



La visita a los museos de arte. ¿Qué atrae a los visitantes de fin de semana a recorrer el Museo Evita-Palacio Ferreyra? Córdoba, Argentina

Visiting Art Museums. What Attracts Weekend Visitors to Tour the Evita-Ferreyra Palace Museum in Córdoba, Argentina?

Alejandra Panozzo Zenere

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet)

Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina

panozzozenere@gmail.com

Resumen

Dar voz a los visitantes para reconocer las razones que los llevan a acercarse al museo de arte nos remonta a las viejas discusiones dentro de la museología vinculadas con el contenido y el continente, pero, a su vez, nos obliga a plantearnos los nuevos propósitos de la sede museal en la contemporaneidad. Vista la magnitud de este desafío, se procura trazar, con el foco puesto en un caso particular en el entramado de los museos argentinos, algunos lineamientos sostenidos en los enfoques teórico-críticos aplicados a la museología. En cuanto al aspecto metodológico, se recurrió a un estudio de públicos que combina lo cuantitativo y lo cualitativo, realizado en el Museo Superior de Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra (Córdoba, Argentina) durante 2018. Este recinto permite, desde sus especificidades, identificar algunos indicios para comenzar a delinear motivaciones tanto generales como específicas en relación con la visita a los museos de arte.

Palabras clave

visitantes; motivos; estudio de públicos; museo de arte; Argentina

Abstract

Giving visitors a voice in order to recognize the reasons that lead them to approach art museums brings back old discussions within museology connected to the content and the building. It leads to pondering the new purposes of the contemporary museum space. Provided the magnitude of this challenge, the focus is on a particular case within Argentinean museums, aiming to establish guidelines supported by the theoretical-critical approaches applied to museology. The methodology used audience studies, combining quantitative and qualitative research, carried out at the Evita Fine Arts Museum housed in Ferreyra Palace, Córdoba, Argentina, during the year 2018. This mu-

seum, from its specificities, allows identifying some indications to outline both general and specific motivations for visiting art museums.

Key words

visitors; motives; studies of the publics; art museums; Argentina

Introducción

Este trabajo intenta reflexionar acerca de varios resultados iniciales por la puesta en marcha de un proyecto de investigación posdoctoral (2017-2019), cuyo propósito es indagar la experiencia de la visita a los museos de arte argentinos creados a partir del siglo XXI.¹ Actualmente, la visita a este tipo de entidad pone especial énfasis en los rasgos particulares aportados por su arquitectura y su colección, aspectos que refieren a los vínculos entre los intereses del sistema capitalista y el artístico, lo que, para el establecimiento museístico, demarca un nuevo propósito. La atención hacia esos ámbitos trae a colación discusiones ya clásicas, que vuelven a hacerse presentes. Nuevamente se ponen a debate el contenido y el continente, y los visos que toma esta polémica nos llevan a pensar en los motivos por los que las personas se acercan a recorrer el museo de arte.

Surge, así, la siguiente interrogante: ¿qué motivos esgrimen los visitantes al ser consultados sobre lo que los lleva a escoger, los fines de semana, los museos de arte argentinos inaugurados en el siglo XXI? Para dar algunas respuestas a esta pregunta,

¹ Se trata, como el nombre del proyecto lo indica, "La visita al museo de arte contemporáneo como experiencia. Estudio de públicos en el Museo de Arte de Tigre y en el Museo Superior de Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra de Córdoba (2017-2018)", de dos instituciones radicadas respectivamente en Tigre (Buenos Aires, Argentina) y en Córdoba (Córdoba, Argentina).

apelamos a un estudio de públicos que combinó los enfoques cuantitativo y cualitativo, el cual se realizó durante 2018 en el Museo Superior de Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra, situado en la ciudad de Córdoba, joven institución —data de 2007— que nació en la lógica de los museos argentinos en la contemporaneidad. En tal sentido, cabe aclarar que este trabajo pretende sustraerse de la tradicional referencia a la centralidad de la capital argentina, Buenos Aires, que ha sabido definir tanto las instituciones culturales del país como su sistema artístico.

A nuestro entender, los rasgos considerados en nuestro interrogante, así como la elección del caso constituyen factores claves para reconocer algunas especificidades relacionadas con dar voz a los visitantes de los museos de arte argentinos, y, al mismo tiempo, atender a una mirada democrática y federal de este fenómeno. Por ello, estructura el artículo, en un primer momento, a partir de algunos aspectos claves en torno a la discusión contenido-continente. Luego se abordan rasgos de esta tipología de museo en el contexto argentino; y, finalmente, en el último apartado se indaga en las motivaciones manifestadas por los públicos que escogieron visitar este museo. Al respecto, se procura profundizar en la voz de los públicos a partir de la clasificación ofrecida por Nelson Graburn (1980), quien diferencia entre motivaciones *reverenciales*, *socio-recreativas* y *educacionales*.

El cruce de los datos obtenidos con una base teórica interdisciplinaria —se articulan lineamientos ofrecidos por la Museología, la Sociología, la Psicología y las Artes— puede contribuir al conocimiento empírico de los motivos por los que en la actualidad públicos diversos se acercan a visitar un museo de arte. Este análisis, asimismo, puede significar un aporte a futuras proyecciones y un recurso de gran utilidad para potenciar políticas de gestión diversificadas en relación con los diferentes visitantes de este tipo de institución cultural en

general, y de las de arte en particular. En síntesis, buscamos destacar algunos indicios para comenzar a reconocer qué rasgos adquiere, en la medida en que conjuga lo educativo y el ocio, la experiencia de la visita según las lógicas actuales del sistema capitalista.

Una vieja discusión, un nuevo propósito

El museo de arte supo identificarse de acuerdo con las cualidades diferenciadoras de sus colecciones.² Al comienzo, estas sedes museales fueron depositarias de todo tipo de objetos de gran valor artístico y cultural, lo cual condujo a que se les asignara un papel disciplinador, vinculado con educar a la ciudadanía en lo artístico. Sin embargo, como postula Tony Bennett (1996), otro rasgo concreto que se suma al del acervo es el de la arquitectura. Tanto el continente —reconocido en el edificio— como el contenido —la colección— se reconfiguran, según las lógicas globales actuales, para brindar múltiples ofertas que permiten repensar por qué se acercan los visitantes a este tipo de recintos. Es más, nos aventuramos a conjeturar que, probablemente, en algunos casos las edificaciones dejan de ser simples contenedores —esto es, de funcionar de un modo lo más neutro posible— para convertirse no sólo en obras sino también en el mensaje. En otras palabras, en ocasiones la arquitectura entra en diálogo con las colecciones y, más aún, se les impone.

