

La influencia del posmodernismo en el diseño de los museos Soumaya y Jumex

ARACELY LUGO MELENDREZ
Universidad Tecnológica de México
aracely_lugo@hotmail.com

DARÍO GONZÁLEZ GUTIÉRREZ
Departamento de Métodos y Sistemas, CyAD, UAM Xochimilco
dgong@correo.xoc.uam.mx

PALABRAS CLAVE
Museo
Posmodernismo
Comercialización de la arquitectura
Museo Soumaya
Museo Jumex

KEYWORDS
Museum
Postmodernism
Marketing of architecture
Soumaya Museum
Jumex Museum

Con el transcurrir del tiempo el museo se transforma. En un principio se aboca a la conservación de la memoria y de la identidad de los pueblos, posteriormente, a la preservación cultural y la promoción de los Estados nacionales. A partir de los años ochenta del siglo XX, la globalización lo mercantiliza y desvirtúa sus principales funciones. Al mismo tiempo, el posmodernismo se opone al movimiento moderno y se bifurca en varias tendencias: algunas fomentan la comercialización de la arquitectura con edificaciones novedosas para el gusto de las masas, otras se preocupan por el rescate de la memoria local. Después de varias décadas, estas vertientes posmodernas influyen en el diseño arquitectónico de algunos museos, como el Museo Soumaya y el Jumex.

The concept of the museum has transformed over time. Museums were originally focused on conserving the memory and identity of peoples; later, on cultural preservation and the promotion of nations and States. From the 1980s on, globalization began to commercialize the idea of the museum and distort its primary functions. At the same time, postmodernism was opposing the modern movement and splitting into a number of different trends; some promoting the marketing of architecture with innovative buildings for the taste of the masses and others concerned with recovering local memory. Some decades later, these postmodern trends are influencing the architectural design of museums, as can be seen in the Soumaya and the Jumex.

INTRODUCCIÓN

En el devenir civilizatorio el museo cumple diversas funciones como la preservación patrimonial, la promoción del nacionalismo, la difusión cultural. Los antiguos griegos le asignaron la conservación de la memoria; los Estados nacionales del siglo XVIII se valieron del museo para afirmar sus proezas históricas, como las guerras de conquista. Estas funciones se transformaron en los años ochenta del siglo XX cuando la globalización impactó el ámbito cultural que promovió la expansión y la mercantilización del museo, lo que desvirtuó sus tareas fundamentales. Al mismo tiempo, el posmodernismo fomentó la comercialización de la arquitectura ecléctica y la construida con alta tecnología: ciudades importantes compitieron con edificaciones llamativas, entre ellas los museos, como si fueran sublimes obras de arte para atraer a las masas. A pesar de que han transcurrido varias décadas, todavía encontramos diseños arquitectónicos con estas influencias.

Para analizar el diseño de los museos en la actualidad, este artículo se compone de tres apartados. En el primero se exponen los orígenes del museo en la antigua Grecia y algunas de sus transformaciones más importantes a lo largo de la historia, como los museos nacionales del siglo XVIII, asimismo, se hace referencia al impacto de la globalización en la comercialización cultural, su relación con el movimiento posmoderno y sus efectos en la expansión de los museos por el mundo. En el segundo apartado, se estudian los inicios del posmodernismo —a mediados de la década de los años sesenta del siglo XX— y la evolución de sus postulados, en oposición al funcionalismo del movimiento moderno, que desarrolló tendencias como la comercialización de la arquitectura o el rescate de la memoria de los lugares; la deconstrucción pretendió romper con el movimiento, sin embargo, asumió varios de sus postulados y se materializó en museos novedosos que atraen cientos de miles de visitantes anualmente, como el Guggenheim de Bilbao. En el tercer apartado, brevemente, se muestra el desarrollo de los museos en México —a partir del siglo XIX— y se explican las influencias posmodernas en el diseño de dos museos de arte en la Ciudad de México, construidos a principios del siglo XXI en la zona del nuevo Polanco: el Museo Soumaya y el Museo Jumex.

