesias, criptas y catedrales, cuando emplean fachadas barrocas, semejantes a la de los templos grecorromanos, cúpulas como las utilizadas en algunos mausoleos o techos artesonados, confirman sus orígenes de la realidad política, ideológica e histórica de la Roma Imperial.

A menudo se ubican en el centro de ciudades modernas a la manera de templos, frente a foros abiertos o en su caso, como el MAM, en parques. Iker Larrauri afirma “que la gran mayoría de los museos del mundo y de México, sufren una situación de crisis cuya principal característica es la falta de correspondencia entre la orientación, organización y expresión de sus contenidos, además de las condiciones sociales dentro de las cuales actúan”.<sup>31</sup>

En suma, las obras “no hablan por sí solas”, las exposiciones no deben de ser medios de confirmar lo establecido, incluso el museo está obligado a cuestionar sus propios medios. Es decir, las relaciones del museo con un público que carece de información sobre el arte de su tiempo y con las autoridades que apoyan lo convencional del arte, deberá cambiar estas relaciones como tareas y reformas internas, pensando que la obra de arte no habla por sí misma y que necesita técnicas de exhibición adecuadas al tiempo en que vivimos.

---

<sup>31</sup> Iker Larrauri, “México, país museo”, extractos de una conversación con Iker Larrauri, en *Artes Visuales*, núm. 11. México, julio-septiembre de 1976.

## CAPITULO III

### LA CONSTRUCCION DEL ARTE EN MEXICO

En México la construcción artística constituye una fuerza dinámica estrechamente vinculada a aspectos culturales y económicos de cada época, por ejemplo, en el régimen de Porfirio Díaz la escultura estuvo favorecida por la política oficial, como prueba de ello tenemos el Paseo de la Reforma donde las muestras abundan: el monumento a Cuauhtémoc, las esculturas de Hombres Ilustres de los Estados, la Columna de la Independencia, etc. además del monopolio artístico manejado por la Academia de San Carlos, “principal centro de cultura artística” de ese entonces.

Durante esos años la carencia de espacios, la participación elitista de los miembros del gobierno y la falta de interés genuino de la burguesía en las artes, ponía de manifiesto que el público y los compradores constituían un grupo reducido: el Estado, la gran burguesía y la Iglesia, esta última interesada en la pintura colonial y religiosa.

A partir de 1910 el desarrollo de las artes parecía estar marcado principalmente por la exigencia de ciertas instancias oficiales y la voluntad de un grupo de pintores politizados que lucharon por hacer de la pintura mural la punta de lanza de una plástica mexicana. Esta época estuvo adherida a los principios de un fuerte nacionalismo post-revolucionario en la que el apoyo oficial al muralismo se presentó como la expresión de la mexicanidad.

Este proyecto estaba basado en el arte mural, un arte público, monumental, un arte para el pueblo, un arte, en fin, que sirviera para propagar los logros de la Revolución. Este momento histórico estuvo lleno de contradicciones entre el arte mural y el arte de caballete, fenómeno que, debido a la conjugación de la influencia de una antigua tradición mural y la intervención del

Estado, se hizo más palpable en la vida social y cultural a partir de los años cuarenta cuando las puertas de México se abrieron a las corrientes artísticas del extranjero.

La producción artística modificó las relaciones entre las pinturas y el público; sólo tenía acceso a estos bienes la clientela estadounidense, el Estado y algunos hombres acaudalados, quienes eran los que compraban la obra de los tres grandes de la Escuela Mexicana: Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y José Clemente Orozco.

Pero la contribución de los artistas con una visión plástica independiente de la Escuela Mexicana fue brillantemente representada por Rufino Tamayo, quien se convirtió en la cabeza de una disidencia de ruptura. Entre 1910 y 1950 hubo mucho más preocupación por consolidar una pintura representativa del nacionalismo mexicano que una preocupación por atraer, educar y consolidar un público masivo para las artes.

La nueva generación que se opuso a la Escuela Mexicana se expresó de diversas maneras y formas que desencadenaron la confrontación entre los partidarios del arte mural y los de la pintura de caballete. El panorama de estas nuevas corrientes que se afirmaron en el transcurso de los años cincuenta y setenta fueron convertidas entonces por el Estado en puntas de lanza para la modernidad.

Las constantes pugnas entre corrientes opuestas a la Escuela Mexicana, la llegada de pintores extranjeros que huían de la guerra civil de España y de las persecuciones fascistas y nazistas, introdujeron corrientes artísticas de Europa; la corriente surrealista con Remedios Varo, el abstraccionismo con Enrique Climent, Antonio Peláez y Vicente Rojo, sin olvidar a Mathias Goeritz, Leonora Carrington, Vlady, Roger Von Guten, etc., quienes aportaron una diversificada obra artística apoyando a los disidentes y acelerando la ruptura.

A finales de los años setenta es cuando se da reconocimiento oficial a la pintura de caballete por parte de las instituciones gubernamentales y del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), también se legitimaron las diversas corrientes que constituían la pintura joven de la época,

abriendo espacios oficiales y privados para su exposición.

Se mitigó así la confrontación entre los pintores de la Generación de Ruptura y la Escuela Mexicana, abriendo nuevos caminos hacia otras formas de expresión con artistas como Lilia Carrillo y Gilberto Aceves Navarro entre otros. De esta forma, la Generación de Ruptura, con Rufino Tamayo, Mathias Goeritz, José Luis Cuevas, Francisco Corzar, Rafael Coronel, etc., fue la continuadora de la tradición humanista en México.

Los intelectuales como Octavio Paz, Eduardo Maella, Carlos Monsivais, Fernando Benítez, entre otros, también lucharon por un retorno al placer de pintar y encontrar una nueva universalidad plástica, esta vez sin recurrir a la ideología ni traicionar el legado de sus predecesores, buscaban que el artista ganara su libertad y su facultad de creación sin que el precio fuera el sentimiento de soledad absoluta o el exilio.

## **EL INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES**

Durante la Revolución, varios artistas participaron activamente dentro de su propio campo en la lucha social, ya en 1911 habían mostrado su descontento con la huelga de la Academia de Bellas Artes, que depuso a su director Antonio Rivas Mercado. Este movimiento también se rebeló contra los lineamientos artísticos oficiales.

Después de la Revolución, el estado mexicano buscó la consolidación del país en todos sus aspectos, política, social, económica y culturalmente, este último aspecto se vio ampliamente favorecido. En 1921 el presidente Alvaro Obregon invitó a los pintores a la reconstrucción artística del país, quienes propusieron un arte mural basado en el nacionalismo, teniendo como base el indigenismo y los logros revolucionarios, naciendo así la Escuela Mexicana, quienes repudiaron la pintura de caballete por considerarla burguesa, individualista, decadente y contrarevolucionaria.

Durante esta época, el gobierno mexicano buscó adquirir las características de un estado capitalista y nacional, impulsando diversas obras. A pesar de las restricciones presupuestales impuestas por otras prioridades económicas y sociales, sobre todo por la situación de los campesinos y los problemas del rápido crecimiento urbano, los servicios educativos crecieron en forma significativa, en 1946 se creó el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL), cuyo principal objetivo era el fomentar y estimular la creación en la música, la arquitectura, las artes plásticas, escénicas y la conservación de bienes del patrimonio cultural, es decir, elevar a los más altos planos aquello que por derecho le correspondía a las manifestaciones artísticas del país, esto sin duda habla de que la política primordial del Estado era el nacionalismo.

Sin embargo, el proteccionismo nacionalista en las artes propugnado por el Estado y la Escuela Mexicana representada por los tres grandes del muralismo: Rivera, Orozco y Siqueiros, entraron en pugna con las nuevas corrientes artísticas de la época, sobre todo, como hemos mencionado con la pintura de caballete. Para ellos era casi imposible su participación en organismos gubernamentales, porque la crítica, el gobierno y la Escuela Mexicana la consideraban nefasta y amenazante a la identidad cultural de nuestro país.

La relación entre arte oficial y arte nacional se vinculó a la existencia de un mecenazgo de Estado y a las exigencias de una ideología de la Revolución mantenida demagógicamente a flote por gobiernos sucesivos.

De esta forma el estancamiento de la promoción de las artes plásticas en manos de instancias oficiales y el bloqueo del desarrollo de las nuevas tendencias se debieron a la ambigüedad del Estado y a la aplicación de una verdadera política cultural.

Es durante el gobierno de Miguel Alemán cuando se reactiva la plástica mexicana y empieza un nuevo rumbo para este campo. Se crea en 1946 el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA). El INBA, en su calidad de organismo rector y generador de las directrices estéticas, se da a la tarea de rescatar las obras abandonadas en las bodegas del Palacio de Bellas Artes y el 18 de septiembre de 1947 se inauguran las instalaciones del Museo Nacional de Artes Plásticas

(MNAP) en las instalaciones del Palacio de Bellas Artes; contaba en sus inicios con nueve salas de exposiciones en las que se representaban la escultura precortesiana, la pintura colonial mexicana, el arte popular, los tres grandes maestros del muralismo, el paisajista José María Velasco y el grabador José Guadalupe Posada. El último piso estaba destinado a la pintura mexicana contemporánea, quedando bajo la dirección del pintor y museógrafo Fernando Gamboa.

Para el INBA, los principios básicos del arte se consideraban como “una necesidad nacional de primera importancia” por lo que “es fundamental la orientación nacionalista”. El Estado considera “al arte como una creación nacional: México debe crear un arte mexicano”.<sup>32</sup>Estas fórmulas abundan para reafirmar que el nacionalismo es la consigna básica del Estado y La Escuela Mexicana.

Debido a que la adquisición de obras por parte del INBA era un obstáculo ya que la adquisición de éstas las hacían las galerías particulares y coleccionistas privados e impedían el crecimiento del acervo, el instituto patrocinó el 18 de noviembre de 1949 el Salón de la Plástica Mexicana, siendo directora Susana Gamboa, teniendo el objetivo de “liberar al artista de todo compromiso”; era una sala de ventas de pintura y su uso era gratuito, de esta forma trataban de estimular un arte mexicano de buena calidad. El Salón cumplió su cometido poco más de una década, decayendo en los inicios de los años sesenta, hasta perder completamente los principios de su fundación al convertirse en un sitio más de la Escuela Mexicana tradicional, obstruyendo a las nuevas generaciones que con sus tendencias y corrientes renovaban la plástica mexicana.

### **¿POR QUE UN MUSEO DE ARTE MODERNO?**

Es indudable que la consecuente evolución de las artes no podía pasar desapercibida ante la oposición de La Escuela Mexicana y el proteccionismo por parte del gobierno, quienes eran partidarios de un arte bajo su autoridad y estimulaban por lo tanto defender al mercado nacional

---

<sup>32</sup> *Dos años y medio del INBA*, INBA, México, 1950 pp. 15-28.

de las corrientes y artistas extranjeros.

Así, Miguel Angel Anzures, quién ingreso en 1954 en el Departamento de Artes Plásticas del INBA, fue su director de 1957 a 1961. Dio un viraje en el transcurso de estos años al promover las nuevas inquietudes mexicanas y difundir el arte nacional y las corrientes internacionales; esto suscitado por las primeras bienales de México, especialmente la de 1960 que promovió las vanguardias y que él mismo organizó, y la de Sao Paulo en 1961.

Estas nuevas exigencias expositoras hacían pensar en un espacio que sirviera de marco a las nuevas tendencias modernas impulsadas por artistas nacionales y extranjeros: Benito Messeguer, José Luis Cuevas, Javier Ezqueda, Remedios Varo, Leonora Carrington, Luis López Loza, Pedro Fridebers, etc., haciendo necesario un Museo de Arte Moderno en el que la producción de artistas consagrados y aspirantes a tal grado presentaran sus obras al público en un sitio acorde a la producción artística que se presentaba en México y el mundo.

## **EL PRIMER MUSEO DE ARTE MODERNO EN MEXICO**

El primer museo de arte moderno se estableció en 1958 en los locales adaptados para este propósito en el Palacio de Bellas Artes, su principal objetivo era exponer la obra de artistas contemporáneos nacionales y de extranjeros consagrados.

Este hecho abrió espacios para los artistas de corrientes opositoras de La Escuela Mexicana, quienes apoyados por Salas Anzures emprendieron un intenso trabajo de divulgación y promoción del arte moderno. Con esta bella frase concibe el arte Salas Anzures: “como una penetración que deja cicatriz en la historia”. Se trataba de combatir la parálisis y el conformismo, enfrentándose con energía y resistencia a la oposición de los medios oficiales conservadores.

La aportación de “sangre nueva” favorecida por Salas Anzures debilitó las puertas opresoras, aunque fue obligado a renunciar a su cargo como director del INBA en marzo de 1961, pero permitió que México contara con los elementos necesarios para iniciar la competencia artística.

La dinámica que adquirieron las artes durante los sesenta hicieron que durante el gobierno de Adolfo López Mateos (1958-1964) se tomara la decisión de construir un edificio ad-hoc para el Museo de Arte Moderno. Es así que el apacible Bosque de Chapultepec se vistió de obra en construcción, entre la espesura de sus árboles se levantaban lenta pero constantemente columnas, muros y techos.

En septiembre de 1964, la Ciudad de México abrió al patrimonio nacional cuatro nuevos recintos culturales: El Museo Nacional de Antropología e Historia, el de Historia de México, el de Historia Natural y el Museo de Arte Moderno.

### **COMO SE CONSTRUYO EL MUSEO DE ARTE MODERNO**

Siendo regente de la Ciudad de México el Lic. Ernesto P. Uruchurtu, llamado el “regente de hierro”, quien no se abocó sólo a dotar de servicios a la ciudad, sino que también la cultura mereció especial atención. De la partida presupuestal para el período (1963-1964) se destinaron 400 millones de pesos para la construcción de edificios, de los cuales 19 millones fueron destinados al MAM.

La obra del museo corrió a cargo del Departamento del Distrito Federal, el proyecto correspondió a los arquitectos Pedro Ramírez Vázquez y Rafael Mijares. La responsabilidad de la construcción a la Edificadora Mexicana, S.A.

Su estructura fue realizada en acero para permitir la creación de grandes espacios y formas simples, en donde la combinación de cancelería de aluminio y vidrio que filtra sol, aunado al uso de mármol, recinto de cantera y piedra, hacen del edificio una obra única dentro de la arquitectura nacionalista moderna.

Se edificaron dos construcciones, el Museo y la Galería que cuentan con cúpulas traslúcidas, realizadas en fibra de vidrio y resina de poliéster para dejar filtrar la luz solar. El edificio principal fue dotado de cuatro salas, dos en cada nivel que conduce a las salas III y IV, mientras

que las I y II se ven rodeadas por un vestíbulo en desnivel que es cubierto por el descanso de la escalera.

La galería presenta dos pequeñas salas laterales en el nivel inferior, el superior ocupa toda la superficie y se llega a él por medio de dos escalinatas laterales. El MAM, cubre una superficie de 36,528 m<sup>2</sup> distribuidos de la siguiente manera:

Edificio principal	2,615 m <sup>2</sup> por planta (dos plantas).
Galería	706 m <sup>2</sup>
Estacionamientos	4,000 m <sup>2</sup>
Calzada y andadores	13,450 m <sup>2</sup>
Jardines	<u>15,757 m<sup>2</sup></u>
Total	36,528 m <sup>2</sup>

## LA INAUGURACION DEL MUSEO DE ARTE MODERNO

EL MAM fue inaugurado el 20 de septiembre de 1964 por el entonces presidente Lic. Adolfo López Mateos y sus principales colaboradores. Los discursos corrieron a cargo del Dr. Justino Fernández, director del Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Nacional Autónoma de México, del Lic. Baltazar Dromundo, director de Acción Social del D.D.F. y de Celestino Gorostiza. Cada uno por su parte, enfatizó el valor de las artes plásticas nacionales, así como el interés de las autoridades por su proyección y difusión entre el pueblo.

Gorostiza finalizó el acto con una frase del Ejecutivo, que se encuentra grabada en los muros del museo: *“El destino de las grandes obras plásticas sólo se cumple cuando pueden ser disfrutadas por el pueblo para quien fueron creadas”*. La ceremonia concluyó con el Himno Nacional Mexicano, dando inicio el recorrido. En la sala I, se presentaron los antecedentes de la pintura mexicana, un foto mural de la época prehispánica, muestras del arte barroco y obras anónimas tituladas “pintura mural del siglo XIX”, cerrando la muestra obras de Pelgrín, Eugenio Landecio y Bagally.

La sala II exhibía obras de Dr. Atl, Orozco, Rivera, Siqueiros y Tamayo. La sala III comprendía pintura contemporánea surgida del muralismo de la postrevolución, abarcando desde Francisco Goitia hasta los jóvenes vanguardistas del momento: Messeguer, Moreno Capdevilla, Vicente Rojo, José Luis Cuevas, José García Ocejo, Falfan, Ezqueda, etc., cabe mencionar que la apertura del MAM confirmó la aceptación e institucionalización de la pintura de caballete.

La galería se vio engalanada con una retrospectiva de Rufino Tamayo. Tanto los corredores del museo como de la planta de la galería, presentaban esculturas provenientes del anterior Museo Nacional de Arte Moderno.

## **LA ORGANIZACION ACTUAL DEL MUSEO**

El museo cuenta con dos edificios, el más grande alberga cuatro salas; tres de ellas dedicadas a exposiciones temporales (salas: José Juan Tablada, Antonieta Rivas Mercado y Carlos Pellicer) y una más (Sala Xavier Villarrutia) con la colección permanente, donde se exponen las obras de los autores más representativos de la plástica mexicana desde principios de siglo hasta nuestros días, reuniendo así a distintos pintores de diferentes escuelas y corrientes, tanto nacionales como extranjeros.

Lo que hoy día se conoce como la Escuela Mexicana están representadas a través de artistas como Diego Rivera, Siqueiros, Orozco y Rivera (los tres grandes del muralismo). Autores de la contracorriente Manuel González Serrano, Antonio Ruiz, etc. y mujeres cuya pintura ha sido importante para la plástica Frida Kahlo, María Izquierdo, Leonora Carrington y Remedios Varo, entre otras.

Cabe mencionar que dentro de las posibilidades del museo se presenta en su colección permanente la obra de los surrealistas, artistas que dejaron una huella muy profunda en la modernidad no sólo de México sino del mundo entero.

La presencia de la generación de ruptura está representada con autores como Enrique Echeverría, Corzas, Cuevas, etc. también se expone la obra de artistas que cuentan con bases sólidas como Xavier Esqueda, Julio Galán, Emilio Ortiz, Oliverio Hinojosa, Jazzasmoart, y Luciano Spano entre otros.

En las salas José Juan Tablada y Antonieta Rivas Mercado así como en la galería Fernando Gamboa, se exponen al público distintas muestras temporales del arte moderno nacional e internacional de épocas varias pero circunscritas a lo que se llama arte moderno. Es necesario aclarar que en la sala Carlos Pellicer que exhibe parte de la colección permanente (La generación de Ruptura) del museo, constantemente es retirada para exponer muestras temporales, por lo que sólo se exhibe una parte en la sala Xavier Villarrutia.

El museo, desde sus inicios ha presentado al público las obras más importantes de artistas nacionales y extranjeros, la duración de las exposiciones temporales es de aproximadamente tres meses, aunque en ocasiones se ha extendido su presentación de mes a mes y medio según sea el éxito que tenido la exposición. (Consultar la lista de las exposiciones más relevantes que el MAM ha presentado de 1969 a 1998, Apéndice III).

## **EQUIPAMIENTO DEL INMUEBLE**

El museo cuenta con un control climático por sala que permite mantener las obras en buen estado. La iluminación es de dos tipos: natural y artificial. La primera se filtra por los grandes ventanales y tragaluz de cada edificio, la segunda está en función de los requerimientos que cada exposición presenta.

La vigilancia se da tanto dentro de las salas como en el exterior, dependiendo el número de visitantes es el número de custodios, por lo regular 3 o 4; dos policías vigilan el acceso por la galería y la entrada principal en donde se ubica el estacionamiento.

## SERVICIOS QUE OFRECE EL MUSEO

Uno de los servicios que ofrece el museo al público que lo visita son las visitas guiadas a las distintas salas, ciclos de conferencias y mesas redondas que con cierta periodicidad -sobre todo cuando hay alguna muestra de arte internacional - organiza la dirección del museo, invitando a personalidades del que hacer intelectual y artístico del país.

Hay servicio de biblioteca y se ofrece al público en general, con un pequeño acervo de catálogos y libros de arte sobre exposiciones y temas que han atañido directamente a la institución. Este servicio se presta en una pequeña sala que ofrece además del préstamo interno, servicio de fotocopiado, sólo se necesita una credencial actualizada y el servicio es de carácter interno.

Cuenta con una tienda donde se ofrecen a la venta los catálogos que edita el museo por cada exposición temporal que presenta. Es un catálogo con ensayos teóricos escritos las más de las veces por investigadores de la misma institución y por algún especialista invitado, además se ofrece a la venta un buen número de títulos de libros de arte de distintas editoriales.

También cuenta con una cafetería ubicada en el corredor que divide los dos edificios principales; donde se ofrecen además de café bebidas refrescantes y algún aperitivo mismos que son consumidos por los visitantes en pequeñas mesas donde platican cómodamente mientras escuchan música clásica.

A pesar de las carencias presupuestales, el museo cuenta con un rico acervo nacional e internacional, adquirido principalmente por donaciones de los propios artistas o por la labor instituciones gubernamentales y privadas.

El museo cuenta en algunas ocasiones con la asistencia financiera sobre todo para la edición de catálogos con dos grupos altruistas: la Sociedad Mexicana de Arte Moderno, cuyo presidente es Sergio Autrey y el grupo Amigos del Museo de Arte Moderno, A.C., cuyo presidente es Rolando Keller.

Los jardines tienen una extensión de 15,757m<sup>2</sup> en el que se expone parte de la colección de esculturas del museo (Germán Cueto, Francisco Zuñiga, Angela Gurría, Predro Cervantes, entre otros) este espacio a veces es utilizado por alumnos que van a los cursos de pintura y escultura que el museo ofrece y que son impartidas por reconocidos maestros del arte nacional e internacional.

El vestíbulo en desnivel que es cubierto por el descanso de la escalera, ha sido acondicionado para la venta de recuerdos, tarjetas postales, pósters, etc. Asimismo, a un costado de la sala se localizan las oficinas de difusión y promoción cultural. En los pasillos del edificio principal se encuentran esculturas de diversos artistas.

### **LOS DIRECTORES DEL MUSEO DE ARTE MODERNO**

Carmen Barreda	(1964-1972)
Fernando Gamboa	(1972-1981)
José de Santiago	(1981-1982)
Helen Escobedo	(1982-1984)
Oscar Urrutia	(1984-1987)
Jorge Alberto Manrique	(1987-1988)
Jorge Bibriesca (encargado)	(1988-1989)
Luis Ortiz Macedo	(1989-1990)
Teresa del Conde	(1990- )

### **APOYOS PARA LA INTERPRETACION DE EXPOSICIONES**

Las salas de orientación pueden cumplir funciones diferentes. Introducen al visitante al museo, a una colección específica, a una pieza reconocida o proporcionan información sobre los antecedentes de la colección y el artista. Las salas de un museo estimulan la emoción del descubrimiento, su objetivo principal consiste en informar al público acerca de la obra que se

expone y lo que verá. Ofrece información que no aparecerá en el cedulario ni en las piezas mismas, tratando de ayudar al visitante a que haga un mejor uso de su tiempo y del espacio cultural que visita.