Un ejemplo de estas situaciones puede reconocerse, según Andrea Fraser (2007), al ingresar por primera vez en el Museo Guggenheim de Bilbao; allí se observa un constante ir

² La diferencia que presentan los objetos museales de los museos de arte reside en la categoría que adquieren al ser considerados obras de arte. Esta concepción destaca el valor simbólico por encima del valor de uso, en pos de establecer su condición estética (Mairesse 2013).

y venir entre las obras presentes en la nave central, las galerías y el exterior, y los espacios-servicios, circulación que genera una sensación permanente de asombro y entretenimiento, además de ampliar la fluidez y la continuidad espaciales a través de una multiplicidad de ofertas. De este modo, la visita se transforma en una gran experiencia que abarca, en palabras de la conservadora del MOMA, Terence Riley, un espacio libre donde la gente puede dormir, comer, encontrarse con otras personas o ver las propuestas plásticas (Foster 1998). Estamos ante una nueva dimensión de la sede museal dedicada al arte, en la cual lo estético —vinculado con el contenido— se funde con otras prácticas, servicios, actividades y propuestas consumibles, ofrecidas, principalmente, por el continente.

Desde finales del siglo XX, y más marcadamente desde los inicios del nuevo milenio, la entidad puede optar por una nueva construcción de carácter majestuoso: el museo como espectáculo,³ o bien por la reutilización de edificios simbólicos de las ciudades: el museo como reciclaje (Casamor 2010). Estas sedes museales se convierten en los escaparates espectaculares en que los habitantes de una ciudad se reflejan y que, a su vez, le permiten a ésta dar una imagen de sí hacia el exterior. De esta manera, el museo de arte se asocia a una lógica del capitalismo según la cual las nuevas construcciones o el capital arquitectónico urbano se reutilizan para ser presentados como

³ Dentro de esta condición, Casamor (2010) construye la siguiente clasificación: el *museo estuche*, basado en el Kanno Museum (Japón); el *museo escenario*, ejemplificado en el Ozeaneum, German Oceanographic Museum (Alemania); el *museo promoción*, cuyo modelo es el Porsche Museum (Alemania); el *museo paisaje*, representado por el Musée des Landes de Gascogne (Francia); el *museo cofre*, identificado con el Museo de Arqueología de Álava (España); el *museo obra*, reflejado en el Liaunig Museum (Austria), y el *museo neutro*, cuya principal manifestación es el Centro de Arte Contemporánea Graça Morais, de Bragança (Portugal).

iconos culturales. Se constituyen, así, en dignos objetos de contemplación dentro de las ciudades que buscan persuadir a todos los ciudadanos para que los visite, en consonancia con otras propuestas que presentan las industrias culturales del ocio y del consumo masivo. A este aspecto, se suma una tendencia a coleccionar y mostrar producciones artísticas contemporáneas (Laseca 2016; Bishop 2018). Cabe preguntarnos, entonces, si el contenido y el continente pueden pensarse por separado. Si bien en sus orígenes el mayor atractivo solía darlo las colecciones —condición que sigue siendo la principal para algunos visitantes—, actualmente, en palabras de Umberto Eco, “en donde la arquitectura amenaza con aplastar a la obra, no hay nada malo en visitar un museo valorándolo sobre todo como contenedor; al contrario, el atractivo del contenedor puede animar a descubrir las obras” (Eco 2016: 32). Ambas opciones parecen válidas desde el punto de vista de la institución, pero queda por ver qué piensan los visitantes.

La visita a los museos de arte supo asociarse con algunos grupos de visitantes integrados por individuos que pertenecían a una clase social privilegiada. La asistencia, según Pierre Bourdieu y Alain Dardel (1969), obedecía tanto a un interés por marcar esa posición social como a la interiorización de un “hábito” de clase, pero había “un requisito elemental: la conciencia de que eso que se le enfrenta es, efectivamente, una obra de arte” (Olivera 2008: 124). Esa condición se ha visto modificada, actualmente, por un abordaje diversificado de los visitantes, sumado a la multiplicidad de lenguajes y prácticas artísticas, lo que en conjunto conduce a concluir que “no existe un público de arte sino públicos de arte” (Coelho 2000: 420).⁴

⁴ A modo de ejemplo, identificamos dos posibles clasificaciones. Por un lado, la propuesta de Guido Ballo (1966), quien plantea mayor diversidad de visitantes identificados como el *ojo común*, el *esnob*, el

A su vez, cabe señalar el crecimiento de la visita por parte de aquellos individuos no vinculados estrechamente con el arte: esto no significa que no sepan que eso con lo que se van a encontrar es una obra de arte, sino que disfrutan de las ofertas del museo como un fenómeno “de masas”. Este actor, diferente del ojo crítico, se desplaza hacia estas instituciones culturales porque se ve atraído por las nuevas lógicas del ser museístico contemporáneo, y lo consume como un espacio asociado con la recreación y el ocio, lo cual repercute en otro tipo de indagaciones sobre la experiencia de la visita. Este visitante, en realidad, permite ahondar en un aspecto más importante: el que refiere a las transformaciones que se están suscitando dentro de la cultura tanto a escala nacional como transnacional. Ello posibilita, asimismo, poner en tensión qué buscan las personas al recorrer los museos: ya no sólo se acercan por experiencias educativas, sino también por ocio o entretenimiento. De allí que los museos de arte, en la contemporaneidad, configuren “cada vez más [...] un territorio dentro del cual se realiza una serie de opciones, justificaciones y representaciones, estas últimas, sobre todo, dirigidas hacia audiencias múltiples y espacialmente dislocadas” (Appadurai 2001: 57).

