

Arte y movimiento, 19, agosto-diciembre 2018

Departamento de didáctica de la expresión musical, plástica y corporal.
Universidad de Jaén
ISSN: 1989-9548



María Vidagañ Murgui

Público, visitantes, espectadores y usuarios. La posición del observador en la práctica artística

Public, visitors, spectators and users. The position of the observer in artistic practices

Universidad de Zaragoza

Contacto: mavimur@unizar.es

Enviado: 04/06/2018

Aceptado: 03/07/2018

Resumen:

En este artículo trataremos de exponer los distintos modos de enfrentarse los públicos por parte de las propuestas de arte contemporáneo. Trazaremos un recorrido por los diferentes términos propuestos para definir a los públicos: público, visitante, espectadores y usuarios. El trabajo desvela que algunas propuestas artísticas ya contienen implícitamente la idea de a qué espectador se dirige y, en consecuencia, la repercusión que este hecho supone en la exhibición y recepción de la obra

Palabras clave: Público; Visitante; Espectador; Arte contemporáneo; Museos; Mediación.

Abstract:

In this article we will try to expose the different ways of confronting the public by the contemporary art proposals. We will trace a tour through the different terms proposed to define the public: public, visitor, spectators and users. The work reveals that some artistic proposals already contain implicitly the idea of to whom they are addressed and, consequently, the repercussion that this fact entails in the exhibition and reception of the work of art.

Keywords: Public, Visitor, Spectator, Contemporary art, Museums, Mediation.

1. INTRODUCCIÓN

En un concierto de música, pongamos el caso de un concierto de Caetano Veloso, el público que asiste, desde el primer momento, tiene muy claro cuál va a ser su modo de comportarse y experimentar la propuesta artística a la que ha asistido. Escuchará las canciones, si se las sabe cantará cada una de ellas a pleno pulmón, al mismo tiempo que el cantante. Moverá su cuerpo al son de la música, en el pequeño espacio que tenga asignado, e intentará disfrutar al máximo de su experiencia estética. Sin embargo, si pensamos en este mismo público asistiendo a un centro de arte contemporáneo, suponemos que su modo de enfrentarse ante la propuesta artística no va a estar tan clara como en el concierto de música. ¿A qué se debe esto? En este artículo proponemos realizar un recorrido por los diferentes términos propuestos para definir a los públicos: público, visitante, espectadores y usuarios. Al mismo tiempo, analizaremos cómo cada propuesta artística ya contiene implícitamente la idea de a qué espectador se dirige y en consecuencia la repercusión que este hecho supone en la exhibición y recepción de la obra. Con el fin de tratar de entender la complejidad que supone la figura del público en las prácticas artísticas contemporáneas.

El ICOM (2007) define el museo en tanto que institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público. Sin embargo, la idea de público conlleva un amplio abanico de matices que es necesario tener en cuenta. ¿a quién nos referimos cuando decimos público? ¿quién se siente representado y quien se siente excluido en los museos?

Las autoridades (el gobierno de Carlos III de Borbón) deciden entonces seleccionar ciertas imágenes, esculturas y objetos, y forman con ellos la colección secreta del museo borbónico de Nápoles, conocida también como Museo Secreto. La construcción del Museo Secreto de Nápoles implica el levantamiento de un muro, la creación de un espacio cerrado y la regulación de la mirada a través de dispositivos de vigilancia y control. Según decreto real, sólo los hombres aristócratas –ni las mujeres ni los niños ni las clases populares– podían acceder a ese espacio. El Museo Secreto opera una segregación política de la mirada en términos de género, de clase y de edad. El muro del museo materializa las jerarquías de género, edad y clase social, construyendo diferencias político-visuales a través de la arquitectura y de su regulación de la mirada (Preciado, 2008, 43).

Este fragmento, a pesar de que habla del siglo XVIII, nos permite reflexionar en la actualidad sobre la cantidad de matices que contiene la idea de institución abierta al público. Al mismo tiempo nos remite a cuestiones como ¿qué concepción tiene la institución-museo del público? ¿existe una formación de público para las artes? ¿Cómo se estipula esta formación? (Lambert, 2009).