Hay dos clases de orientación que ofrece un museo: una es el panorama completo de sus exposiciones y servicios que ofrece y otro la información relacionada con una exposición específica.

## **CEDULARIO**

Más que un recurso de identificación de la obra de un museo, puede servir para transmitir instrucciones acerca del funcionamiento del equipo, describir un acontecimiento histórico o dar información sobre antecedentes. Un cedulario correctamente elaborado puede llevar al visitante a entender y apreciar una pieza o descubrir ideas.

La creencia de que el público que visita un museo no lee los cedularios porque está en movimiento, en conversación con su acompañante o interesado en otra área del inmueble, no es cierta. El visitante de un museo de arte busca la información necesaria que lo introduzca a la exposición, el artista y la obra específica que ve y expone, por lo tanto, es necesario un cierto nivel de habilidad para captar la atención del lector, las cédulas deben de ser atractivas, pero sin que resulten abrumadoras en comparación con las piezas. El tamaño, la forma y sobre todo el texto son elementos que deben de considerarse para que aporten la información y sean eficaces cuando expliquen lo que el visitante está viendo.

También son útiles las cédulas que plantean preguntas, pues dirigen la atención del visitante hacia cierto punto de la obra, los cedularios empleados por los museo son: el cedulario introductorio subraya el tema y ofrece los antecedentes de la exposición, por lo general se coloca a la entrada de cada sala. Las cédulas informativas se ilustran con encabezados o mediante la formulación de preguntas. Las cédulas explicativas dan información específica sobre piezas particulares o muestran la manera de operar un equipo (sobre todo en los museos de

ciencias). Obviamente cada una de estas cédulas varían según sea el tipo de exposición.

## **DEMOSTRACIONES**

Una de las ventajas de las demostraciones que realiza una persona capacitada en el tema es que combinan la animación con la docencia y transmiten la información eficazmente a públicos más numerosos y en una sola sección. El museo debe considerar necesariamente la duración de los programas, las características del personal que llevará a cabo las presentaciones (voluntarios o empleados), las posibilidades de interpretación de diferentes públicos y las necesidades de equipo.

Las demostraciones son atractivas porque ofrecen respuestas que no se evidencian en las piezas. Los museos de arte presentan sus exposiciones y olvidan que el visitante no entiende el proceso requerido para su ejecución. En suma, las demostraciones pueden enfocar la atención del público y fortalecer su capacidad para aprender.

## **GUIAS PARA EXPOSICIONES**

Un museo de arte debe contar con dos tipos de guías: un plano que indique nombres y temas, localización de las salas de exposición, teléfonos, sanitarios y otros servicios; una guía de colecciones y muestras específicas diseñadas para dirigir la atención del visitante a ciertas piezas y estimular su observación imaginativa. Algunos museos, como el Museo del Templo Mayor de la Ciudad de México, cuentan con guías en sistema braille. Todas estas guías son instrumentos esenciales para que el público se sienta a gusto e informado en ese entorno. Asimismo, sirven para aquéllos que no están habituados o que tienen el tiempo limitado, localicen puntos clave de interés en el museo.

La información que ofrece el museo puede variar en extensión, formato y niveles de información. Es necesario elaborar textos legibles que estimulen al espectador a recorrer las exposiciones, deben de ser entendibles para todo el público, claros en su diseño para facilitar su lectura. Las guías deben ofrecer algún tipo de atracción, incluso diversión y no ser un trabajo difícil, complejo o tedioso.

Las guías deben estar dirigidas a públicos diversos: en distintos idiomas, para minusválidos, grupos escolares, niños, adultos y familias. Aunque obviamente no es necesario elaborar cada guía para los distintos niveles, pero resulta aconsejable contar, en lo posible, con material para públicos diversos.

## **CAPITULO IV**

### **INAUGURACION Y RITUAL EN EL MUSEO DE ARTE MODERNO**

#### **LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION, UN PRIMER ACERCAMIENTO**

Ya hemos mencionado que los diferentes estudios realizados en los museos de arte, no han estudiado al público que asiste a la inauguración de una exposición, este evento integra características muy particulares, que lo hacen un ritual dentro del museo. Sin embargo antes de realizarse la inauguración de una exposición, un primer acercamiento se realiza con los medios masivos de comunicación; no consideramos el procedimiento administrativo, curaduría, museografía, montaje, etc., que se realizan antes de inaugurar la exposición y que sería del interés de un estudio posterior.

La presentación de la exposición a los medios masivos de comunicación, se realiza con una anticipación 1 o 2 días previos a la inauguración al público, se improvisa una pequeña rueda de prensa dentro de la sala expositora, ya que el museo no cuenta con una sala o auditorio acorde al evento. Se colocan dos escritorios y al frente unas veinte sillas donde se instalarán los periodistas de los medios de comunicación; los escritorios los ocupan: la directora del museo, el autor o representante de la obra, el curador, el museógrafo y la encargada de relaciones públicas.

Los periodistas registran su nombre y el medio de comunicación que representan, la persona encargada del registro, entrega un ejemplar del catálogo y una breve biografía del autor, que servirán de referencia para la nota periodística sobre las características de la exposición y la trayectoria del artista.

Este primer encuentro entre los medios masivos de comunicación, el artista, la exposición, el museo y sus representantes, tiene como única finalidad, que la prensa obtenga información sobre la exposición que se inaugurará uno o dos días después y se haga del conocimiento público.

Cabe mencionar que varios periódicos y revistas (véase *La Jornada*, *Uno más Uno*, *Tiempo Libre*, etc.) tienen una sección exclusiva donde se anuncia anticipadamente eventos culturales y recreativos, así como invitaciones a diferentes inauguraciones de música, teatro, danza, exposiciones en museos y galerías, además la prensa escrita es el medio de información y referencia del público, por lo que su análisis, de las notas y críticas periodísticas nos permitieron dar una imagen de la opinión de la prensa sobre las exposiciones analizadas y que detallaremos en un próximo apartado.

#### **LA INAUGURACION: UN RITUAL DENTRO DEL MUSEO.**

La inauguración de una exposición se realiza de manera simbólica en un ritual colectivo en el cual se legitimara la obra de arte. Es un rito de admisión y de investidura, donde la exposición va a ser valorizada y criticada por los invitados a dicho acto. La eficacia propiamente mágica del ritual descansa en el intercambio silencioso e invisible que se lleva a cabo entre la obra recién llegada, que se presenta públicamente y los críticos de arte, especialistas, público reunido y medios de comunicación, quienes con su presencia atestiguan que esta exposición sea recibida de manera formal.

De acuerdo con la creencia que predomina -nos dicen Duncan y Wallach-, el espacio del museo, aparte de los objetos que contiene, está vacío. Lo que [consideramos] un espacio ritual estructurado, un ambiente ideológicamente activo, generalmente se mantiene invisible y se experimenta sólo como un medio traslúcido a través del cual el arte puede observarse objetivamente y sin distracción.<sup>33</sup>

Sin embargo todo rito es una expresión normada por las leyes específicas de las formas de expresión utilizadas, cuando la expresión es comunicativa debe ser, además, convincente, lo que implica una

---

<sup>33</sup> Citado por Ana María Rosas Mantecón en *El Consumo Cultural en México*, Pensar la Cultura, 1993, pág. 224.

formalidad mayor. La comunicación puede obligar a la observación de estrictas reglas de cortesía, aún en el caso de que el mensaje sea agresivo, además el ritual tiene un fin preciso, lo que da a la ceremonia unidad, coherencia y generalmente una secuencia ininterrumpida.

La inauguración de una exposición (sea artística, histórica, científica etc.), contiene todos los elementos simbólicos de un ritual. La obra de arte que se expone en el Museo de Arte Moderno pasará de un estado profano a uno sagrado y para que esto se realice tienen que estar presentes varios elementos que participarán en este ritual.

El primero de ellos es el museo que cumple, como ya lo mencionamos, la función de un templo donde se legitimará la obra de arte, es un espacio sagrado, un templo ceremonial, decorado en sus pasillos para tal evento, con representaciones simbólicas: la intocabilidad de los objetos, el silencio religioso que se impone a los visitantes, el ascetismo puritano de los equipamientos, siempre raros y poco confortables, la solemnidad grandiosa del decorado, vastas galerías, techos y escaleras monumentales, como dice Durkheim: “una verdadera metamorfosis”, una conversión radical de los espíritus, que la puesta en relación de los dos universos “es siempre, por sí misma, una operación delicada que reclama precauciones y una iniciación más o menos complicada” que, “no es siempre posible sin que lo profano pierda sus caracteres específicos, sin que se vuelva sagrado en alguna medida o en algún grado”.<sup>34</sup>

El segundo es el simbolismo sagrado que se expresa en objetos materiales; máscaras, estatuas, pinturas, vestuario, decoraciones corporales o en objetos del ambiente físico. La obra de arte expresa ideas sagradas, en razón de que las ideas sacras son muy complejas y abstractas necesitan una representación simbólica para ser captadas por el público, es la mediación entre una tercera categoría que participa entre dos oposiciones, donde se concentra la solemnidad del ritual, la religión y el tabú.

La obra de arte que pasará de un estado profano a uno sagrado es un objeto simbólico dentro del museo, las veladoras que decoran los pasillos, también simbolizan la transición del ritual, en la

---

<sup>34</sup> Durkheim, Emile, *Las formas elementales de la vida religiosa*. Colofón, México, 1993. pp. 54-60.

purificación del ambiente, el corte del listón como elemento significativo de un espacio a otro, el recorrido por las salas donde se expone la obra y por último la fiesta donde se confluye al festejo en una misma celebración ritual.

Un tercer elemento o categoría, son los especialistas, autoridades y público en general, quienes serán los partícipes del ritual. A la hora indicada (por lo regular entre las 7:00 y 8:00 p.m.), la directora del museo, Dra. Teresa del Conde, dirige un discurso de apertura donde resalta las cualidades del artista y las características de la exposición, ya sea pintura, escultura, grabado, etc., después cede la palabra al artista o representante de la exposición, quién habla de su experiencia, la importancia de dicha obra y los logros alcanzados hasta la fecha. Posteriormente también participan algunos invitados especiales, por lo regular especialistas o críticos de arte de la corriente que el autor maneja.

Una vez presentados los elementos estéticos de la obra de arte que se expone, se corta el listón, dándose por inaugurada oficialmente la exposición. El público recorre la sala en medio de comentarios, risas, críticas, acercamientos “inevitables” a la obra<sup>35</sup> y al terminar su recorrido, participa de la fiesta con bebidas y aperitivos para celebrar la aceptación del arte como algo legítimo, sagrado y aceptado socialmente.

### **FRANCIS ALYS, CARACTERISTICAS DE SU EXPOSICION Y PUBLICO INAUGURAL**

Analizaremos de manera separada al público que asistió a la inauguración de las dos exposiciones, ya que ambas muestras son de contenido temático y técnico diferente, pero que nos permitieron explicar y comprender los rasgos y peculiaridades de los contenidos, formas y temas preferidos por el público que asiste al MAM.

La exposición *The Liar, The copy of the Liar* -El mentiroso y la copia del mentiroso del artista Francis Alÿs se realizó en colaboración con los rotulistas: Juan García, Enrique Huerta y Emilio

---

<sup>35</sup> En la inauguración de una exposición, el público rompe con el silencio religioso que se impone a los visitantes. la intocabilidad de los objetos, el ascetismo puritano de los equipamientos, en fin la sacralidad del museo se ve irrupida.

Rivera, se presentó en la Galería Fernando Gamboa del Museo de Arte Moderno del 27 de noviembre de 1997 al 15 de marzo de 1998. La muestra estuvo compuesta con más de 200<sup>36</sup> obras que incluyó vídeo, fotografía, cédulas, arte-objeto, pintura, rótulos y dibujos.

El montaje museográfico fue realizado por los curadores Carlos Ashida y Patrick Charpenel. Entre la obra más sobresaliente que se presentó destacó la extensa colección de Fabiolas, réplicas del retrato de una mujer con velo pintada de perfil, el vídeo *Cuentos Patrióticos* o *La multiplicación de los borregos*, que se exhibió a la entrada de la galería y fue realizada en colaboración con Rafael Ortega en el Zócalo de la Ciudad de México en febrero de 1997 y “*The liar...*”, 1994.

Patrocinaron la muestra el Fideicomiso para la cultura México/EUA, Fundación Rockefeller, Fundación Cultural Bancomer, el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, la Dirección General de Extensión Universitaria y la Universidad de Guadalajara.

La exposición mostró el trabajo realizado durante los tres últimos años del artista, el catálogo de la muestra contiene textos de Ivo Mesquita, Bruce W. Ferguson y anotaciones del propio Alÿs. En esta edición se ilustran sus experiencias de estos paseos, estas caminatas que realizó por las calles del Centro Histórico de la Ciudad de México y otras ciudades del mundo.

La exposición fue inaugurada a las 8:10 p.m., cuando ya se había concentrado un número considerable de personas, participaron en el discurso de apertura, el embajador de Bélgica, quien agradeció la invitación a la Dra. Teresa del Conde y a un país (México) abierto a la cultura, y Héctor Domínguez de la Sierra del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

Después del corte de listón, se dio por inaugurada la muestra y se invitó a todo el público al recorrido por la sala, al término de su recorrido comenzamos la aplicación de la encuesta.

---

<sup>36</sup> Desconocemos el número exacto de la muestra porque el boletín (rueda de prensa) se mencionó que eran más de 300 piezas y el boletín (ceremonia inaugural) mencionó más de 200 obras.

El contenido de la encuesta buscó conocer las características generales del público, edad, sexo, escolaridad, etc.; la relación publico-inauguración, donde se hacían preguntas de la forma o medio por el cual se enteró de la muestra, si conocía al autor y sus obra, y cual era su interés por el arte moderno; también se conocieron sus hábitos culturales y su relación con los medios masivos de comunicación.

La encuesta fue aplicada a 35 visitantes de aproximadamente 210<sup>37</sup> personas que acudieron a dicho evento (cuadro I), sin contar a 6 niños y 4 niñas entre los 6 y 10 años de edad que acompañaban a sus padres. Se entrevistó a las personas inmediatamente después del recorrido por la sala (entre las 8:30 y 10:15 p.m.), cabe mencionar que la poca cobertura de entrevistados se debió principalmente, a que el público deseaba participar del festejo y muy pocos accedieron a la entrevista.

CUADRO I  
Total de visitantes por sexo, que asistió a la inauguración de Francis Alÿs

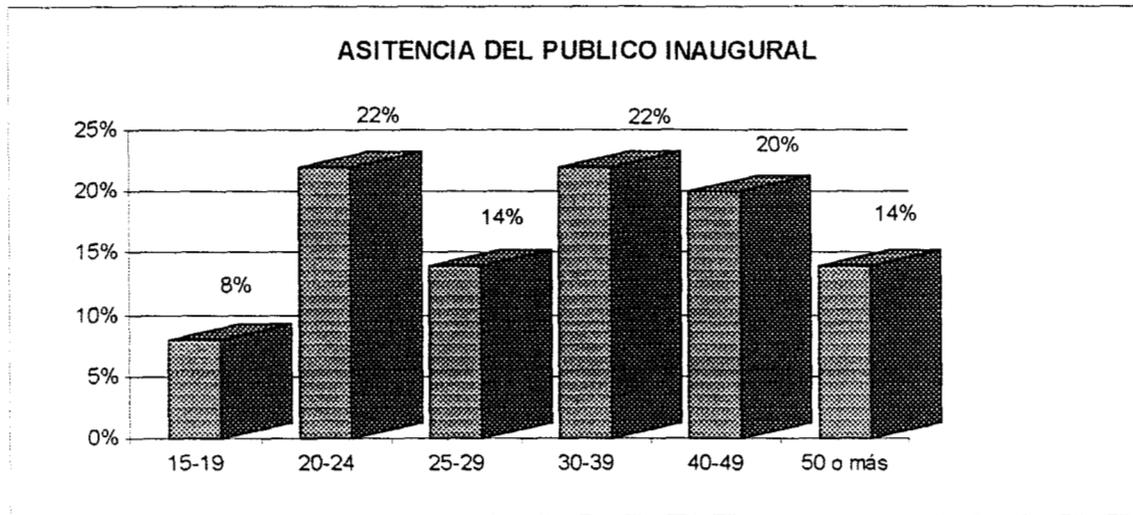
HOMBRES	MUJERES	TOTAL
115	95	210 <sup>31</sup>

Del total de visitantes entrevistados (35 personas) hubo un 57% de hombres y un 43% de mujeres, su edad se ubicó mayoritariamente en el rubro de los 20 a 49 años que suman un 78%, predominando los asistentes de los grupos de 20-24 años y 30-39 años (gráfica I),

---

<sup>37</sup> Este dato se obtuvo porque se contó a las personas que iban ingresando por la puerta principal, sin embargo ya no se logro contabilizar a las que entraron después de inaugurada la exposición.

GRAFICA I



El nivel de escolaridad del público inaugural fue de universidad 54%, preparatoria 34% y posgrado 12%, ninguno de los entrevistados mencionó sólo contar con primaria o secundaria, (Cuadro II).

CUADRO II.  
Escolaridad del público inaugural

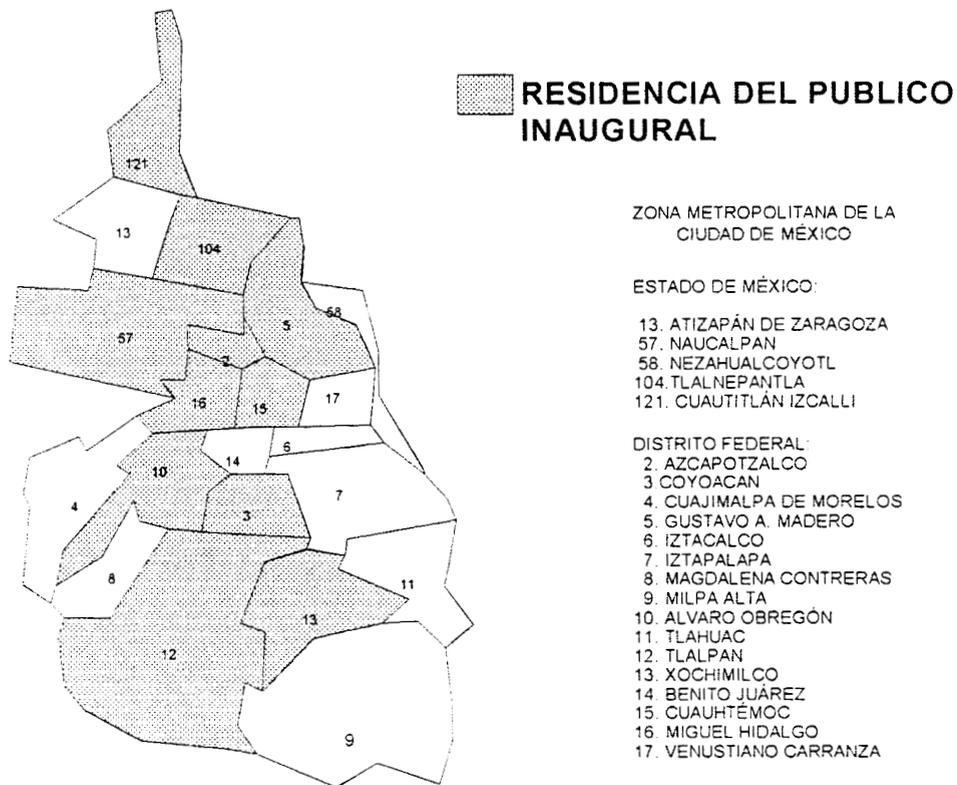
NIVEL DE ESCOLARIDAD	% DE ASISTENCIA
PREPARATORIA	54%
UNIVERSIDAD	34%
POSGRADO	12%
TOTAL	100%

Las ocupaciones predominantes fueron los profesionistas 54%, estudiantes 17%, técnicos especializados 20%, jubilados 6% y desempleados 3%. Entre las profesiones más nombradas encontramos: arquitectos, músicos, pintores y empleados administrativos.

Su lugar de residencia se ubicó en siete delegaciones: Azcapotzalco, Coyoacán, Gustavo A. Madero, Cuahutémoc, Tlalpan, Miguel Hidalgo, Alvaro Obregón y tres municipios del Estado de México que se ubican en la zona metropolitana: Naucalpan, Cuautitlán Izcalli y Tlanepantla. (Mapa I), como se podrá notar la mayor parte del público provino del norte de la Ciudad, que incluye parte de la zona metropolitana y centro del D.F., sólo tres delegaciones del sur fueron

mencionadas. Cabe mencionar que el Museo de Arte Moderno se localiza en la delegación Miguel Hidalgo.

### Mapa I



El medio de transporte utilizado para llegar a la inauguración de la exposición fue el automovil con un 65%, taxi 6%, sólo pesero 9%, sólo metro 6%, ambos (metro y pesero) 14% (cuadro III).

CUADRO III  
Transporte utilizado por el publico inaugural

TRANSPORTE	% DE PUBLICO
AUTOMOVIL PROPIO	65%
TAXI	6%
SOLO PESERO	9%
SOLO METRO	6%
AMBOS (PESERO Y METRO)	14%
TOTAL	100%

Como se puede observar, los datos de la encuesta ubican al público en el sector medio y alto de la población urbana, con predominio de los profesionistas, artistas y arquitectos que mencionaron tener un gusto por la plástica y estar interesados en las nuevas corrientes y tendencias.

## RELACION PUBLICO-INAUGURACION

Al analizar la relación público-inauguración los resultados fueron los siguientes: el medio por el cual se enteraron de la inauguración el 57% mencionó que por invitación del museo (ver Apéndice IV), el 37% por prensa y revistas, y un 6% por TV. o radio, ninguno mencionó que por cartel (cuadro IV). Como se puede notar la mayoría del público que asistió a la inauguración lo hizo por invitación del museo, es decir, mantienen una estrecha comunicación con la institución y los eventos que se ofrecen.

CUADRO IV  
Medios por los que el público se enteró de la inauguración

MEDIOS DE COMUNICACION	% DE PUBLICO
POR INVITACIÓN	57%
POR RADIO O TELEVISION	37%
POR PUBLICIDAD EN PRENSA O REVISTAS	6%
POR CARTEL	0%
TOTAL	100%

Al preguntar al público sobre un interés particular por la exposición, el 82% contestó que sí tenían un interés y el 18% mencionó que no. Los que opinaron que sí, argumentaron el querer escuchar al autor y conocerlo en persona, conocer las vanguardias del arte moderno y apreciar principalmente los cuadros de las *fabiolas*. Como mencionamos anteriormente la prensa fue informada con anticipación del evento, por lo que se publicaron por lo menos 12 artículos sobre la inauguración de la exposición, donde se mencionaban sus características, la trayectoria del artista y la hora en que sería inaugurada la muestra, hay que destacar que la prensa fue el segundo medio por el cual el público asistió a dicho evento.

Otra de las preguntas relacionadas era si conocían al autor y su obra, el 80% mencionó que si y

un 20% dijo que no, por lo que el interés del público al asistir a la inauguración era ver, escuchar y conocer al mismo tiempo al autor y su obra, ya que es casi imposible coincidir durante el tiempo que dure la muestra con el autor.