Al respecto, cantidad de investigaciones han ahondado en la visita e indicado diferentes aspectos. Están, por ejemplo, aquellas que indagan en la forma en que influye la dimensión educativa de la experiencia de la visita (Gardner 1983; Honey y Mumford 1995); algunas

absolutista y el *crítico*. Por el otro, cabe referir el planteamiento de Andrea Giunta (2004), quien distingue un primer grupo que se ciñe a los criterios de juzgar las obras desde la mimesis y el oficio, y un segundo, compuesto por sujetos inmersos en el arte contemporáneo: artistas, curadores, historiadores; se trata, según la autora, de especialistas que diversificaron sus instrumentos de análisis y se han vuelto inmunes a las rarezas de la producción contemporánea.

revisan aspectos vinculados con el contenido expuesto (Orr 2004; Morris, Hargreaves y McIntyre 2005; Pekarik, Schreiber, Hanemann, Richmond y Mogel 2014), y, finalmente, hay las que se detienen en las motivaciones de los individuos (Dierking 1994; Falk 2009; Falk y Dierking 2013).

De este conjunto, nos interesa destacar las formulaciones de Nelson Graburn (1980), quien diferenció las motivaciones de la visita entre “recreativas, sociales-recreativas y educativas”. Las primeras se pueden relacionar con aquel individuo que se acerca porque continúa idealizando esa entidad como templo: su visita le proporciona una experiencia personal del orden de lo sagrado—que, en los museos de arte, se observa ligada a la obra—. En el segundo caso, los individuos se aproximan al museo en busca de experiencias que satisfagan sus demandas de ocio y entretenimiento, y les permitan mantener diversas relaciones sociales. Las motivaciones del último grupo se asocian con la percepción de la entidad como agente educativo: su visita se centra en la búsqueda de herramientas que le permitan, principalmente, aprender. Aunque esta clasificación puede resultar escueta, la simplicidad de los datos brinda indicios que nos acercan a los aspectos específicos propios de esta tipología, pues vincula las motivaciones con el papel educativo-disciplinador, y con los rasgos de espectacularidad y experimentación—no sólo en relación con lo artístico, sino también con el ocio— que actualmente distinguen al museo de arte. Éste, en la contemporaneidad, ofrece así un conjunto de opciones que, mientras que algunas pueden percibirse más cercanas al contenido, otras se presentan como más afines al continente.

De ahí que dar voz a los visitantes facilite indagar por qué se acercan y recorren este establecimiento. Afrontar tal desafío exhorta a leer las motivaciones desde las peculiaridades contextuales y las políticas institucionales particulares. Para ello,

comenzaremos por adentrarnos en las especificidades que marcaron a estas instituciones culturales en las últimas décadas en el territorio argentino, y que dieron como resultado un conjunto de museos de arte en los que, en algunos aspectos vinculados con el continente y con el contenido, lo local se desdibuja en lo global.

El contenido y el continente en los museos de arte argentinos

En el territorio argentino existen, según el último estudio realizado por la *Guía nacional de museos* del Ministerio de la Nación en 2013, aproximadamente, un total de 108 museos de arte,⁵ todos, creados con el eje en el objeto museístico: la obra de arte. Es decir, sus colecciones presentan producciones artísticas particulares—materialidades, formatos, temporalidades, técnicas, nacionalidades— que generaron variedad, reconocible en sus nomenclaturas, de sedes museales a lo largo del país.

Dentro de este espectro de instituciones culturales es posible identificar, en primer término, los museos de *bellas artes*, entre los cuales se hallan los de dependencia nacional: en las provincias de Buenos Aires y Neuquén; aquellos de dependencia provincial: en los casos de Catamarca, Córdoba, Chaco, Corriente, Entre Ríos, Jujuy, La Rioja, Mendoza, Misiones, Salta, Santa Fe, Santiago del Estero y Tucumán, y,

⁵ El registro escogido no es el único que ofrece información sobre este aspecto, ya que se conocen otros, tales como el generado por la Fundación Internacional Ilam, que informa la existencia de un total de doscientos ochenta y dos museos de arte. También, puede mencionarse el Registro Nacional de Museos, generado en 2018 que releva un total de cincuenta establecimientos con estas características. Sin embargo, optamos por la referencia de la Guía Nacional de Nación (2013) a pesar de reconocer su desactualización, por tratarse de un trabajo sistemático llevado adelante como parte de una política pública del Estado argentino.

finalmente, los de orden municipal: situados en distintas ciudades del territorio. En segundo lugar, deben considerarse los museos de arte moderno, emplazados en las provincias de Buenos Aires y Mendoza, y, en tercer y último término, los actuales museos de arte contemporáneo, sitios en las ciudades de Salta (Salta), Mar del Plata (Buenos Aires), Bahía Blanca (Buenos Aires) y Rosario (Santa Fe). También deben tomarse en cuenta las sedes que poseen creaciones artísticas específicas: museos de arte decorativo, en Buenos Aires y Santa Fe; de arte oriental, en Buenos Aires; de arte popular, en Buenos Aires, Entre Ríos, Salta, Santa Fe y Santiago del Estero, y de arte sacro, en distintas dependencias de Buenos Aires, Córdoba, Jujuy, La Rioja y Santa Fe. Otro grupo incluye aquellos que responden a un tipo concreto de producción plástica, como la pintura naïf, en Chubut; de escultura, en Chaco y Misiones, y de grabado, en Buenos Aires. Esta tipificación puede completarse con los museos-*atelier*, concebidos en torno de las figuras de artistas como Xul Solar y Rómulo Raggio, ambos en Buenos Aires; Fernando Fader, en Mendoza; Lino Enea Spilimbergo, en Córdoba, y Francisco Ramoneda, en Jujuy.

