*Cómo los visitantes de los museos de arte se vinculan de manera positiva con el trabajo artístico**

Anne-Marie Émond
Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Montréal, Canadá.

Resumen

Este documento trata sobre la experiencia que viven los adultos que visitan un museo de bellas artes. En general, cuando se describe la reacción del visitante ante el arte, no hablamos en términos de conflicto o armonía, pero adoptamos la expresión de "experiencia estética". Muchas investigaciones se han dirigido a describir la experiencia estética, por ejemplo, la investigación desarrollada por Csikszentmihalyi y Robinson (1990); Guillot (2001); Housen, 1983. Estamos conscientes de la complejidad del término y la amplitud de su significado en filosofía.

Palabras clave:

Museo de artes
Estética

Abstract

This article deals with the concept of consonance as applied to the experience of adults visiting a fine arts museum. When we describe a museum visitor's reaction to art, we do not speak in terms of conflict or harmony, but rather of the "esthetic experience." Much research has sought to describe the esthetic experience; for example Csikszentmihalyi and Robinson (1990); Guillot (2001); Housen, 1983. We take into account the complexity of the term and its broad meaning in philosophy.

Keywords:

Art museum
Esthetics

* *Traducción: Sergio Bojalil.*

Para quienes trabajamos en museos de arte es de nuestro interés que el arte sea accesible. Queremos proporcionar a los visitantes del museo experiencias ricas y audaces. Requerimos investigar las experiencias de los visitantes de manera que podamos crear las herramientas necesarias que les permitan realizar sus propias conexiones con los trabajos que están expuestos. En este estudio, estamos particularmente interesados en la receptividad que tienen los visitantes hacia los trabajos artísticos y en la posibilidad de que se involucren en un diálogo con éstos. Queremos entender cómo podemos ayudar a los visitantes a confiar tanto en sus propias interpretaciones como en las de los demás. ¿Cómo ayudarles para que tomen su tiempo para observar el arte y ponerse en contacto con sus sentimientos? ¿Cómo podemos estimular a los visitantes para que investiguen sobre una obra de arte aun si no se sienten apasionados por ella? ¿Es posible encontrar una manera de disparar la "curiosidad visual"? A los educadores en arte les gustaría promover un ambiente en el cual los visitantes no sientan que tienen que ser expertos para poder expresar su propia interpretación sobre las obras de arte. Creemos que es importante para los educadores en arte comprender las experiencias de los visitantes con el fin de desarrollar formas para *fortalecerlos*[1] con respecto a sus propias reacciones ante el arte. ¿Qué les pasa a los visitantes cuya definición de arte no incluye lo que ellos están observando en el museo de arte? Después de su reacción inicial, ¿qué hacen con lo que ven? ¿Qué preguntas atraviesan su mente? ¿Deciden rechazar o aceptar esta nueva definición de arte, o se retiran, frustrados por su encuentro con una obra que encuentran difícil de comprender? ¿Cómo los observadores cierran la brecha entre sus expectativas y los trabajos artísticos que encuentran? Para entender más sobre lo que pasa entre el visitante y el objeto de arte, necesitamos más investigación. Uno de los problemas más frustrantes del educador de arte es no saber realmente qué es lo que funciona. ¿Qué hace que un visitante en particular explore un trabajo de arte más tiempo que otro, y se enfrente a aceptarlo o rechazarlo?