2. ¿A QUÉ NOS REFERIMOS CUANDO DECIMOS PÚBLICO?

No existe una figura de público uniforme que actúe de una misma manera o interprete de una misma forma. Cada individuo es único teniendo en cuenta que la percepción humana se construye a partir de sus vivencias personales, su contexto cultural, social, económico, su formación, sus referentes, etc. Si además de estas características añadimos la dimensión temporal entre la construcción de la obra y su contemplación (Sánchez-Pérez y Garrido-Román, 2017), entendemos la complejidad que supone una homogenización de la figura del espectador. No podemos tratar de analizar al público como una masa homogénea que responda del mismo modo a un mismo estímulo. Sin embargo, podemos hablar del cambio de paradigma que ha supuesto la

apertura de los museos al público en general, de los cambios estructurales que se han dado en los museos al entender que sus colecciones y sus actividades deben estar destinadas a un público diverso y no a un público especialista. Esta pequeña idea ha sido una verdadera revolución en la forma de actuar, estructurar y programar en muchos museos contemporáneos.

Al mismo tiempo que no existe un tipo de espectador uniforme tampoco existe una única manera de comportarse como tal. Esther Ferrer e Isidoro Valcárcel, ante la pregunta de cuál debe ser el papel del espectador ante una obra de arte actual, manifiestan esta idea:

“Pregunta: ¿Cuál debe ser el papel del espectador ante una obra de arte actual?”

“Respuesta (Esther Ferrer): No comprendo la pregunta, ¿por qué el espectador/a debe tener un papel determinado? Frente a una obra es libre de examinarla, analizarla, interpretarla o no, aceptarla o rechazarla, no veo en que hay un deber ser de espectador”

“Respuesta (Isidoro Valcárcel Medina): El papel del espectador es el que ha debido tener siempre pero que nunca ha tenido. Tiene que asimilar el papel de coautor evitando en cualquier caso un papel pasivo. El autor debe generar obras que generen a su vez la intervención creativa del espectador no sólo como mero contemplador, el artista tiene que dar un territorio incompleto para que sea completado” (Aznar y Martínez, 2012, 50).

De estas contestaciones se deduce que la construcción de significado de una propuesta artística la finaliza cada individuo, cualquier tipo de información la termina el receptor, que acaba siendo el constructor del mensaje (Padró, 2011). Esta construcción es realizada por cada persona en función de su contexto, de sus experiencias vitales, de su formación, etc. (Eco, 1985; Aznárez, 2018).

Desde esta perspectiva, si la idea de abierto al público se refiere a la sociedad en general, las propuestas que ofrece el museo deben ser variadas, respondiendo a la amplia diversidad de la que está compuesta nuestra sociedad. En la gran mayoría de centros de arte contemporáneo de España (CA2M, MNCARS, Centre d'Art La Panera, MAMT) y de Portugal (CAM, Museo Berardo, Fundación Serralves) se contempla esta pluralidad de públicos a la hora de programar las propuestas educativas. Así, encontramos en los programas educativos una compleja oferta de actividades destinadas a público con diversidad funcional, colectivos en riesgo de exclusión social, niños, adultos, jóvenes, familias, público especializado en arte, público no especializado, etc., que se corresponde a la heterogeneidad de públicos que compone nuestra sociedad.

En diversas publicaciones dedicadas a analizar a las personas que visitan los Centros de arte se pueden encontrar distintas palabras para referirse a ellas. Destacamos cuatro formas: público, visitantes, espectadores y usuarios. A continuación, vamos a hacer un breve análisis de cada una de ellas para identificar los matices que conlleva usar una u otra.

2.1. Público y Visitantes:

El término público para referirse a las personas que visitan los museos ha sido uno de los más utilizados por los investigadores, junto con el término visitantes (Bourdieu y Darbel, 2003; Hooper-Greenhill, 1998; Pérez, 2000). Sin embargo, como ya hemos mencionado, se ha cuestionado la existencia de un público homogéneo con características idénticas y se ha insistido en la necesidad de analizar la diversidad de públicos que conforma la sociedad (Hooper-Greenhill, 1998; Arriaga y Aguirre, 2013).