Este entramado de museos, que desde el siglo XIX se expandió por todo el territorio argentino, experimentó en las primeras décadas del siglo XXI nuevas transformaciones. Esto ocurrió, especialmente, por los cambios que generó la reforma neoliberal emprendida en los años noventa del siglo XX,⁶ que modificó los

⁶ El proceso de reforma neoliberal que afectó a todo el país y que fue llevado adelante por el gobierno menemista (1989-1995/1995-1999) dio lugar a medidas de apertura y dominio de mercado: liberación financiera, industrial y comercial, las cuales llevaron a la desarticulación del poder del Estado y la pérdida de la soberanía, junto a la informalización del empleo, el aumento de la desocupación y el abandono de las políticas sociales, todo lo cual produjo una acelerada marginalidad y empobrecimiento de la población. En consecuencia, luego del

esquemas de financiamiento de los museos. En aquellos años, la gran mayoría de los museos de Argentina se sostenía con fondos estatales; tras los sucesos de principios del siglo XXI,⁷ dichas entidades tuvieron que generar sus propios recursos y buscar nuevas estrategias. Por otro lado, en esa misma época se estableció un cambio en el mapa de las actividades culturales: se crearon nuevos espacios y otros, alentados por la realidad global-internacional, se reacondicionaron, pero inspirados en particularidades locales. A éstos los impulsaron, principalmente, gobiernos municipales que ampliaron y multiplicaron las escenas culturales ideando museos como lugares de atracción, investidos de las lógicas de las industrias del entretenimiento, el ocio y el turismo (Panozzo, 2018). Estas transformaciones dieron origen a un conjunto singular de entidades en todo el territorio, aunque con procesos diversos y temporalidades distintas. Tales sedes museales continuaban apoyándose en un contenido singular; aunque en algunos casos también se hicieron de piezas más clásicas o modernas —de fines del siglo XIX hasta principios del siglo XX—; en su mayoría coleccionaban y exhibían producciones artísticas contemporáneas. Según las gestiones directivas, algunos museos apelaron a lo que llamaban *arte contemporáneo* —en el marco de los años noventa, las obras adquiridas eran parte

gobierno de la Alianza (1999-2001), esta situación no se pudo revertir, lo que condujo a una serie de hechos desafortunados.

⁷ Luego del gobierno de la Alianza (1999-2001), esta situación no se pudo revertir; ello condujo, como se dijo en la anterior nota de pie, a una serie de hechos desafortunados, que se desarrollaron principalmente durante el 19 y 20 de diciembre de 2001: una retahíla de saqueos y la insostenible crisis política y social llevaron a las multitudes a ocupar las calles y a exigir la caída del gobierno, que respondió con brutal represión. A partir de allí se sucederían varios presidentes, hasta el llamado a elecciones que darán origen a un cambio en las políticas implementadas durante esos años.

de una producción actual—, mientras que otros ampliaron el recorte, dando lugar a obras de los años sesenta, setenta y ochenta, que tenían en común un carácter experimental y rupturista (Giunta 2014). Sin embargo, como advierte Roc Laseca, al igual que otros museos del mundo,

despliegan una programación estandarizada que facilita el visionado más rápido que demanda el transeúnte, y ocupa el lugar de la plaza pública para permitir encuentros esporádicos —nada que requiera una conversación excesiva o circunspeta— en sus zonas comunes; además, habitualmente dispone de amplios accesos, cómodos aparcamientos, cafeterías (por lo general, semiabiertas para evitar largas e íntimas tertulias) y una tienda/librería con la que cubrir los compromisos más comunes. Todo ello genera un entorno nada autoritario y sugiere una organización recreativa [Laseca 2016: 40].

Esta lógica se puede vincular no sólo con la manera de presentar las obras —más asociada con el contenido— sino, principalmente, con las particularidades que ofrecen las arquitecturas de las sedes museales dentro de la dinámica contemporánea —hacemos referencia al continente—. En el caso de los museos de arte argentinos, tanto privados como públicos, se presentan edificaciones que se configuraron a la manera de museos-espectáculo o al modo de museos-reciclaje. En el primer caso, se levantaron nuevas estructuras, emulando a los museos de bellas artes de principios del siglo XIX; en el segundo caso, en cambio, se apeló a la reutilización de edificaciones que habían tenido otros fines. En Argentina, esto último supuso, principalmente, la reapropiación de espacios emblemáticos de determinado sector de la burguesía; aunque no son predominantes, también hay ejemplos que se ajustan a la condición planteada por Hall Foster, quien señala que “la reapropiación de un

símbolo arquitectónico también sirve como un emblema de la vieja industria reciclada como una nueva cultura” (Foster 2011: 148).

Entre los museos-espectáculo, pueden mencionarse, por ejemplo, los nuevos edificios que albergan, respectivamente, a los museos: de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA) (Buenos Aires, 2001); de Arte Contemporáneo de Bahía Blanca (MAC, Bahía Blanca) (Buenos Aires, 2004); Fortabat (Buenos Aires, 2008); de Arte Contemporáneo de Mar del Plata (MAR) (Buenos Aires, 2013), y de Arte Contemporáneo de Unquillo (MACU) (2017). En cuanto a los museos-reciclaje, mientras que algunos se apropiaron de “arquitecturas residenciales”, tales como el de Arte Contemporáneo de Salta (MAC, Salta) (Salta, 2004); el de Arte de Tigre (MAT) (Buenos Aires, 2006), y el Superior de Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra (Córdoba, 2007); otros, como el Museo de Arte Contemporáneo de Rosario, reutilizaron “espacios ferroviarios o portuarios” (Macro) (Santa Fe, 2004).

En la contemporaneidad, el museo de arte, ya sea que se lo aborde desde el contenido o desde el continente, brinda una variedad de ofertas masivas e individuales, asociadas tanto con la educación como con el ocio, con el fin de atraer a los públicos para que se acerquen a disfrutar de ellas. Es decir, el visitante de un museo ya no tiene por qué estar allí con el solo propósito de contemplar una obra; pero, dada tal multiplicidad de opciones, resulta pertinente indagar sobre los diversos motivos por los que deciden acercarse a la sede museal. Dar respuesta a estos interrogantes implica dar voz a los visitantes. En otras palabras, se trata de repensar el vínculo entre éstos y el museo, y, a su vez, de comenzar a idear un perfil institucional más democrático, inclusivo y participativo.

