

REVISTA DE ANTROPOLOGÍA VISUAL

Número 32 - Santiago, 2024 - 1/15 pp.- ISSN 2452-5189



La mirada entra al museo. Consideraciones desde la antropología visual

Verónica Polanco Connell¹

RESUMEN: En este trabajo, se propone una descripción y análisis de elementos involucrados en la experiencia de observar imágenes artísticas, situando dicha experiencia en el museo de arte. Se reconoce al museo como una institución de la modernidad en necesidad de evolución y se propone incluir en el análisis de la experiencia de observación los aportes de dos conceptos relevantes en antropología visual: zona de contacto de Mary Louise Pratt y economía visual de Deborah Poole. Para ilustrar la articulación de dichos conceptos, se presenta como un caso una experiencia de observación en el Museo Nacional del Prado.

PALABRAS CLAVE: museo, observación, imagen artística, antropología visual.

The gaze enters the museum. Considerations from visual anthropology

ABSTRACT: In this work is proposed a description and analysis of the elements involved in the experience of observing artistic images, setting the experience within an art museum. The museum is recognized as an institution of Modernity in need of evolution, and it proposes to include in the analysis of the observation experience the contributions of two relevant concepts in visual anthropology: contact zone by Mary Louise Pratt and visual economy by Deborah Poole. To illustrate the articulation of these concepts, an observation experience at the Museo Nacional del Prado is presented as a case.

KEYWORDS: museum, observation, artistic image, visual anthropology.

¹ Psicóloga, Pontificia Universidad Católica de Chile. Tesista Magíster en Estudios de la Imagen, Universidad Alberto Hurtado. ORCID: 0009-0006-5801-9806. E-mail: vpolanco@uahurtado.cl

Introducción

Una de las instituciones sociales y culturales claves que se originan en la modernidad es el museo, el cual es uno de los principales lugares a los cuales acudimos si de observar obras de arte se trata. Muchos de ellos suelen ser atracciones turísticas de interés en grandes centros urbanos y también en localidades más pequeñas. Además de los museos de arte, existen también museos históricos, de artes decorativas, de ciencias naturales, sitios de memoria, entre otras clasificaciones (Pain y Ambrose, 2022).

El museo es un espacio vivo en el que ocurren diversos tipos de intercambios entre las obras disponibles en ellos y sus espectadores, y la experiencia de observación de imágenes artísticas que tiene lugar en él ha sido abordada desde distintos enfoques teóricos: historia del arte, museología, estudios mediales, estudios sobre el ocio, sociología, por mencionar algunos. Lo que es posible de ser observado al interior de un museo de arte son objetos visuales que han sido desarrollados en distintas épocas y que dan cuenta de ideologías, temas e intereses propios de aquellas. Los observadores del hoy nos enfrentamos a dichos objetos visuales también desde nuestras propias ideologías, temas e intereses; llegamos a esos objetos con un amplio conjunto de experiencias previas que influyen en nuestra mirada y en nuestra interacción con ellos. Además, como plantea John Berger (1981), las imágenes son productos de condiciones y contextos sociales y culturales, y la experiencia de mirar debiera hacerse desde una lectura multidimensional. Y es que, aun siendo una experiencia personal, no es ajena a los contextos en los cuales ocurre.

Teniendo en cuenta estas consideraciones generales, el presente artículo analiza elementos involucrados en la experiencia de observar obras de arte, y sitúa dicha experiencia en el museo de arte. Luego, comenta características, funciones y condiciones del museo que inciden en las posibilidades de encuentro entre los visitantes con las obras que se exponen en ellos.

Con el propósito de profundizar en la comprensión de este fenómeno, a saber, la observación de imágenes artísticas en espacios museales, es que se propondrán posibles aportes que se podrían derivar de dos nociones teóricas relevantes en la antropología. Una de ellas corresponde a la propuesta elaborada por Mary Louise Pratt sobre las “zonas de contacto” y se plantea si es que el museo como institución moderna podría haber constituido una zona de encuentro con las características que propone la autora. Si se considera que, por lo general, al menos en el caso de los museos de arte más tradicionales, los espectadores nos vemos ante imágenes creadas y pensadas en otras tradiciones y épocas culturales, los museos mismos podrían haberse constituido en zonas de entrecruzamiento, interrelación y producción mutua. La segunda noción a incluir en el análisis es la de economía visual desarrollada por Deborah Poole, de la cual se podrían derivar herramientas para describir y explicar la observación anteriormente aludida. En este caso, la propuesta es considerar a la observación como un eje de dicho sistema de economía visual, acentuando que la observación tiene lugar en contextos social y culturalmente determinados.

La experiencia de un individuo en particular frente a una obra en particular es ciertamente de carácter personal y subjetivo, sin embargo se reconoce que esta experiencia no ocurre de manera aislada ni desconectada de la cultura y la sociedad, por lo que se considera importante que el análisis incluya categorías conceptuales más amplias.

La revisión de las nociones mencionadas se complementará con la presentación de una experiencia de observación en un espacio museal, que forma parte de una investigación en curso².

² El presente artículo da cuenta de parte de la investigación que se está desarrollando actualmente para optar al grado de Magister en Estudios de la Imagen, de la Universidad Alberto Hurtado.

La experiencia de observar obras de arte

La observación y contemplación de una obra de arte constituye un evento de activación de diversos procesos cognitivos y emocionales. Cuando observamos una imagen artística la mente conecta información, construye sentidos y significados y se catalizan procesos internos complejos; da lugar a la interpretación, al ejercicio de la imaginación, y posibilita vínculos con frecuencia inesperados entre distintos temas y conocimientos. Nuestro cuerpo participa también y puede verse afectado por la obra; cuando la obra es de amplias dimensiones o es, por ejemplo, una escultura o una instalación, nuestro cuerpo es requerido para la observación y nos trasladamos físicamente, nos movemos y rodeamos el objeto para poder verlo mejor. Adicionalmente, los procesos internos (como la atención, la percepción) se intensifican cuando el tiempo dedicado a dicha observación es extendido y se da lo que algunos investigadores, del ámbito de la neuropsicología, denominan *slow looking*, o mirar pausado (Chamberlain, 2021; 2023).

Además, observar y contemplar una obra de arte puede ser tanto una reflexión sobre el arte propiamente tal, por ejemplo, qué vemos representado en ella, qué efectos nos provocan los colores utilizados, cómo consideramos que se utiliza la luz en la obra; a propósito del arte, tal como, si consideramos que la obra que observamos es arte o no, si le asignamos valor; o a propósito de otros temas que sean convocados por lo que propone la obra. Al decir de John Dewey (2005), el arte constituye un modo de experiencia humana, y puede gatillar distintos tipos de vivencias en las personas. Como plantea por su parte Elliot Eisner (2004), las artes nos ayudan a aprender a observar el mundo y nos ofrecen una manera de conocer.