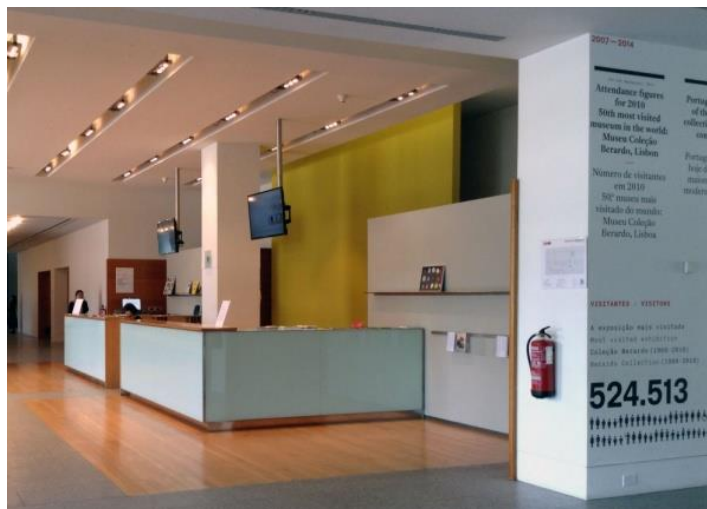


Figura 1. Vestíbulo Museo Coleção Berardo (Lisboa). Fuente: original de la autora

Actualmente, en los Centros de arte existe un empeño por cuantificar el número de visitantes que asisten a las exposiciones. Incluso se llega a medir y cuantificar el éxito de la exposición por el número de visitantes que recibe. Por poner solo un ejemplo, en el vestíbulo del Museo Berardo en Lisboa nada más entrar hay una pared con el número de visitantes que han tenido sus exposiciones. En principio, esta obsesión por medir el éxito en función de las visitas podría estar justificada debido a que si no hay visitantes el museo no tiene una justificación para seguir abierto. Sin embargo, centrar demasiado la evaluación en el factor numérico puede obviar otros factores que se deben tener en cuenta para evaluar el éxito de la exposición, como puede ser el aprendizaje crítico, la experiencia significativa o la representación de diferentes comunidades (Fontal, 2003).

Hooper-Greenhill distingue entre los términos visitantes y usuarios (Hooper-Greenhill, 1998). En su opinión, los visitantes son quienes asisten a las exposiciones con fines educativos y de ocio mientras que los usuarios de los museos son aquellos que las utilizan con fines profesionales (por ejemplo, científicos, productores de películas históricas, etc). Esta distinción no coincide con la definición que propone el artista Antoni Abad, quien adjudica al usuario un papel central en la creación de la práctica artística, como veremos más adelante (Abad, 2010). Sin embargo, Hooper-Greenhill utiliza indistintamente el término visitante y el término público. Por otro lado, entendemos que la idea de visitante tiene cierta connotación de temporalidad. La persona que acude al museo lo visita y luego se va, no permanece.

2.2. Espectadores:

Hemos elegido una escena de la película *El espíritu de la colmena* del director Víctor Erice (Figura 2) porque ilustra a la perfección la idea de espectador a la que alude Rancière (Rancière, 2010). La escena en que Ana (la niña que aparece en el fotograma) está viendo la película *Frankenstein*, no es una escena ficcionada, sino que se trata de la grabación del instante en el que Ana está viendo por primera vez la proyección de la película. Es decir, se trata de la grabación de la “verdadera” reacción de la niña. En esta secuencia de la película se aprecia la reacción de la espectadora.



Figura 2. Fotograma de la película El espíritu de la colmena de Víctor Erice.
Fuente:<http://revistatarantula.com/por-que-recomiendo-ver-el-espiritu-de-la-colmena>

Si nos fijamos en la cara de Ana (a la derecha en la imagen) podemos observar la fascinación que refleja. Al mismo tiempo, si nos fijamos en la expresión de la niña de la izquierda podemos percibir cierto asombro e incluso miedo. Es decir, en ambos casos las espectadoras expresan una reacción y podríamos afirmar que componen su propio significado de aquello que están viendo. En ese preciso instante su pensamiento está activo, está haciendo asociaciones con aquello que ya han vivido y aprendido.