Es en esta línea donde destacamos el aporte que puede significar para los museos el uso de los “estudios de visitantes o de públicos” (Bourdieu y Darbel 2002; Hooper-Greenhill

1998; Pérez Santo 2008; Castellano 2006; Eidelman, Roustán y Goldstein 2013; Pérez Castellanos 2016, 2017).⁸ Estas indagaciones, si bien no deben considerarse el único medio, son un recurso valioso y constituyen un puntapié inicial para conocer las motivaciones de los distintos públicos, atender sus necesidades e identificar cómo experimentan la visita al museo de arte. Ello implica, asimismo, valorar la diferencia y la singularización como estrategias acertadas para generar propuestas museales acordes con estos tiempos. A continuación, ofrecemos un posible ejemplo de cómo este tipo de práctica puede ayudar a dar pistas para desentrañar los motivos de la visita a los museos de arte.

Museo Superior de Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra

En 2007 se creó en Argentina el Museo Superior de Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra, recinto que apuesta a las lógicas de las entidades del siglo XXI (Figura 1). Se ubica dentro del Parque Sarmiento, a pocas calles del microcentro de la ciudad de Córdoba, situada en la región central del país, con importantes puntos históricos, culturales y turísticos. Se trata de un espacio verde que cuenta con distintos sectores, como el Rosedal, el Jardín Zoológico, el Museo Caraffa, el Museo de Ciencias Naturales y la ciudad universitaria.

Su continente, que, construida en 1914, supo ser la vivienda familiar del médico Martín Ferreyra, presenta como rasgo principal una arquitectura de estilo clasicista monárquico Luis XIV.⁹ El diseño actual, que da

⁸ “Los estudios de visitantes o estudios de públicos suelen trabajarse indistintamente en la bibliografía hispanohablante. En los textos de habla inglesa, por el contrario, se dividen en las terminologías *visitor studies* o *visitor research*, que suelen relacionarse con el término *audience development*” (Pérez Castellanos 2016: 23).

⁹ Llevado adelante por el arquitecto francés



FIGURA 1. Fachada del Museo Superior Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra, Córdoba, Argentina (Fotografía: Esteban Luis Rizzi; cortesía: Museo Evita Palacio).

albergue al museo, mantiene la condición preeminente y jerárquica original de la edificación, pero con un nuevo eje de circulación, el cual lo convierte en un prisma de cuatro lados en cuyo diseño se vincula física y visualmente con el resto del conjunto. Éste se organiza alrededor de un gran *hall* —donde se ubican tres salas y la cafetería—, desde el cual se levanta una escalera imperial que conduce al nivel superior (Figura 2). Allí se emplazan tres salas expositivas, que se expanden hacia un nuevo mirador, realizado en vidrio y con forma de cubo —único elemento contemporáneo—, que permite distintas vistas del parque que lo rodea. En el subsuelo se ubican otras tres salas expositivas, además del auditorio, la administración y las bodegas. Los nuevos ámbitos destinados a exposición se han planteado como espacios neutros y, para proteger el material expuesto, poseen un bajo nivel de iluminación; asimismo, se encuentran organizados alrededor de un corredor perimetral, manteniendo la esencia de la composición tipológica original. El palacio está rodeado de jardines que invitan a una caminata alrededor del inmueble y

Ernst-Paul Sanson, el cual ejecutaron el ingeniero Carlos Agote y el paisajista Carlos Thays.

configuran un espacio afín a su entorno mayor, el mencionado Parque Sarmiento.

El contenido —la colección— cuenta con más de 200 piezas de autores nacionales y locales, como Emilio Caraffa, Fernando Fader, Francisco Pedone, José Malanca, Joaquín Sorolla, Benito Quinquela Martín, Antonio Seguí, Aquiles Badi, Ezequiel Linares y Raúl Pecker, entre otros. Actualmente, el programa de exposiciones se monta sobre dos grandes ejes. Por un lado, consiste en la presentación, en la zona superior, de piezas de la colección, dividida en cinco núcleos temáticos: existencias; viajes; escenarios I; escenarios II, y confluencias, los cuales se construyen dentro de una linealidad histórica. Por otro lado, se proyectan exposiciones temporales; entre ellas podemos mencionar *Sinchi Ñawi* (2015), de Máximo Laura; *El costo humano de los agrotóxicos* (2017), de Pablo Piovano, y *Manos anónimas* (2018), de Carlos Alonso. A veces incluso el parque se utiliza como espacio de exposición para el emplazamiento de algunas piezas; tal fue el caso de *No todo lo que brilla es oro* (2016), de José Luis Torres. Este sector verde se brinda, a su vez, para diversas actividades culturales y educativas o actos específicos y masivos, como sucede en los interiores.



FIGURA 2. Interior del Museo Superior Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra, Córdoba, Argentina (Fotografía: Esteban Luis Rizzi; cortesía: Museo Evita Palacio).

Durante los meses de marzo y abril de 2018, la asistencia durante los fines de semana fue de aproximadamente 900 personas, cifra que, cabe aclararlo, puede variar de acuerdo con las ofertas expositivas y la época del año.¹⁰ Pero, a la luz de lo que venimos manifestando, aquello que en verdad nos interesa conocer son los motivos por los que las personas visitan el museo. Para dar respuesta a dicho interrogante, decidimos realizar un estudio cualitativo-cuantitativo que se concentró en la diferencia y la singularización del público del fin de semana, el menos indagado en este tipo de entidad. Como se adelantó, el periodo de recolección de los datos estuvo comprendido entre marzo y abril de 2018, y se realizó durante un día del fin de semana, en el horario de apertura y cierre de la sede museal. La técnica de recolección de datos adoptada consistió en breves entrevistas semiestructuradas realizadas al finalizar del recorrido; éstas se efectuaron en español, también fueron respondidas por hablantes de otras lenguas —portugués, francés, inglés, quienes manifestaban comprender el idioma—. La entrevista contó con un total de dieciséis preguntas —algunas

¹⁰ Dato suministrado por el museo, a partir del estudio de entradas.

de ellas de opciones y otras de respuestas abiertas—. Las primeras tres interrogantes obedecían al interés por caracterizar socio-demográficamente a los visitantes; el segundo grupo apuntaba a obtener información sobre aspectos específicos de la visita, en particular, vinculados a factores psicológicos;¹¹ el número de personas consultadas asciende a un total de doscientos once. Dado el recorte presupuestal para este trabajo, nos proponemos profundizar en el análisis de los motivos de la visita específicamente.