Desde el ámbito de los estudios de la imagen, Gottfried Boehm plantea que "...la 'imagen' no es simplemente un nuevo tema, sino que implica más bien otro tipo de pensamiento, un pensamiento que se muestre capaz de clarificar y aprovechar las posibilidades cognitivas que hay en las representaciones no verbales, que durante tanto tiempo han sido subvaloradas" (Boehm, 2011, p. 58). Por lo tanto observar es un proceso con connotaciones cognitivas, emocionales y de generación de conocimiento.

Lo que aparece en las imágenes artísticas se manifiesta como una vivencia especial, vivencia que, a partir de la emergencia de la modernidad, fue denominada experiencia estética por Alexander Baumgarten (Potestá, 2019, p. 93). Además, la imagen es un acto, un actuar; cuando estamos ante una imagen no sólo vemos la suma de los elementos que la constituyen, sino que un campo de fuerzas e intensidades. Por su parte, Hans-Georg Gadamer planteaba que

toda obra de arte posee una suerte de tiempo propio que nos impone por así decirlo. Esto no sólo es válido para las artes transitorias como la música, la danza o el lenguaje. Si dirigimos nuestra mirada a las artes estatuarias, recordaremos que también construimos y leemos las imágenes, o que "recorremos" y caminamos por edificios arquitectónicos. Todo eso son procesos de tiempo (1991, p. 51).

El historiador del arte David Freedberg plantea que "el arte otorga vida, excita el deseo y proporciona placer. El arte se convierte, de una forma mística y un tanto absurda, en 'motor de vida'" (1992, p. 382). Las imágenes provocan en nosotros incluso aquellas respuestas que no deseamos, que rehuimos, son una realidad cognoscitiva, y también un escenario para la intuición. En ello reside parte del poder de las imágenes y a ello se asocian también las posibilidades para la experiencia que se abren y despliegan en espacios construidos para la exhibición de las imágenes, como son los museos.

Desde la perspectiva de Deborah Poole, respecto de la situación del observador ante la imagen, la autora señala que

el ver y el representar son actos "materiales" en la medida en que constituyen medios de intervenir en el mundo. No "vemos" simplemente lo que está allí, ante nosotros. Más bien, las formas

específicos como vemos – y representamos – el mundo determina cómo es que actuamos frente a éste y, al hacerlo, creamos lo que ese mundo es (2000, p. 15).

Como puede desprenderse de gran parte de lo planteado, por lo general cuando hacemos alusión a la experiencia de observación de una imagen, solemos pensar en un encuentro uno a uno, un encuentro individual con la obra. Pero en muchas ocasiones, esos encuentros tienen lugar en espacios concebidos como escenarios sociales y públicos, como son los museos. Entonces, para dar una mejor cuenta de dicha experiencia es también importante poner atención a los contextos sociales y culturales en los que se da la observación, así como a mecanismos de producción y circulación de imágenes, que son en efecto influidos por la sociedad y la cultura, y que contribuyen a una mejor comprensión de lo que inicialmente es una situación en que intervienen un sujeto que observa y un objeto que es observado.

El museo: un espacio para la observación

Desde su creación en la época moderna, los espacios museales han sido objeto de estudio, de discusión y de reflexión, en diversas disciplinas, como la historia, la sociología, la historia del arte, la estética, entre otras.

Si atendemos a su historia, la instalación del museo se sitúa desde finales del siglo XVIII hasta principios del siglo XIX, época que coincide con la Ilustración europea y los inicios de la modernidad occidental. A partir de dicha instalación, se asociaron a este lugar una serie de funciones, fundamentalmente de regulación social (Bennett, 1995), el museo proponía una cierta forma de comportarse y proponía también una determinada manera de comprender el mundo. Se esperaba que los espacios museales estuvieran destinados a la población amplia, y que además contribuyeran al incremento de la cultura, el conocimiento y la educación del pueblo.

Ernst Gombrich (1981), historiador del arte clave durante del siglo XX, propone tres figuras que dan cuenta de cómo es concebido o simbolizado el espacio museal, a saber, el museo como un tesoro o espacio para las colecciones privadas, que buscan asombrar a través de lo curioso y lo inesperado, el museo como un santuario en que se custodian objetos de significación religiosa, y el museo como un depósito que custodia objetos y genera formas de presentarlos al público. El museo es, entonces, un espacio público, que se espera cumpla roles pedagógicos respecto de su audiencia y que sea, también, un lugar para la comunidad, para los encuentros colectivos.

De acuerdo con Tony Bennett (1995), los proyectos museales suponen un público homogéneo, constituidos por ciudadanos libres e iguales, sin embargo, el público que lo visita pertenece a distintas clases sociales. Una consideración que podríamos derivar de lo anterior es que es la masa, popular y con menor acceso a la educación formal, la que se espera sea educada por el museo, y es la élite como grupo la que está inicialmente en mejores condiciones para apreciar el arte expuesto y quien además decide qué es lo que amerita estar disponible para la exhibición. Sin embargo, a pesar de la persistencia de desigualdades sociales y educativas, el público que accede actualmente a los museos es uno que está cada vez más informado, que tiene necesidades y requerimientos de saber y que espera poder resolver al acudir al espacio museal (Black, 2012). Lo anterior no se contrapone con el hecho de los museos tienen aún un importante trabajo por hacer en términos de ser lugares accesibles y en que todos los visitantes se sientan bienvenidos y que lo que está ahí expuesto está disponible para ellos (op cit).

Otra categoría que se ha planteado para abordar los museos y lo que ocurre en ellos es la de rituales o, en palabras de la historiadora del arte Carol Duncan, rituales de civilización. Ella concibe a los espacios museísticos como entidades complejas, que no son meros lugares poseedores de objetos o repositorios de obras, sino que son espacios en los que tienen lugar acciones, comportamientos, rituales. Los rituales implican, por una parte, que hay formas de conducta, de comportamiento que los espectadores asumen en estos espacios y, por otra, que

los espectadores llegan al museo con expectativas de diversa índole, que guiarán su aproximación a las obras (Duncan, 2007). Además, la autora incluye en su análisis otro concepto que es tomado desde la antropología, la noción de liminalidad. Este concepto refiere a que el museo delimita un espacio-tiempo singular, que es distinto de lo cotidiano, y que funciona de acuerdo a sus propias reglas y habilita al sujeto para otro tipo de experiencias. Lo que ocurre en estas experiencias es una transformación del individuo, aunque sea pasajera.