Este documento se refiere al concepto de consonancia aplicado a la experiencia de adultos que visitan un museo de bellas artes. En general, cuando se describe la reacción del visitante ante el arte, no hablamos en términos de conflicto o armonía, pero adoptamos la expresión de "experiencia estética". Muchas investigaciones se han dirigido a describir la experiencia estética, por ejemplo, la investigación desarrollada por Csikszentmihalyi y Robinson (1990); Guillot (2001); Housen, 1983. Estamos conscientes de la complejidad del término y la amplitud de su significado en filosofía. Tradicionalmente observamos la experiencia estética como una experiencia que alcanza cualidades de lo sublime; no estamos trabajando con la definición usual de experiencia estética, porque no nos estamos enfocando en la calidad de la experiencia estética del visitante. Por el contrario, estamos interesados en lo que realmente le pasa al observador durante un encuentro con objetos estéticos. Queremos entender cuáles son las prácticas estéticas del observador: cuáles son sus pensamientos, cómo manejan los momentos de armonía con los de conflicto. Cuando hablamos de respuesta estética nos referimos a los comentarios verbales hechos por los observadores durante la visita al museo. Estamos estudiando el aspecto cognitivo de la respuesta estética. En una investigación previa (A. Weltzl-Fairchild, C. Dufresne-Tassé, L. Dubé, 1997), la disonancia cognoscitiva (conflicto) era el componente de la respuesta estética que los investigadores buscaban, pues éste era un fenómeno que no siempre era investigado. Se comprobó que fue un concepto útil para entender la variación en las reacciones que los observadores tenían ante las piezas de arte. En este estudio, pensamos que era hora de observar las expresiones de placer más comúnmente escuchadas y de esa manera estaríamos investigando la consonancia cognoscitiva (armonía) como un componente de la respuesta estética.

Paradigma de la coherencia, disonancia y consonancia cognoscitivas

La teoría de la disonancia cognoscitiva fue articulada por L. Festinger, basado en el supuesto de que los seres humanos tienen una necesidad psicológica a tener estructuras cognitivas que sean consistentes y coherentes (Festinger, 1957). El paradigma de la consistencia cognitiva es: "[…] existe un estado preferido dentro del universo cognitivo de los individuos en los cuales las relaciones entre las cogniciones están mantenidas de tal manera que confieren una coherencia óptima" (Beauvois y Joule, 1996, p. ix).

La consonancia cognoscitiva, por lo tanto, significa que los esquemas cognitivos de una persona están en armonía con nuevos datos e información. Los términos utilizados para denotar este paradigma pueden ser "coherencia", "simetría", "consistencia", "congruencia" o "consonancia" dependiendo del escritor. Festinger (1957) usaba el término consonancia para explicar el estado preferido de los seres humanos como opuesto al término de disonancia cognoscitiva, lo cual indica una falta de coherencia. Éste es el término que usaremos en este artículo.

De acuerdo con Beauvois y Joule, la teoría de la consonancia/disonancia implica tres principios básicos: es necesario que haya un concepto de cognición y dos más, implicación e incompatibilidad. La cognición es "[…] cualquier conocimiento, opinión o creencia acerca del ambiente, acerca de uno mismo o acerca del comportamiento de cada uno" (Festinger, 1957, p. 30). Implicación significa que dos cogniciones

[1] *Empowering them*, en el texto original. Nota del traductor.

coinciden, e incompatibilidad se refiere a dos cogniciones que se contradicen, por ejemplo, una es la opuesta de la otra. Estas nociones son importantes para explicar las relaciones entre el par de cogniciones que están en disonancia entre ellas.

Nuevas perspectivas en la teoría de la disonancia cognoscitiva

Una investigación previa (Weltzl-Fairchild *et al.*, 1997), sobre la disonancia cognoscitiva, se refería sólo a una parte de lo que los visitantes hacían mientras interactuaban con las piezas de arte. Necesitábamos observar también la consonancia en la experiencia estética de los observadores adultos. De hecho, la disonancia puede ser vista como una falta de coherencia entre el conocimiento del visitante y lo que él o ella estaba observando o entre las expectativas y lo que estaba ocurriendo en ese momento en el museo. Los visitantes estaban expresando disonancias y algunas veces estaban tratando de resolverlas, *porque estaban esperando que ocurriera algo más*. En algunos casos tuvieron éxito en resolver la disonancia y de esta manera, cuando la disonancia fue resuelta, ocurrió el aprendizaje. Pero en muchos casos, la disonancia permaneció sin resolver y sin posibilidades de ser resuelta.

Más aún, en otro estudio (Émond, 2002) sobre la disonancia cognoscitiva, los visitantes a la National Gallery de Canadá también verbalizaron expresiones de consonancia cuando mencionaron que estaban contentos de ver otra vez pinturas que ya conocían o manifestaron placer de ver algo bello. En muchos casos, los visitantes caminaron por la galería, clasificando, metafóricamente, las obras de arte en dos categorías: bellas (o me gustan) o feas (o no me gustan). Éste, es un comportamiento común en la gente que trabaja en los museos. Muchos visitantes sienten que la respuesta apropiada en un museo es evaluar las obras de arte clasificándolas en estas dos categorías.