Los visitantes, además de proporcionar información sociodemográfica: edad, grado educativo y procedencia (Figuras 3, 4 y 5) respondieron acerca del motivo de su visita; 46% se refirió al edificio; 24% aludió a fines turísticos; 16% manifestó su interés por la colección; 10% expuso motivos profesionales o de estudio, y 4% se mostró atraído por la participación en actividades específicas (Figura 6).

Del conjunto de las respuestas emerge, asimismo, un principal

¹¹ Por ejemplo, se los interrogó sobre qué actividades habían realizado anteriormente, cómo se enteraron del museo; cómo llegaron; con quién lo visitaron; qué los motivó; cómo se sintieron durante su visita; qué recursos utilizaron y qué sugerencias realizarían al museo.

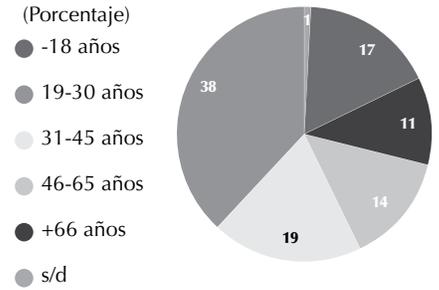


FIGURA 3. Rango de edad de los entrevistados en el Museo Superior Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra, Córdoba, Argentina (Gráfico: Alejandra Panozzo, 2018).

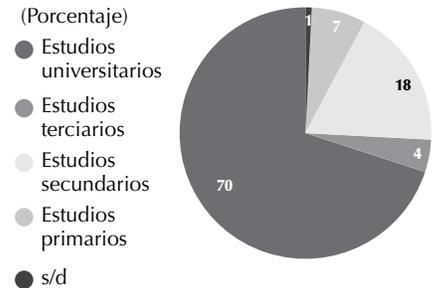


FIGURA 4. Nivel de estudios de los entrevistados en el Museo Superior Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra, Córdoba, Argentina (Gráfico: Alejandra Panozzo, 2018).

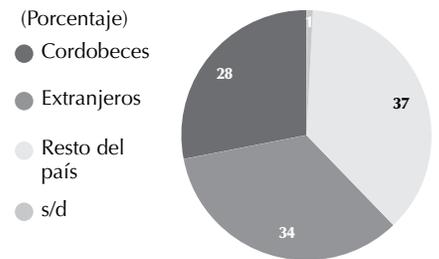


FIGURA 5. Lugar de procedencia de los entrevistados en el Museo Superior Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra, Córdoba, Argentina (Gráfico: Alejandra Panozzo, 2018).



FIGURA 6. Motivo de la visita al Museo Superior Bellas Artes Evita-Palacio Ferreyra, Córdoba, Argentina (Gráfico: Alejandra Panozzo, 2018).

interés de los visitantes por el continente, el cual aparece referenciado en relación con las ofertas en los espacios-servicios, asociadas no sólo con lo expositivo artístico sino también con el entretenimiento. Este aspecto permite inferir que se trata de visitantes casuales que se acercan al museo atraídos por el edificio o las actividades generadas desde sus espacios, y es a partir de allí donde son animados a descubrir las obras exhibidas. Esta condición puede vincularse con el hecho de que, al encontrarse situada en una ciudad del país tradicionalmente turística, la institución cultural cordobesa recibe un importante caudal de visitantes que no son residentes. La visita de fin de semana, en este contexto, no sólo se asocia con el papel educativo del museo. Por ejemplo, los visitantes no se muestran interesados únicamente en conocer y aprender sobre el arte de los siglos XIX y XX u otras temáticas específicas que agrupan a las obras, o bien, acerca de las propuestas plásticas de los artistas argentinos, cordobeses o de ciudades aledañas. Lo que las personas también manifiestan es su preferencia por disfrutar de un tiempo de ocio en el que conjugan el entretenimiento con lo educativo.

Ahora bien, con el fin de indagar en algunos aspectos más concretos relativos a la tipología del museo, analizamos los dichos y expresiones de los visitantes desde los indicadores de Graburn (1980). Esta indagación cualitativa requiere cierta flexibilidad, en vista del marcado carácter personal e idiosincrásico de algunas respuestas obtenidas.

En primer lugar, reconocemos la manifestación de “motivaciones reverenciales”. Éstas se pueden ligar con algunas condiciones que Ana María Guasch (2008) vincula con cierta visualidad asociada con la sacralidad, es decir, con cierta fascinación o asombro suscitados por el original. Esta condición se establece por la presencia de los objetos: “de objetos que han sido coleccionados, conservados, clasificados y

exhibidos; de objetos que tienen, por su presencia en el museo, una condición particular relacionada con lo único, lo significativo y lo representativo” (Silverstone s. f.). El museo constituye a sus objetos a través de una referencia existencial de continuidad espacio-temporal, como indica Regis Debray: “El fémur del santo en un relicario es el santo” (Debray 1994: 183). Se reconocen, así, expresiones de los visitantes del museo cordobés que refieren, en este sentido, motivaciones vinculadas con las obras, por ejemplo: “me encanta disfrutar de las obras”; “me gusta visitar lugares que tengan piezas de arte”, o “nos acercamos porque nos dijeron que es impresionante la colección que tiene el museo”. No obstante, muchas expresiones también dotan a la arquitectura de una condición sacra en el sentido de la obra, y aluden a ella como otro motivo de la visita: “veníamos caminando y nos impresionó la arquitectura, y quisimos conocerla”, y “estamos maravillados con el edificio, ya nos lo habían dicho”.

A las motivaciones reverenciales le siguen, en orden, las “sociales-recreativas”; acorde con la propuesta de Andreas Huyssen (2010), se observan elementos de la cultura de masas que están presentes no sólo en el interior del museo sino en algunos “usos múltiples” del exterior. El perfil de este museo cordobés se diferencia, así, de el del guardián de tesoros del pasado, discretamente exhibidos para un sector de expertos y conocedores de arte, para atraer a otras personas que lo disfrutaban como un parque de atracciones y de entretenimiento de masas. Este tipo de testimonios se destaca entre aquellos visitantes que señalaron aspectos vinculados con la interacción social, el ocio y el acceso; se observan expresiones como: “vinimos porque hay una actividad en que participa una compañera”; “nos dijeron en el otro museo que podíamos visitar todos con la misma entrada”, y “estamos de paseo por la ciudad y conociendo”.