Estas descripciones y conceptualizaciones del museo como templo, como santuario, y que daban cuenta de una fascinación por la historia propia de la sociedad burguesa moderna, que atribuía al museo un aura sagrada, han ido disminuyendo a medida que la modernidad empezó a ver resquebrajarse muchos de sus principios (Belting, 2011). Además, el objeto que es por excelencia exhibido en el museo, a saber, la obra de arte, ve también en cuestión su propia aura producto de las posibilidades de reproducción y circulación que se abren con la emergencia de técnicas y nuevos soportes para la imagen, como ocurrió en su momento con la fotografía (Benjamin, 2011). Es importante señalar que los cambios señalados por Benjamin se dan en un contexto de un museo moderno que es joven aún y en que las tensiones de la modernidad no han llegado aún al punto señalado por Hans Belting; no obstante, sí es posible dar cuenta de un cambio en el status de la obra dadas sus amplias posibilidades de circulación en la actualidad.

Ya entrado el siglo XXI, Andreas Huyssen (2005), propone otros ejes de análisis, señalando que

el museo parece también satisfacer, en las condiciones modernas, una necesidad vital de raíces antropológicas; permite a los modernos negociar y articular una relación con el pasado que es también, siempre, una relación con lo transitorio y con la muerte, la nuestra incluida (2001, p. 46).

Por su parte, el psicoanalista británico Darian Leader afirma que “la pérdida produce deseo, la añoranza por reencontrar algo que creemos que alguna vez poseímos. El arte proporciona un espacio especial dentro de la civilización para simbolizar y elaborar esta búsqueda” (2002, p. 84). Así, el museo se constituye en un lugar privilegiado al cual podríamos acudir para trabajar en dicha simbolización y elaboración.

Las búsquedas a las que alude Leader muchas veces son procesos profundamente íntimos, pero en tanto los museos son espacios públicos abiertos a las comunidades, lo que ocurre frente a una obra puede ser también un proceso social y colectivo. Al museo acuden personas, individuos que sienten y se comportan de maneras particulares y disímiles, pero que encuentran en dicho espacio un lugar y una posibilidad de situarse frente a su propia vida, ya sea para conocerla, reconocerla o, por qué no, olvidarla o reemplazarla aunque sea momentáneamente por otras experiencias. Y también acuden a él grupos sociales, colectivos de diversa índole, que van a un espacio que fue pensando a su vez por un determinado grupo social. Como plantea Carol Duncan (2007), “los museos de arte son entidades complejas en las que tanto el arte que muestran como la arquitectura que los define forman un conjunto de rango superior” (p. XII). En suma, el museo es una institución social y además un espacio de encuentro entre el arte y los espectadores (Shiner, 2004).

Observar en el museo desde la antropología visual

En su análisis del museo como una institución moderna situada en la contemporaneidad, Andreas Huyssen (2005) plantea la instalación del fenómeno de la museización. Con este concepto el autor expone que en la experiencia y cultura cotidianas se ha instalado una sensibilidad museística, que ha generado restauraciones de antiguos centros urbanos, la proliferación de modas retro y diversos tipos de estrategias que apuntan al registro, a la memoria, a la conservación de un pasado, en un contexto actual en que el presente ve resquebrajadas sus certezas.

Como antecedente a este fenómeno, se plantea que el museo moderno ha sido atacado por quienes ven en él un síntoma de cosificación cultural, sin embargo, no se puede pensar la modernidad sin la institución del museo. Ahora bien, es efectivo que en la actualidad el museo ya no corresponde al espacio tradicional de siglos anteriores, de hecho, ante este fenómeno de la museización, Huysen afirma que “el museo ya no se puede describir como una institución única de fronteras estables y bien marcadas” (2001, 43).

Lo cierto es que por más de un siglo, el museo tuvo un rol clave como organizador del conocimiento, de un conocimiento anclado en la racionalidad y en la búsqueda de la verdad. Se le asignó además una función pedagógica, en tanto se esperaba que contribuyese a la formación de los individuos y de las sociedades. A esta función pedagógica, cabe sumar el ser un espacio en que se asombra al espectador a través de tesoros valiosos que conforman las colecciones, ser un lugar que es objeto de peregrinaje turístico, y ser además un depósito, un depósito de saber, de conocimiento (Gombrich, 1981).

Cuando pensamos en la institución museal como un lugar para la regulación y educación de la conducta, del comportamiento y del conocimiento, se abre la posibilidad de conectarlo con la noción de zona de contacto propuesta por Mary Louise Pratt.

El museo como una zona de contacto

El contexto en el cual se sitúa la propuesta conceptual de Mary Louise Pratt corresponde al análisis de los procesos de descolonización, teniendo entre sus propósitos la realización de esfuerzos por descolonizar el conocimiento, la historia y las relaciones humanas. En su obra *Ojos imperiales* hace una revisión en profundidad de la literatura europea de viajes y exploración, la cual es analizada en relación con la expansión económica y política que se inició alrededor de 1750.

Pratt señala que “los libros de viajes les dieron a los públicos lectores europeos un sentido de propiedad, derecho y familiaridad respecto de las remotas partes del mundo en las que se invertía y que estaban siendo exploradas, invadidas y colonizadas” (2010, p. 24). La noción de zona de contacto es planteada por la autora como un mecanismo para explicar los procesos que se dan en el marco de la literatura de viaje que construye una imagen del sujeto imperial.

En palabras de Pratt, las zonas de contacto son “espacios sociales donde culturas dispares se encuentran, chocan y se enfrentan, a menudo dentro de relaciones altamente asimétricas de dominación y subordinación, tales como el colonialismo, la esclavitud, o sus consecuencias como se viven en el mundo de hoy” (Pratt, 2010, p. 31). Agrega además que la zona de contacto es un “espacio de los encuentros coloniales, el espacio en el que personas separadas geográfica e históricamente entran en contacto entre sí y entablan relaciones duraderas, que por lo general implican condiciones de coerción, radical inequidad e intolerable conflicto” (p. 33).