Consonancia y disonancia son lados opuestos de la misma moneda. Los visitantes, así como verbalizan sus conflictos con la situación del museo, también expresan sentimientos de armonía. Los psicólogos explican que cuando esto pasa están en un estado de consonancia debido a que la obra coincide con un patrón o esquema, que previamente poseen. La consonancia cognoscitiva significa satisfacer un estado psicológico que una persona experimenta cuando dos o más cogniciones (ideas sobre el mundo) son consistentes una con la otra. Este estudio presentará las distintas tipologías de consonancia que fueron identificadas mientras los visitantes exploraban la colección permanente de la National Gallery de Canadá (NGC).

Diseño de la investigación

Este estudio estuvo basado en el análisis de las verbalizaciones de adultos espectadores mientras visitaban la galería de Arte Canadiense y la National Gallery de Canadá. Los datos fueron recopilados pidiendo a los visitantes decir en voz alta lo que sentían, lo que imaginaban y lo que pensaban al recorrer las galerías. Esto fue grabado por una persona que los acompañaba y llevaba una grabadora de audio, pero que no interactuaba con el visitante. Para visitar alguno de los museos de bellas artes se solicitaron treinta adultos distribuidos equitativamente de acuerdo con el género, en tres grupos diferentes de edad (20-34, 35-39, 50-65), con tres niveles diferentes de educación (maestrías y doctorados, licenciatura y menos de licenciatura) y con hábitos similares de asistencia a museos (frecuente, es decir, más de tres veces al año). Adicionalmente, fue invitado a participar en este estudio un número igual de mujeres y hombres, que no estuvieran entrenados. Todos eran del mismo grupo cultural: inglés canadiense, lo cual permitió la eliminación del factor cultural.

Las transcripciones de las visitas se usaron para identificar categorías distintas de consonancia. Sólo fueron conservados aquellos casos que claramente tenían consonancia cognoscitiva, esto es, cuando el visitante manifestó que algo estaba en armonía con una idea que tenía previamente. Por lo que el trabajo que tenían enfrente era un ejemplo (Zusne, 1986) que ajustaba correctamente con una cognición preexistente.

Tipologías de consonancia

Las categorías de consonancia fueron divididas en cinco tipos principales tal como se muestra en el cuadro 1. Éstas también fueron organizadas en paralelo con categorías de disonancia de un estudio previo (Weltzl-Fairchild *et al.*, 1997). Vamos a describir la tipología de la consonancia con ejemplos tomados de las respuestas de los observadores ante las obras de arte. Cada visitante está identificado por un código, tal como (NGC 02).

Fotografía: José Ventura

Cuadro 1
Tipología de consonancia de Weltzl-Fairchild

1. Conocimiento	a) Reconoce al artista, el movimiento artístico, estilo o temática. b) Verifica la información después de preguntar.
2. Sí mismo	a) Siente un estado somático placentero en el museo. b) Evoca recuerdos personales y nostalgia. c) Expresa un gusto personal por el estilo, la temática, el lenguaje visual o la actividad del museo. d) Muestra metacogniciones. e) Penetra en la obra, se identifica con ella.
3. Obra de arte	a) Reconoce aspectos simbólicos dentro de la obra. b) Identifica que la obra está llena de vida o movimiento. c) Manifiesta que está bien pintada o lograda. d) Identifica que hay un estado somático placentero en la obra. e) Le enseña acerca del pasado.
4. Artista	a) Expresa sus propios sentimientos y su visión. b) Muestra el pasado (costumbres, vida…). c) Trabaja duro, tiene talento o buena técnica.
5. Sin explicación	a) "Me gusta." b) "Es bella" (gusto, juicio, estereotipo).