Probablemente es el momento que yo he captado, como director, más esencial, más importante. Se rodó, paradójicamente, con una técnica completamente documental. Es el único plano de la película rodado con la cámara en la mano. Recuerdo que ese plano lo rodó Luis Cuadrado sentado en el suelo frente a Ana y yo le sostenía la cámara por la espalda y captó justamente el momento en que Ana descubría, puesto que la proyección era real, estaba viendo las imágenes de Frankenstein, su reacción ante la escena del encuentro entre el monstruo y la niña. Entonces es un instante irrepetible que no puede ser, yo pienso, sujeto de mise en scène (...) Pero es verdaderamente el momento de la película que más me conmueve, todavía hoy día, y que creo, sinceramente, que es lo mejor que he filmado jamás (Víctor Erice, citado en Gil, 2013, 13).

Este ejemplo nos remite a la idea de espectador emancipado que presenta Rancière, que elimina la oposición entre mirar y actuar, proponiendo que la mirada puede ser activa:

Pero, ¿no podríamos invertir los términos del problema preguntando si no es justamente la voluntad de suprimir la distancia la que crea la distancia? ¿Qué es lo que permite considerar como inactivo al espectador sentado en su asiento, si no es la radical oposición previamente aceptada entre lo activo y lo pasivo? ¿Por qué identificar mirada y pasividad, si no es por el presupuesto de que mirar quiere decir complacerse en la imagen y en la apariencia, ignorando la verdad que está detrás de la imagen y la realidad fuera del teatro? ¿Por qué asimilar escucha y pasividad, si no es por el prejuicio de que la palabra es lo contrario de la acción? Estas oposiciones –mirar/saber, apariencia/realidad, actividad/pasividad– son todo menos oposiciones lógicas entre términos bien definidos (Rancière, 2010, 18).

Al mismo tiempo, Rancière también incide en la idea de que no existe un concepto global de espectador que pueda definir al conjunto de espectadores (esta idea coincide totalmente con la cuestión que no existe un público uniforme), sino que cada espectador es único, con sus pensamientos personales y sus propias conexiones:

El poder común a los espectadores no reside en su calidad de miembros de un cuerpo colectivo o en alguna forma específica de interactividad. Es el poder que tiene cada uno o cada una de traducir a su manera lo que él o ella percibe, de ligarlo a la aventura intelectual singular que los hace semejantes a cualquier otro en la medida en que dicha aventura no se parece a ninguna otra. Ese poder común de la igualdad de las inteligencias vincula a los individuos, les hace intercambiar sus aventuras intelectuales, en la medida en que los mantiene separados los unos de los otros, igualmente capaces de utilizar el poder de todos para trazar sus propios caminos (...) En ese poder de asociar y de disociar reside precisamente la emancipación del espectador, es decir, la emancipación de cada uno de nosotros como espectador. Ser espectador no es la condición pasiva que tendríamos que transformar en actividad. Es nuestra situación normal. Aprendemos y enseñamos, actuamos y conocemos también como espectadores que ligan en todo momento lo que ven con lo que han visto y dicho, hecho y soñado (Rancière, 2010, 22).

2.3. Usuarios:

Cuando un artista realiza una obra nunca sabe cómo va a ser el comportamiento del espectador, cuál va a ser la conexión que va a hacer en su mente, cómo va a reaccionar. Una vez el artista toma la decisión de exhibir su propuesta públicamente, se expone a cualquier reacción que escapa de su control.

Una avalancha de niños había entrado en mi exposición ...y la había destruido completamente. En esta ocasión tuve la primera experiencia chocante con la idea de los públicos, pues yo intuía que mi trabajo iba destinado a un público determinado, a una audiencia selecta, que iba a apreciar no se qué virtudes en mis esculturas, y, sin embargo, descubrí la interactividad: en ese espacio podían confluír muchos públicos y su comportamiento podía ser...imprevisible (Abad, 2010, 102).