Esta definición podría contribuir a la descripción y explicación del encuentro entre individuo y obra que tiene lugar en una institución museal. Si bien dicho encuentro no da cuenta, necesariamente, de una relación de coerción, sí podría pensarse que en el museo moderno, con una determinada misión pedagógica y de regulación de la conducta (Bennet, 1995), el sujeto que acude a este espacio se estaría encontrando en una posición desigual. Cuando se considera, por otra parte, que el museo es la posibilidad para la gente común de ir al encuentro de la alta cultura, también se están estableciendo posicionamientos no equivalentes en tanto el museo y quienes trabajan en él son quienes deciden qué es lo que estará disponible para el encuentro, para la mirada del observador. Ahora bien, siguiendo a Pratt cuando señala que “una perspectiva “de contacto” destaca que los individuos que están en esa situación se constituyen en y a través de su relación mutua” (2010, p. 34) reconocemos que los museos requieren también de dichos visitantes para mantener su vigencia y seguir erigiéndose como instituciones valoradas por la sociedad (Black, 2012). Como propone la académica australiana Laurajane Smith (2020),

museums and heritage sites do not have social impact without their audiences; there is an interrelationship between the work that museums and heritage sites do in constructing and telling stories and histories and how they are then understood and used by visitors” [los museos y sitios patrimoniales no tienen impacto social sin sus audiencias; hay una interrelación entre el trabajo que los museos y sitios patrimoniales hacen en construir y contar historias y relatos y cómo estos son comprendidos y utilizados por los visitantes] (p. 3).

Un fenómeno que se deriva de la zona de contacto corresponde a la transculturación, referida a cómo los colectivos subyugados en la relación desigual que se da en ella, si bien no pueden controlar lo que es introducido por la cultura dominante, sí tienen un rango de control de lo que absorben, de su uso y de la significación que otorgan a ellos (Pratt, 2010). Lo que se exhibe en un museo no ha sido seleccionado al azar; hubo decisiones, hubo una labor de curaduría, la cual puede más o menos influir en cómo dicha exhibición es recibida por los observadores. Sin embargo, ante la obra los observadores son individuos autónomos y que establecerán relaciones particulares y específicas con la imagen. Ese ejercicio de la curaduría puede ser pensado como un escenario en que hay un otro que selecciona aquello que estará disponible para la mirada (Bhaskar, 2017).

El riesgo latente de la mantención del museo como una zona de contacto, es que éste se erija como el único emisor de signos y significados, y que sea quien señale aquello que debe ser visto y cómo debe ser visto. Para que esto no ocurra, será fundamental que el museo incorpore lo que es denominado por Andrés Szantó una permanente necesidad de reinventarse (2022), y podría plantearse que estos pasos ya se están dando. A partir de las entrevistas que el autor realiza a directores de varios museos del mundo, durante la pandemia de COVID-19, recoge visiones sobre el rol de la institución como las siguientes:

como “lugar de encuentro”, como ágora para “cierto tipo de experiencia comunitaria”, un “santuario para el idealismo” y un “lugar de conversación” donde “se da voz a las opiniones” y donde el arte puede ser un “catalizador” para “despertar la conciencia, promover el pensamiento crítico y empoderar a las comunidades” (Szantó, 2022, p.29.)

Estas miradas dan cuenta de una institución que ya no se puede mantener en lógicas decimonónicas, si desea seguir teniendo vigencia en un mundo contemporáneo saturado de estímulos, de diversa cualidad y origen, incluidos los estímulos visuales. Esto se vería además habilitado por lo que Huyssen denomina la naturaleza dialéctica del museo, en tanto éste “sirve a la vez como cámara sepulcral del pasado -con todo lo que eso implica de deterioro, erosión, olvido- y como sede de posibles resurrecciones, bien que mediatizadas y contaminadas, a los ojos del contemplador” (2001, p. 45). Un aspecto que destaca en la propuesta del autor es precisamente el hecho de que da un espacio y una consideración al contemplador, al espectador, al visitante del museo, y alerta a no caer en una mirada despectiva del público.

La posibilidad de esta mirada despectiva se conecta con la museofobia propia de las vanguardias de la primera mitad del siglo XX, fobia que se ve finalmente concretizada toda vez que las vanguardias tendrán luego su propio lugar en la institución que tanto criticaron (Campàs y González Rueda, 2009). Y es que, como afirma Huyssen, en el mundo moderno nada escapa a la lógica de la museización. Lo interesante de esta paradoja de las vanguardias, criticar al museo y luego terminar dentro de él, es que posiblemente haya sido el mismo desdibujamiento que ellas hicieron de las líneas divisorias entre el arte y la vida, entre la alta cultura y la baja cultura, el que contribuyera a la apertura de los museos, a la caída de los muros.

Es posible constatar que el museo ha vivido una progresión de ser un espacio elitista, sólo accesible para algunos, para los más conocedores y mejor formados, a ser un espacio más cercano al mundo del espectáculo, accesible a las masas. Se ha ido convirtiendo en un espacio más democrático y, por cierto, más masificado, y quienes se apeguen a concepciones más

tradicionales y conservadoras de lo que debiera ser un espacio museístico sin duda se opondrán a dicha expansión y masificación. Esto no ha impedido la persistencia de miradas más conservadoras y que proponen que el museo debiera preservarse como ese espacio para la comunión sublime con el gran arte (Casas Pessino, 2024).

Retomando lo señalado por Huyssen, respecto de la necesidad de raíces que el museo estaría satisfaciendo, desde esta perspectiva podría considerarse que el museo se instituye como un mediador, como un articulador; al conectarnos con el pasado desde el hoy, nos proporciona una continuidad, una estabilidad, y la posibilidad de la construcción de un sentido vital. Se plantea, incluso, que el museo podría ser nuestro propio *memento mori*, nuestro propio recordatorio de la fugacidad de la vida. Esto podría constituir otra dimensión de la naturaleza dialéctica del museo: al preservar el pasado propone o busca la permanencia y a la vez nos recuerda que, como seres humanos, somos transitorios; aquella reliquia que observamos en un museo continuará disponible para la observación de otros, incluso cuando ya estemos lejos, espacial y temporalmente.

Lo que el fenómeno de la museización traerá consigo serán formas diversas de explicar la expansión y proliferación de espacios museísticos, la variedad de exposiciones y experiencias culturales que estén al alcance de todos. Adicionalmente, propicia la emergencia de la mirada nostálgica hacia el pasado, implícita en dicho fenómeno. Esta expansión, que se suma a una sobreabundancia en múltiples planos de la vida (objetos de consumo, información, eventos, imágenes, entre otros), va otorgando un rol clave a la curaduría anteriormente mencionada, en tanto para hacer frente a esa sobreabundancia necesitamos de estrategias o mecanismos que nos permitan seleccionar a qué poner atención, a qué dedicarle un tiempo y un espacio de observación (Bhaskar, 2017).

La observación como componente de la economía visual

Un segundo concepto, proveniente desde la antropología y respecto del cual también se proponen conexiones productivas para el análisis de la experiencia de observación, es el de economía visual trabajado por Deborah Poole.