LOS ORÍGENES

Y EL DEVENIR DEL MUSEO

En la Antigua Grecia, el *museion* era el lugar dedicado a las Musas, diosas que representaban a las artes y a las ciencias, su conocimiento protegía a los dioses y a los hombres, a éstos les cantaban sobre su vida presente, pasada y futura. También cuidaban del rapsoda que, con una buena memoria, improvisaba su voz. Las Musas, hijas de Mnemósine, diosa de la memoria y el recuerdo, representaban la autocomprensión de la cultura griega. Los círculos de filósofos, las escuelas y los gimnasios les levantaron estatuas y juntaron su culto con la enseñanza y la investigación, como en el *museion* de la Academia Platónica o el Liceo donde enseñó Aristóteles. El Museo de Alejandría, fundado por Ptolomeo I, contenía una gran biblioteca, un observatorio, colecciones de ciencias naturales, un instituto médico y otras instituciones científicas (Harrauer y Hunger, 2008: 562-565).

El *museion* era una institución sacra y científica donde se cultivó el recuerdo y se conmemoró la historia, resguardaba los trofeos de las victorias obtenidas en las guerras y fungió como lugar de la autoconciencia griega. Los romanos tenían galerías con pinturas murales y calles con columnatas —por ejemplo, el Pórtico de la Septa— para exhibir antigüedades y productos del Extremo Oriente (Mumford, 1961: 223). Durante el Renacimiento, el vocablo latinizado *museum* denominó las colecciones privadas de obras de arte y maravillas, como la de los Medici (Kurnitzky, 2013: 34, 138).

A partir del siglo XVIII, imperios y naciones utilizaron la palabra museo para referirse a la institución que promovía su grandiosa imagen. Exhibieron piezas y tesoros arqueológicos obtenidos en las guerras y en las expediciones coloniales y se consolidaron como monumentos representativos del poder militar en las ciudades modernas (Montaner, 2003: 9). Esto ocasionó inconformidades, pues se trataba del saqueo a los pueblos conquistados, por ejemplo, *El busto de Nefertiti*, reina de Egipto, se exhibe en el *Neues Museum* de Berlín o el *penacho de Moctezuma*, en el Museo de Historia Natural de Viena, en Austria.

En el siglo XVIII, Baumgarten retomó el concepto griego de *aisthesis* para referirse a la percepción por los sentidos como base para su concepción de la Estética como dis-

ciplina filosófica y fue fundamental para estudiar los objetos artísticos en los recintos museísticos. La educación se incorporó como función importante del museo; la arqueología y las técnicas de restauración permitieron examinar, clasificar y conservar las grandes cantidades de piezas antiguas que se almacenaron en los museos. Posteriormente, los museos se diversificaron y se especializaron para exhibir colecciones de arte, tecnología y ciencias naturales (Montaner, 2003: 9).

En los años sesenta del siglo XX se promovió la comercialización de la cultura. El *Metropolitan Museum of Art* aplica técnicas de *marketing* en su administración y utiliza el arte contemporáneo y los *happenings* como novedades para aumentar su público (Kotler y Levy, 2002: 333-334). En los años ochenta, la globalización y las políticas neoliberales incidieron en la decadencia del Estado Benefactor y en el ascenso del posmodernismo, de la cultura del ocio, de la industria cultural y del turismo de masas, lo que incrementó el número de visitantes a los museos; entonces surgió la necesidad de ampliar y modernizar sus espacios y servicios (Montaner, 2003: 8).

Con el paulatino retiro del Estado de las tareas culturales, los museos tuvieron dificultades para obtener recursos económicos y recurrieron a la oferta de servicios de divertimento con el fin de atraer a grandes masas de visitantes que, con sus entradas, compensaron la baja de los presupuestos oficiales. En este proceso de comercialización, el reconocimiento de las obras de arte como activos financieros impulsó la transformación del museo en una entidad empresarial, en una marca comercial, en detrimento de sus funciones culturales (Weiss, 2002: 346). En este contexto, figuras importantes de gremios de prestigio como artistas, arquitectos, políticos y magnates de todo el mundo levantaron edificios museísticos, bajo los principios vanguardistas del posmodernismo, con una doble finalidad: obtener beneficios económicos y representarse a sí mismos a través de edificaciones espectaculares que fungan como emblemas comerciales.