El artista Antoni Abad inició en 2001 el proyecto Z¹ que consistía en un programa informático que cada usuario que lo desease podía instalárselo en su ordenador. El programa consistía en instalar una mosca en el ordenador. Esta mosca virtual se paseaba por el ordenador de quien lo había instalado. Por tanto, el proyecto se realizaba a medida que los usuarios participaban en él:

El proyecto no podía llevarse a cabo si los usuarios -y definitivamente voy a dejar de hablar de público o audiencia para utilizar el término usuarios- no realizaban el acto de cargar esas moscas en su ordenador.... Sin los usuarios este proyecto hubiera sido imposible (Abad, 2010, 105).

A partir de 2004, Antoni Abad ha trabajado con diferentes comunidades de todo el mundo (taxistas en México DF, jóvenes en Lleida, trabajadores del sexo en Madrid, personas con movilidad reducida en Barcelona, etc.² Su práctica artística se centra en contactar con ciertos colectivos y después son ellos mismos los que llevan a cabo los proyectos. Por ejemplo, en 2014 Antoni Abad propuso a 17 taxistas de México DF participar en un proyecto que consistía en darles teléfonos móviles con el objetivo de que grabasen su actividad diaria y publicasen posteriormente estos contenidos en la web del proyecto³. La finalidad de este proyecto era que el colectivo de taxistas de DF, que estaba claramente estigmatizado en los medios de comunicación mayoritarios, pudiese

¹ <https://zexe.net>

² <https://megafone.net/site/index>

³ <https://megafone.net/mexicodf/about>

dar a conocer al resto de la población su punto de vista y de este modo aportar otra visión diferente contada por ellos mismos.



Figura 3. Taxistas participantes en el proyecto de Antoni Abad Sitio Taxi México DF 2004

Fuente: <https://megafone.net/mexicodf/about>

Cuando presentamos el proyecto (se refiere al proyecto con los taxistas en México DF⁴) en el Centro Cultural de España los taxistas preguntaron: ¿Pero nosotros podemos entrar aquí? Fue muy curioso porque ese es un centro abierto a toda la ciudadanía, pero ellos creían que en ciertos lugares no podían entrar (Abad, 2010, 108).

A través de esta breve descripción del trabajo de Antoni Abad se evidencia claramente las connotaciones del concepto usuario. En realidad, se trata de un ejemplo entre muchos. Hay más artistas que trabajan con diferentes comunidades con una filosofía similar, como Rogelio López-Cuenca⁵, Pep Dardanyà⁶, etc. En estos casos, el público es un agente totalmente activo, es el propio creador de los contenidos de la práctica artística concreta. Digamos que el papel del artista sería como motor inicial, el que propone la idea inicial, pero llegado a un momento los propios usuarios (en el caso que hemos citado, el colectivo de taxistas) podrían prescindir completamente del artista y pasar a ser personas autónomas en la creación.

3. ¿QUIÉN SE SIENTE REPRESENTADO Y QUIÉN NO?

El binomio museo-público se articula a través de factores tales como las relaciones de poder que operan en cuestiones de visibilidad, representación e interacción (Amengual, 2015, 25).

¿Cómo se ha construido la historia? ¿quién ha construido la historia? ¿quién está representado en la historia? Por analogía, estas preguntas pueden trasladarse al caso de la historia del arte, que en la mayoría de casos ha servido para ilustrar esos relatos. Si la historia del arte ha sido elaborada por sacerdotes egipcios, cónsules romanos, la iglesia medieval, la nobleza renacentista, las monarquías absolutas o las burguesías ascendentes, como apunta Aurora León, y entendiendo que esas diferentes partes de la población representarían en cada época no más de un 1%, existe a lo largo de la historia de la humanidad una amplia parte de la población que no está representada en la historia del arte oficialmente construida (León, 1986).

⁴ <https://megafone.net/mexicodf/about>

⁵ <http://www.lopezcuenca.com/>

⁶ <http://www.pepdardanya.com/?p=372>

En Sudáfrica los profesionales de los museos están enfrentándose al hecho de que los objetos que provienen de grupos de raza blanca se encuentran en los museos de historia, mientras que los que provienen de grupos de personas de raza negra u otras razas se encuentran en museos de historia natural (Hall, 1992 citado en Hooper-Greenhill, 1998, 39).