Su propuesta se origina en su curiosidad sobre las formas en las cuales las imágenes y las tecnologías visuales atraviesan las fronteras de aquello que con frecuencia entendemos como culturas y clases diferentes y separadas, y hace uso de las imágenes visuales como un medio para repensar las dicotomías representacionales, políticas y culturales. La autora señala que

el acto aparentemente individual de ver, como el acto más obviamente social de la representación, ocurren en redes históricamente específicas de relaciones sociales...es una combinación entre, por un lado, estas relaciones de referencia e intercambio entre las propias imágenes y, por el otro, aquellas de carácter social y discursivo que vinculan a quienes elaboran las imágenes con quienes las consumen, lo cual da forma a un 'mundo de imágenes' (Poole, 2000, p. 15).

Con esto añadimos otra dimensión a ese acto tan personal que constituye la instancia de encuentro entre un observador y una imagen y que viene a ser una dimensión ligada a las relaciones sociales.

Desde esta perspectiva, la economía visual se presenta útil para pensar en las imágenes visuales como parte de una comprensión integral de las personas, las ideas y los objetos, y se considera que la palabra economía alude que hay una organización sistemática del campo de la visión. Cuando esa visión tiene lugar en un espacio como el museo, este ha generado una determinada organización. Las formas de circulación que promueve, el orden que se da a las obras expuestas, la información (o la falta de la misma) que se otorga a los visitantes, las posibilidades de acceso a las obras, todos estos elementos constituyen formas de organización de la visión y formas de habilitar la mirada.

Para dar cuenta de dicha organización, Poole (2000) propone tres niveles, para cada uno de los cuales sería factible establecer un correlato con acciones o hechos vinculados al museo como espacio destinado a la observación y contacto con objetos artísticos. El primero de estos niveles corresponde a la producción que considera tanto a los individuos como a las tecnologías que producen imágenes; respecto de este nivel el museo es quien está a cargo de la publicación de las imágenes y de hacerlas visibles, susceptibles de ser miradas para quienes lo visitan. El segundo nivel se corresponde con la circulación de mercancías, en este caso imágenes, objetos visuales; al respecto se puede considerar cómo las tecnologías actuales han hecho posible que, mediante la digitalización (Llorente *et al.*, 2010), el museo implemente la circulación de imágenes cuyos soportes originales no permiten la reproducción, como sería el caso de pinturas, esculturas y otros objetos decorativos en exhibición. Y, por último, el tercer nivel de organización de la economía visual estaría constituido por “los sistemas culturales y discursivos a través de los cuales las imágenes gráficas se aprecian, se interpretan, y se les asigna valor histórico, científico y estético” (Poole, 2000, p. 19). Respecto de este nivel, los museos generan narrativas a través de las cuales comunican y asigna valor a aquello que exhiben; no toda obra es exhibida de la misma forma en un museo, aquellas que sobresalen, que se les ha asignado un valor excepcional, la obra maestra, suelen tener estrategias de exhibición distintivas. Aquí emerge nuevamente la conexión con la actividad de curaduría (Bhaskar, 2017) y su rol clave en el despliegue de las imágenes artísticas al interior de un museo.

Si bien el museo tiene un rol altamente protagónico desde la perspectiva de estos niveles organizativos, es importante recordar que, así como las imágenes son productos de condiciones y contextos sociales y culturales determinados (Berger, 1981), quienes vamos a observar esas imágenes somos también producto de contextos, que pueden, o no, coincidir con los que sustentan al museo. Además, así como el museo realiza una selección de aquello que exhibe, quienes acudimos a los museos también ejercemos una cierta curaduría, en tanto tomamos decisiones respecto de qué observamos, a qué salas entramos, cuánto tiempo destinamos a las distintas obras que nos son presentadas.

En la lógica de la economía visual, la imagen tiene además un valor, tanto de uso como de cambio. Al respecto se plantea que “el valor de las imágenes no se limita al que adquieren como representaciones vistas (o consumidas) por observadores individuales. Por el contrario, las imágenes también adquieren valor a través de los procesos sociales de acumulación, posesión, circulación e intercambio” (Poole, 2000, p. 20).

Como ya se mencionó anteriormente, en la actualidad dicho valor se ha visto afectado por la pérdida del aura de la obra de arte planteada por Walter Benjamin (2011) y que apunta a que la situación actual de circulación es una economía visual en la cual las reproducciones de las obras de arte circulan libre y más democráticamente en la sociedad. Es interesante considerar que en gran parte de los casos, son los mismos museos los que contribuyen a la circulación de reproducciones de sus obras, a través de los diversos artículos que se pueden adquirir en sus tiendas: posters, postales, libros, poleras, marcadores de libros y un sinnúmero de artículos disponibles a la venta. Podría pensarse en la existencia de economías visuales que funcionan en paralelo o en direcciones diversas, a veces complementarias, a veces contradictorias.

Una experiencia de observación: el Museo del Prado

El Museo del Prado, cuyo nombre oficial es Museo Nacional del Prado, está ubicado en la ciudad de Madrid, España. Fue inaugurado en 1819 y, como se indica en su sitio web oficial, tiene como misión “conservar, exponer y enriquecer el conjunto de las colecciones y obras de arte que, estrechamente vinculadas a la historia de España, constituyen una de las más elevadas

manifestaciones de expresión artística de reconocido valor universal”³. Fue uno de los primeros museos públicos creados en España y, según plantea Fernando Calvo Serraller (2019), siguió el modelo del Louvre como museo público moderno. Si bien se inaugura en 1819 tiene como antecedentes otros espacios museísticos previos y colecciones asociadas a la familia real española.

El museo posee la colección de pintura española más completa de los siglos XI al XVIII, y alberga obras fundamentales de la pintura flamenca e italiana, así como muestras de pintura alemana, francesa e inglesa. En él pueden observarse obras consideradas maestras como *Las Meninas* de Diego de Velázquez, las *Majas* de Francisco de Goya, *El Jardín de las Delicias* de El Bosco, entre otras. El propósito inicial del museo fue preservar y exhibir obras de pintura y escultura, pero tiene también colecciones de dibujos, grabados y piezas de arte decorativo.

El Museo del Prado es una de las principales atracciones turísticas de la ciudad de Madrid, y es un muy buen ejemplo de un museo nacional europeo, que surge en el marco de la modernidad, y que en sus más de 200 años de historia ha desarrollado formas de aportar a la historia del arte y ha buscado formas de aproximar su colección al público. Se lo puede considerar, entonces, como un museo de arte tradicional. Sin embargo, en la actualidad es también reconocido como una institución museal que ha buscado formas de ampliar su llegada al público y amplificar las posibilidades de acceso, haciendo uso de las herramientas actuales que proveen la tecnología y la masificación de internet (Llorente *et al.*, 2010).