Por lo que se refiere al gusto por el arte moderno, el 98% de los visitantes opinó que sí le gusta, y un 2% dijo que no sin argumento alguno; resumiendo los argumentos de las personas que gustan del arte moderno fue que el arte expresa ideas, sentimientos y reflejos de la sociedad actual; entre los comentarios que se realizaron un entrevistado dijo: -creo que el autor exhibe en su obra los lugares que ha visitado y trata de mantener un recuerdo de ellos, otro comentó: - cuando un artista plasma en su obra parte de su vida, expresa sentimientos y la forma en que concibe los lugares, espacios de una ciudad, hubo quién mencionó: -el arte sirve para dejar huella del momento en que vivimos.

Sobre si el MAM era el sitio adecuado para la exposición presentada y él o ella tuvieran los medios para exhibirla en otro lugar, el 90% mencionó que el MAM era el sitio adecuado porque el museo cumple con la función de presentar lo más contemporáneo del arte y las nuevas vanguardias, el 10% restante mencionó que no, pero mencionando otros museos como el Rufino Tamayo, el Museo de Arte Contemporáneo y el Palacio de Bellas Artes para albergar la muestra.

Por último, se les preguntó si habían visitado algunas otras salas del mismo museo, el 98% mencionó que sí, ubicando sólo la exposición a la que habían asistido, ninguno recordó el nombre de la sala expositora. Este hecho tal vez no sea importante para el visitante, pero sin duda para los museos, los museógrafos, curadores, etc., ubica el espacio donde se exhibe una determinada exposición.

## **HABITOS CULTURALES DEL PUBLICO INAUGURAL**

Al preguntar a los asistentes sobre cual fue la ultima exposición que visitó, sólo 2 personas no contestaron, el 28.6% mencionó el nombre de la exposición y el 65.7% no sólo mencionó el

nombre de la exposición sino que también la galería o el museo al que habían asistido; todos mencionaron exposiciones diferentes, aunque sí coincidieron en algunos museos, como el Rufino Tamayo, el Museo de Arte Contemporáneo, el Museo Nacional de Arte, el Franz Meyer y el Palacio de Bellas Artes, destaca que todos mencionaron museos o galerías de arte, ninguno mencionó algún museo de ciencias o histórico, tal vez debido al entorno en que se aplicó la encuesta o porque sólo es público interesado en arte.

Al preguntarles sobre si ahora asisten con mayor o menor frecuencia al museo; el 57% dijo que ahora va más, el 11% que ahora va menos y un 32% que no ha variado. Por lo que se refiere al día que prefieren visitar un museo el 94.4% lo hace entre semana (miércoles, jueves o viernes) y un 8.6% el fin de semana (domingo), hay que recordar que la mayoría de los museos no abren el día lunes y que de martes a sábado la entrada tiene un costo, la visita al museo en estos días resulta ser más placentera según los propios entrevistados.

Sobre su asistencia a diferentes museos y exposiciones, el 74.2% lo realiza una vez por semana, el 14.2% cada quince días y el 11.6% una vez por mes. Sobre las actividades que les gusta más practicar y con la posibilidad de mencionar más de una respuesta, éstas se centraron en ir al cine, asistir al teatro, la lectura y los deportes.

## **PUBLICO INAUGURAL Y MEDIOS DE COMUNICACION**

Sobre la relación del público y los medios de comunicación, en primer lugar se les preguntó si recibían algún servicio de televisión por suscripción, el 17.1% mencionó que ninguno, el 11.5% dijo que multivisión, el 17.1% SKY y el 54.3% cablevisión. Al preguntarles si contaban con antena parabólica sólo el 5.7% mencionó que sí y el 94.3% que no.

Sobre si tenían videocassetera y cuántas, el 88.6% cuenta con una y el 11.4% con dos nadie mencionó que ninguna. Sin embargo, el medio por el cual prefieren ver películas, es el cine con un 65.7%, le sigue la videocassetera con un 22.9% y la TV con un 11.4%. Sobre el periódico que lee con mayor frecuencia, destacó *La Jornada*, *Reforma* y *el Financiero*, el tipo de revista que

les gusta leer son de política, cultura, deportes y cine, no indicamos su porcentaje, porque la mayoría mencionó más de una opción.

## LA OPINION PERIODISTICA

Un día antes de inaugurarse la muestra de Francis Alÿs, varios periódicos en su sección cultural dedicaron un artículo sobre las características de la exposición y la trayectoria del artista:

- Rótulos urbanos de pintores populares, un sistema de copiado, elección y montaje de esas imágenes: el arte de Alÿs<sup>38</sup>-
- ¿Los mentirosos el arte?<sup>39</sup>-
- El rótulo, lenguaje que ilustra las “intervenciones efímeras” de Alÿs<sup>40</sup>-

Son algunos encabezados de las notas periodísticas que hicieron referencia a la *exposición The Liar, The copy of the Liar* -El mentiroso y la copia del mentiroso. Dicha exposición sería inaugurada un día después en la Galería Fernando Gamboa del Museo de Arte Moderno.

Las notas destacaron la participación de Francis Alÿs y sus colaboradores: Enrique Huerta, Juan García y Emilio Rivera; quienes hablaron sobre las obras más representativas como el origen del cuadro de *Las Fabiolas*, donde Alÿs explicaba su encuentro con estos retratos:

...mi primer contacto con La Fabiola, fue en Bruselas en septiembre de 1992. Estaba vagando entre mercados de pulgas buscando ‘copias pintadas a mano’ de ‘obras maestras’[...] en el mismo mercado, a unos puestos una de otra, estaban en el suelo dos retratos idénticos que representaban un perfil de una mujer que, aunque me resultaba vagamente conocida, me era imposible identificar. Los vendedores la llamaban fabiola...<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup> *La crónica de Hoy*, Sección Cultural, 26 de noviembre de 1997, pág. 12B

<sup>39</sup> *Reforma*, Sección Cultural, 26 de noviembre de 1997, pág. 7

<sup>40</sup> *La Jornada*, Sección Cultural, 26 de noviembre de 1997, pág. 26

<sup>41</sup> *La Crónica de Hoy*, Sección Cultural, 26 de noviembre de 1997, pág. 12B

Algunos otros mencionaban una breve biografía del autor: "...nacido en Ambers, Bélgica en 1954 y radicado en México desde hace algunos años...",<sup>42</sup> mencionó la nota. Hubo otros medios como *El Universal* o *El Herald*, que no solo se ocuparon de la obra y el artista, sino que destacaron entre sus columnas la presencia de algunos asistentes: "...la noche de cóctel inaugural, estuvieron entre los invitados Patricia Sipsin, Nancy Grudzien, Alicia Autrique de Gounet y Enrique Gounet; Yolanda Helimud y Fernando Neocochea; Nocile de Neocochea y José Navarrete...".<sup>43</sup> La sección Nuestro Mundo de *El Universal* y de Sociedad de *EL Herald*, destacan entre sus columnas y fotografías la presencia de gente reconocida en los círculos sociales altos, que asiste a diferentes eventos; música, teatro, danza, cultura, política, etc.

En resumen, los medios de comunicación publicaron varios artículos mencionando las características de la exposición, la trayectoria del artista, el día y la hora de la inauguración, el tiempo que permanecería abierta la muestra al público, la presencia de invitados especiales finalizando con la atenta invitación al público para que asistiera a la exposición durante el tiempo que permanecería abierta en el museo.

---

<sup>42</sup> *El Universal*, Sección Nuestro Mundo, 14 de diciembre de 1997, pág. 30

<sup>43</sup> *Op cit*, pág. 30

## CAPITULO V

### **JORGE YASPIK, CARACTERISTICAS DE SU EXPOSICION Y PUBLICO INAUGURAL**

La exposición de escultura del artista Jorge Yáspik fue una muestra individual conformada por 33 piezas monumentales trabajadas en piedra volcánica. Esta exposición presentó un contenido temático y artístico diferente a la muestra anterior, 18 piezas se exhibieron en la sala José Juan Tablada del Museo de Arte Moderno y una secuencia escultórica conformada por 13 piezas se presentó en la explanada, fuente y pasillos del Museo Rufino Tamayo (MRT), otra parte más se pudo apreciar en el corredor de Paseo de la Reforma, que incluyó sólo dos piezas y dibujos.

Esta exposición se inauguró el 4 de diciembre de 1997 y permaneció abierta al público hasta el 1º de marzo de 1998. La curaduría y museografía fue realizada por el propio artista bajo la coordinación de Angel Suárez.

El catálogo fue editado por la Sociedad Mexicana de Arte Moderno, que incluyó un texto de la Dra. Teresa del Conde, una antología crítica sobre la obra del artista expositor y fotografías de Martín Flores Carapia.

Todas las obras expuestas presentaron monumentalidad, incluso hasta las más pequeñas. La museografía fue diseñada no sólo para que los asistentes circularan entre ellas, sino que a la vez pudieran asomarse a sus interiores cuando así se requiera, algo que a veces resulta indispensable en estas muestras, incluso tocarlas para que las manos calibren la riqueza y el contraste textural que poseen.

## LA INAUGURACION DE LA MUESTRA

De igual forma que la muestra anterior, el primer acercamiento de la exposición se llevó a cabo con los medios masivos de comunicación, con el fin de que a través de sus notas periodísticas el público conociera las características de la exposición y al artista.

La cita previa a la inauguración se anunció a las 7:30 p.m. en la explanada del Museo Rufino Tamayo y a las 8:00 p.m. en el Museo de Arte Moderno. Este proyecto por primera ocasión el MAM lo realizó en colaboración con su vecino el MRT, ofreciendo en conjunto las piezas escultóricas en los espacios que ambos museos ofrecen.

Este primer proyecto realizado por ambos museos desde su inauguración resultó confuso para algunos de los asistentes, la falta de información y organización colocó en desventaja a aquellas personas que no estaban enteradas de la realización del proyecto, por lo que su llegada a la inauguración fue al MAM, -esto ocasionó que no tuviéramos un conteo inmediato de las personas que llegaban a este evento-. Aproximadamente unas 35 personas se dieron cita en estas instalaciones, mientras que un número menor 15 a 20 personas llegaron a la explanada del MRT.

A las 7:40 p.m. trabajadores del MAM informaron al público ahí reunido que se trasladara al MRT. De hecho dos trabajadores se quedaron a la entrada del museo para informar al público que llegaba se trasladara por el camino iluminado al Museo Rufino Tamayo.

Esta ruta comenzaba desde la entrada principal del MAM, cruzaba el Paseo de la Reforma, sin obstaculizar el tráfico vehicular y continuaba por el pasillo que conduce al Museo Rufino Tamayo concluyendo casi en su entrada. El camino estaba decorado con veladoras cubiertas de papel de estraza para que el viento no apagara la tenue luz que producían, pero que daban al evento un ambiente místico.

Ya reunido el público en el Museo Rufino Tamayo esperaban alguna indicación o anuncio por parte de los directivos, hecho que nunca ocurrió, sólo algunos visitantes recorrieron entre el bosque, pasillos y fuente las obras escultóricas ahí representadas (13 en total).

Poco después la Dra. Teresa del Conde y algunos otros invitados empezaron a caminar por la ruta iluminada, siendo ésta la señal para que todos nos trasladáramos al Museo de Arte Moderno donde se inauguraría oficialmente la exposición.

Una característica de esta exposición fue que no se colocaron cedularios a las obras, porque el autor deseó que el público las disfrutara sin más requisito que la observación y el contacto con ellas. Sería conveniente preguntarnos hasta qué punto el artista, la dirección, el museógrafo o el curador deciden qué obra o exposición debe ser presentadas sin más información que un texto a la entrada de la sala, donde sólo se informa de la corriente y el estilo que el autor maneja, así como algunas características y cualidades estéticas que se presentan en la muestra.

Hay que recordar que el cedulario más que un recurso de identificación, puede servir para transmitir información sobre la obra, que puede llevar al visitante a entender y apreciar una pieza o incluso descubrir ideas.

El público que asistió a la inauguración de escultura fue de aproximadamente 250 personas,<sup>44</sup> de las cuales 140 fueron hombres y 110 mujeres (Cuadro V).

CUADRO V  
Público asistente a la inauguración de escultura. por sexo

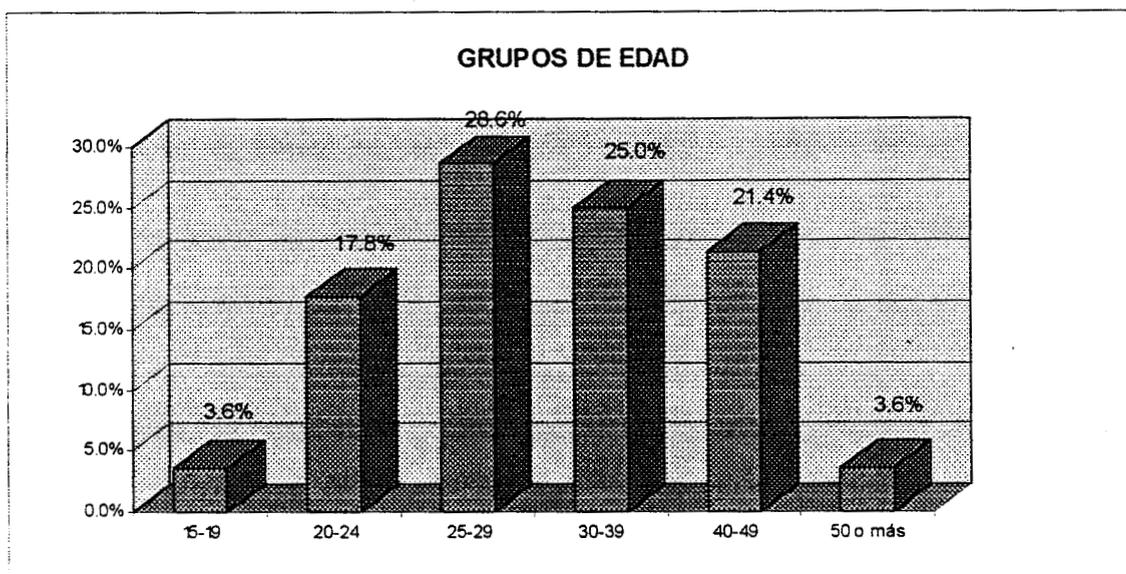
HOMBRES	MUJERES	TOTAL
140	110	250

---

<sup>44</sup> Este dato se obtuvo, al contar a las personas que iban ingresando después de haber estado en la explanada del Museo Rufino Tamayo, no se contabilizó a los visitantes que llegaron después de inaugurada la muestra.

La encuesta se aplicó a 28 personas de las cuales 17 fueron hombres y 11 mujeres que representaron el 60.8% y 39.2% respecto al total de personas entrevistadas. Sus grupos de edad se presentaron de la siguiente forma: (Gráfica II).

(GRAFICA II)



Como se puede observar, el grupo de 25-29 años fue el más representativo con 28.6%, le siguió el grupo de 30-39 años con 25%, el de 40-49 con 21.4% y el de 20-24 años con 17.8%. Los grupos de menor asistencia fueron el de 15-19 y 50 años y más, ambos con 3.6%.

Su nivel de escolaridad se ubicó mayoritariamente en universidad con 71.4%, preparatoria 17.9%, posgrado 7.1% y secundaria con 3.6%, nadie mencionó sólo contar con primaria, (cuadro VI).

CUADRO VI  
Nivel de escolaridad

NIVEL DE ESCOLARIDAD	% DE ASISTENCIA
POSGRADO	7.1%
UNIVERSIDAD	71.4%
PREPARATORIA	17.9%
SECUNDARIA	3.6%
TOTAL	100%

Destaca que la mayoría de los asistentes 78.5% contaron con estudios universitarios o de posgrado, algunos de ellos comentaron que estudiaban o contaban con una carrera afín a las artes plásticas, otras profesiones nombradas fueron: arquitectos, empleados administrativos y estudiantes.

Su lugar de residencia se ubicó en ocho delegaciones del D.F.: Azcapotzalco, Coyoacán, Cuajimalpa de Morelos, Gustavo A. Madero, Alvaro Obregón, B. Juárez, Cuahitémoc y Miguel Hidalgo. De la zona metropolitana sólo el municipio de Naucalpan (Mapa II).



El mapa nos muestra el lugar de residencia del público que asistió a la inauguración de la muestra, como se puede notar provino de la zona norte, centro y parte del sur de la ciudad, sin olvidar la zona metropolitana, sin embargo las delegaciones de Milpa Alta, Xochimilco, Tlalpan y Tláhuac que están más alejadas del Museo de Arte Moderno no se registraron asistentes, tal

vez debido a las implicaciones de traslado, la falta de información o bien las razones que involucra la distribución inequitativa entre la oferta y el consumo de los equipamientos culturales:

Este desajuste entre el mapa de distribución poblacional y el de distribución de equipamientos culturales crea, además condiciones muy desiguales de desarrollo entre los *bienes simbólicos situados*, que requieren la asistencia al lugar (desde las universidades hasta los cines y salones de baile), y los medios de comunicación electrónica que llevan los *bienes simbólicos a domicilio* (radio, televisión, etcétera).

La distribución concentrada e inequitativa de los equipamientos para la cultura pública converge con la tendencia internacional hacia la disminución de la asistencia a espectáculos urbanos; en tanto, crece el consumo a través de aparatos de comunicación masiva en el ámbito familiar. A las enormes distancias y dificultades que implica trasladarse al centro para la mayor parte del Distrito Federal, se agregan la inseguridad de la vida urbana, los mayores costos de la oferta cultural pública.<sup>45</sup>

Las características del público que asistió a la inauguración de la exposición son visitantes interesados en participar y apropiarse de esta oferta cultural. Los diálogos y comentarios circulan alrededor del campo del arte, del autor, de la muestra y de las próximas exposiciones que se van a presentar en otros museos y galerías. Su concurrencia también está relacionada con su nivel educativo donde más de una tercera parte del público que asistió cuentan con estudios universitarios o posgrado, que de cierta manera les permite interesarse, participar en la inauguración de las exposiciones y conocer en primera instancia la oferta cultural que el Museo de Arte Moderno presenta.

## **RELACION PUBLICO INAUGURACION**

Por lo que se refiere a la relación público-inauguración, los resultados fueron los siguientes: el medio por el cual se enteraron de la inauguración, el 50% mencionó que por invitación, un 21% por periódico o revista, el 17.9% por cartel y un 3.6% se entero por casualidad, (cuadro VII).

---

<sup>45</sup> García Canclini, Néstor. *El Consumo Cultural en México*, p. 47

Cuadro VII  
Medios por los que se enteró de la inauguración

MEDIO	% DE PUBLICO
POR INVITACION	50%
POR RADIO O TELEVISION	7.1%
PERIODICO O REVISTA	17.9%
POR CARTEL	21.4%
POR CASUALIDAD	3.6%
TOTAL	100%

Como se puede apreciar en este cuadro, la mitad de los entrevistados mencionaron haber asistido a la inauguración por invitación, ésta consiste en un sobre que contiene un impreso con una obra del autor y la atenta invitación a la inauguración ( ver Apéndice V); llama la atención que el cartel fue el segundo medio por el cual se enteraron de la muestra, aunque pensamos también que se debió a la publicación de cartel que realiza el INBA cada mes donde se anuncian las muestras de los principales museos de la ciudad, recordando que esta inauguración se llevó a cabo los primeros días de diciembre. También destaca el hecho de que algunos asistentes se enteraron por casualidad, esto debido a que llamó su atención el camino de veladoras iluminadas que se colocaron para “unir de manera simbólica” el Museo de Arte Moderno y el Museo Rufino Tamayo.

Al cuestionar al público sobre si tenía un interés particular por esta exposición el 74.2% mencionó que sí, argumentando que les gustaba el arte moderno, en especial la escultura en donde se podía apreciar las distintas formas de “labrar la roca” y la grandeza de las obras que se presentaban, incluso hubo varias personas que decían tener estudios de arte, por lo cual su interés se centraba en la representación artística y estética que el autor maneja. Un 25.8% mencionó que no tenía un interés, la mayoría de ellos sin argumento alguno, sólo expresaban comentarios como -deseaba conocer la obra, -No, pero quería ver que se expone o simplemente no contestaron nada.

Sobre si el público entrevistado conocía al autor y su obra el 57.1% dijo que sí y un 42.9% mencionó que no, pero que su asistencia en ese momento se debía precisamente para conocer al autor y su obra, incluso nos percatamos que muchos de los asistentes buscaban entre los invitados que presidían la inauguración al artista, que fue identificado sólo cuando se le cedió la

palabra. Mencionamos que se observó a varias personas (no periodistas) en el recorrido de la muestra que lo abordaron para hacerle preguntas acerca de su exposición, que desconocemos por estar aplicando la encuesta, pero resulta interesante este hecho que se debió tal vez a la falta de cedularios o porque la obra que se expuso necesitaba de una explicación adicional y quién mejor para disipar la duda que el propio autor.

Se les preguntó si el MAM era el sitio adecuado para presentar dicha exposición, en esta ocasión todos mencionaron que sí, argumentando que la obra era arte moderno y el museo presentaba lo más contemporáneo del arte, que era un museo de arte y por lo tanto debía presentar arte; que esa era la función del museo, exhibir las nuevas vanguardias artísticas y la escultura ahí presentada era arte moderno.

Sobre si había visitado otras salas del museo un 84.2% mencionó que sí y un 15.8% que no. De los primeros el 64.3% mencionó el nombre de la sala y la exposición que visitó, mientras que un 37.7% no contestó, quienes contestaron la mayoría mencionó el nombre de las salas que exhiben exposiciones temporales, mientras que una mínima parte mencionó la exposición permanente.

## **HABITOS CULTURALES DEL PUBLICO INAUGURAL**

Sobre los hábitos culturales del público encontramos los siguientes resultados: sobre la última exposición que visitó, se mencionaron muestras que se presentaron en el Palacio de Bellas Artes, el Museo Rufino Tamayo, la galería de arte Frida Kahlo, el Museo Nacional de Arte y algunas exposiciones en el Museo de Arte Moderno.

Sobre su asistencia a museos, el 82.1% mencionó que ahora asiste más, el 10.8% que no ha variado y un 7.1% que ahora va menos, la regularidad en que realiza su visita a este espacio el 67.9% lo hace una vez por semana, el 17.9% cada 15 días y un 14.2% una vez al mes. Los días que prefiere visitar el museo un 89.2% lo realiza entre semana de lunes a sábado, mientras que un 10.8% lo hace el día domingo.

El tipo de exposiciones que prefiere visitar el 50% mencionó que pintura, el 17.9% escultura, el 7.1% arte popular, un 14.3% fotografía y un 10.7% gráfica, mencionamos que se tomó en consideración sólo la primera respuesta que mencionó el entrevistado.

Entre las actividades que les gusta realizar en su tiempo libre destacaron el ir al cine, la lectura, asistir al teatro y practicar deportes, en esta pregunta se les dio la opción de mencionar más de una respuesta, por lo que sólo mencionamos las actividades más nombradas.