En un estudio sobre los visitantes de los museos, Trevelyan, interesado también en aquellos que no los visitaban, preguntaba a un afrocaribeño por qué no visitaba los museos y éste contestó: “Se te quitarían las ganas si todos los museos a los que entraras no tuvieran nada que ver contigo” (Trevelyan, 1991 citado en Hooper-Greenhill 1998, 38). Esta respuesta es muy reveladora puesto que indica que existe una gran parte de la sociedad que no se siente representada en los museos y por tanto no les interesa acudir a ellos.

los primeros estudios de públicos realizados en museos mostraron que sólo una pequeña parte de la sociedad acudía a ellos y que los visitantes pertenecían generalmente al mismo estrato social y a la misma raza. En su estudio de 1969 Pierre Bourdieu y Alain Darbel, entrevistaron a cientos de visitantes de museo y documentaron cómo los museos de arte ofrecían a algunos grupos sociales una sensación de pertenencia mientras hacen a otros sentirse excluidos e inferiores. Más adelante, Carol Duncan afirmará que los grupos que tienen una sensación de pertenencia son aquellos cuyas identidades sociales, sexuales, raciales, son confirmadas por el museo: aquellos que entienden mejor cómo usar el arte en el ámbito del museo son también aquéllos a los que el ritual del museo confiere una mayor y mejor identidad (Arriaga, 2011, 16).

Sin embargo, a partir de la crisis de la modernidad, en el ámbito artístico empiezan a cuestionarse este tipo de construcciones y representaciones de la historia. Así pues, en la práctica artística contemporánea muchos artistas y colectivos de artistas empiezan a trabajar a partir de este cuestionamiento y ponen en tela de juicio las representaciones existentes en función de identidades sociales, sexuales o raciales determinadas. Para ilustrar este hecho, a continuación, vamos a citar tres proyectos que nos resultan significativos: las acciones del colectivo Guerrilla Girls, Subtextos (2009) del colectivo Democracia y Turkish Jokes (1994) de Jens Haaning

3.1. Guerrilla Girls:

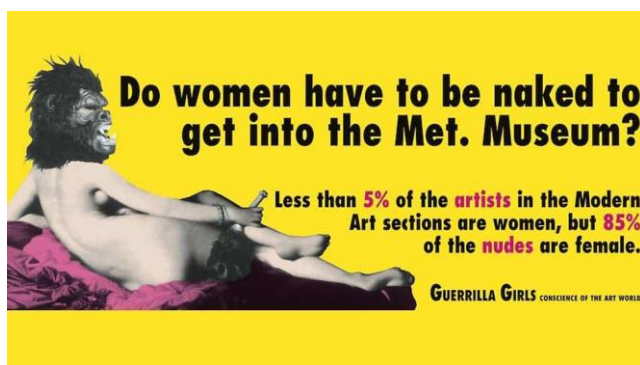


Figura 4. Do women have to be naked to get into the Met. Museum? Guerrilla Girls. Fuente: <http://www.guerrillagirls.com/#open>

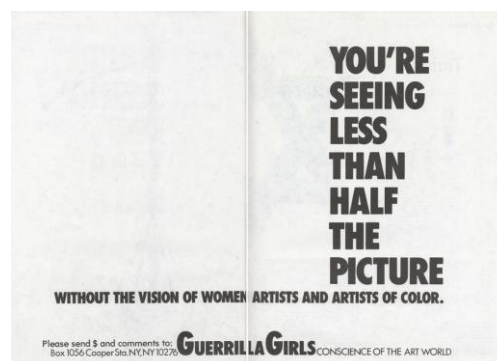


Figura 5. You are seeing less than half the picture without the vision of women artists and artists of colour Guerrilla Girls. Fuente: <http://www.guerrillagirls.com/#open>

El colectivo artístico feminista Guerrilla Girls se fundó en 1985 en Nueva York⁷. El objetivo principal de Guerrilla Girls ha sido poner en evidencia la desigualdad de las mujeres artistas en el mundo del arte (coleccionistas, museos, galerías, etc.). Las acciones que han llevado a cabo han sido muy numerosas y todavía siguen en activo. En este artículo queremos destacar su denuncia hacia los museos en relación a la escasa representación de las mujeres artistas en sus colecciones y exposiciones.