Contexto de la observación

La investigación que se está realizando tiene como objetivo analizar la experiencia de observación de imágenes artísticas, atendiendo al contraste de la observación directa de la imagen y la observación a través de dispositivos tecnológicos, considerando las características mediales propias de distintos tipos de obras y reflexionando sobre la vigencia del museo de arte como espacio para la observación de imágenes artísticas. Una de las estrategias de trabajo utilizadas para abordar los casos seleccionados y que constituyen el corpus de la investigación, es la visita a espacios museales, para la observación y registro tanto de las salas de exhibición como de obras seleccionadas; una labor equivalente se está realizando en el caso de colecciones digitalizadas.

La observación es una técnica de investigación ampliamente utilizada en el ámbito de la investigación cualitativa en ciencias sociales y se aplica en contextos tanto naturales como controlados (Angrosino, 2015, Hernández, Fernández y Baptista, 2000). En el caso de la investigación en curso se determinaron cuatro ámbitos a considerar durante las visitas presenciales: descripción general del espacio físico en el cual se ubica el museo, descripción de galerías, descripción de obras y descripción de circulación de otros visitantes en salas en las que se emplazan obras seleccionadas.

Las notas registradas durante las observaciones realizadas y el relato construido a partir de ellas tuvieron un carácter de autoetnografía, con uso de una voz en primera persona que tomó la propia experiencia de la investigadora como base para el análisis. La autoetnografía es un método que utiliza la experiencia personal de quien investiga para describir prácticas y creencias culturales, además valora las conexiones del investigador con su objeto o situación de estudio y hace un uso de la autorreflexión (Adams *et al.*, 2015). También da lugar a la subjetividad como un componente clave de la aproximación a los objetos de estudio. Se optó por utilizar esta aproximación en tanto la investigación en curso, más que dar cuenta de un fenómeno general, reconoce la singularidad que hay en los encuentros que las personas tienen con las obras de arte en los espacios museales.

Parte de estos registros son los que se presentan a continuación y son puestos en diálogo con los conceptos que hemos comentado en los apartados anteriores.

³ Fuente: <https://www.museodelprado.es/museo/historia-del-museo>

Observando en el Museo del Prado

A continuación se presentan extractos de notas de campo elaboradas a partir de dos visitas al Museo del Prado⁴, seguidas de comentarios que proponen conexiones con las propuestas de Mary Louise Pratt y Deborah Poole desarrolladas anteriormente y que permiten enriquecer la comprensión de lo que ocurre en esos espacios y experiencias en que tiene lugar el encuentro entre los espectadores y las obras.



Imagen 1: Museo del Prado, sala 12, imagen panorámica⁵.

El Museo del Prado es una amplia construcción de tipo neoclásico. En los muros que miran hacia el Paseo del Prado se ven una serie de esculturas clásicas que representan deidades grecorromanas. Afuera de una de sus puertas (no actualmente en uso, pero que da hacia el paseo mencionado) hay una gran estatua de Cervantes. Justo detrás de ésta se ve ondear una bandera española. Es la primera vez que visito el Prado y aún sin haber entrado ya todo sugiere arte y tradición.

Al subir por una escalera ubicada aproximadamente en el centro del museo, llego a la sala 12 donde veré a Velázquez.

Entro y lo primero que pienso es que probablemente es una de las salas más amplias del museo. Está ubicada en el centro del edificio donde se ubica el museo. La sala tiene 3 accesos y su forma es alargada, en uno de sus extremos, al centro del muro, está expuesta Las meninas. La sala tiene una cúpula y el techo es muy alto. Veo mucha circulación de gente. Los muros son de un verde muy claro.

Al haber más espacio se forman grupos en distintas partes de la sala, algunos se acercan para ver la obra, otros se ven atentos a sus audioguías. Las audioguías son como teléfonos celulares que han sido adaptados para que sólo se pueda acceder al contenido del museo. Me llama la atención que tienen un solo audífono y como este queda por fuera de la oreja el sonido sale hacia afuera. Escucho ruido de varias audioguías.

La sala de exposición se constituye en un espacio de encuentro; como se aprecia que la mayor parte de quienes están presente somos extranjeros, podríamos considerar que ese espacio se va constituyendo en zonas de contacto con características diversas según el origen, educación, estatus social y conocimiento previo del espectador. Y emerge otra dimensión de la zona de contacto que podría conectarse con lo que ocurre en el momento específico del encuentro de los observadores con la obra. Pratt plantea que “la “zona de contacto” desplaza el centro de gravedad y el punto de vista hacia el espacio y el tiempo del encuentro, al lugar y al momento en que individuos que estuvieron separados por la geografía y la historia ahora coexisten en un punto, el punto en que sus respectivas trayectorias se cruzan” (2010, p. 34). Este planteamiento está en sintonía con lo propuesto décadas atrás por John Berger (1981), en términos de que en la historia siempre existe una relación entre un presente y un pasado, y ver una obra de arte del pasado nos sitúa en la historia.

Cuando estamos situados frente a una obra, sobre todo si fue creada en un tiempo y lugar totalmente distinto, la experiencia de la observación se da en el hoy y es en este momento en que la imagen se despliega ante nuestros ojos. Es en el momento de la observación en que ocurre la interacción entre los involucrados y en que se da el despliegue de las fuerzas e intenciones propias de la imagen.

⁴ Estos registros pudieron realizarse durante dos visitas presenciales en mayo de 2024. Las notas de campo van en cursivas para distinguirlas del cuerpo del texto.

⁵ Fuente: <https://www.museodelprado.es/actualidad/noticia/el-prado-presenta-una-nueva-disposicion-de-las/e8dd78ef-27f6-4cbc-af36-1054f92aaac>



Imagen 2: Las meninas, 1656, Diego Velázquez, © Museo del Prado⁶.

Logro llegar casi al frente del cuadro. El cuadro es de amplias dimensiones, su marco es de madera oscura, casi negra, al centro y abajo hay una placa pequeña que lo identifica.

De pie ante el cuadro la parte superior se ve oscura y se ve el reflejo de los focos dirigidos desde el techo. Al mirar arriba veo que el techo es vidriado. Esto hace que, sumado a los muros claros, la sala sea más luminosa que las de la planta 0.

A la derecha de la imagen parece haber una ventana y la luz que por ella entra parece iluminar la escena con suavidad, en particular a la infanta que está al centro del cuadro.

Estar en persona ante el cuadro me permite fijarme por primera vez en el niño de rojo que pone su pie sobre el perro, o lo había visto antes en alguna reproducción, pero por primera vez le pongo atención.

Es posible, en teoría, circular ante la imagen, hay espacio; en teoría porque hay bastante gente. Como la sala es espaciosa no hay tanta aglomeración como en la sala del Bosco, pero sigue habiendo bastante gente y ruido.