## **PUBLICO INAUGURAL Y MEDIOS DE COMUNICACION**

El análisis y frecuencia sobre los usos de los medios de comunicación quedó de la siguiente forma: el 53.6% mencionó que cuenta con servicio de cable, el 17.9% de multivisión y un 28.5% ninguno. Si contaban con antena parabólica el 89.3% mencionó que no, mientras que un 10.7% contestó que sí.

Al preguntarles sobre si contaban con videocassetera en su hogar, el 89.3% mencionó que sólo cuentan con una, mientras que un 10.7% mencionó que tenían más de dos. El medio en que prefieren ver cine; el 64.3% prefiere las salas cinematográficas, mientras que un 21.4% prefiere ver cine en videocassetera y un 14.2% lo hace en TV.

El periódico que lee con mayor frecuencia un 28.6% mencionó que el *Reforma*, el 25% *El Universal*, el 21.4% *La Jornada*, un 14.3% el *Uno Más Uno* y un 10.8% el *Financiero*. Sobre el tipo de revista que les gusta más leer, un 42.8% mencionó cultura, el 25% política, 10.8% prefiere las revistas de cine, 7.1% deportes y un 10.8% mencionó que otro tipo de revista como: *Ciencia y Tecnología*, *Ciencias Ocultas* y *revistas de Comic's*.

## **LA OPINION PERIODISTICA**

Destacaron en las columnas de los diarios el argumento que el autor manejó en la presentación de su exposición y su intención de crear la forma en su obra:

Me encuentro con la piedra, que es única. La aprendo de memoria para ver qué posibilidades tiene, de qué modo puedo sacar el jugo necesario para convertirla en forma. A veces quiebro las piedras y ese romper crea un dibujo. Además dentro de la piedra hay ciertas vetas que adivino y exploto. Parte del trabajo es jugar con el contraste, tanto de los materiales, de la rugosidad, el pulido, como el contraste de lo natural y lo riguroso que es lo vertical y lo horizontal. Estos elementos me ayudan a expresarme de lo natural y lo riguroso que es lo vertical y lo horizontal.

No hay teoría, primero está la forma. no me baso en ideologías ni en movimientos artísticos, ni nada. El chiste (también) es el respeto al lugar, que se sumen las cosas, que no choquen.<sup>46</sup>

Algunos de los encabezados de las notas periodísticas fueron:

- “Las esculturas de Jorge Yáspik hermanarán a dos museos”.<sup>47</sup>
- “Jorge Yáspik presenta desde mañana, en el MAM, 19 piezas escultóricas monumentales”.<sup>48</sup>
- “Para convertirla en forma, saco el jugo de la piedra”.<sup>49</sup>

*El Universal*, por ejemplo, retomó algunos comentarios de Ignacio Salazar, maestro de Yáspik, quién comentó:

la obra de Yáspik es muy abierta, no solamente con relación al objeto y sus interpretaciones, como lo plantea Umberto Eco, sino también en lo que se refiere al tiempo. Habló de la luz y sus relaciones con las cavidades de los espacios interiores, que son diseñados por el propio Yáspik.

La obra de Yáspik, aseguró Salazar, necesita de un espectador con tiempo, con paciencia y sin prisa para ver la exposición.<sup>50</sup>

En el periódico *Uno más Uno* se comentó la ausencia de cedularios porque al autor no le interesaba la referencia, quien dijo: “[deseo] que la escultura se vea por sí misma (...) para poder expresar las sensaciones éstas tienen que pasar del lado derecho del cerebro al lado izquierdo,

<sup>46</sup> *La Jornada*, miércoles 3 de diciembre de 1997, sección cultural, p. 27

<sup>47</sup> *El Universal*, miércoles 3 de diciembre de 1997, sección cultural, p. 3B

<sup>48</sup> *Uno más Uno*, 3 de diciembre de 1997, sección cultural, p. 33

<sup>49</sup> *La Jornada*, p. 27

<sup>50</sup> *El Universal*, p. 3B

por lo que tengo que tener la lucidez necesaria para traducir un lenguaje de sensibilidad a uno de razón.”<sup>51</sup>

En general las notas periodísticas comentaron la forma en que el autor percibe su obra y cómo desearía que el público la interpretara, sin embargo debemos aclarar que el visitante necesita de información que lo introduzca a la obra, para que entienda qué ve y necesariamente cambie el sentido de su observación. Yo recuerdo que en la exposición de Remedios Varo,<sup>52</sup> cada obra y secuencia de obras contenían un texto que las explicaba, algunos de estos textos estaban colocados al final de la secuencia y otros al principio. Observé que los visitantes que sólo miraban la obra y no leían el texto pasaban menos tiempo observándola, en cambio el público que veía la obra y después leía el texto regresaba nuevamente a mirarla, incluso los detalles que se explicaban en el texto eran “descubiertos” por el visitante que lanzaba una exclamación de asombro -¡Ah sí, es cierto! o -¡Mira!, ¿ya viste?. Incluso yo me atrevería a decir que la cantidad de información que mostraba la exposición fue una de las causas de su éxito.

---

<sup>51</sup> *Uno más Uno*, p. 33

<sup>52</sup> Esta exposición se presentó en la sala Carlos Pellicer del MAM, del 22 de febrero al 5 de junio de 1994, pero debido a su éxito se amplió el horario de visita para esta sala y su clausura se recorrió al 26 de junio. Se estimó que al final de la muestra asistieron alrededor de 300,000 espectadores.

## CAPITULO VI

### LA EXPOSICION TEMPORAL Y CARACTERISTICAS DEL PUBLICO

Después de conocer al público que asistió a la inauguración de las dos exposiciones anteriores, aplicamos la encuesta al público que las visitó durante el tiempo que permanecieron abiertas, esto con el fin de conocer su estructura socioeconómica y cultural de quienes acudían entre semana (martes a sábado) días en que la entrada al museo tiene un costo de \$15.00 pesos y el domingo, día en que la entrada es gratuita.

Aproximadamente cada exposición se mantuvo abierta al público durante 3 meses. En este lapso el comportamiento del público dentro del museo y sus salas es totalmente distinto al que se observa en la inauguración de las exposiciones, el visitante habla en voz baja y se mantiene un silencio sacro dentro del museo, no se permite traspasar la línea marcada en el piso que “separa” el espacio de acercamiento entre el visitante y la obra. En este sentido, la intocabilidad de las obras depende del material en que fueron creadas, en el caso de las muestras de escultura sí se permite que las obras sean tocadas, no así en el caso de pintura, fotografía, litografía, entre otras. Tampoco se permite tomar videos ni fotografías con flash y tripie (excepto un permiso por parte de la dirección), a la vez se puede recorrer libremente todo el museo, este hecho queda restringido en una inauguración, donde sólo se permite visitar la sala donde se expone la obra, la librería, la tienda y los sanitarios.

En este capítulo ya no mencionaremos las características de la exposición, sólo presentaremos los datos de la encuesta y las características del público que visitó las muestras de Jorge Yáspik y Francis Alÿs. De igual forma que en los capítulos anteriores, presentaremos los datos por separado, ya que las exposiciones son de contenidos, formas, temas y técnicas diferentes.

## CARACTERISTICAS DEL PUBLICO QUE VISITO LA MUESTRA DE FRANCIS ALYS

La exposición "The Liar, The copy of the Liar" -El mentiroso y la copia del mentiroso- de Francis Alÿs, permaneció abierta al público del 27 de noviembre de 1997 al 15 de marzo de 1998. Durante este tiempo se aplicaron 47 encuestas entre los días: martes, jueves y domingo, este último día fue constante para ambas muestras porque es el único día en que la entrada es gratuita, hecho que es aprovechado por el público para acudir al museo. La encuesta se aplicó de la siguiente forma: (cuadro VIII)

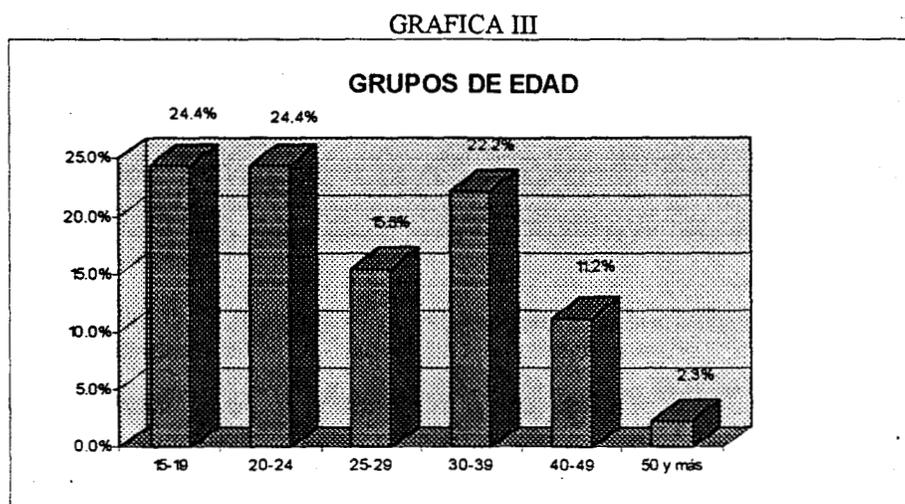
CUADRO VIII  
Aplicación de la encuesta, por día

DIA	% DE ENTREVISTAS
MARTES	26.7%
JUEVES	26.7%
DOMINGO	46.6%
TOTAL	100%

El día domingo, se aplicó una mayor parte de las encuestas porque acudían en mayor proporción los visitantes al museo, esto se atribuye tal vez al costo que representa la entrada, que según la opinión de muchos de los entrevistados representa un gasto, que puede ser ahorrado.

Durante la observación del público que asistió durante la muestra, se notó que la presencia de escolares es muy elevada; la mayoría de ellos asistían acompañados por sus amigos de escuela, por algún familiar o maestro. Es decir, asistieron al museo porque fueron enviados por alguna institución o profesor. Los alumnos sólo se dedicaban a realizar apuntes en sus libretas sin recorrer en su totalidad la muestra. Esto determinó que sólo se aplicara la encuesta a los mayores de 15 años, por lo que se anularon 2 entrevistas que fueron aplicadas a menores de esta edad.

El total de encuestas fue de 45 y los grupos de edad más representativos fueron de 15-19 años y 20-24 años que sumados representan el 48.8% del total. Los demás grupos quedaron ubicados como lo muestra la gráfica III.



La escolaridad de los asistentes se presentó de la siguiente forma: el 11.1% mencionaron contar con secundaria<sup>53</sup>, el 24.5% con preparatoria, el 55.5% con universidad y el 8.9% con posgrado (cuadro IX). La escolaridad de los visitantes se ubicó mayoritariamente con estudios superiores; la suma entre preparatoria, universidad y posgrado representó el 88.9% de los entrevistados y tienen correspondencia con las edades representadas en la gráfica anterior.

**CUADRO IX**  
Nivel de escolaridad

ESCOLARIDAD	% DE PUBLICO
SECUNDARIA	11.1%
PREPARATORIA	24.5%
UNIVERSIDAD	55.5%
POSGRADO	8.9%
TOTAL	100%

El lugar de residencia de los entrevistados se distribuyó en la mayor parte de las delegaciones del D.F., algunos municipios de la Zona Metropolitana y un visitante de provincia (Querétaro). Las

<sup>53</sup> Los entrevistados que contestaron contar con secundaria, eran personas mayores de quince años; por lo que se considera que representa su nivel de escolaridad concluido y que al momento de la entrevista mencionaron tener.

delegaciones de donde provinieron más visitantes fueron: Coyoacán con el 17.7%, Miguel Hidalgo con 15.5% y Cuauhtémoc con 13.3%. En el mapa III podremos ver la residencia del público que asistió durante el tiempo que permaneció abierta la exposición, el único visitante que no se ubicó dentro del mapa fue al de Querétaro.

**Mapa III**



Nota: No se ubicó en el mapa al visitante de Querétaro.

## RELACION PUBLICO EXPOSICION

El público que visitó la exposición de Francis Alÿs mencionó que el principal medio por el cual se enteró de la exposición fue por prensa o revista con 55.5%, le siguió la radio o TV con 22.3%, por invitación<sup>54</sup> 8.9% y por cartel un 13.3% (ver cuadro X).

<sup>54</sup> Al aplicar la encuesta se le indicó al visitante si su asistencia por invitación había sido realizada por algún amigo u otra persona. No se refiere a la invitación que el museo hace en la inauguración de la exposición.

CUADRO X  
Medios por los que se enteró de la exposición

MEDIO	% DE PUBLICO
PRENSA Y REVISTA	55.5%
RADIO O TV	22.3%
POR INVITACION	8.9%
POR CARTEL	13.3%
TOTAL	100%

Como se puede observar más de la mitad de los entrevistados se enteraron de la exposición por medio de la prensa o revista, estos medios de comunicación resultan ser los más utilizados, porque diariamente en su sección de espectáculos o cultural (incluso muchos publican un suplemento especial de cartelera los fines de semana), donde anuncian las diferentes ofertas culturales que en la ciudad se presentan. Este indicador también nos presenta a un público que lee, o al menos se informa de los eventos culturales por medio de la comunicación escrita.

Sobre si el público tenía un interés particular por la exposición, el 66.6% mencionó que sí, argumentando principalmente conocer las nuevas vanguardias del arte contemporáneo y las exposiciones que el museo ofrecía. Aunque hay que mencionar que al revisar la carpeta de comentarios, había muchos que se expresaban despectivamente de la exposición y el autor, incluso con groserías, pero, también hubo comentarios elaborados que expresaban su reconocimiento al autor y elogiaban la calidad artística de la obra. El resto de los entrevistados mencionaron que no tenían algún interés particular y no hacían comentario alguno.

Al preguntarles sobre si habían sido invitados a la inauguración de la exposición, el total de los entrevistados comentaron que no, en este sentido se les cuestionó si se habían enterado de la inauguración, sólo una persona mencionó que sí, pero no había asistido por cuestiones de trabajo; el resto contestó que no. Por lo que la participación de las ofertas culturales por el público -menciona Bourdieu- no es otra cosa que la coherencia de elecciones de un hábito. Cuando los sujetos seleccionan sus preferencias van imponiendo inconscientemente un modo de clasificar y experimentar sus preferencias. Las clases revelan a los sujetos como "clasificadores clasificados por sus clasificaciones".<sup>55</sup>

<sup>55</sup> Boudieu, Pierre. *Sociología y Cultura*. Grijalbo. México, 1990. p. 35

Al cuestionar al público a qué se debía su presencia en esta exposición el 66.6% mencionó que ya lo tenía planeado, el 24.5% por casualidad y el 8.9% por invitación, nadie mencionó que por recomendación (cuadro XI).

**CUADRO XI**  
Motivo de su presencia en el museo

MOTIVO DE SU PRESENCIA	% DE PUBLICO
YA LO TENIA PLANEADO	66.6%
CASUALIDAD	24.5%
POR INVITACION	8.9%
POR RECOMENDACION	0
TOTAL	100%

También se les cuestionó acerca de su gusto por el arte moderno, donde el 71.1% mencionó que sí les gustaba, el 17.8% que muy poco y un 11.1% de los entrevistados contestó que no. Sobre cómo catalogaría la exposición, el total de los entrevistados mencionó que era arte moderno, ninguno la ubicó en artesanía. Asimismo, se les preguntó sobre si consideraban al MAM el sitio adecuado para exponer la muestra, el 82.2% mencionó que sí, pues éste era un museo de arte moderno y tenía que presentar este tipo de exposiciones, un 11.1% mencionó que no, pero que la colocarían en otro museo de arte; sólo un 6.7% no supo qué contestar.

Al preguntar al público si había visitado otras salas del museo, el 66.6% mencionó que sí, de éstos sólo el 22.2% recordó el nombre de la sala y la exposición, el resto 77.8% no lo recordó. De los que contestaron que no, es decir el 33.4%, mencionaron que iban a recorrer en ese momento todo el museo.

## **HABITOS CULTURALES DEL PUBLICO**

Al cuestionar al público sobre sus hábitos culturales, la primera pregunta hacía referencia sobre la última exposición que visitó y dónde. El 33.3% mencionó que había visitado exposiciones en museos de historia, ciencia y tecnología, el 40% exposiciones en museos de arte y el 26.7% no

contestó o no recordó la última visita que había realizado a un museo, aunque también la mayoría del público que había visitado otras exposiciones sólo mencionó el museo que visitó, pero muy pocos recordaron el nombre de la exposición.

También se les cuestionó acerca de la regularidad de su asistencia al museo, donde un 55.5% contestó que ahora va más al museo, el 33.3% que no ha variado, mientras que el 11.2% que ahora ha disminuido. Los hábitos culturales, su posición social y la escolaridad refuerzan para el visitante asiduo al museo el gusto por apropiarse y participar de las ofertas culturales que el museo ofrece.

Respecto a la pregunta acerca de cuál es el tipo de exposiciones a las que asiste con mayor frecuencia, el público se inclinó por la pintura con un 42.2%, le siguió la escultura con 26.6%, de gráfica 17.7%, fotografía con el 6.7% y arte popular un 6.7%. Al preguntarles si el día de la entrevista vino a visitar únicamente al museo, el 80% mencionó que sí y el 20% restante contestó que visitaría el bosque de Chapultepec, el Museo Nacional de Antropología e Historia, el Museo del Caracol, la Casa de Cultura "La Quinta", entre otros. Todos estos espacios se encuentran relativamente cercanos al Museo de Arte Moderno.

Sobre los días que el público prefiere visitar el MAM, más de la mitad de los entrevistados un 51.1%, lo realiza entre semana, mientras que el 48.9% lo hace el día domingo, la mayoría de los entrevistados coincidieron en que la visita al museo el día domingo resultaba poco agradable, toda vez que no se podían apreciar plácidamente las obras por el exceso de ruido, la afluencia de público y la asistencia de escolares que no respetaban las "normas" de conducta que se debían de guardar en el MAM.

La regularidad de asistencia del público entrevistado al museo ubicó que un 37.7% lo visita una vez por semana, 28.8% lo hace cada quince días, un 20% una vez al mes y un 13.5% de vez en cuando. También se les preguntó si recordaban el último libro que habían leído, donde el 46.6% del total de entrevistados mencionó un título, entre los que podemos mencionar: *La última oportunidad*, *Alas rotas*, *Secretos de mi PC*, *Tus zonas erróneas*, *La portentosa vida de la*

*muerte*, entre otros. Las actividades que le gusta más practicar se encuentran el ir al cine, la lectura, ver televisión y los deportes, no mencionamos los porcentajes porque la respuesta del público se ubicó en más de dos opciones, pero las actividades más representativas fueron las ya mencionadas.

## **PÚBLICO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

En primer lugar se les cuestionó acerca del uso de algún servicio de TV por suscripción, ya fuera Cablevisión, SKY, DIRECTV, entre otros, donde el 15.6% de los entrevistados mencionaron contar con Cablevisión, un 11.1% mencionó que recibe SKY, el resto 73.3% no cuenta con ningún servicio de TV por suscripción.

Se les preguntó si contaban en su hogar con antena parabólica: el 97.7% mencionó que no, mientras que sólo el 2.3% sí cuenta con parabólica. También se les preguntó sobre cuántas viseocasseteras tenían en su casa, el 82.2% dijo contar con una, el 11.1% mencionó contar con dos y el 6.3% mencionó no tener.

El medio por el cual el público que visitó la exposición prefiere ver películas, el 68.9% contestó que en salas de cine, 22.2 en vídeo y 8.8% lo realiza en su televisor. El periódico que lee con mayor frecuencia fue el *Reforma* con 28.9%, le siguió *La Jornada* con 22.2%, *El Financiero* con 15.5%, el *Excelsior* con 6.6% y algún otro diario con el 11.1%. La revista que lee con mayor frecuencia, fueron de política, cine, cultura, deportes y fotonovelas, no mencionamos su porcentaje porque el público tuvo la oportunidad de manejar dos o más opciones.

En suma, la participación del público que asiste a las inauguraciones y del que acude durante el tiempo que permanece la muestra es distinta porque cada etapa de la exposición encierra aspectos simbólicos, sociales y culturales; que aunque se trate de la misma exposición presenta características distintas. Es decir, durante la inauguración una exposición se presentan varios elementos que intervienen en este evento como: la invitación (oficial) que se distribuye a un determinado público, la asistencia de los medios de comunicación escrita, radio, TV,

personalidades del círculo social, artistas y autor de la obra, el arreglo simbólico que se realiza en la sala expositora y el museo, entre otros. En comparación con la visita que realiza el público durante el tiempo que permanece la muestra, los elementos que se han mencionado no se presentan, pero sí existen otros como: el silencio sacro que se impone al visitante, hay la opción de recorrer libremente todo el museo, el público puede asistir al MAM pagando su entrada o asistir el día domingo en que es gratuito, puede tomar fotos, siempre y cuando no sea con flash (en la inauguración sí se permite), en conclusión, se deben respetar las “normas” que un museo impone al visitante.

## CARACTERISTICAS DEL PUBLICO QUE VISITO LA MUESTRA DE JORGE YASPIK.

La exposición de Jorge Yáspik estuvo abierta al público del 4 de diciembre de 1997 al 1 de marzo de 1998, durante este tiempo se aplicaron 43 encuestas distribuidas en los días miércoles, viernes y domingo de la siguiente manera:

CUADRO XII  
Aplicación de la encuesta

DIA	% DE ENTREVISTAS
MIERCOLES	28.0%
VIERNES	34.8%
DOMINGO	37.2%
TOTAL	100%

La asistencia del público a esta muestra fue muy reducida, tal vez debido a que la exposición no contaba con cedularios que informaran al público sobre la obra que se exponía. Se observó durante el tiempo que estuvo abierta la muestra que la mayoría de los visitantes buscaban alguna referencia que les indicara el nombre de la pieza, sus dimensiones o algún dato que les permitiera identificar lo que estaban observando, también muchos de los asistentes tocaban las piezas, otros no lo hacían, tal vez debido a la presencia de los guardias que imponen un “comportamiento adecuado” al visitante; como menciona Graciela Schmilchuk:

A manera de caricatura podríamos decir que en los museos tradicionales encontramos dos figuras y funciones de peso: el curador y el custodio, cuya devoción está en la colección. Para ellos el visitante es « un intruso necesario al sistema...la coartada perfecta de su función». El menor gesto del visitante es considerado sospechoso de apropiación ilícita o transgresión. El museo emparenta así con la prisión, el hospital y la escuela. Los guías o los encargados de servicios educativos y de difusión, que están necesariamente en contacto con los usuarios, suelen ser quienes intentan equilibrar en alguna medida este paradójico desequilibrio.<sup>56</sup>

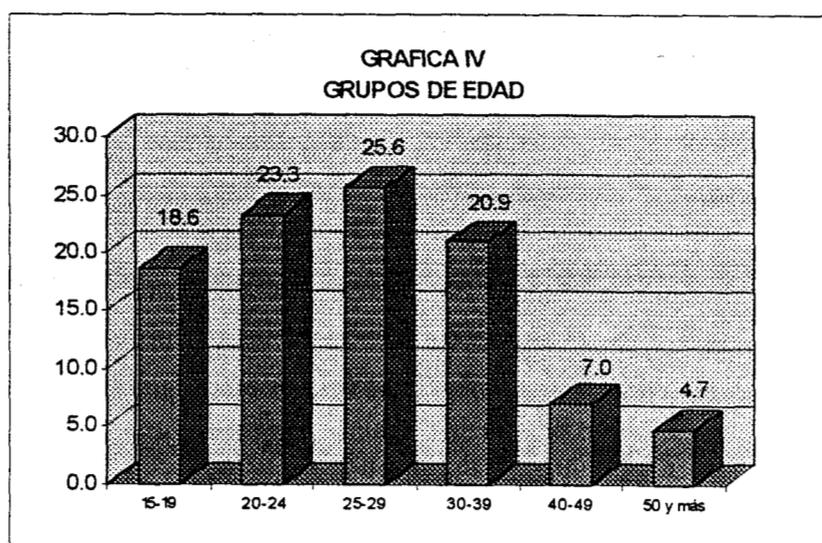
<sup>56</sup> Schmilchuk, Graciela. Venturas y desventuras de los estudios de público en museos, en *Cuiculco*, Nueva Época, Vol. 3, Núm. 7, mayo/agosto de 1996.