Por último, las *motivaciones educacionales* tienen lugar significativo en la identificación del museo como institución cultural y educadora de ciudadanía (Bennett, 1996), perfil que, a finales del siglo XVIII y durante el XIX, se afianzó según el paradigma positivista e historicista. Aunque es posible que esta motivación se encuentre más vinculada con los visitantes asiduos de carácter escolar, también durante el fin de semana se recogieron expresiones que permiten detectar un interés de la visita en relación con un proceso educativo. Así, se registraron manifestaciones del tipo: “estudio arte y vine a ver qué había expuesto” o “voy a un taller y quería ver las obras que están expuestas”.

En líneas generales, podemos decir, entonces, que aunque el mayor número de las personas entrevistadas se acerca al museo de arte por el edificio, al ahondar en el análisis, se aprecia alguna indiferenciación entre el carácter de obra del contenido y del continente, como si, en esta tipología de museo, no se los pudiese considerar por separado. No obstante, constituyen con claridad dos rasgos centrales de los motivos por el que se visita el museo de arte cordobés.

Asimismo, se observa que estos visitantes buscan experiencias que unan lo educativo —aquí representado por lo artístico— con propuestas más cercanas al ocio y el entretenimiento; el museo bascula entre educar y divertir, como si se tratase de dos caras de la misma moneda. Este cruce, tal como plantea Laseca, permite leer “una reconciliación entre musas y masas” (Laseca 2016: 30). Sin embargo —ya lo hemos visto—, dar voz a los visitantes pone de relieve, simultáneamente, cuán complejo resulta integrar a los diferentes públicos en los museos ante lo amplio y variado de su composición.

Comentarios finales

Todavía queda mucho que explorar para acercarse a respuestas más certeras

sobre los motivos de visita a los museos de arte; este recorrido se ofrece sólo como un posible inicio. El presente trabajo intenta pensarse, ante todo, como un conjunto de pistas para construir opciones diferentes. En tal plano, el continente y el contenido se consideran como espacios de comunicación y mensajes. Aun así, se reconoce que la motivación reverencial, que guarda un fuerte carácter de sacralidad, asociado tanto con la obra arquitectónica como con la obra de arte, se desdibuja, dada la condición ambivalente de mercancía que ambas ostentan. Asimismo, este impulso del interés por lo artístico asociado con la experiencia de la visita se ve atravesado por fines educativos, de ocio y de entretenimiento. Al respecto, una vez más, el papel disciplinador e instrumental del museo se sostiene (Bennett 1996), al tiempo que cambian los modos y las dinámicas de ejercerlo.

Los museos de arte argentinos, como muchos otros, se encuentran ante un reto: no se trata únicamente de aumentar el número de visitantes —siguiendo la lógica del sistema capitalista—, sino de atraerlos y atender a la diversidad de intereses y motivaciones que manifiestan, con el objeto principal de contrarrestar la desigualdad en el acceso a la cultura. Ello implica, igualmente, alentar una apropiación y resignificación de aquello que se experimenta en la visita. El caso de análisis, a pesar de su marco restringido en cuanto al tiempo disponible y el tamaño de la muestra, brinda elementos para comenzar a concebir de manera plural a los visitantes de los museos de arte creados a partir del siglo XXI, y, principalmente, para escucharlos. Sólo así será posible llevar adelante políticas institucionales participativas que no apelen exclusivamente a acontecimientos particulares dentro de la programación o la oferta de servicios, espacios y actividades planificados en función del número.

En este sentido, un dato pertinente a destacar del caso de análisis es que, a fines de 2017, se llevó a

cabo en el Museo, la muestra *Final Abierto, la Casa Grande entre 1890 y 1930*; dicha propuesta surgió por el Ensamble Creativo-Consejo Asesor de Adultos que trabaja junto con el establecimiento. Allí, atendieron a uno de los datos recabados que incidía en que la mayoría de las personas que visitaba el establecimiento quería conocer información sobre el edificio; y con este fin se generó la exposición, que se mantuvo en el programa durante un año. Principalmente, se intentó revalorizar la historia de la Casa, y evocar el barrio, los personajes y costumbres de una Córdoba en expansión.

Creemos que este ejemplo ofrece una muestra contundente de lo que podría implicar atender, en la dinámica de los museos, a los intereses, necesidades y gustos de los visitantes y que, por tanto, destaca la utilidad de los estudios de públicos. Se observa que algunos de los resultados expuestos en este trabajo se encuentran en clara sintonía con el ejemplo ofrecido; pero, también, intentan abrir el juego a otras dinámicas que se pueden generar a futuro en el museo cordobés. Es decir, se piensa en proyectos que contemplen lo recreativo y lo educativo; en acciones que diversifiquen las propuestas, tanto en el interior como en el exterior; y en tareas orientadas a la conservación y el mantenimiento del continente y el contenido.

Reconocemos, no obstante, los límites de la muestra generada mediante nuestro análisis. Al respecto, creemos que sería oportuno profundizar los aspectos tratados ampliando la indagación a otros momentos del año, o días de la semana, y apelando a nuevos instrumentos de recolección de datos. De esta manera, se abre la posibilidad de corroborar si los indicadores trabajados sufren algún tipo de cambio o presentan una continuidad, lo que daría lugar a establecer una constante que contribuya a optimizar la relación entre los públicos y el museo.

Las respuestas no son claras ni unívocas; no obstante, confiamos en que es hora de escuchar a los

visitantes con la esperanza de democratizar, finalmente, al museo; éste es un modo legítimo de impulsar un cambio cultural y social dentro de la museología. Ampliar las voces de los actores involucrados genera entidades inclusivas dentro del entramado social, valor central al que, creemos, debe aspirar esta institución cultural, inmersa en la dinámica de la contemporaneidad.