Logro llegar a la primera fila ante el cuadro, se acentúa el brillo de los focos en la parte superior y eso impide ver con claridad esa zona del cuadro. Ahora noto de manera más evidente el pequeño jarro rojo que ofrecen a la infanta. A mi espalda se siente muy fuerte el ruido de la gente, pareciera ir en aumento.

El despliegue de la imagen descrito en el extracto nos presenta tanto aquellos aspectos no mediales, como son su tema, los símbolos que presenta, su estilo, así como aquellos mediales, a saber, su materialidad, la técnica con la que fue desarrollada, la forma en que está expuesta (Dittborn y Risco, 2021). El análisis de ambas categorías de condiciones de la imagen es realizado desde un conocimiento previo, desde un bagaje particular con el que se llega a la situación de observación. Ese conocimiento previo orienta el cómo el sujeto que observa se introduce en la experiencia de observación, incide en cómo se hace presente en la zona de contacto.

Puede ser interesante señalar, además, que el ingreso del sujeto observador a la zona de contacto no es sólo interno, es también físico corporal. Y es que como señala Hans Belting,

el medio [la obra física, el lienzo dentro de su marco]...nos coloca ante la posibilidad de percibir las imágenes de tal modo que no las confundimos ni con los cuerpos reales ni con las meras cosas. La distinción entre imagen y medio nos aproxima a la conciencia del cuerpo (2007, p. 17.)

Se junta y se junta gente ante el cuadro, hay guías explicando, sus voces se superponen, muchas personas escuchan sus audioguías y de éstas también sale ruido. Quiero seguir mirando el cuadro, pero a la vez tengo ganas de irme.

Es difícil observar otras obras de la sala que estén cerca de Las meninas.

La observación de la imagen se ve interferida por otras voces, otros ruidos, otros cuerpos. Desde esta perspectiva, todos los elementos que inciden en la posibilidad de circulación de

⁶ Fuente: <https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/las-meninas/9fdc7800-9ade-48b0-ab8b-edee94ea877f?searchMeta=las%20meninas>

una imagen y el contacto con ella, se ven físicamente encarnados en todos los individuos que estamos al mismo tiempo procurando fijar nuestra mirada en la misma imagen. Se hace además evidente que si bien la observación propiamente tal es un acto de la visión, la experiencia de observación termina siendo multisensorial dada la diversidad de estímulos que hay en la sala, que no son sólo visuales, sino que también auditivos y táctiles.

Pienso en la casi imposibilidad de hacer una observación ininterrumpida de la obra con tanta gente, con tanto ruido, es difícil abstraerse del entorno. Pienso también en los cuerpos, los cuerpos ocupan espacios en los museos, nos acercamos corporalmente a las obras, y a veces son los cuerpos de los otros los que nos impiden acercarnos a las obras.

La observación misma es un acto de visión, pero si reviso las notas veo como en muchas ocasiones dejé registro de los ruidos, los sonidos, el calor, los olores.

Deborah Poole señala que “las imágenes están también relacionadas con el placer de mirar. Las imágenes visuales nos fascinan. Nos empujan a mirarlas, especialmente cuando el material que nos muestran no nos es familiar o es extraño” (2000, p. 27). Sin duda hay un atractivo en la posibilidad de poder observar en persona *Las meninas*, un cuadro con reproducciones que tienen una alta circulación. Además, la forma en la cual la pintura está expuesta, la sitúa como una imagen de más alto valor que las otras que están en la misma sala. La sala es excepcional dentro del conjunto de salas del museo y el cuadro, de grandes dimensiones, está además expuesto en un muro importante. Su valor como imagen es tal que las otras obras parecen casi desaparecer ante su influjo y ante el flujo de visitantes que atrae.

Reflexiones finales

Al continuar con el análisis sobre la museización al que se hizo referencia anteriormente, Andreas Huyssen plantea que “siempre los objetos del pasado han sido encajados en el presente a través de la mirada puesta en ellos...Es la mirada viva la que dota al objeto de su aura, pero esa aura depende también de la materialidad y la opacidad del objeto” (2001, p. 69). Con esto, el autor pone un foco importante en los espectadores y en la mirada que ellos dirigen hacia los objetos, esta interacción podría una de las relaciones a considerar en un escenario de economía visual que tiene lugar en un museo.

Aunque el autor recién mencionado no hace referencias al respecto, podría pensarse que se abre un escenario propicio para discusiones respecto de la materialidad y la medialidad de los objetos (Dittborn y Risco, 2021), y cómo desde estas condiciones se podrían proponer otras vías de acceder a algo que parece oculto e, incluso, poco susceptible de ser abordado y estudiado y que es aquello que caracteriza al espectador que acude al museo a observar, a contemplar, a experimentar lo que dicho espacio le ofrece, objetos en general, obras de arte en particular. El análisis medial de aquello disponible para la observación podría ser otra arista a considerar en un sistema de economía visual como el planteado por Deborah Poole (2000).

Huyssen señala que “la mirada al objeto museístico puede proporcionar una conciencia de la materialidad opaca e impenetrable del objeto, así como un espacio anamnésico dentro del cual sea posible captar la transitoriedad y la diferencialidad de las culturas humanas” (2001, p. 72). Esa transitoriedad y diferencialidad de las culturas humanas emergen en aquellas interacciones que se dan en las situaciones que componen las zonas de contacto propuestas por Mary Louise Pratt (2010).

Las conexiones propuestas con los conceptos provenientes de la antropología considerados en este escrito proporcionan herramientas adicionales para describir y conceptualizar la experiencia de observación de la obra de arte en un museo, y abren nuevas vías para el estudio y comprensión de dicho fenómeno.

El museo es un espacio cambiante y dinámico, ciertamente en diálogo constante con el pasado, pero que ha ido evolucionando desde sus orígenes conservadores y sus propósitos reguladores y formativos, a hacerse un espacio propio en contextos actuales en que las posibilidades de esparcimiento, de recreación y distracción modernas, son múltiples (Casas Pessino, 2024; Huyssen, 2005). Situar en el centro del análisis la figura del espectador y de la mirada que lleva consigo, es una posibilidad de otorgar vida a espacios concebidos en ciertos momentos como estériles y carentes de futuro. Esta mirada del museo como un espacio dinámico está también presente en la perspectiva de directores de museos, como algunos de los entrevistados por Andrés Szantó. Para Victoria Noorthoorn, directora del Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, el museo del mañana es “un espacio para descubrir que la fantástica potencia del arte no es algo remoto o utópico, sino que está cerca de todos nosotros” (Szantó, 2022 p. 67). En tanto, Thomas P. Campbell, director ejecutivo de los Fine Arts Museums of San Francisco, señala que “tenemos que detenernos para revisar qué estamos haciendo y qué narrativas estamos contando” (Szantó, 2022, p. 250).