La única información de la exposición era la que se encontraba a la entrada de la sala, donde se informaba al público sobre las características generales de la muestra y donde se mencionaba que había sido presentada en colaboración con el museo Rufino Tamayo, el catálogo que se coloca a la entrada también mencionaba este hecho; pero muy pocos lo leían, la mayoría sólo repasaba sus hojas.

También se observó que la mayoría de los asistentes al MAM, nunca visitaron el MRT, donde se exponía parte de la muestra, en este espacio no se levantó ninguna de las encuestas, pero sí se llevó a cabo una observación del público que visitaba la obra que se encontraba en el patio, fuente y jardines del MRT. En este lugar, los visitantes que llegaban al museo no se detenían a observar la obra de Jorge Yáspik, ni se enteraban de que las esculturas que se encontraban en este espacio formaban parte de la exposición que se realizaba en el MAM.

En el MRT, tampoco las esculturas contaban con cedularios, ni presentaban alguna información sobre la exposición, tal vez éstos fueron motivos por los cuales el público no se interesaba de la muestra y a la vez causa fundamental de la poca asistencia del público a esta exposición.

Del total de entrevistados el 39.5% fueron mujeres y 46.5% hombres, su edades quedaron representadas como lo muestra la gráfica IV.



Como se puede observar en la gráfica IV, los grupos más representativos fueron el grupo de 25-29 años con 25.6%, le siguió el de 20-24 con 23.3%, el 30-39 con 20.9% y el de 15-19 años con 18.6%. Su escolaridad quedó representada de la siguiente forma:

**CUADRO XIII**  
Nivel de escolaridad

ESCOLARIDAD	% DE PUBLICO
SECUNDARIA	11.6%
PREPARATORIA	37.2%
UNIVERSIDAD	46.6%
POSGRADO	4.6%
TOTAL	100%

La mayoría del público se ubicó con escolaridad de universidad y preparatoria con 46.6% y 37.2% respectivamente. Un 11.6% mencionó tener secundaria y sólo el 4.6% cuenta con estudios de posgrado.

Su lugar de residencia estuvo representada por diez delegaciones del Distrito federal y tres municipios de la zona metropolitana, como lo muestra el mapa IV.

**Mapa IV**



## RELACION PUBLICO INAUGURACION

Durante el tiempo que permaneció abierta la exposición de escultura de Jorge Yáspik; el público que visitó la muestra mencionó que el principal medio por el cual se enteró de la exposición, fue por prensa o revista con 65.1%, por radio o TV 16.2%, por invitación un 11.6% y por cartel el 7% (cuadro XIV). Estos datos reflejan que la mayoría del público que hace uso de los medios de comunicación escrita revisa la cartelera para seleccionar un evento o espacio cultural que desea visitar.

CUADRO XIV  
Medios por los que se enteró de la exposición

MEDIO	% DE PUBLICO
PRENSA Y REVISTA	65.1%
RADIO O TV	16.2%
POR INVITACION	11.6%
POR CARTEL	7%
TOTAL	100%

La pregunta anterior tiene mucha relación con el interés particular del público que visitó la muestra, por lo que el 72% mencionó que sí tenía un interés por conocer la obra de escultura y aunque muchos no realizaban un argumento elaborado sobre la técnica artística del autor, sí expresaban su gusto por la obra que se exponía, mencionando algunos -que la forma y el trabajo esculpido en la roca, expresaban la complejidad del arte moderno-, también mencionaron que -es impresionante la “grandeza” de las obras, recordando que la mayoría de las obras expuestas presentaban una gran tamaño.

Otros mencionaron que no habían entendido lo que el autor deseaba expresar en su obra y que tal vez habría sido necesario que se informara la técnica y el título de cada obra para tener un mejor referente -hay que recordar que la exposición carecía de cedularios. El 28% restante mencionó que no tenía un interés particular por la exposición, sin hacer comentario alguno.

Al preguntarles sobre si habían sido invitados a la inauguración de la exposición, el total de los entrevistados mencionó que no, incluso algunos de ellos preguntaron que cada cuándo se llevaba

a cabo una inauguración y si era para todo público. En este sentido sería un error pensar que el público que visita las muestras temporales no sabe o no asiste a la inauguración de una exposición por falta de información; muchos de los periódicos como ya se ha mencionado, realizan notas periodísticas y publicidad en sus páginas culturales y en su cartelera días antes de que sea presentada una muestra. Las notas y la publicidad hacen hincapié en que la invitación es para todo público. O bien podemos pensar que son otros los elementos que intervienen para que el público no asista como pueden ser: la hora de la inauguración, el lugar donde se realiza el evento, su lugar de residencia, la participación simbólica del individuo en el evento, entre otros.

Respecto de la pregunta sobre su presencia en el museo, el 72% mencionó que ya lo tenía planeado, el 14% que había sido invitado y un 14% por casualidad, ninguno de los entrevistados mencionó que por recomendación (Cuadro XV).

CUADRO XV  
Motivo de su presencia en el museo

MOTIVO DE SU PRESENCIA	% DE PUBLICO
YA LO TENIA PLANEADO	72%
POR CASUALIDAD	14%
POR INVITACION	14%
POR RECOMENDACION	0
TOTAL	100%

En relación con la pregunta sobre el gusto del público por el arte moderno, el 67.4% manifestó que sí le gusta, mientras que un 21% mencionó que le gusta muy poco y un 11.6% que no le gusta. Sus argumentos fueron diversos; los primeros mencionaron que las piezas de escultura que el museo exhibía, -eran “cosas nuevas”, -que el arte de Yáspik era moderno y buscaba interpretar parte de la realidad en las piedras. Otros mencionaron que no entendían lo que el autor quería expresar en su escultura, -no entiendo lo abstracto, mencionó una persona. una más dijo que hacía falta información respecto a las piezas presentadas, es importante señalar que varios de los visitantes buscaban información sobre la escultura de Yáspik y que como ya sabemos la exposición carecía de cedularios.

Al preguntar al público sobre si las obras ahí presentadas eran arte, artesanía o cómo las catalogaría, un 48.9% de los entrevistados mencionaron que las obras eran arte, un 34.9% mencionó que la consideraba como artesanía y un 16.2% no supo que contestar. Sobre si el MAM era el sitio adecuado para exponer la obra de escultura, un 53.4% mencionó que sí, puesto que el sitio era un museo de arte moderno, el 28% mencionó que no, porque las piezas que se exhibían eran demasiado grandes para presentarse dentro de una sala; un 18.6% no contestó.

Nos interesó conocer cual sería el lugar donde al público le gustaría ver esta obra, un 58.1% mencionó que el MAM era el sitio adecuado, mientras que un 23.2% la colocó en diferentes museos y zonas como el Palacio de Bellas Artes, la Alameda Central, El metro, el Museo de Antropología, la Av. Reforma, entre otros. En esta ocasión el público mencionó diferentes lugares, pero con la característica de ser espacios amplios, muchos de ellos públicos y muy transitados; tal vez debido al tipo de obra que se expuso y que tiene una semejanza con los grandes monumentos y esculturas que se exhiben en zonas de amplia circulación y que muchas veces hacen referencia a un determinado lugar.

También se les preguntó que si ya habían visitado otras salas del museo, el 90.6% mencionó que sí, mientras que el 9.4% apenas había iniciado su recorrido, pero sí visitarían las salas que faltaban.

## **HABITOS CULTURALES DEL PUBLICO**

Sobre los hábitos del público entrevistado en la muestra de Jorge Yáspik, la primera pregunta fue si recordaban la última exposición que habían visitado y el museo. El 55.8% mencionó el lugar donde visitó la muestra y el nombre de la exposición, un 44.2% no recordó el nombre de la exposición, pero si el lugar donde había asistido. Entre los museos y galerías que se mencionaron encontramos al Palacio de Bellas Artes, el Museo Carrillo Gil, El Museo de la Estampa, El Museo Rufino Tamayo, las galerías “El jardín de las delicias”, Frida Kalho, entre otras.

Sobre la asistencia del público al museo; el 48.8% de los entrevistados mencionaron que no ha variado su visita a este espacio, un 41.8% mencionó que ahora va más y sólo el 9.4% mencionó que su asistencia había disminuido. El tipo de exposición que visita con mayor frecuencia fue de escultura con el 34.8%, le siguió la pintura con el 23.2%, un 18.7% mencionó una inclinación por la gráfica, el 14% prefiere el arte popular, un 7% la fotografía y sólo el 2.3% mencionó otras exposiciones.

Al preguntar al público si únicamente venía a visitar el MAM, el 67.5% mencionó que sí y el 32.5% contestó que además visitaría algunos otros lugares cercanos, como: el lago de Chapultepec, el Museo de Antropología, El castillo de Chapultepec, algunos centros recreativos localizados dentro del bosque; algunos mencionaron que irían a otro espacio público al concluir su visita, pero no mencionaron el sitio.

El 79% del público entrevistado, mencionó que prefiere visitar el museo el día domingo, mientras que el 21% prefiere hacerlo entre semana. Hay que destacar que las personas entrevistadas el día domingo mencionaron que su visita la realizaban este día porque no se cobra la entrada al museo y por lo tanto no representa un gasto al bolsillo. También se debe mencionar que el público entrevistado entre semana comentaron que el costo que pagan y que representa un gasto -bien vale la pena, y -prefiero venir al museo entre semana, porque es muy placentero recorrer las exposiciones.

La regularidad con que asiste al museo el público entrevistado es de la siguiente forma: el 39.6% lo visita cada quince días, el 30.2% lo hace una vez por semana, un 25.5% lo hace una vez al mes y sólo el 4.7% mencionó que lo visita de vez en cuando.

Al preguntar al público si recordaba el último libro que leyó, el 74.5% mencionó diferentes títulos de libros que había leído o estaban leyendo entre los que se encontraban libros de arte, de historia, literarios, científicos, administrativos, ciencias exactas y algunos *best sellers*. El 25.5% restante no mencionó ningún título.

Las actividades que les gusta más practicar en su tiempo libre, se encuentra la lectura, ir al cine, visitar el teatro, ver televisión en casa y asistir a espectáculos musicales. No mencionamos su porcentaje, porque al público se le indicó que podía mencionar más de dos opciones en esta pregunta.

## **PUBLICO Y MEDIOS DE COMUNICACION**

En primer lugar se les preguntó si en su casa contaban con algún servicio de TV por suscripción; el 74.4% de los entrevistados mencionó que no, un 11.6% mencionó que recibe cablevisión, el 7% multivisión, el 4.7% DIRECTV. y un 2.3% SKY. Al preguntar si contaban con antena parabólica, el 95.3% dijo que no, mientras que sólo el 4.7% contestó que sí. Sobre cuántas videocassetas tienen en su casa, el 90.6% mencionó que sólo una, el 7% dos y el 2.3% más de tres, nadie de los entrevistados mencionó que ninguna.

El medio que prefiere el público para ver películas es el cine con el 79.1%, el 13.9% lo realiza en video y sólo el 7% le gusta hacerlo en su televisor. De los entrevistados el periódico que lee con mayor frecuencia es *La Jornada* con 27.9%, *Reforma* con 21%, *El Financiero* con 16.2%, *El Universal* con 11.6%, otro periódico no contemplado en la pregunta el 11.6%, *Excelsior* con 7%, y *La Prensa* con 4.7%.

El tipo de revista que le gusta leer más al público fue de cultura con 30.3%, deportes con el 18.6%, política con 16.2%, cine con 18.6%, guías de televisión con 7%, fotonovelas 7% y otro tipo de revista como electrónica, computación, terror o suspenso, entre otras 2.3%.

El público que asistió durante el tiempo que permaneció la muestra fue más diverso en sus características socioeconómicas y culturales, por ejemplo, hubo un 11.6% de los asistentes que mencionaron tener estudios de secundaria, situación que no se presentó en las inauguraciones. Sin embargo, la tendencia del gusto por el arte moderno es similar a la de exposiciones anteriores.

## CAPITULO VII

### LA EXPOSICION TEMPORAL Y CARACTERISTICAS DEL PUBLICO

La mayoría de los museos de arte de la Ciudad de México tienen entre las exposiciones que exhiben, una muestra permanente que forma parte del acervo propiedad del museo. Muchos de ellos muestran sólo una parte del material que poseen; para dar espacio a las exposiciones temporales que continuamente presentan. El MAM posee una notable colección que ilustra aspectos importantes del arte mexicano del siglo XX desde la segunda década hasta la fecha de épocas y corrientes que han dejado huella en nuestro país y el mundo.

Cuando empezamos a realizar esta investigación, el MAM había presentado una parte de este material en la sala Xavier Vallarrutia y en forma semi-permanente en la sala Carlos Pellicer. La primera presenta la colección “La escuela mexicana de pintura y escultura”. La segunda exhibe la época que ha sido llamada “La ruptura”, esta exposición constantemente es retirada para dar paso a exposiciones temporales.

Por lo tanto, para conocer las características del público que acude a la muestra permanente del MAM se aplicó la encuesta en la sala Xavier Villarrutia del museo que exhibe la llamada “Escuela Mexicana” y que esta representada a través de la obra de David Alfaro Siqueiros, José Clemente Orozco y Diego Rivera, así como la presencia de los muralista de la segunda y tercera generación: Alfredo Salce, José Chavez Morado, José González Camarena, etcétera, cuyo arte está presente en la obra de caballete.

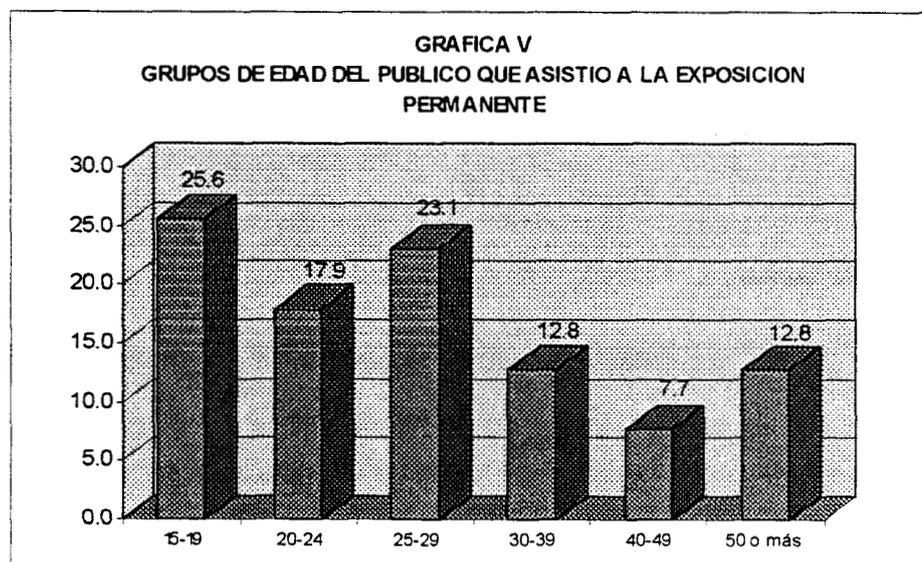
También muestra los realismo introspectivos, el surrealismo y el arte fantástico, representados con obras de creadores tan importantes como Frida Kahlo, María Izquierdo, Leonora Carrigton,

Remedios Varo y Alice Rahon. A la vez se presentan a los creadores de la corriente fantástica posteriores a 1960 como: Alberto Gironella, Gelsen Gass, Francisco Toledo, Emilio Ortiz, Xavier Esqueda y Julio Galán.

En una de nuestras hipótesis que manejamos en nuestra investigación se mencionaba que la exposición permanente del MAM, siempre era la misma, que la museografía, las obras y la curaduría no cambiaban<sup>57</sup>. Consideramos también que esta muestra sólo es visitada por un público nuevo e interesado en la historia del arte. Por lo que a continuación presentamos las características del público que visitó esta exposición.

### **CARACTERISTICAS DEL PUBLICO QUE VISITO LA COLECCION PERMANENTE “LA ESCUELA MEXICANA”.**

Durante el tiempo que permanecemos en la sala Xavier Villarrutia del MAM, nos percatamos que entre semana es la sala menos visitada del museo y el día domingo podemos decir que duplica la asistencia de público que recibió durante toda la semana. Se aplicaron un total de 39 encuestas al público visita la sala, donde 23 fueron mujeres y 16 hombres que representaron el 59% y el 41% respectivamente, los grupos de edad quedaron representados de la siguiente forma:



<sup>57</sup> Debemos mencionar que en 1998 se presentó en todas las salas del museo la muestra más representativa del acervo que posee el MAM.

Como de puede observar en la gráfica anterior, el grupo más representativo que asistió a la muestra permanente, fue el de 15-19 años con un 25.6%, le siguió el grupo de 25-29 con 23.1%, el de 20-24 con 19.9%, el de 50 años y más con 12.8% y por último el de 40-49 con 7.7%. También se puede notar que la mayoría de los asistentes a esta exposición fue una población joven que se encuentra en la edad de 15 a 29 años y que suman el 66.6% del total.

Su nivel de escolaridad quedo representado de la siguiente manera; el 38.4% de los entrevistados mencionó contar con estudios de preparatoria, un 23% con universidad, el 20.6% con secundaria y sólo el 18% mencionó tener estudios de posgrado (Cuadro XVI)

Cuadro XVI  
Nivel de escolaridad

ESCOLARIDAD	% DE PUBLICO
POSGRADO	18%
UNIVERSIDAD	23%
PREPARATORIA	38.4%
SECUNDARIA	20.6%
TOTAL	100%

La mayoría de los entrevistados, mencionaron que su ocupación principal era de estudiantes con el 69.2%, el resto mencionó ocupaciones como: pensionados, empleados, administrativos, ingenieros y artistas plásticos y que representa un porcentaje no mayor al 5%.

Por lo que se refiere a su lugar de residencia, encontramos que el público que visitó la muestra en su mayoría vive en el Distrito Federal en las siguientes delegaciones: Gustavo A. Madero, Iztapalapa, Iztacalco, Benito Juárez, Coyoacán, Miguel Hidalgo, Azcapotzalco, Alvaro Obregón y Cuauhtémoc. Del Estado de México los municipios de Ecatepec, Naucalpan y Nezahualcoyotl. Su distribución geográfica quedó representada de la siguiente forma: (Mapa V).

### Mapa V



El medio de transporte utilizado por el público para llegar al museo quedó representado de la siguiente forma: un 48.7% utilizó sólo el metro; el 25.6% se transportó en metro y pesero; un 18% sólo utilizó pesero; el 5.1% lo hizo en auto propio y sólo el 2.6% utilizó taxi (Cuadro XVII).

**Cuadro XVII**  
Transporte utilizado por el público

TRANSPORTE	% DE PÚBLICO
AUTOMOVIL PROPIO	5.1%
TAXI	2.6%
SOLO PESERO	18.0%
SOLO METRO	48.7%
AMBOS (PESERO-METRO)	25.6%
TOTAL	100%

## RELACION PUBLICO INAUGURACION

En primer lugar se les preguntó por qué medio se habían enterado de la muestra; un 56.4% de los entrevistados mencionó que ninguna de las opciones de la entrevista era la respuesta, comentando algunos -pasaba por aquí y entre, -me llamo la atención la obra de Frida Khalo que esta a la entrada de la sala y pase a visitarla, algunos no contestaron, esto se debe tal vez a que la exposición de la Escuela Mexicana, no cuenta con una publicidad o difusión en diferentes medios de comunicación como se realiza con las exposiciones temporales, sólo los trípticos que el museo pública con información general del museo, invita al público a que visite la exposición temporal en la sala Xavier Villarrutia. El 25.6% mencionó que se enteró de la muestra por cartel; un 7.6% lo hizo por radio o Tv y un mismo porcentaje fue por invitación de algún amigo o pariente; sólo el 2.8% lo hizo por prensa o revista (Cuadro XVIII).

Cuadro XVIII  
Medios por los que el público se enteró de la exposición

MEDIO DE COMUNICACION	% DE PUBLICO
POR INVITACION	7.6%
POR RADIO O TELEVISION	7.6%
POR PUBLICIDAD EN PRENSA Y REVISTA	2.8%
POR CARTEL	25.6%
OTRO MEDIO	56.4%
TOTAL	100%

Se le cuestionó al público si tenían un interés particular por la exposición permanente; el 87.1% de los entrevistados mencionó que sí, algunos argumentaron: -deseo conocer las obras más representativas del arte mexicano, otro entrevistado mencionó: -vengo a ver la obra *Las ratas* de Pedro Coronel, alguien más comentó: -deseo conocer la obra de la corriente de ruptura. Sólo el 12.9% dijo no tener un interés particular en la muestra.

Sobre sí conocían a algún autor y su obra, el 78% menciono que sí, un 7.6% dijo no conocer las obras ni a los autores y el 15.4% mencionó que muy poco. Se les preguntó entonces a qué se debía su presencia en el museo; un 82% mencionó que ya lo tenía planeado; el 10.2% que era

casualidad su presencia en este espacio y el 7.6% mencionó que le habían recomendado la exposición.

El gusto del público por el arte moderno quedó representado de la siguiente forma: un 84.6% mencionó que sí le gustaba; el 7.6% que le gusta muy poco y un mismo porcentaje mencionó que no le atraía el arte moderno. Entre los comentarios que el público hizo fueron: -cada generación busca una manera de representar las cosas y presenta su punto de vista de la época en que vive el artista-, un entrevistado comentó: -me interesa conocer el arte mexicano, aunque hay muchos artistas extranjeros que de alguna manera influyeron en la Escuela Mexicana.

Al preguntar al público si consideraba que la exposición era arte moderno o artesanía. El total de los entrevistados coincidieron en que la exposición permanente representaba arte moderno, incluso alguno mencionó -a pesar de los años, las obras de David Alfaro Siqueiros, Arnold Belkin, Leonora Carrington, entre otros, son obras modernas que perduran a través del tiempo y por lo tanto es arte moderno.

Se le preguntó al público si el MAM era el sitio adecuado para presentar esta exposición; el 90% mencionó que sí, algunos comentaron: - un museo debe presentar en sus instalaciones una muestra representativa del arte mexicano, -es importante para un país que sus museo tengan obras de los artistas que han dejado huella. Sólo el 10% contestó -No sé. Se les cuestionó entonces que si contara con los medios en que lugar colocaría la muestra, los comentarios que hicieron fueron: -desde el pueblo más humilde hasta la ciudad más próspera, -en la calle; donde pasa mucha gente, -en todas partes, -en Bellas Artes, entre otros comentarios.