Referencias

- Appadurai, Arjun
2001 *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Ballo, Guido
1966 *Occhio Critico. Il nuovo sistema per vedere l'arte*, Milán: Longanesi.
- Bennett, Tony
1996 "The exhibitionary complex", en T. Prasch (ed.), *Thinking about Exhibitions*, Londres: Routledge, 69-92.
- Bishop, Claire
2018 *Museología radical*, Buenos Aires: Libretto.
- Bourdieu, Pierre y Aain Darbel
2002 *El amor al arte. Los museos europeos y su público*, Buenos Aires: Paidós.
- Casamor, Toni
2010 "La arquitectura de los museos", *Her&Mus. Heritage & Museography* 4, II, 2: 28-35.
- Castellano Piñedo, Patricia
2006 *Los museos de ciencias y el consumo cultural. Una mirada desde la comunicación*, Barcelona: Editorial de la Universitat Oberta de Catalunya.
- Coelho, José Texeira
2000 *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*, Guadalajara, Conaculta/Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco.
- Debray, Régis
1994 *Vida y muerte de la imagen en Occidente*, Buenos Aires: Paidós.
- Dierking, Lynn Diana
1994 "Rôle de l'interaction sociale dans l'expérience muséale", *Culture & Musées*, 5: 19-43.

- Eco, Umberto
2016 "El museo del tercer milenio", en U. Eco e I. Pezzini (ed.), *El museo*, Madrid: Casimiro, 15-42.
- Eidelman, Jacqueline; Melanie Roustán y Benardette Goldstein
2013 *El museo y sus públicos. El visitante tiene la palabra*, Buenos Aires, Ariel.
- Falk, John
2009 *Identity and the Museum Visitor Experience*, Walnut Creek, Left Coast Press.
- y Lynn Dierking
2013 *The Museum Experience Revisited*, Walnut Creek, Left Coast Press.
- Foster, Hall et al.
1998 "The MOMA expansion: a conversation with Terence Riley", *October* (84): 3-30.
2011 *El complejo arte-arquitectura*, Madrid: Turner.
- Fraser, Andrea
2007, "¿No es un lugar maravilloso? (El tour de un tour por el Guggenheim Bilbao)", en A. M. Guasch y J. Zulaika (eds), *Aprendiendo del Guggenheim Bilbao*, Barcelona: Akal, 39-62.
- Gardner, Howard
1983 *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*, Nueva York: Basic Books.
- Giunta, Andrea
2004 "Vanguardias y arte contemporáneo", en *Arte Argentino Contemporáneo*, Rosario: Ediciones Macro, 15-21.
2014 *¿Cuándo empieza el arte contemporáneo?*, Buenos Aires: Fundación arteBA.
- Graburn, Nelson
1980 *Le musée et l'expérience du visiteur*, Aix-en-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques.
- Guasch, Ana María
2008. "Los museos y lo museal. El paso de la modernidad a la era de lo global", *Revista CALLE* 14, 2: 11-20.
- Honey, Peter y Alan Mumford
1995 *Using Your Learning Styles*, Maidenhead, Berkshire: Peter Honey-Publications.
- Hooper-Greenhill, Eileen
1998 *Los museos y sus visitantes*, Gijón: Ediciones Trea.
- Huyssen, Andrea
2010 *Modernismo después de la posmodernidad*, Barcelona: Gedisa.
- Laseca, Roc
2016 *El museo imparable: sobre institucionalidad genuina y blanda*, Santiago de Chile: Metales Pesados.
- Mairesse, François
2013 *El museo híbrido*, Buenos Aires: Ariel.
- Ministerio de la Nación
2013 *Guía nacional de Museos*, Buenos Aires: Ministerio de la Nación.
- Morris, G., J. Hargreaves y A. McIntyre
2005 "Never mind the width feel the quality", *Museums and Heritage Show*, documento electrónico disponible en PDF, consultado en abril de 2018.
- Panozzo Zanere, Alejandra
2018 *Se contempla, se experimenta. Modos de comunicar del museo de arte contemporáneo*, Rosario: Universidad Nacional de Rosario Editora.
- Olivera, Elena
2008 *Cuestiones de arte contemporáneo. Hacia un nuevo espectador en el siglo XXI*, Buenos Aires: Emecé.
- Orr, Tori
2004 "The information-seeking behavior of Museum Visitors: a review of the literature", documento electrónico recuperado de [http://bit.ly/ROL_museumvisitors_TORR-Tori], consultado en agosto de 2018.
- Pekarik, Andrew, James Schreiber, Nadine Hanemann, Kelly Richmond y Barbara Mogel
2014 "IPOP: a theory of experience Preference", *Curator: The Museum Journal*, California (57): 5-27.
- Pérez Castellanos, Leticia
2016 *Estudios sobre públicos y museos*, vol I, *Públicos y museos: ¿Qué hemos aprendido?*, México: Publicaciones de la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía.
2017 *Estudios sobre públicos y museos*, vol II, *Apuntes para pasar de la teoría a la práctica*, México: Publicaciones de la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía.
- Pérez Santo, Elena
2008 "Metodología básica de la investigación de público en museos: áreas de actuación, variables implicadas, tipos de investigaciones y técnicas utilizadas", *Revista de los Museos de Andalucía*, VI (10): 48-57.
- Silverstone, Roger
s. f. "El medio es el museo: sobre los objetos y las lógicas en tiempos y espacios", *University of Sussex*, 100.

Síntesis curricular del/los autor/es

Alejandra Panozzo Zanere

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet)
Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina
panozzozenere@gmail.com

Licenciada en bellas artes (Universidad Nacional de Rosario [UNR]), magíster en industrias culturales (Universidad Nacional de Quilmes [UNQ]) y doctora en comunicación social (UNR). Becaria doctoral y posdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Conicet). Se desempeña como docente en la carrera de bellas artes (Facultad de Humanidades y Artes [FHA-UNR]) y en la Escuela Municipal de Museología de Rosario, y ha publicado numerosos artículos en revistas académicas tanto del ámbito nacional como del internacional. Su tesis doctoral, actualmente libro: *Se contempla, se experimenta. Modos de comunicar del museo de arte contemporáneo*, fue premiada por el Ministerio de Cultura de la Nación; todo lo anterior, en Argentina.