VERTIENTES DE LA ARQUITECTURA POSMODERNA

A mediados de los años sesenta del siglo XX, se agudizaron las críticas al movimiento moderno y la arquitectura se perfiló por nuevos derroteros. El momento de inflexión se da entre 1965 y 1969, años en los que mu-

rieron arquitectos importantes como Le Corbusier, Ludwig Mies van der Rohe y Walter Gropius, mientras los jóvenes realizaban proyectos con nuevas ideas, influenciados por publicaciones como *La imagen de la ciudad*, de Kevin Lynch, *Proyecto y destino*, de Giulio Carlo Argan, *La arquitectura de la ciudad*, de Aldo Rossi, *Complejidad y contradicción en la arquitectura*, de Robert Venturi. Estos textos versan sobre la falta de expresividad, significación y simbolismo de la arquitectura moderna, abocada a la función, y enfatizan en la importancia de la semiótica y de las teorías del lenguaje para dotar de significación al objeto arquitectónico y a la ciudad, superando sus valores utilitarios y funcionales (Montaner, 2003: 110-111).

Lynch (1998) destaca elementos significativos que sirven de referencia para una lectura de la ciudad: barrios, nodos, hitos, mojones y bordes articulan el espacio y contribuyen a la orientación e identidad de los habitantes. Rossi (1986) escribe sobre la relevancia de la memoria colectiva materializada en preexistencias ambientales, no sólo las formas, también los materiales refieren a la historia y a la tradición del sitio; con el concepto *genius loci* enfatiza la importancia del contexto y del lugar.

En 1977 Charles Jencks retoma estas ideas en su texto *El lenguaje de la arquitectura posmoderna*, y la idea se generaliza en la disciplina; dos años más tarde, Jean-François Lyotard publica *La condición posmoderna* y difunde la idea en la filosofía y en las ciencias sociales. Bajo su influencia, se descalifican las teorías totalizadoras, los grandes relatos, los métodos de las ciencias: *everything goes* (todo vale) se aplica para realizar investigaciones sin moldes establecidos y proliferan los estudios sobre microrrelatos y problemas locales sustraídos de la generalidad social (Kurnitzky, 1998: 67-80).

Fue entonces que se invierten los valores: si para la arquitectura moderna la forma sigue a la función bajo el principio “menos es más”, para el posmodernismo es la función la que sigue a la forma con la idea de que “mucho no es demasiado”. La apariencia, el mensaje que proyecta la epidermis del edificio se convirtió en lo más relevante, en motivo para codificarse en un logotipo comercial impactante y fácil de recordar para las masas. Con estos principios, en los años ochenta se levantaron edificaciones como emblemas de empresas e instituciones, destacan el Ayunta-

miento de Portland, de Michael Graves y el edificio AT&T, en Nueva York, de Philipp Johnson (Montaner, 2003: 164); en ambos se mezclan, de manera ecléctica, elementos historicistas en unidades compositivas de signos que refieren a sus organizaciones. El neoclasicismo de estas edificaciones caracteriza a la vertiente posmoderna de Estados Unidos: su estilo nacional contrapuesto a la nueva objetividad europea (Montaner, 2003: 152).

Robert Venturi, Steven Izenour y Denise Scott Brown también se valen de todo para comercializar la arquitectura. En 1977 publican *Aprendiendo de Las Vegas* y al igual que los artistas del *Pop Art*, recurren a la cultura popular e incorporan símbolos del consumo de masas en las edificaciones: fachadas con letreros, figuras y muñecos que denotan la función independiente de las relaciones espaciales de la edificación. Escriben: “La señal gráfica en el espacio ha pasado a ser la arquitectura” (2008: 34, 35). ¿Se trata del objeto arquitectónico convertido en *ready made*, que adquiere significación por el lenguaje verbal? Su dibujo satírico de una construcción en forma de paralelepípedo con el letrero “Yo soy un monumento” parece confirmarlo (2008: 194).