1. Consonancia entre conocimiento anterior y las percepciones sobre la obra de arte o la cédula

Nuestra primera subcategoría (1a) tiene que ver con la relación del conocimiento previamente adquirido, ya sea con la información dada en la cédula o con la obra, es decir, lo que el visitante percibe. Hay un movimiento genuino y espontáneo hacia las obras de arte cuando el conocimiento previo de la persona es validado por el encuentro con la obra de arte y con la cédula. Un ejemplo es: *otra vez Joseph Légaré, ummm… doscientos años de antigüedad y nuevamente es sorprendente*... (NGC 10).

Los observadores también demostraron placer al verificar información después de preguntarse a sí mismos y de haber trabajado sobre un esquema existente (1b). Luego verifican esto con la cédula para averiguar si estaban en lo correcto.

> Pues bien, estoy mirando este retrato de…, creo que de una pareja, parecen tener alguna relación. Mira, me gusta leer lo que son, quién los pintó y cuando, antes de que la información esté disponible, más o menos, mira a esto (19 segundos) (lee la cédula). Bien, sí están relacionados, mismo cu…, pintor, mismo año, parece ser un tipo de pintura de Señor y Señora (NGC 01).

2. Consonancia entre sí mismo y la situación del museo

La segunda categoría (2a) mayor tiene que ver con los propios visitantes. Esta categoría fue la que mayor consonancia tuvo entre nuestros visitantes. Muchos manifestaron un sentido de bienestar al estar en el museo.

> Ahora estamos desplazándonos hacia otra… galería. Otra vez con bóveda. Veo a mi alrededor el efecto de la luz entrando por el techo, lo encuentro maravilloso, y una cosa que disfruto acerca de esta, ah, Galería Nacional… o… es chistoso pero es que los pisos…, yo verdaderamente… realmente pienso que los pisos de madera… y son diferentes en cada cuarto, son realmente ah… son simplemente preciosos y se complementan, ah, muy bien… (NGC 09).

Algunas veces los visitantes se conectan con las obras de arte a través de recuerdos personales o sentimientos de nostalgia (2b):

> Oh, ¡vaya! (11 segundos) um… (7 segundos) ese es otro lugar que conozco muy bien, es el puerto de Halifax hoy en día y cuan desarrollado está ahora. Mis padres llegaron aquí como inmigrantes y um… y ahí está el nuevo Muelle 21 al cual le rinden tributo en Halifax y ambos, mi madre de Polonia y mi padre de la Rusia blanca vinieron um… en distinta época pero entraron por ese… puerto y luego uno piensa en él con la… la explosión durante la Segunda Guerra Mundial… (NGC 03).

Los visitantes también expresan su satisfacción con el estilo de la temática de las obras de arte en un nivel personal, lo que describe cómo responden positivamente a ciertos colores o estilos (2c).

> Oh, ¡vaya¡ (13 segundos) realmente me gusta esta pintura, la inocencia en su cara… y ella, que joven… debe estar (NGC 03).

Algunas veces, los visitantes están concientes de su propio funcionamiento psicológico y esto está representado por nuestra siguiente subcategoría, la metacognición (2d).

> Encuentro eso fascinante y estos son los que yo encuentro así, puedo irme y… y me llevo toda una historia dando vueltas en mi mente. Um … o yo ... o lo que quiero saber es de qué se trata la historia, cómo se llamaba este tipo y… y también si hay… si no hay nada, pues entonces, podría darle yo un nombre, tú sabes… (NGC 05).

Finalmente, algunos visitantes penetran en la obra de arte y se identifican con el contenido del tema tan fuertemente que tienen una experiencia sinestésica (2e).

> Yo me podría perder en ésta, hasta arriba y ver a todas las personas distintas. Es interesante tener a la mujer en el centro y tu fff… y yo puedo casi sentir que estoy justo al lado del fuego (NGC 03).

3. Consonancia con la obra de arte

La tercera categoría (3a) se refiere a la obra de arte propiamente dicha. Las declaraciones que hacen los observadores se refieren a qué tan bien esa obra de arte empalma con una serie de criterios, que son estándares de excelencia. Nosotros buscamos los criterios que usan para juzgar una obra de arte. Principalmente tiene que ver con el criterio de que el arte debería funcionar en un nivel simbólico.