En 2015 se realizó una retrospectiva del trabajo de las Guerrilla Girls en Matadero Centro de Creación Contemporánea de Madrid en la que se podían ver las acciones que habían hecho desde 1985 (Matadero Centro de Creación Contemporánea, 2015).

3.2. Democracia: Subtextos (see english below)⁸

En 2009 el colectivo Democracia realizó una intervención en el espacio público en Cartagena, dirigida a una parte de la población muy específica. Los textos estaban escritos en árabe, por tanto, solo podían ser entendidos por la comunidad que hablaba y entendía el árabe. Concretamente, en Cartagena habita una gran comunidad de origen marroquí:

Partimos de un contexto específico como es la ciudad de Cartagena, planteamos una intervención de carácter público dirigido a una comunidad específica que como la marroquí forma parte de la ciudad de Cartagena. La estrategia consiste en insertar mensajes escritos en árabe en los canales de comunicación publicitaria de la ciudad (vallas publicitarias, marquesinas, mupis). Estos mensajes servirán para visibilizar la heterogeneidad propia de la sociedad civil, si por un lado el idioma utilizado solo será legible para la propia comunidad marroquí, el resto de la ciudadanía tendrá presente la existencia de este grupo en el seno de la vida social con sus particularidades culturales.⁹



Figura 6. Arriba los de abajo. Democracia 2009. Fuente: www.democracia.com.es/proyectos/subtextos.



Figura 7. La esclavitud crece sin medida cuando se le da apariencia de libertad. Democracia, 2009. Fuente: www.democracia.com.es/proyectos/subtextos

⁷ Para una aproximación a la práctica artística de Guerrilla Girls, recomendamos el documental emitido en el programa Metrópolis de Radio Televisión Española: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/metropolis/metropolis-guerrilla-girls/3057518/>

⁸ <http://www.democracia.com.es>

⁹ <http://www.democracia.com.es/proyectos/subtextos>

Esta intervención artística del equipo de trabajo (como ellos mismos se autodefinen en su página web) Democracia ilustra a la perfección la idea de que la exposición de cualquier obra tiene explícita o implícitamente un público al cual se dirige. En este caso se evidencia que la intervención va dirigida a la comunidad marroquí en Cartagena, comunidad que principalmente se dedica a las tareas agrícolas y en muchos casos reciben salarios bajos. Los mensajes escritos en las vallas publicitarias únicamente las pueden entender aquellos que sepan árabe y excluye a toda la población que no lo entiende.

3.3. Jens Haaning. Turkish Jokes 1994:



Figura 8. Turkish Jokes, Jens Haaning, 1994. Fuente: www.apglobal.org/en/Artwork/5012/Turkish-Jokes/Jens-Haaning

En la intervención artística Turkish Jokes de Jens Haaning (Haaning, 2003), el artista propuso grabar chistes en turco para posteriormente ponerlos en un altavoz en un barrio de Oslo donde habita una amplia comunidad de población procedente de Turquía. Al igual que la intervención de Democracia (antes mencionada, Subtextos), la acción va dirigida a un público muy específico. Al igual que el colectivo Democracia, Jens Haaning también realizó un análisis previo del lugar donde iban a realizar sus intervenciones con la finalidad de conocer a la población que habita el lugar en el que realiza su propuesta.

Cuando Jens Haaning difunde por altoparlante historias chistosas en turco en una plaza de Copenhague produce en el momento una micro-comunidad -los inmigrantes se unen en una risa colectiva que invierte su situación de exiliados- que se forma en relación con la obra y en ella misma. La exposición es un lugar privilegiado donde se instalan estas colectividades instantáneas, regidas por diferentes principios: grado de participación exigido al espectador por el artista, naturaleza de la obra, los modelos de lo social propuestos o representados. Una exposición genera un dominio de intercambio propio, que debe ser juzgado con criterios estéticos, o sea analizando la coherencia de la forma y luego el valor simbólico del mundo que nos propone, de la imagen de las relaciones humanas que refleja (Bourriaud, 2008, 17).