Por último se les preguntó si habían visitado otras salas del museo; un 82% mencionó que sí, mientras que el 18% dijo que no. Algunos de los comentarios que hicieron quienes respondieron afirmativamente fueron: -la galería, -las salas de arriba, etcétera. Podemos mencionar que ninguno de los entrevistados mencionó el nombre de la sala, sus comentarios fueron en su totalidad ambiguos, tal vez no sea importante para el público que visita el museo, reconocer las salas por su nombre, sólo se guía por la exposición que se presenta.

## HABITOS CULTURALES DEL PUBLICO QUE VISITO LA MUESTRA PERMANENTE

Para conocer los hábitos culturales del público que asistió a la exposición permanente, se les preguntó en primer lugar si podían mencionar cuál fue la última exposición que visitaron, el 64.1% mencionó que no recordaba y un 35.9% dijo el nombre de la exposición, entre las que se encuentran: *Trabajadores, El jardín de las delicias, Autorretrato, Rocio, Dioses del México antiguo*, entre otras.

Sobre la regularidad de su asistencia al museo, el 72% mencionó que ahora va más; un 23% que no ha variado y sólo el 5% contestó que ahora asiste con menor frecuencia. Las exposiciones que les gusta más visitar; un 36% mencionó que le gusta la pintura; al 30.7% la escultura; un 18% la gráfica; al 7.6% la fotografía; el 5.1% arte popular y sólo el 2.5% le gusta otro tipo de arte.

Sobre los días que el público prefiere visitar el museo; un 72% lo hace el día domingo, mientras que el 28% lo realiza entre semana, el público comentó que es un ahorro asistir al museo el día que no cobra ya que representa una ayuda para la economía familiar y permite acudir a las exposiciones que el museo presenta. Pero también se comentó, que es el día en que el museo recibe más público y por lo tanto no se recorren libremente las salas del museo, lo que hace suponer que los días que son más idóneos para la visita a este espacio son entre semana, incluyendo el día sábado.

La regularidad con la que el público asiste al museo, el 46% mencionó que lo visita cada 15 días; un 30.8% lo hace una vez por semana; el 12.8% lo realiza una vez al mes y sólo el 10.4% mencionó que lo visita de vez en cuando. Al preguntar al público si sólo visitaba el museo o acudiría a otro lugar, el 82% mencionó sí, mientras que el 18% mencionó que visitaría otro espacio cercano como: el Bosque de Chapultepec, el teatro, el zoológico de Chapultepec, algunos mencionaron que irían al cine a comer o tomarían un café.

Al público entrevistado se le preguntó si podían mencionar cuál fue el último libro que leyó; un 77% mencionó un título de libro, mientras que el 23% no contestó. Entre los títulos que mencionaron se encuentran: *Biografía de Virginia Duarte*, *Oasis*, *Recuerdo de Infancia*, *Lunas de hiel*, *Turbulencia*, *Crónica de una muerte anunciada* y *Zoología fantástica*. Las actividades que les gusta más practicar en su tiempo libre mencionaron: deportes, lectura, ver TV, ir al teatro y los espectáculos musicales.

## **PUBLICO Y MEDIOS DE COMUNICACION**

En primer lugar se les preguntó si recibían algún servicio de TV por suscripción; el 82% contestó que no, mientras que un 7.6% mencionó que recibe cablevisión y un 10.4% multivisión, nadie mencionó las otras opciones que eran SKY o DIRECTV. También se les preguntó si contaban en su domicilio con antena parabólica; un 97% mencionó que no y sólo el 3% contestó que sí.

Al preguntar sobre el número de videocassetaras que tienen en su domicilio, el 92% de los entrevistados dijo contar con sólo una, mientras que el 8% restante contestó que no cuentan con vídeo. Sobre el medio de comunicación en el cual el público prefiere ver películas; un 71.7% mencionó que prefiere hacerlo en el cine, el 20.5% lo hace en vídeo y sólo el 7.8% lo realiza por TV.

El periódico que lee el público con mayor frecuencia fue en primer lugar *La Jornada* con un 30.7%; el 20.5% prefiere *Reforma*; un 18% *El Financiero*, el 13% *La Prensa*, el 7.6% *El Universal*, un 5.1% el *Uno más Uno* y un mismo porcentaje mencionó otro periódico como: *El País*, *El Día*, *El Economista*, *El Esto El Ovaciones*, que no se mencionaron en la encuesta.

El tipo de revista que prefiere leer el público encontramos que es de cultura con un 33.3%, le siguió la revista de política con un 20.5%, el 13% mencionó que le gusta la información de cine y TV, el 10.2% deportes, un 7.7% de fotonovelas y el 15.3% mencionó otro tipo de revista que no se incluyó en la encuestas como: *Temas Ocultos*, *Tecnología*, *Artes Manuales*, entre otros.

Hasta este momento se han presentado los datos que se obtuvieron de las encuestas que se aplicaron al público que asistió al MAM en las diferentes presentaciones de arte que ofrece. Es importante reconocer que durante el tiempo que permanecemos en el museo, nos percatamos y en muchos de los casos el visitante lo comentó en las entrevistas, que era necesario información adicional como: textos explicativos que lo introdujeran al entendimiento de las corrientes que se exponen, las técnicas empleadas por el autor de la obra, información histórica y básica que expliquen las corrientes de ruptura, del surrealismo, del muralismo, el abstraccionismo, las nuevas vanguardias, etcétera.

Es indudable que muchas de las necesidades del visitante pasan desapercibidas por el personal del museo, incluso las dudas por las que atraviesan en el recorrido de las exposiciones la mayoría de las veces quedan sin respuesta, también para nosotros surgen nuevas dudas, nuevas interrogantes, nuevos campos de investigación que van siendo conocidos y encuentra una respuesta al realizar nuevas incursiones sobre los temas estudiados.

## CONCLUSIONES

El MAM de la Ciudad de México ofrece al público que lo visita diferentes exposiciones de arte como: escultura, gráfica, pintura, fotografía, entre otras, que se exhiben en forma individual o colectiva y que muestran las corrientes en las que trabajan los artistas nacionales o extranjeros reconocidos en este campo cultural, también cuenta con un rico acervo de pintura y escultura que forman parte de la muestra permanente que el museo exhibe en pasillos, jardines y en la sala Xavier Villarrutia.

El museo muestra las exposiciones temporales al público y a los medios masivos de comunicación en diferentes etapas; donde cada una se presenta características diferentes y en las que participan públicos heterogéneos de distintas clases sociales, niveles de educación, hábitos culturales y con un nivel de participación diferente de cada oferta cultural que el MAM ofrece.

Los datos nos muestran que el público que asiste a las inauguraciones de cada exposición temporal lo componen sectores sociales que se encuentran vinculados con el campo artístico. La mayoría del público entrevistado en la muestra de Francis Alÿs mencionó que el medio por el cual se enteró de la inauguración fue por invitación del museo; en la exposición de Jorge Yáspik (escultura) el público lo hizo por la prensa. La primera la realiza el museo a través de una invitación en cuya portada se exhibe una de las obras de la exposición; la segunda se realiza por la publicidad que los periódicos hacen en su sección de espectáculos o cultural. Ambos medios en cada muestra ocuparon porcentajes casi mayores al 50%. El segundo medio más utilizado por el público y por el cual se enteró de la inauguración fue la TV y la radio.

Lo anterior nos muestra que el público que asiste a las inauguraciones de cada exposición lo hace por invitación del museo o bien se entera por medio de los medios masivos de comunicación como la prensa, la TV o el radio, es decir, se trata de un sector que esta informado sobre la oferta cultural que el museo presenta y que tiene un gusto por el arte moderno.

Es importante señalar que la invitación que realiza el museo, la hace a un público conocido y selecto cuya participación en este evento es para legitimar la obra que se expone. Entre los invitados especiales se encuentran artistas, museógrafos, directores de otros museos, curadores, y en algunas ocasiones embajadores (cuando el artista que expone es extranjero), medios de comunicación y público en general. En suma, se trata de un público que conoce de arte, las técnicas, formas y corrientes que les permite una mayor posibilidad de apropiarse de la oferta cultural que se ofrece.

La edad de los asistentes a este evento se ubica entre los 20 a 40 años, es un público relativamente joven cuya escolaridad en su mayoría es de preparatoria y universidad con un porcentaje en cada muestra mayor al 80%, estudios anteriores sobre público a este trabajo han demostrado que la escolaridad acrecienta el interés de apropiarse de las ofertas culturales por lo cual la participación del público en las inauguraciones de las exposiciones de arte en el MAM se reduce a un sector de población estrechamente vinculado con el campo artístico

El lugar de residencia del público que asistió a la inauguración en ambas muestras radica principalmente en el D.F., en las delegaciones Azcapotzalco, Cuauhtémoc, Alvaro Obregón, Coyoacán y Miguel Hidalgo, en esta última delegación se encuentra el MAM. Del Estado de México se mencionaron sólo tres municipios: Naucalpan, Cuautitlan Izcalli y Tlanepentla, todos ellos ubicados al norte de la Ciudad.

Si observamos en los mapas la ubicación donde reside el público que asistió a las inauguraciones; podemos ver que la mayoría de las delegaciones rodean a la delegación Miguel Hidalgo donde se ubica el MAM, es decir los asistentes a este evento provienen del centro de la Ciudad, incluso se puede observar que las delegaciones como Milpa Alta, Tláhuac y Magdalena Contreras no fueron representadas por asistente alguno, esto nos muestra la baja correspondencia entre el crecimiento urbano y la estructura y distribución de los equipamientos culturales que repercuten en la apropiación y uso de las ofertas culturales.

El principal interés del público en la inauguración de la exposición era el conocer al autor de la obra y escuchar sus comentarios, incluso mencionamos el hecho de que varios de los asistentes

en la exposición de escultura se acercaban al autor y preguntaban acerca de una obra en particular.

La inauguración de una exposición en el museo, permite al público tal vez por única ocasión coincidir con el autor y su obra al mismo tiempo. Aproximadamente el 70% de los entrevistados en cada exposición mencionaron tener un gusto especial por el arte moderno y las nuevas vanguardias.

Sobre los hábitos culturales del público que asiste a la inauguración, el 60% mencionó que asiste por lo menos una vez a la semana, muchos de ellos comentaron que su visita la realizaban a museos de arte, esto tal vez al contexto en que nos encontrábamos y en el cual se aplicó la encuesta.

El papel de los medios de comunicación es importante antes y después de inaugurada la exposición, ya que permiten que el público se entere de las ofertas culturales que la Ciudad ofrece participado de ellas según sea su gusto y su interés.

Los diferentes tipos de información que se destacan en las columnas van desde las características de la muestra, los argumentos de la crítica de arte, del autor, el curador y el museógrafo hasta resaltar la asistencia de algunas personalidades de los círculos sociales o artísticos, casi todos los artículos retoman del boletín informativo que distribuye el museo antes de inaugurarse la exposición las cualidades estéticas de la obra, este documento lo realiza el departamento de investigación del museo y va firmado por la Dra. Teresa del Conde.

Resultó interesante revisar los argumentos que se hacen respecto de la muestra en la carpeta de comentarios que se coloca a la entrada de la sala, en donde se leen desde ataques al autor y su obra, hasta argumentos elaborados que destacan las cualidades estéticas de la exposición y el trabajo del autor. En la exposición de Yáspik un visitante escribió *cuando los artistas pintan lo que viven, no tanto lo bonito, sino más bien lo que ellos viven, sus vivencias nos pertenecen a todos*. Otro más decía: *¡Felicidades Jorge! las características de tú obra basada en los colores primarios y secundarios crean un efecto óptico del modernismo clásico*. En otros casos

los comentarios fueron: *esto no es arte, primero estudia y luego pintas "artista"*. De la exposición de escultura los comentarios fueron: *Sin duda la belleza de estas piezas esta en la penetración geométrica de cada obra, el círculo y el triángulo son manejados muy ad hoc con la arquitectura*. Sin duda estos comentarios podrían ser retomados para un estudio posterior.

Cada etapa de la exposición ya sea una inauguración, su temporalidad y la muestra permanente, atrae a un público heterogéneo, con diversos hábitos, niveles de escolaridad y nivel socioeconómico, entre otros, que deben ser tomados en cuenta por el personal del museo; curadores, museógrafo e incluso el propio artista, para lograr una mejor comunicación del mensaje en cada exposición. Uno de los entrevistados comento:

*yo soy promotor de arte y siento que lo que falta es educación al pueblo mexicano, por que yo por ejemplo, vivo bien gracias a la ignorancia del pueblo mexicano que consideran que todo esto no es arte, la audiencia que viene aquí, al Museo de Arte Moderno es privilegiada, por que la gente se enseña a apreciar este tipo de arte que yo no vendería ni en diez pesos. A la mayoría no les interesa este arte, obviamente existe una minoría que esta interesada en esto y que sería interesante ver si realmente se puede transmitir el arte moderno a toda una mayoría o si va prevalecer siempre para una minoría.*

Durante el tiempo que permanecemos en el MAM, nos percatamos que la asistencia del público a las diferentes salas e inauguraciones varía, también en los días en que el museo cobra la entrada y el día domingo en que la entrada es gratuita. A través de la encuesta que se aplicó, el público que visitaba la sala mencionó que era mejor visitar la muestra entre semana porque podían disfrutar más cada exposición y recorrer más plácidamente las salas del museo. El día domingo el museo recibe más público que cualquier día de la semana, por lo que el recorrido por las salas del museo se dificulta un poco y no se pueden apreciar las obras que al visitante le interesa, en general eran los comentarios que mencionaban algunos de los entrevistados, aunque también comentaron que era un ahorro al bolsillo visitar el museo el día domingo.

También nos percatamos que entre semana, el visitante recorre la sala más lentamente, deteniéndose más tiempo en cada obra que le interesa y siguiendo una orientación adecuada en cada sala del museo. Incluso se hace más uso de los servicios que el museo ofrece, por ejemplo: en una ocasión el guía del museo se dispuso a conducir el recorrido de la gente en la exposición

de Yáspik un domingo, al principio nos reunimos con él alrededor de 7 personas, pero cuando nos hacía la presentación de la tercera obra, el grupo se desintegro yo me acerque a preguntarle que había pasado y me contesto *–no sé, a lo mejor los agarre desubicados o se sienten muy presionados. Pero no fue mi culpa, yo pienso que es hora de la comida.* Tú eres el único que hace visitas guiadas? *–Hay 3 o 4 personas, yo soy uno de tantos, pero soy independiente.* Por qué no respondió la gente? *No quisieron, a mí me dolió porque yo me di un ratito, me di como veinte minutos en que yo estaba explicando, pero hay de todo, es un público diverso, allá en el museo de enfrente en la sala José Alvarez hay gente muy bonita.*

La edad de los asistentes que visitaron las exposiciones analizadas durante el tiempo que estuvieron abiertas al público, se ubicó entre los 15 a 39 años con un porcentaje mayor al 80%, sus estudios fueron de preparatoria y universidad. Su lugar de residencia en su mayoría fue de alguna delegación del D.F. y cuatro municipios del Estado de México: Atizapan de Zaragoza, Naucalpan, Nezahualcoyotl y Tanepantla y un visitante que vino de provincia (Querétaro).

El medio por el cual se entraron de la muestra fue la prensa o revista con un porcentaje mayor al 50% en cada exposición, el segundo medio fue la radio o TV, más del 65% de los entrevistados en ambas exposiciones mencionaron que sí tenían un interés por la obra, por lo que su presencia en el museo había sido planeada, sólo en la muestra de escultura de Jorge Yáspik muchos mencionaron que era necesario información que les permitiera acercarse y entender la técnica empleada por el autor, porque era muy complejo entender el mensaje que el autor deseaba expresar en cada obra. De hecho una de las necesidades más solicitadas por el público que visita el MAM fue precisamente mayor cantidad de información sobre las exposiciones que presenta. La exposición de Francis Alÿs contaba con cedularios, mientras que la muestra de escultura de Jorge Yáspik no, en la primera el visitante permanecía más tiempo mirando las obras y leyendo la información que incluía cada una de ellas, en la segunda el público miraba por unos instantes la obra y se retiraba; tal vez sin entender el mensaje que el autor deseaba expresar, muchas veces el título de la obra hace que el visitante la relacione con la forma, estilo y cualidades que presenta cada una de ellas, lo que permite de alguna manera acercarse a la obra de arte

Los datos nos revelan que el público que asiste a la muestra temporal proviene de diversos sectores sociales, con niveles de escolaridad que van de secundaria hasta posgrado, por lo que sus capacidades receptivas son diferentes para cada sector de la población, incluso su asistencia al museo varía de acuerdo a sus propias posibilidades y gustos. Durante la inauguración de la muestra de escultura ninguno de los entrevistados comentó algo acerca de la ausencia de cedularios, pero durante el tiempo que permaneció en la sala muchos de los entrevistados hacían alusión a este hecho.

Por último, la muestra permanente que el museo exhibe atrae a una minoría del público que visita el MAM, muchos de los asistentes son escolares y en su mayoría la visitan con la finalidad de realizar algún trabajo escolar, la edad de los asistentes se ubica entre la edad de 15 a 29 años, algunos de ellos mencionaron contar sólo con secundaria. Su lugar de residencia fue en el centro y norte de la ciudad (incluyendo algunos municipios de la zona metropolitana).

El principal interés del público que visitó la muestra permanente fue conocer lo más representativo del arte mexicano y conocer las obras de los más nombrados artistas que ha tenido nuestro país. Algunos más comentaron que era importante conocer las corrientes más importantes que se han presentado en México, hay que destacar que la exposición también muestra varias obras de artistas extranjeros.

Un dato que llama la atención respecto de las anteriores exposiciones analizadas, es que más del 70% de los entrevistados en esta sala prefiere visitar el museo el día domingo, de igual forma que en las exposiciones temporales, la necesidad del público sobre la información que se presenta en el museo les resulta mínima y sugieren sea un poco más extensa y básicamente sobre las corrientes, los autores y las obras que se presentan.

Existen varias similitudes entre las variables analizadas, pero también diferencias, lo que demuestra que el MAM recibe a un público heterogéneo con marcadas diferencias económicas, educativas y hábitos escolares. La mayoría de los entrevistados en todas las muestras mencionaron que tienen un gusto por el arte moderno, los datos nos revelan que la mayoría del público entrevistado en general acude al menos cada quince días a un museo, aunque también

se demuestra que el acceso a esta oferta cultural depende en buena medida al espacio geográfico en que se sitúa el MAM lo que manifiesta desigualdades en el consumo cultural de nuestra ciudad.

La asistencia de un público numeroso a ciertas exposiciones se da por diversos factores, como la publicidad de los medios masivos de comunicación, la obra que se expone, su autor y sin duda la información que presenta cada muestra. En esta ocasión se pudo comprobar que una exposición que carece de cedularios reduce su número de visitantes en comparación a la que sí los presenta.

La inauguración de una exposición queda reducida a un conjunto de actividades formales en la que participan escasos grupos sociales y a medida en que la exposición entra a otra etapa o forma parte permanente de una exposición el público se va diversificando.

El MAM debe de tomar varias medidas para atender al público que lo visita y preocuparse sobre las necesidades básicas de todo visitante, sus políticas deben de atender a estos sectores para mejorar los servicios y sobre todo contribuir a lograr una mejor comunicación de los mensajes que se quieren transmitir.

## Apéndice I

### ENCUESTA SOBRE PUBLICO EN MUSEOS

#### DATOS DEL MUSEO

NOMBRE: MUSEO DE ARTE MODERNO.

COLONIA: BOSQUE DE CHAPULTEPEC.

DELEGACION: MIGUEL HIDALGO.

#### DATOS DEL LEVANTAMIENTO:

DIA \_\_\_\_\_

HORA \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES \_\_\_\_\_

#### EXPOSICION-PUBLICO

1.- COMO SE ENTERO DE LA EXPOSICION?

1.- POR INVITACION \_\_\_\_\_

2.- POR RADIO O TV \_\_\_\_\_

3.- POR PRENSA \_\_\_\_\_

4.- POR REVISTA \_\_\_\_\_

5.- POR CARTEL \_\_\_\_\_

2.- TIENE UN INTERES PARTICULAR POR ESTA EXPOSICION?

1.- SI \_\_\_\_\_ CUAL \_\_\_\_\_

2.- NO \_\_\_\_\_

3.- CONOCE AL AUTOR Y SU OBRA?

1.- SI \_\_\_\_\_ 2.- NO \_\_\_\_\_ 3.- MUY POCO \_\_\_\_\_

4.- NADA \_\_\_\_\_

4.-FUE UD. INVITADO A LA INAUGURACION DE ESTA EXPOSICION?

1.-SI \_\_\_\_\_ 2.- NO \_\_\_\_\_

5.- SU PRESENCIA AQUI SE DEBE A:

1.- CASUALIDAD \_\_\_\_\_ 2.- YA LO TENIA PLANEADO \_\_\_\_\_

3.- POR RECOMENDACION \_\_\_\_\_ 4.- POR INVITACION \_\_\_\_\_

6.- LE GUSTA EL ARTE MODERNO?

1.- SI \_\_\_\_\_ 2.- NO \_\_\_\_\_ 3.- MUY POCO \_\_\_\_\_

4.- NADA \_\_\_\_\_ POR QUE? \_\_\_\_\_

7.- COMO CATALOGARIA EL VALOR DE ESTA EXPOSICION?

1.- ARTE MODERNO \_\_\_\_\_ 2.- ARTESANIA \_\_\_\_\_

3.- OTRO \_\_\_\_\_

8.- DESDE SU PUNTO DE VISTA CREE UD. QUE ESTE MUSEO SEA EL ADECUADO PARA EXPONER ESTA COLECCION?

1.- SI \_\_\_\_\_ 2.- NO \_\_\_\_\_ 3.- NO SE \_\_\_\_\_

PODRIA UD. EXPLICAR SU RESPUESTA \_\_\_\_\_

9.- VINO UD. A LA INAUGURACION DE ESTA EXPOSICION (sólo en las obras temporales)

1.- SI \_\_\_\_\_ 2.- NO \_\_\_\_\_ 3.- NI ME ENTERE \_\_\_\_\_

10.- SI UD. TUVIERA LOS MEDIOS, DONDE COLOCARIA ESTA EXPOSICION ( EN QUE MUSEO O LUGAR PUBLICO? \_\_\_\_\_

11.- HAS VISITADO OTRA(S) SALA(S) DEL MUSEO EN ESTA VISITA O EN ALGUNA OTRA OCASION?

1.- SI \_\_\_\_\_ 2.- PODRIAS MENCIONAR QUE SALA \_\_\_\_\_

2.- NO \_\_\_\_\_

### HABITOS CULTURALES

12.- PUEDE MENCIONAR CUAL FUE LA ULTIMA EXPOSICION QUE VISITO Y EN DONDE?

13.- PENSANDO EN ESTE ULTIMO AÑO UD. DIRIA QUE AHORA VA MAS O MENOS AL MUSEO?

1.- AHORA VOY MAS \_\_\_\_\_ 2.- AHORA VOY MENOS \_\_\_\_\_

3.- NO HA VARIADO \_\_\_\_\_

14.- A QUE EXPOSICIONES ASISTE CON MAYOR FRECUENCIA?