> Las nubes oscuras se aproximan… más vale que corras porque las nubes se aproximan y él también. Qué poder el de la tormenta detrás de él, la tormenta se acerca y por ello él está tratando de hablar del poder (NGC 04).

A continuación, los observadores notan la vitalidad de una obra de arte al mencionar detalles, movimientos o cualidades de la vida (3b).

> El cabello está tan bien hecho y puedes sentir el… el viento en algún lugar (NGC 04).

Los observadores también juzgaron las obras de arte por lo bien que están presentadas o ejecutadas (3c).

> Umm… si tú ves el… el detalle real que está hecho ahí, me refiero a que es tan preciso (NGC 10).

Los observadores también notarán que el ambiente en la pintura es placentero (3d).

> Um… encuentro, encuentro este templo um… una obra de paz… me hace sentir muy um… en paz… um… y… y bien, en calma, tranquilo (NGC 05).

También advierten que las obras de arte nos enseñan acerca del pasado (3e).

> Y nuevamente, es históricamente interesante observar cómo se veía el área… es el puente… y el pueblo (NGC 02).

4. La consonancia y el artista

Los observadores manifestaron sentir placer en relatar el papel del artista y de la obra de arte en el museo. Ellos reconocerían que el artista tiene una visión personal que se traduce a lo largo de la obra de arte (4b).

> Como la que tiene la otra caída de agua, pienso que tú podrías… tú podrías sentir al artista, la gran impresión que este paisaje está teniendo sobre este artista… (NGC 08).

Los artistas también podrían mostrarnos la historia pasada, la vida, las costumbres (4b).

> Parece que los artistas de hoy realmente están esforzándose para tratar de capturar escenas en contraposición a únicamente trabajar en la técnica (2 segundos). Una gran um… manera de capturar la historia (NGC 02).

Otra área de placer fue observada cuando los observadores hicieron hincapié sobre el talento del artista, el trabajo duro o la buena técnica (4c).

> Ummm… realmente invirtieron mucho tiempo y energía asegurándose de que cada pequeño punto esté correcto… y ah.. cuando tu consideras las horas, los años, que debió tomarse para… para completar todo esto ummm… sientes cierta humildad cuando consideras lo que haces en tu trabajo todo el día (NGC 10).

5. Consonancia inexplicada

La categoría final es resultado de comentarios, que no están bien explicados, hechos por observadores. Hay dos clases de comentarios, que surgen muy seguido, tales como "me gusta" (5a) y "es hermoso" (5b).

a) Me gusta! ¡um, um! (Si.3) ¡Ese me gusta mucho! (NGC 05).
b) ¡Es bello! Ese también está hermoso. Es (Si.2) Ese es bello... ¡Caramba ese es hermoso! (truena la lengua) (NGC 05).

Conclusión

Las categorías de consonancia desarrolladas por Weltzl-Fairchild (Weltzl-Fairchild, y Émond, 2000) nos permitieron entender mejor los componentes de una experiencia positiva en un museo. A partir de las categorías y subcategorías de la consonancia pudimos identificar muchas fuentes de gozo expresadas por los visitantes al Museo de Bellas Artes. Fuimos testigos de su capacidad para recurrir a sus conocimientos para dar respuesta al arte que observan. Había momentos en los que los visitantes se sintieron fortalecidos. También disfrutaron lo que observaron; fue una oportunidad para ellos para comprobar lo que preferían como individuos. Observamos que los visitantes crearon una conexión personal con las obras de arte al experimentar el arte a través de recuerdos personales; gustos personales; conciencia de sí mismos y al sumergirse en un ambiente placentero ya sea éste la obra de arte o el mismo museo. La identificación de categorías de consonancia también reiteró cómo los objetos de arte son el foco de la exploración de los visitantes al museo, y aún más cuando hay una gratificación para las ideas