4. CONCLUSIONES

Analizados estos ejemplos de prácticas artísticas que cuestionan a quién va dirigido el arte contemporáneo y a quién representa, cabe preguntarse sobre el papel de los museos al respecto. Si quieren dirigirse a gran parte de la población, entendiendo que abierto al público se dirige a la totalidad de la población, deberá programar exposiciones y políticas educativas que abarquen un amplio abanico de referencias culturales, sexuales, sociales e identitarias.

5. REFERENCIAS

Abad, A. (2010). Cuando los públicos son los protagonistas. En: Silvestre, R (coord.) *Arte contemporáneo y público. ¿Una relación imposible?* Págs. 101-110. Universitat de València.

Amengual, I. (2015). *A ras del suelo. La educación en museos como encrucijada de discursos, pedagogías, experiencias compartidas y mucho más.* Gijón: Trea.

Arriaga, A. (2011). Desarrollo del rol educativo del museo: narrativas y tendencias educativas. *Revista Digital do LAV*, 7(4), 1-23. <https://periodicos.ufsm.br/revislav/article/viewFile/3070/2156>

Arriaga, A y Aguirre, I. (2013). The role of the learner in the construction of meaning at Tate Britain. *Arte, Individuo y Sociedad*, 25(2), 203-217. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ARIS.2013.v25.n2.42077

Aznar, Y. y Martínez, P. (eds.) (2012). *Arte Actual. Lecturas para un espectador inquieto.* Móstoles: CA2M.

Aznárez, P. (2018). *La necesidad de educar en artes visuales.* *Arte y movimiento*, 18, 17-41. <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/artymov/article/view/3914>

Bourriaud, N. (2008). *Estética relacional.* Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Bourdieu, P y Darbel, A. (2003). *El amor al arte. Los museos europeos y su público.* Barcelona: Paidós.

Eco, U. (1985). *Obra abierta.* Barcelona: Planeta-Agostini.

Fontal, O. (2003). *La educación patrimonial: teoría y práctica para el aula, el museo e internet.* Gijón: Trea.

Gil, I. (2013). *La grieta documental en el espíritu de la colmena; Análisis de instantes de no-ficción según los indicadores de Victor Erice.* (Tesina Departamento de Comunicación). Barcelona: Universitat Pompeu-Fabra.

Haaning, J. (2003). *Hello, my name is Jens Haaning.* Copenhagen: Les presses du reel. Disponible en: http://www.jenshaaning.com/HAANING_HI-RES.pdf

Hooper-Greenhill, E. (1998). *Los museos y sus visitantes.* Gijón: Trea.

ICOM. (2007). *Estatutos.* Texto aprobado el 24 de agosto de 2007 en Viena (Austria).

Lambert, M. (2009) *Relacionalidades, diferentes e demais desafios: Museus de Arte Contemporânea em Portugal e no Brasil. III Jornadas de Museologia; Museu da Chapelaria; S. João da Madeira / Museu da Chapelaria.*

León, A. (1986). *El museo. Teoría, praxis y utopía*. Madrid: Cátedra.

Matadero Centro de Creación Contemporánea. (2015). *Guerrilla Girls 1985-2015* (Guía de la exposición celebrada en Madrid, Matadero Centro de Creación Contemporánea, del 30-1-2016 al 26-4-2016) Madrid: Matadero. <http://www.mataderomadrid.org/ficha/4093/guerrilla-girls.html>

Padró, C. (ed.) (2011). *El aprendizaje de lo inesperado*. Madrid: Catarata.

Pérez, E. (2000). *Estudio de visitantes en museos*. Gijón: Trea.

Preciado, B. (2008). Museo, Basura Urbana y Pornografía. *Zehar: revista de Arteleku-ko aldizkaria*, 64, 38-67. http://2003.arteleku.net/arteleku/publications/publishing/zehar/64-border-bodies/at_download/file

Rancière, J. (2010). *El espectador emancipado*. Buenos Aires: Bordes/Manatial.

Sánchez-Pérez, M^a L y Garrido-Román, M. (2017). Copias de copias: La apropiación de la apropiación en el Arte Contemporáneo. *Observar*, 11(2), 203-217.