1.- PINTURA \_\_\_\_\_ 2.- ESCULTURA \_\_\_\_\_ 3.- GRAFICA \_\_\_\_\_

4.- FOTOGRAFIA \_\_\_\_\_ 5.- ARTE POPULAR \_\_\_\_\_ 6.- OTRO \_\_\_\_\_

15.- VINO HOY UNICAMENTE A VISITAR EL MUSEO?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_ QUE OTRO LUGAR VINO A VISITAR \_\_\_\_\_

16.- QUE DIAS PREFERE VENIR AL MUSEO?

MART. \_\_\_\_\_ MIERC. \_\_\_\_\_ JUEV. \_\_\_\_\_ VIER. \_\_\_\_\_

SAB. \_\_\_\_\_ DOM. \_\_\_\_\_

17.- ASISTE CON REGULARIDAD A EXPOSICIONES Y MUSEOS?

UNA VEZ POR SE MANA \_\_\_\_\_ CADA QUINCE DIAS \_\_\_\_\_

UNA VEZ AL MES \_\_\_\_\_ DE VEZ EN CUANDO \_\_\_\_\_

NUNCA \_\_\_\_\_

18.- RECUERDA CUAL FUE EL ULTIMO LIBRO QUE LEYO (ESPECIFICAR)

19.- CUAL DE ESTAS ACTIVIDADES LE GUSTA MAS PRACTICAR.

DEPORTES \_\_\_\_\_ LECTURA \_\_\_\_\_ VER TV \_\_\_\_\_

IR AL CINE \_\_\_\_\_ IR AL TEATRO \_\_\_\_\_

ASISTIR A ESPECTACULOS MUSICALES \_\_\_\_\_

ARTES MANUALES \_\_\_\_\_

ALGUNA AFICCION HOBBY (ESPECIFICAR) \_\_\_\_\_

### TELEVISION

20.- RECIBE UD. ALGUN SERVICIO DE TV. POR SUSCRIPCION?

CABLEVISION \_\_\_\_\_ MULTIVISION \_\_\_\_\_ SKY \_\_\_\_\_

DIREC. TV. \_\_\_\_\_ OTRO \_\_\_\_\_ NINGUNO \_\_\_\_\_

21.- TIENE UD. ANTENA PARABOLICA?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

22.- CUANTAS VIDEOCASSETERAS TIENE?

0 \_\_\_\_\_ 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ MAS DE 3 \_\_\_\_\_

23 EN QUE MEDIO PREFERE VER PELICULAS?

CINE \_\_\_\_\_ TV. \_\_\_\_\_ VIDEO \_\_\_\_\_

24.- QUE PERIODICO LEE CON MAYOR FRECUENCIA?

PRENSA \_\_\_\_\_ NACIONAL \_\_\_\_\_ FINANCIERO \_\_\_\_\_

UNIVERSAL \_\_\_\_\_ LA JORNADA \_\_\_\_\_

EXELSIOR \_\_\_\_\_ REFORMA \_\_\_\_\_ OTRO \_\_\_\_\_

25. - QUE REVISTA LEE CON MAYOR FRECUENCIA?  
POLITICA \_\_\_\_\_ CULTURAL \_\_\_\_\_ DEPORTES \_\_\_\_\_  
CINE \_\_\_\_\_ TV. \_\_\_\_\_ FOTO NOVELAS \_\_\_\_\_  
OTRA \_\_\_\_\_

### DATOS GENERALES

EDAD \_\_\_\_\_ SEXO F M

26 ESTADO CIVIL?  
CASADO \_\_\_\_\_ SOLTERO \_\_\_\_\_ VIUDO \_\_\_\_\_  
DIVORCIADO \_\_\_\_\_ OTRO \_\_\_\_\_

27. - ESCOLARIDAD  
PRIMARIA \_\_\_\_\_ SECUNDARIA \_\_\_\_\_ PREPA \_\_\_\_\_  
UNIVERSIDAD \_\_\_\_\_ MAESTRIA \_\_\_\_\_ POSGRADO \_\_\_\_\_  
OTRO \_\_\_\_\_

28. - TOTAL DE PERSONAS QUE VIVEN CON UD. (INCLUYENDOSE)  
\_\_\_\_\_ PERSONAS

29. - CUANTAS DE ESTAS PERSONAS TRABAJAN?  
\_\_\_\_\_ PERSONAS

30. - OCUPACION DEL JEFE DE FAMILIA?  
\_\_\_\_\_

31. - OCUPACION PERSONAL?  
\_\_\_\_\_

32. - EN QUE DELEGACION VIVE?  
\_\_\_\_\_

33. - CUAL ES EL NIVEL DE INGRESOS DE SU FAMILIA?

MENOS DE MIL PESOS AL MES \_\_\_\_\_  
DE UNO A TRES MIL PESOS AL MES \_\_\_\_\_  
DE TRES A CINCO MIL PESOS AL MES \_\_\_\_\_  
DE CINCO A SIETE MIL PESOS AL MES \_\_\_\_\_  
MAS DE SIETE MIL PESOS AL MES \_\_\_\_\_

33. - EN QUE MEDIO DE TRANSPORTE VINO UD. AL MUSEO?

AUTOMOVIL PROPIO \_\_\_\_\_  
TAXI \_\_\_\_\_  
SOLO METRO \_\_\_\_\_  
SOLO PESRO \_\_\_\_\_  
AMBOS \_\_\_\_\_

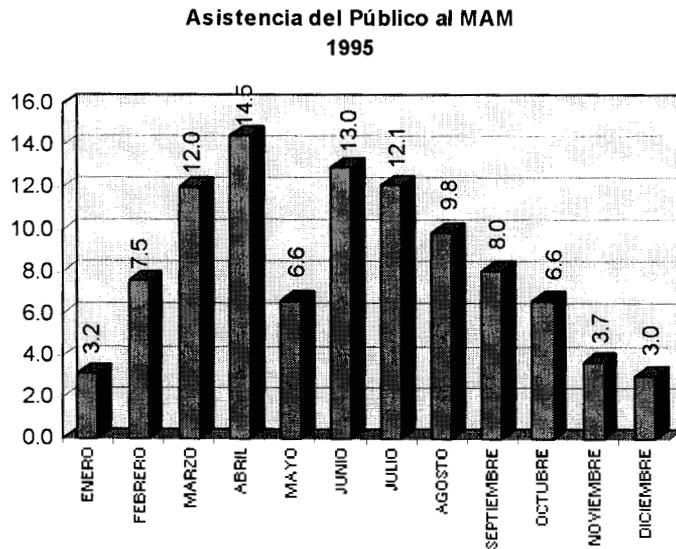
## Apéndice II

La asistencia del público al MAM de 1995 a 1998, se presenta por cuadro y posteriormente en gráfica para una mejor representación estadística.

### Cuadro 1995

MES	VISITANTES
Enero	8,757
Febrero	20,948
Marzo	33,315
Abril	40,190
Mayo	18,391
Junio	36,036
Julio	33,543
Agosto	27,249
Septiembre	22,268
Octubre	18,362
Noviembre	10,159
Diciembre	8,323
<b>Total</b>	<b>277,541</b>

### Gráfica 1995

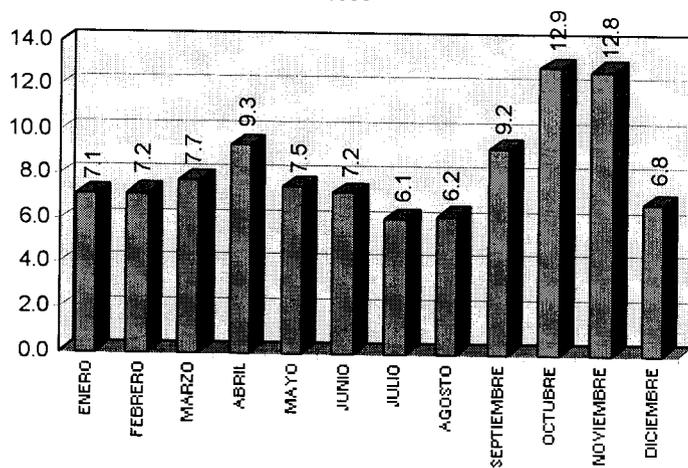


**Cuadro 1996**

MES	VISITANTES
Enero	11,111
Febrero	11,199
Marzo	12,067
Abril	14,600
Mayo	11,737
Junio	11,234
Julio	9,473
Agosto	9,670
Septiembre	14,423
Octubre	20,118
Noviembre	19,946
Diciembre	10,592
<b>Total</b>	<b>156,170</b>

**Gráfica 1996**

**Asistencia del Público al MAM  
1996**

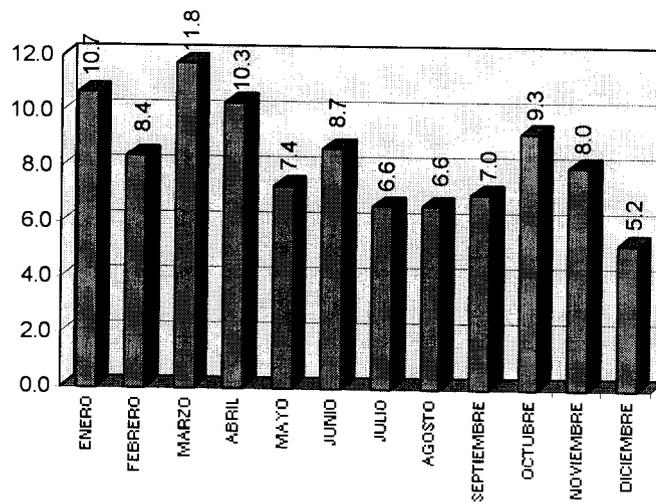


**Cuadro 1997**

MES	VISITANTES
Enero	15,534
Febrero	12,205
Marzo	17,124
Abril	14,975
Mayo	10,684
Junio	12,658
Julio	9,586
Agosto	9,626
Septiembre	10,207
Octubre	13,459
Noviembre	11,673
Diciembre	7,600
<b>Total</b>	<b>145,331</b>

**Gráfica 1997**

**Asistencia del público al MAM  
1997**

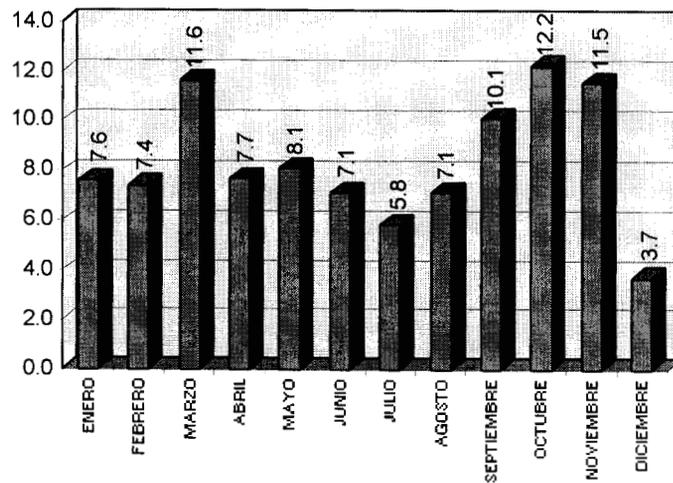


**Cuadro 1998**

MES	VISITANTES
Enero	11,588
Febrero	11,293
Marzo	17,702
Abril	11,692
Mayo	12,312
Junio	10,890
Julio	8,870
Agosto	10,812
Septiembre	15,380
Octubre	18,666
Noviembre	17,589
Diciembre	5,635
<b>Total</b>	<b>152,429</b>

**Gráfica 1998**

**Asistencia del Público al MAM  
1998**



**APENDICE III**  
**LISTADO DE LAS EXPOSICIONES MÁS RELEVANTES QUE SE HAN REALIZADO EN EL MUSEO DE ARTE MODERNO DE 1969 A 1998.**

**1969**

Ricardo Martínez  
*Pintura de Ricardo Martínez*  
 febrero-abril 1969

Angel Zarraga  
*Homenaje*  
 abril 1969

*Plástica Moderna de Japón*  
 Exposición colectiva  
 octubre-noviembre 1969

**1970**

Pedro Coronel  
*Año 1 luna*  
 febrero 1970

José Clemente Orozco  
*Dibujos de José Clemente Orozco*  
 julio-agosto 1970

Carlos Mérida  
 Carlos Mérida, pintor, muralista, grabador,  
 investigador, escenógrafo, diseñador.  
 julio-agosto 1970

Roberto Montenegro  
*El mundo de Roberto Montenegro, 1885-1968*  
 agosto-septiembre 1970

Cordelia Urieta  
*Cordelia Urueta*  
 octubre-diciembre 1970

**1971**

Juan Soriano  
*Juan Soriano. Pintura 1942-1969*  
 diciembre 1970-enero 1971

*Pintores Contemporáneos Holandeses*  
 Expositores: Ger Lataster, Eddie Dukkens, Kees  
 van Bohemen, entre otros.  
 enero-marzo 1971

*20 Artistas Italianos*  
 Expositores: Valerio Adami, Mario Schafiano,  
 Bepi Romagnoni, entre otros.  
 marzo-abril 1971

Agustín Lazo  
*Homenaje a Agustín Lazo 1897-1971*  
 julio 1971

María Izquierdo  
*María Izquierdo y su obra*  
 octubre 1971

Remedios Varo  
*Obra de Remedios Varo*  
 octubre-noviembre 1971

Augusto Rodin  
*Augusto Rodin*  
 noviembre-diciembre 1971

*Surrealismo y Arte Fantástico en México*  
 Expositores: Agustín Lazo, Leonora Carrington,  
 Frida Kahlo, Francisco Toledo, Kati Horna, entre  
 otros.  
 noviembre-diciembre 1971

**1972**

Xavier Guerrero  
*Xavier Guerrero y su obra*  
 enero 1972

*Escultura italiana contemporánea*  
 Bronces  
 Exposición colectiva  
 enero-febrero 1972

Pedro Cervantes  
*Cabezas, torso, alas*  
 febrero-mayo 1972

José Luis Cuevas  
*Ilustrador de su tiempo*  
 septiembre-noviembre 1972

*París, punto de encuentro del arte. Pintura  
 contemporánea.* Expositores: Pol Bury, Pierre  
 Alechinski, Alberto Giacometti, Andre Masson,  
 Roberto Matta, Joan Miró, Víctor Vasarely, entre  
 otros. noviembre-diciembre 1972

**1973**

Fernando de Szyszlo  
*Exposición retrospectiva*  
 marzo-abril 1973

*Cuatro maestros del arte figurativo*  
Expositores: Giacometti, De Kooning, Dubufet,  
Bacon.  
julio-agosto 1973

Frida Kahlo  
*A dos décadas de su muerte prematura Frida Kahlo,  
mundo de angustia y belleza*  
agosto-septiembre 1973

Paul Klee  
*Lo invisible hecho visible*  
octubre-diciembre 1973

Omar Rayo  
*El arte del rigor geométrico*  
septiembre-octubre 1973

Victor Vasarely  
*La magia del arte óptico*  
noviembre 1973-enero 1974

#### 1974

*Vasarely, sus maestros y amigos*  
Expositores: Josef Albers, Sonia Delaunay, Julio Le  
Parc. entre otros.  
enero-febrero 1974

*Maestros de la pintura española de hoy.*  
Expositores: Daniel Argimon, Antoni Tapies, José  
Guinovart, Antonio Saura, entre otros.  
marzo-abril 1974

Manuel Felguerez  
*Felguerez, el espacio múltiple*  
diciembre 1973-febrero 1974

Diego Rivera  
*Diego Rivera cubista*  
abril-junio 1974

*Ensor, Magritte, Delvaux; El surrealismo en Bélgica  
y su antecedente. Tres maestros de la imaginación.*  
junio-julio 1974

Rufino Tamayo  
*Pinturas recientes.*  
septiembre-octubre 1974

#### 1975

Joaquín Clausell  
*Conmemoración del primer centenario  
del impresionismo.*  
diciembre 1974-enero 1975

Roberto Motherwell  
*Retrospectiva*  
abril-mayo 1975

Waldemar Sjölander  
*Waldemar Sjölander. Exposición retrospectiva*  
Mayo-junio 1975

*La mujer como creadora y tema del arte*  
Expositores: Frida Kahlo, María Izquierdo,  
Remedios Varo, Olga Acosta, Cordelia Urueta, Julio  
Castellanos, Francisco Toledo, Alberto Gironella,  
entre otros.  
junio-agosto 1975

Manuel Rodríguez Lozano  
*Manuel Rodríguez Lozano*  
julio-noviembre 1975

Julio Le Parc  
*Pinturas recientes*  
agosto-octubre 1975

#### 1976

Willi Gutman  
*El gran escultor suizo*  
marzo-abril 1976

Leonora Carrington  
*Obras de Leonora Carrington*  
abril-julio 1976

*Pinturas maestras del Hermitage y del Museo  
Estatal Ruso*  
Exposición colectiva  
mayo-junio 1976

*La Bauhaus. Modeladora de un estilo de vida del  
arte Ruso.* Exposición colectiva  
junio-agosto 1976

Antonio Henrique Amaral  
*Hiperrealismo: variaciones sobre un tema polémico.*  
junio-julio 1976

Jacobo Borge  
*La magia de un realismo crítico*  
julio-agosto 1976

Sebastian  
*El cubo, estructuras articuladas*  
julio-septiembre 1976

1977

*Creadores Latinoamericanos Contemporáneos, 1950-1976.* Expositores: Rodolfo Abularach, Gilberto Aceves Navarro, Jacobo Borges, Rufino Tamayo, Francisco Toledo, Roberto Matta, Rogelio Polesello, entre otros.  
octubre 1976-enero 1977

*El geometrismo Mexicano, una tendencia actual*  
Expositores: Helen Escobedo, Manuel Felguerez, Gunther Gerszo, Mathias Goeritz, Kasuya Sakai, Vicente Rojo, entre otros.  
noviembre 1976-marzo 1977

*Escultura Contemporánea Nacional e Internacional.*  
Expositores German Cueto, Peter Knigge, Kiyoshi Takahashi, Gelsen Gas, Luis Ortiz Monasterio, entre otros.  
marzo-abril 1977

Jesús Guerrero Galván  
*Visión poética de un gran pintor*  
julio-agosto 1977

Gunther Gerszo  
*60 obras del gran pintor mexicano*  
septiembre-octubre 1977

Francis Bacon  
*Oleos de 1970-1977.*  
octubre-diciembre 1977

Alberto Gironella  
*La vuelta del hijo pródigo*  
diciembre 1977

1978

Francisco Goitia  
*Tributo al gran pintor zacatecano*  
marzo-abril 1978  
*Nuevas Tendencias. pintura, escultura, video, audiovisual, fotografía, conceptualismo*  
Expositores: Francisco Moyao, Carlos Olachea, Roberto Realh de León, Vicente Rojo, Ruben Valencia y Eduardo Vázquez Baeza.

Gilberto Aceves Navarro  
*Aceves Navarro. Durerio. Variaciones*  
junio-julio 1978

Fernando García Ponce  
*Fernando García Ponce. Obras recientes*  
agosto 1978

*Exposición homenaje a los pintores que, venidos de otras latitudes, se arraigaron en México*  
Martha Adamas, Fiona Alexander, Leonora Carrington, Jean Charlot, Enrique Climent, Benito Maseguier, Wolfgang Paalen, Alice Rahon, José Renau, Remedios Varo, Vlady, entre otros.  
octubre-diciembre 1978

1979

Wilfredo Lam  
*Wilfredo Lam*  
diciembre 1978-febrero 1979

José Luis Cuevas  
*El regreso de otro hijo pródigo, el dibujante y sus modelos, Europa 1976-1978*  
abril-junio 1979

William Turner  
*Turner 1775-1851*  
agosto-septiembre 1979

Rafael Coronel  
*El rostro anónimo*  
septiembre-noviembre 1979

1980

*Frescos Florentinos del Renacimiento de los siglos XIII al XVII.*  
Expositores: Giotto di Bondone, Polo Ucello, Piero della Francesca, Filippino Lippi, Mateo Roselli, entre otros.  
noviembre 1979-febrero 1980

Héctor García  
*Arbol de imágenes*  
diciembre 1979-enero 1980

Francisco Toledo  
*Francisco Toledo, exposición retrospectiva, 1973-1979.* Febrero 1980

Pierre Alechinsky  
*Pierre Alechinsky*  
abril-julio 1980

Enrique Echeverría  
*Exposición de tributo en su memoria, 1951-1972*  
abril-junio 1980

Joan Miró  
*Exposición antológica 1914-1980*  
mayo-agosto 1980

*Los Caballos de San Marcos. Venecia*  
septiembre-diciembre 1980

### 1981

Joaquín Torres García  
*Joaquín Torres García 1874-1949*  
enero-marzo 1981

Alfredo Zalce  
*Tributo a sus 50 años de labor artística*  
marzo-mayo 1981

Nacho López  
*Obra retrospectiva, inédita y reciente*  
abril-junio 1981

German Cueto  
*Homenaje a sus 60 años de labor artística*  
mayo-julio 1981

Vicente Rojo  
*4 series: señales/negaciones/recuerdos/México bajo la lluvia.* julio-septiembre 1981

Antonio Peláez  
*45 óleos recientes*  
diciembre 1981

### 1982

Henri Cartier Bresson  
*Dibujos 1973-1981*  
febrero-marzo 1982

José María Velasco  
*Exposición homenaje*  
febrero 1982  
*Obras Maestras del Expresionismo de los Museos de Berlín.*  
Expositores: Max Backmann, Otto Dix, Emil Nolde, Otto Muller, entre otros.  
marzo 1982

Luis Ortiz Monasterio  
*60 años de labor artística*  
abril-junio 1982

Manuel Álvarez Bravo  
*Manuel Álvarez Bravo. Exposición-homenaje fotografía*  
mayo 1982

Alexander Calder  
*Tapices de Alexander Calder*  
julio-agosto 1982

### 1983

Henry Moore  
*Henry Moore en México 1921-1982*  
noviembre 1982-enero 1983

Remedios Varo  
*Remedios Varo 1913-1963*  
agosto-noviembre 1983

*Fotografía como Fotografía. México*  
Exposición Colectiva  
septiembre-noviembre 1983

### 1984

*Trastiempo. nueva Pintura Mexicana*  
Expositores: Miguel Ángel Alamilla, Alberto Castro Leñero, José Castro Leñero, Irma Palacios, German Venegas, entre otros.  
diciembre 1983-febrero 1984

*El barro en la escultura*  
Expositores: Gabriel Macotela, Juan Soriano, Francisco Toledo, Gerda Gruber, entre otros.  
febrero-abril 1984

Mathias Goeritz  
*Arquitectura emocional*  
junio-septiembre 1984

*El color en el grabado.*  
Expositores: Antonio Díaz Córtes, Felipe Ehrenberg, Roberto Matta, Adolfo Mexiac, Alfredo Zalce, entre otros. julio-octubre 1984  
Rodolfo Nieto  
*Rodolfo Nieto, retrospectiva, pintura*  
septiembre-octubre 1984

### 1985

*Origen y visión. Nueva pintura alemana*  
Georg Baselitz, Jorg Immendorf, Ansel Kiefer, Markus Lupertz, Helmut Middernoorf, entre otros.  
mayo-junio 1985

Manuel Carrillo  
*Vida y obra de Manuel Carrillo*  
Fotografía  
enero-marzo 1985