Esto no hace necesariamente inmune al museo de críticas, más bien lleva a que deba seguir pensando y reflexionando sobre su rol y propósitos en la época posmoderna. Un primer elemento a mencionar si hablamos del museo de arte contemporáneo es que pueden haber dos acepciones, a saber, tanto el museo de arte producido en la contemporaneidad como el museo tradicional en la época contemporánea. Luego de dicha consideración es posible plantear que, a la vez que es un espacio que contribuye a la circulación del arte, el museo contemporáneo puede también tener un rol relevante en propiciar encuentros de las obras con los espectadores que no se guíen por formas prescriptivas de ver y apreciar el arte, sino que promover más bien a que la complejidad de creación y pensamiento que confluyen y se manifiestan en las obras, en las imágenes, se sume la posibilidad de interacciones relevantes con quienes acuden a estos espacios para conocerlas, observarlas y experimentarlas.

El escritor holandés Cees Nooteboom, al referir a la experiencia de observar imágenes en museos, señala que “a veces, como sucede con un cohete teledirigido, la obra de arte se dirige justamente a ese objetivo en tu interior que alberga un enigma semejante al expresado por la propia obra” (2007, p. 70). Los espacios museales se constituyen en escenarios privilegiados en que estos enigmas cobran vida. Ahí reside parte importante del interés por estudiarlos y atender a aquello que las imágenes develan cuando son exhibidas en ellos y quedan dispuestas a la mirada de los espectadores.

Bibliografía

- Adams, T., Holman Jones, S. & Ellis, C. (2015). *Autoethnography*. Oxford University Press.
- Angrosino, M. (2015). Recontextualización de la observación. En N. Denzin e Y. Lincoln (Coords.). *Manual de investigación cualitativa. Vol. IV. Métodos de recolección y análisis de datos*. Gedisa.
- Belting, H. (2007). Medio, imagen, cuerpo. En Belting, H. *Antropología de la imagen*. Katz Editores.
- (2011). El museo. Un lugar para la reflexión, no para la sensación. En *La imagen y sus historias: ensayos*. Universidad Iberoamericana.
- Benjamin, W. (2011). *La obra de arte en la era de su reproducción técnica* (S. Fehrmann, trad.). El cuenco de plata.
- Bennet, T. (1995). *The birth of the museum. History, theory, politics*. Routledge.
- Berger, J. (1981). *About looking*. Vintage International.
- Bhaskar, M. (2017). *Curaduría. El poder de la selección en un mundo de excesos*. (I. Iruegas, Trad.). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 2016).
- Boehm, G. (2011). El giro icónico. Una carta. Correspondencia entre Gottfried Boehm y W. J. Thomas Mitchell. En A. García Varas (Ed.) *Filosofía de la imagen*. Ediciones Universidad de Salamanca.

- Calvo Serraller, F. (2019). Breve historia del Museo del Prado. *Anales de Historia del Arte*. vol. 29, pp. 29 - 55.
- Campàs, J. y González Rueda, A. (2009). *La posmodernidad en el arte*. Fundació Universitat Oberta de Catalunya (FUOC).
- Casas Pessino, L. (2024). *El museo como Templo (y otros disparates)*. La Huerta Grande.
- Chamberlain, R. (2023). "The Art of Slow Looking – Psychology Blog". Goldsmiths, University of London | Goldsmiths, University of London, <https://sites.gold.ac.uk/psychology/2020/04/15/the-art-of-slow-looking/>
- Chamberlain, R. & Pepperell, R. (2021). Slow looking at slow art. The work of Pierre Bonnard. *Leonardo*, vol. 54, n° 6, pp. 615 – 618.
- Dewey, J. (2005). *Art as experience*. Perigee.
- Dittborn, P. y Risco, A. M. (2021). "Lo intransferible: apuntes para una comprensión medial de la imagen inscrita". "Le non-transférable : éléments de lecture pour une compréhension média-tique de l'image inscrite". *Revue Intermédialités / Intermediality*, n° 37-38.
- Duncan, C. (2007). *Rituales de civilización* (Ana Robleda, trad.). Nausícaä.
- Eco, U. y Pezzini, I. (2014). *El museo* (A. Taberna, trad.). Casimiro libros.
- Eisner, E. (2004). *El arte y la creación de la mente. El papel de las artes visuales en la transformación de la conciencia*. Paidós.
- Freedberg, D. (1992). *El poder de las imágenes. Estudios sobre la historia y la teoría de la respuesta*. (P. Jiménez y J. Bonafé, trads.). Ediciones Cátedra.
- Gadamer, H.G. (1991). *La actualidad de lo bello*. Paidós.
- Gombrich, E. (1981). El Museo. Pasado, presente y futuro. En *Ideales e ídolos*. Editorial Gustavo Gili.
- Black, G. (2012). *The engaging museum: developing museums for visitor involvement*. Routledge.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2000). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Huyssen, A. (2005). Escapar de la amnesia: los museos como medios de masas. En *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*. Fondo de Cultura Económica.
- Leader, D. (2002). *El robo de la Mona Lisa. Lo que el arte nos impide ver*. Editorial Sexto Piso.
- Llorente, M., García, M. L. y Rodríguez, F. (2010). La digitalización del Museo del Prado. Una sede web convertida en una peculiar galería de arte. *Revista Icono*. vol. 2, n° 14, pp. 71 - 101.
- Nooteboom, C. (2007). *El enigma de la luz. Un viaje en el arte*. (I. Lorda, trad.). Siruela.
- O'Doherty, B. (2011). *Dentro del espacio blanco. La ideología del espacio expositivo*. CENDEAC.
- Pain, C y Ambrose, T. (2022). *El museo. Manual internacional*. (A. Useros y J. Espino, trad.). Akal.
- Poole, D. (2000) *Visión, raza y modernidad. Una economía visual del mundo andino de imágenes*. Ed. SUR Casa de Estudios del Socialismo.
- Potestà, A. (2019). *Pensar el arte. Un recorrido histórico por las ideas estéticas*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Pratt, M.L. (2010). *Ojos imperiales. Literatura de viajes y transculturación*. Fondo de Cultura Económica.
- Shiner, L. (2004). *La invención del arte: una historia cultural*. Paidós.
- Smith, L. (2020). *Emotional heritage. Visitor engagement at museums and heritage sites*. Routledge.
- Szantó, A. (2022). *El futuro de los museos. 28 diálogos*. (J. Benseñor, Trad.). Adriana Hidalgo editora. (Obra original publicada en 2020).