de los visitantes. Los visitantes examinaron las obras de arte desde diferentes perspectivas. No solamente observaron las obras de arte que se consideraron bien ejecutadas, sino que también se centraron en otros aspectos tales como mirar las características simbólicas, o en la energía contenida, o en la representación del pasado y aun encontraban en la obra un lugar a dónde ir. Los visitantes que observaban las obras de arte disfrutaron al saber quienes eran los artistas que las ejecutaron. Ésta parece ser una estrategia que usaron para explorar las obras más profundamente pues tienen la idea de que el artista debe ser especial y habilidoso. Sin embargo, se observó que algunos casos de consonancia fueron expresados algunas veces sin una exploración a profundidad. Cuando esto ocurrió no pudimos identificar claramente el componente de la consonancia cuando los observadores respondieron a los obras de arte diciendo ¡ah! Es hermoso, o ¡me gusta¡ Tal como se describe en este artículo, era importante identificar sólo los momentos en que podía notarse en las transcripciones que ocurría una correlación, un ajuste correcto a una cognición preexistente (Zusne, 1986). A continuación nuestra definición de experiencia estética usada en este artículo de acuerdo con Zusne:

> La experiencia estética es la experiencia de reafirmación cognitiva que ocurre cuando la muestra estética se aproxima o coincide con el modelo de perfección que tiene actualmente el individuo (Zusne, 1986, p. 531).

Esta clasificación de momentos de placer expresados por los visitantes en el Museo de Bellas Artes, tiene implicaciones para los educadores en los museos, quienes deberían entender los elementos clave de las experiencias positivas de los visitantes. Este conocimiento puede ayudar a los profesionales de los museos a maximizar las posibilidades de crear experiencias que permitan a los visitantes tener momentos agradables de meditación. Al hacer eso, los educadores en los museos estarían incrementando la posibilidad de desarrollar usuarios fieles que disfruten su visita al museo.

En este artículo hemos identificado cinco categorías principales de consonancia. Sin embargo, es de la mayor importancia mencionar que los visitantes estaban observando arte histórico en la National Gallery de Canadá cuando aplicamos las tipologías de consonancia. Por lo tanto, algunos de los comentarios son adecuados al tipo de arte que estaban observando, especialmente cuando obtenemos comentarios acerca de lo bien logrado que está la obra de arte o el realismo de la misma. Ésta ha sido una idea usada por mucha gente a través de los siglos como un criterio para juzgar el éxito de una obra de arte. Pero hoy en día el arte ha roto con el pasado en el tema del realismo y hay muchas ideas diferentes acerca de lo que es el arte y cómo debe ser apreciado.

¿Cómo se manifestarían estas tipologías si los visitantes observaran arte contemporáneo?

Bibliografía

Beauvois, J-L. y R-V. Joule, *A radical dissonance theory*, Taylor & Francis, Londres, 1998.

Csikszentmihalyi, M. y R. E. Robinson, *The art of seeing: An interpretation of the aesthetic encounter*, The J Paul Getty Museum and Center for education in the arts, Malibu, California, 1990.

Émond, A. M., *The effects of historical art and contemporary art on cognitive dissonance and consonance as verbalized by adult visitors in a fine arts museum*, unpublished doctoral dissertation, Concordia University, Montréal, Québec, 2002.

Festinger, L., *A theory of cognitive dissonance*, Stanford University Press, Stanford, California, 1957.

Guillot, N.,º "Comment définir le plaisir du visiteur adulte de type grand public au musée d'art? In A. Meunier (Chair)", *Groupe d'intérêt sur l'éducation et les musées*, Communication donnée au 29e Congrès annuel de la Société canadienne pour l'étude de l'é-ducation, Québec, Canadá, enero, 2001.

Housen, A., *The eye of the beholder: Measuring aesthetic development.* Unpublished doctoral dissertation, Harvard Graduate School of Education, Boston, Massachussets, 1983.

Weltzl-Fairchild, A., C. Dufresne-Tassé y L. Dubé, "Aesthetic experience and different typologies of dissonance", *Visual Arts Research, 23*, 1997, pp.158-167.

Weltzl-Fairchild, A. y A. M. Émond, "Oh, that's beautiful! or consonance and the adult museum visitor", en M. Allard y B. Lefebvre (eds.), *Musée, culture et éducation / Museum, culture and education*, Éditions MultiMondes, Montréal, 2000, pp. 143-152.

Zusne, L., "Cognitions in consonance", en *Perceptual and Motor Skills*, (62), 1986, pp. 531-538.