Rene Portocarrero  
*Portocarrero*  
noviembre 1985-enero 1986

*De su Album...inciertas confesiones*

Expositores: Manuel Ahumada, Nicolás Amoroso, Julio Galán, Carla Ripey, Arturo Rivera, entre otros.  
agosto-noviembre 1985

*Espacio violento. Nueva expresión en México.*

Expositores: Luis Castellanos, Jazzamoart, Georgina Quintana, Germán Venegas, entre otros.  
agosto-noviembre 1985

**1986**

*Alternancias. La generación intermedia.*

Expositores: Nahum B. Zenil, Arnaldo Coen, Raúl Herrera, Ricardo Rocha, Francisco Toledo, Guillermo Zapfe, entre otros.  
diciembre 1985-febrero 1986

Pedro Meyer

Los otros y nosotros  
Fotografía  
abril-junio 1986

*13 de Occidente*

Expositores: Jorge Alzaga, Paul Nevin, Martha Pacheco, Luis Valsoto, entre otros.  
mayo-agosto 1986

Arnaldo Coen

*A la orilla del tiempo*  
julio-septiembre 1986

Jan Hendrix

*El cerro negro inconcluso*  
septiembre-noviembre 1986

**1987**

Kiyoto Ota

*El templo del deseo*  
octubre 1986-enero 1987

Ricardo Rocha

*Ricardo Rocha, pintura 80-86*  
febrero-marzo 1987

Julio Galán

*Julio Galán*  
marzo-mayo 1987

*Para tanto oropel...tiene espinas el nopal. Lo mexicano de lo mexicano.*

Expositores: Ricardo Anguía, Eloy Tarsicio, Mario Torres Peña, Alberto Venegas, entre otros.  
septiembre-noviembre 1987

**1988**

José Vermeersch

*José Vermeersch*  
diciembre 1987-enero 1988

*La ilusión de lo real. Realismos e hiperrealismo*

Expositores: Javier Andrade, Carla Ripey, Marco Tulio Lamoyi, Naomi Siegman, Reynaldo Velazquez Zebadua, entre otros.  
mayo-julio 1988

*En tiempos de la posmodernidad*

Expositores: Lourdes Almeida, Gillberto Chen, Oliverio Hinoja, Rocio Maldonado, María Nuñez, Adolfo Riestra, Arturo Rivera, Carla Ripey, Marco Antonio Vargas, entre otros.  
julio 1988

Francisco Amighetti

*Amighetti, 60 años de labor artística*  
octubre-noviembre 1988

Emilio Ortiz

*Emilio Ortiz*  
junio-agosto 1988

**1989**

*Arte Latinoamericano*

Expositores: Antonio Henrique Amaral, Gilberto Aceves Navarro, Marcelo Bonaverdi, Jacobo Borges, José Luis Cuevas, Leonel Gongora, Oswaldo Guayasamín, Royer von Gunten, Jesús Reyes Ferreira, Roberto Parodi, Baruj Salinas, Omar Rayo, Francisco Toledo, entre otros.  
junio-septiembre 1989

*150 años de la fotografía en México*

exposición colectiva  
septiembre-noviembre 1989

**1990**

*25 Aniversario del Museo de Arte Moderno*

Expositores: Rufino Tamayo, German Cueto, Carlos Orozco Romero, Frida Kahlo, Diego Rivera, Jean Charlot, Ricardo Martínez, Pedro Coronel, Feliciano Bejar, Carlos Mérida, José Clemente Orozco, Mardonio Magaña, Roberto Montenegro, Javier Arevalo, Cordelia Urueta, Juan Soriano, Agustín Lazo, María Izquierdo, Remedios Varo, Pedro Cervantes, Alfredo Castañeda, José Luis Cuevas, Pedro Friedeberg, Hersúa, Gunther Gerszo, Fernando García Ponce, Manuel Felguerez, Rafael Coronel, Enrique Echeverría, Mathías Goeritz, Rodolfo Nieto, entre muchos otros.  
diciembre 1989-abril 1990

Homenaje a Vincent Van Goh por Paul Huf  
*Eye to Eye*  
diciembre 1989-enero 1990

Olga Costa  
*Homenaje. Exposición retrospectiva*  
enero-febrero 1990

Jazzamoart  
*La necedad del pintor*  
abril-mayo 1990  
Roberto Parodi  
Parajes del Silencio  
julio-septiembre 1990

### 1991

Xavier Esqueda  
*Imágenes del tiempo y espacio*  
Galería Fernando Gamboa  
noviembre-febrero 1991

Malerie auf papier.  
*Pintura sobre papel. Pintura Contemporánea de Alemania.*  
Expositores: Michael Bulthe, Herbert Egl, Gotthard Graubner, Imi (Wolf) Knoebel, Jurgen Klauke, Paco Knoller, Markus Lupertz, A. R. Penck, Sigmar  
Galería Fernando Gamboa  
febrero-abril 1991

*Dibujo de mujeres contemporáneas norteamericanas.*  
*Líneas de visión*  
Sala José Juan Tablada  
diciembre 1990-febrero 1991

*Dibujo de mujeres contemporáneas mexicanas*  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
diciembre 1990-marzo 1991

*El Settecento Veneciano*  
Sala Xavier Villaurrutia  
enero-marzo 1991

*Las huellas del tiempo. Juan Soriano 70 años de vida.* Sala José Juan Tablada  
febrero-mayo 1991

*Alfonso Michel (1897-1957)*  
José Juan Tablada  
mayo-septiembre 1991

*Cauduro*  
Galería Fernando Gamboa  
mayo-septiembre 1991

*Herencia y creación*  
María de la Soledad Baz de Worner, Ben-Hur  
Baz Viaud, Emilio Baz Viaud, Juan Worner Baz y  
Marysole Worner Baz  
Sala Antonieta Rivas Mercado. agosto-octubre 1991

*Aparición de lo invisible*  
*Pintura abstracta contemporánea en México*  
Expositores: Miguel Angel Alamilla, Raúl Herrera,  
Alfonso Mena Pacheco, Irma Palacios, Teresa  
Velázquez, Guillermo Zapfe, entre otros.  
Sala José Juan Tablada  
septiembre 1991-enero 1992

### 1992

*Siete maestros Contemporáneos*  
*Innovaciones de los 80's*  
Gráfica de gran formato  
Expositores: Jim Dine, David Hockney, Robert  
Rauschenberg, Jasper Johns, James Rosenquist, Roy  
Lichtenstein y Frank Stella.  
Sala José Juan Tablada  
enero-marzo 1992

Giacomo Manzú 1908-1991  
*Exposición Homenaje*  
Galería Fernando Gamboa  
Diciembre-Marzo 1992

Fernando García Ponce  
*Homenaje 1933-1987*  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
Mayo-Septiembre 1992

*Terra Incógnita MCMXCII*  
Expositores: Gerardo Azcunaga, Javier Martín,  
Miriam Medrez, Paloma Torres y Marco Vargas  
Sala José Juan Tablada  
Julio-noviembre 1992

Germán Venegas  
*Polvo de imágenes*  
Galería Fernando Gamboa  
Agosto-noviembre 1992

*Encuentros. De la historia del arte en el arte contemporáneo mexicano*  
Expositores: Gilberto Aceves Navarro, Rafael  
Cauduro, Benjamín Domínguez, Xavier Esqueda,  
Alberto Gironella, Roberto Parodi, Helio Montiel,  
Oscar Rato, Arturo Rivera, entre otros  
Sala Carlos Pellicer octubre-enero 1993

## 1993

Federico Gismondi  
*El bestiario fantástico*  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
febrero-abril 1993

Fermín Revueltas  
*Muestra Antológica 1902-1935*  
Sala José Juan Tablada  
Febrero-mayo 1993

Irma Palacios  
*Espejismo Mineral*  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
mayo-agosto 1993

Carla Rippey  
*El sueño que come al sueño*  
Galería Fernando Gamboa  
junio-septiembre 1993

Giorgio de Chirico  
*Obra Selecta*  
Sala Carlos Pellicer  
octubre 1993-enero 1994

## 1994

Julio Galán  
*Retrospectiva*  
Galería Fernando Gamboa  
enero-abril 1994

Remedios Varo  
*Remedios Varo 1908-1963*  
Sala Carlos Pellicer  
febrero-junio 1994

Francesc Torres  
*Muy tarde para Goya*  
Instalación y video  
Sala José Juan Tablada  
marzo-julio 1994

Jesús Guerrero Galván 1910-1973  
*De personas y personajes*  
Galería Fernando Gamboa  
junio-septiembre 1994

## 1995

*Vertientes de fin de siglo 80's 90's*  
Expositores: Miguel Angel Alamilla, Marco Antonio Arceaga, Alberto y Francisco y Miguel Castro

Leñero, Manuel Centeno, Ernesto Hume, Jesús Urbieta, Boris Viskin, Guillermo Zapfe, entre otros.  
Pintura y Escultura  
Colección del Museo de Arte Moderno  
Sala José Juan Tablada  
noviembre 1994-febrero 1995

Leonora Carrington  
*Una retrospectiva. Pintura, escultura, gráfica*  
Galería Fernando Gamboa  
Febrero-mayo 1995

*Toscana al muro. 10 años de imágenes de United Colors of Benetton*  
Sala José Juan Tablada, junio-septiembre 1995  
*Fuego, masa y poder. Alrededor de Elias Cane-tti.*  
Expositores: Carlos Aguirre, Humberto del Olomo, Ilse Gradwohl, Felipe Erenhberg, Manuel Marín, entre otros.  
Galería Fernando Gamboa  
junio-septiembre 1995

Arturo Rivera  
*Bodas del cielo y el infierno*  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
julio-octubre 1995

Homenaje a Rodolfo Nieto (1936-1985)  
Sala Carlos Pellicer  
julio-noviembre 1995

*Aché el nuevo contrato social ilustrado*  
Expositores: Eduardo Abaroa, Marco Arce, Abraham Cruzvillegas, Daniel Guzman, Sofía Taboas y Pablo Vargas Lugo.  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
noviembre 1995-febrero 1996

## 1996

Aire de familia  
*Colección de caricatura de Carlos Monsiváis*  
Galería Fernando Gamboa  
septiembre 1987-febrero 1996

Miguel Alamilla  
*Entelequia. Un elegio a Willem de Kooning*  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
marzo-junio 1996

*Arte Latinoamericano 1920-1945. Selección de la colección del Museo de Arte Moderno de Nueva York.* Expositores: Roberto Matta, Wilfredo Lam, David Alfaro Siqueiros, entre otros.  
Galería Fernando Gamboa  
marzo-junio 1996

*Visiones de Estados Unidos. Realismo urbano 1900-1945.* Expositores: Edward Hopper, George Bellows, Ben Sahn, entre otros.  
Sala José Juan Tablada  
abril-junio 1996

Manuel Marín  
*Horizontes cuadrados*  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
julio-noviembre 1996

*Autorretrato en México. Años 90*  
Exposición Alberto Castro Leñero, Manuel Centeno, Arnaldo Coen, Benjamín Domínguez, Fernando y Franco Aceves Humana, Santiago Carbonell, Estrella Carmona, Xavier Esqueda, Luis Frachia, Renato González, Carlos Jaurena, Marcos Kurticz, Marco Tulio Lamoyi, Javier y Jorge Marín, Helio Montiel, Martha Pacheco, Roberto Parodi, Carla Ripey, Germán Venegas, entre muchos otros.  
Sala José Juan Tablada  
julio-octubre 1996

#### 1997

Pablo Ortíz Monasterio  
*Idolatrias. Proyectos para estructuras monumentales.*  
Galería Fernando Gamboa  
marzo-mayo 1997

*Tres artistas alemanes*  
Bernard Schultze, Emil Schumacher y Fred Thieler  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
abril-agosto 1997

*Diálogos insólitos. Arte Objeto*  
Expositores: Yoko Ono, Leonora Carrington, Xavier Esqueda, Pedro Friedeberg, Mario Torres Peña, Alberto Gironella, SEMEFO, Francisco Toledo y Nahum B. Zenil, entre otros.  
Sala José Juan Tablada  
mayo-agosto 1997

De agosto de 1997 a enero de 1998 el Museo exhibió su acervo constituido por pintura, escultura, grabado, dibujo, arte objeto y fotografía.  
*Modalidades de la figuración, Abstracción y abstraccionismo, Exaltación de lo imaginario, Línea y volumen, Continuidades y discontinuidades, Escultura, Instalación y Fotografía, fueron los títulos con los que se dividió a las diversas colecciones y que correspondieron a su exhibición en las distintas salas del museo.*

#### 1998

Jorge Yázpik  
*Escultura*  
Sala José Juan Tablada  
diciembre 1997-marzo 1998

Jesús Urbietta  
*Testamentos*  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
febrero-mayo 1998

Manuel Rodríguez Lozano  
*Una revisión finisecular*  
Sala José Juan Tablada, marzo-junio 1998

*12 escultores finimilenaristas en México*  
Expositores: Pawel Anaszkiwicz, Emio Farrera, Miguel Ángel González, Hersúa, Ernesto Hume, Pablo Kubli, Marina Láscaris, Antonio Nava, Paul Nevin, Kiyoto Ota, Roberto Tumbull y Xawery Wolsky.  
Sala José Juan Tablada  
julio-octubre 1998

*Ocho mujeres el arte de hoy*  
Expositoras: Yolanda Andrade, Cecilia León, Nunik Sauret, Melanie Smith, Trini y Teresa Zimbrón.  
Sala Antonieta Rivas Mercado  
agosto-noviembre 1998

Sebastián Salgado  
*Trabajadores*  
septiembre-octubre 1998

## Apéndice V



SECRETARÍA DE CULTURA Y TURISMO

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes,  
a través del Instituto Nacional de Bellas Artes,  
tiene el honor de invitar a usted a la inauguración de la exposición

Francis Alÿs

### **The Liar, the Copy of the Liar** El mentiroso y la copia del mentiroso

En colaboración con:

Juan García  
Enrique Huerta  
Emilio Rivera

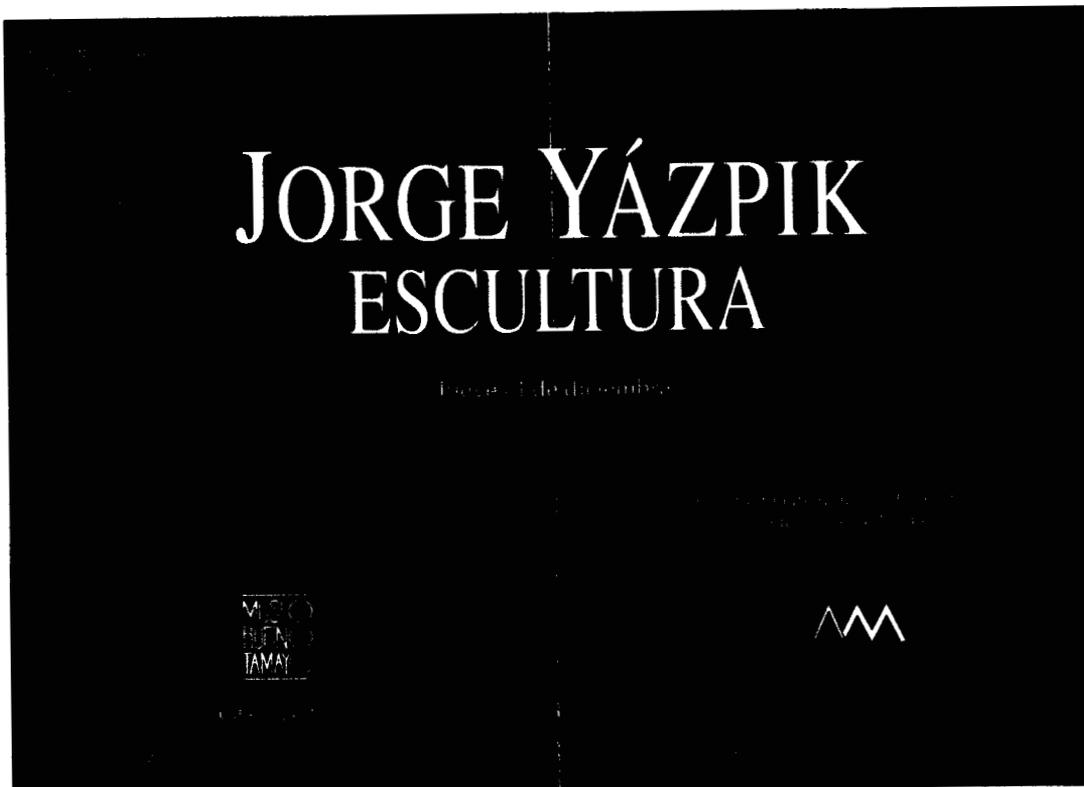
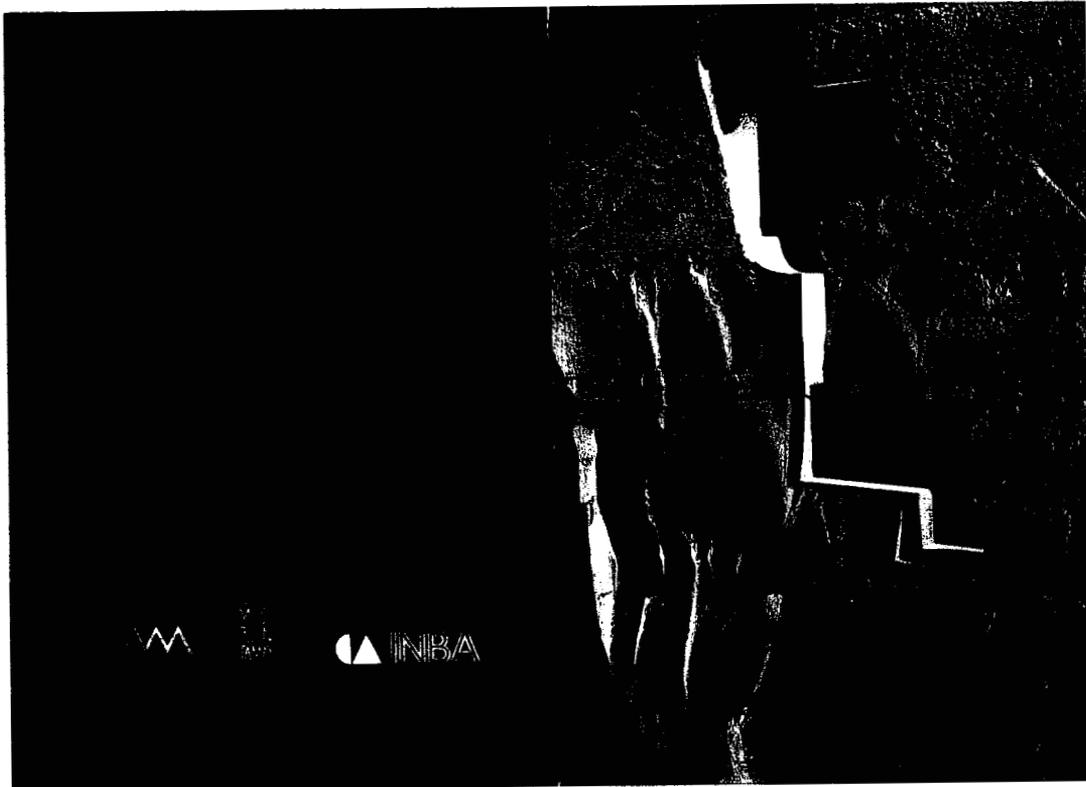
Jueves 27 de Noviembre de 1997  
20:30 horas  
Galería Fernando Gamboa

→ *Manchas caprichosas.*  
Los estibistas tizan a la calle reñido:  
de pintura del día para señalar  
que cesa a esta su taller.

el  
Jimador



Paseo de la Reforma y Gandhi, Bosque de Chapultepec, México, D.F. 1997



## BIBLIOGRAFÍA

Acha, Juan

*Arte y Sociedad en Latinoamérica: El Producto Artístico y su Estructura.*

FCE. México, 1981

A. González, Jorge

*La Cultura en México: cifras clave.*

Universidad de Colima, México, 1996

Baudrillard, Jean

*Crítica de la Economía Política del Signo*

México, Siglo XXI, 1974

Coloquio Internacional de Zacatecas

*La Dicotomía entre Arte Culto y el Arte Popular.*

UNAM, México, 1979

Cuicuilco

*Nueva museología mexicana (Segunda parte)*

Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia

Nueva época, Vol. 4, septiembre/noviembre de 1996.

Eder, Rita *et al.*

*Teoría Social del Arte: bibliografía comentada.*

UNAM, México, 1986

Frérot, Cristine

*El Mercado de Arte en México*

INBA, México, 1990

Galard, Jean

*La Muerte de las Bellas Artes*

Madrid, Ed. Fundamentos, 1973

García Canclini, Néstor

*Arte Popular y Sociedad en América Latina.*

Grijalbo, México, 1977

García Canclini, Néstor

*Públicos de Arte y Política Cultural: un estudio del segundo festival de la Ciudad de México.* UAM, México, 1991

García Canclini, Néstor

*El Consumo Cultural en México.*

Pensar la Cultura, México, 1993

García Canclini, Néstor

*Culturas en Globalización.*

Nueva Sociedad, Venezuela, 1996

García Canclini, Néstor

“Museos, Aeropuertos y ventas de garage” en: *La Jornada semanal*

México, Núm. 157

Guevara Niebla, Gilberto y Néstor García Canclini, (coordinadores)

*La Educación y La Cultura ante el Tratado de Libre Comercio.*

México, Ed. Nexos, 1992

Hadjinicolau, Nicos

*La Producción Artística Frente a sus Significados.*

México, Siglo XXI, 1981

Hegel, F.W.G.

*Introducción a la Estética*

Barcelona, Península, 2a edición 1973

Kavolis, Vytautas

*La Expresión Artística: un estudio sociológico.*

N.Y., Amorrortu, 1968

Larrauri, Iker

“México, país museo”, extractos de una conversación con Iker Larrauri, en:

*Artes Visuales*, Núm. 11, Julio-Septiembre de 1975

Malvido, Adriana

“la mirada y el objeto” en: *Memoria de Papel:*

Año V, Núm. 2, Octubre 1991

Romero Brest, Jorge

*Ensayo Sobre la Contemplación Artística.*

EUDEBA, Buenos Aires, 1996

Salazar, Antonio

“La expresividad en las artes plásticas. en: *Artes Plásticas.*

Vol. 2 Núm. 5 Julio 1997

Schmilchuc, Graciela

*Museos: Comunicación y Educación.*

México, INBA, 1987

Schmilchuc, Graciela

“Venturas y desventuras de los estudios de público” en: *Cuicuilco*

*Nueva museología mexicana* (Primera parte)

Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia

Nueva época, Vol. 3, mayo/agosto de 1996.

Taller de Documentación Visual

“sobre la crítica de arte” en: *Artes Plásticas:*

Vol. 2, Núm. 5 Julio 1981

Tibol, Raquel

*Epoca Moderna y Contemporánea*

México, HERNÁNDEZ, 1981, Tomo I y II

Vázquez, Mario

“el museo de museos” en: *Memoria de Papel*

Año V, Núm. 2, Octubre 1991

Zavala, Lauro *et al.*

*Posibilidades y Límites de la Comunicación Museográfica*

México, UNAM, 1993