Según Josep María Montaner (2003: 178), en los años ochenta la arquitectura posmoderna se desarrolla en seis vertientes: el historicismo, el contextualismo cultural, el eclecticismo, la singularidad de la obra artística, la nueva abstracción y la alta tecnología. Las tres primeras se derivan de lo expuesto hasta aquí, las otras tres rechazan la producción en serie y enfatizan la singularidad creativa de la obra arquitectónica con el uso de todos los recursos formales y tecnológicos disponibles. En esta tendencia se ubican colectivos como Coop Himmelblau y Haus-Rucker and Co., que realizaron intervenciones en exposiciones artísticas antes de materializar sus propuestas en obras arquitectónicas aerodinámicas (Montaner, 2003: 220-221).

En los años noventa surge el deconstructivismo como un movimiento, aparentemente, contrapuesto. Para Hans Ibelings se trata del:

...reverso manierista de las nociones posmodernas de lugar, identidad y significado; un reverso que, aunque ponga a dichas nociones bajo otro enfoque, las reconoce igualmente como fundamentales (1998: 25).

El simbolismo y la metáfora formal del objeto arquitectónico son igualmente importantes. Las referencias ya no fueron históricas, sino filosóficas: Jacques Derrida, Giles Deleuze, Felix Guattari son los teóricos de cabecera de los arquitectos, aunque el reflejo intelectual en el diseño fue muy pobre, según Ibelings todo terminó en “un pseudo caos de ángulos oblicuos, y la metáfora de Deleuze relativa al pliegue se tradujo en paredes y pavimentos doblados” (1998: 25).

Así lo observamos en uno de los principales exponentes del deconstructivismo, Frank Gehry, quien diseña edificaciones con envolventes metálicas retorcidas que exporta de un proyecto a otro, ya sea una bodega o un museo. Su arquitectura corresponde a la vertiente de la obra de arte singular construida con alta tecnología y se dirige al consumidor masivo. Para Hal Foster (2011), la arquitectura de Gehry es una combinación entre el anuncio *pop* y el logotipo mediático. Su equilibrio se basa en la monumentalidad moderna con la falsa iconicidad populista del diseño posmoderno. Uno de sus mejores ejemplos es el museo Guggenheim en Bilbao, inaugurado en 1997, que trazó un nuevo rumbo para los museos del mundo, el contenedor funge como protagonista que subordina el diseño interior y se impone sobre la función. La Fundación Guggenheim y Gehry tenían una visión común: hacer de su arquitectura un símbolo de la organización. Su objetivo se cumplió, pues el museo se convirtió en un importante referente mundial que atrae a cientos de miles de visitantes anualmente, beneficiando a la economía de la ciudad, además de que impulsó transformaciones urbanas. Al fenómeno se le conoce como el *efecto Bilbao* (Esteban, 2007), se replicó en otras ciudades y estimuló a gobiernos e instituciones a crear museos con arquitectura espectacular, capaces de convertir ciudades en destinos globales del turismo cultural.

LOS MUSEOS SOUMAYA Y JUMEX

Desde su consolidación como nación independiente, la concepción y construcción de museos en México sigue los cánones occidentales y contribuye a reforzar la identidad colectiva. A lo largo del siglo XIX los discursos museológicos transmitieron la ideología nacional, en el siglo XX giran en torno a la pedagogía y se construye una gran cantidad de museos, lo que se verifica en cifras: en la primera década del siglo XX existían sólo 38

museos, a inicios de los años setenta hay 288 y para finales de los años noventa 846. En 2010 el Sistema de Información del Conaculta registró 1 185 museos (García, 2013), más de la mitad son públicos y sus temáticas principales son la arqueología, la historia, el arte y la ciencia. La mayoría se ubica en la capital del país que rebasa, por mucho, el promedio de 30 museos por estado, de acuerdo con el informe del Inegi (2017). La Ciudad de México es la segunda ciudad con más museos del mundo, sólo por debajo de Londres; en su área metropolitana se concentran 170 museos y la cifra continúa creciendo.

La construcción de museos en México como centros de atracción cultural en las ciudades comienza desde mediados del siglo XX, algunos ejemplos de vanguardia fueron el Museo de Arte Moderno (1964), construido por Ramírez Vázquez y Rafael Mijares, el Museo Tamayo (1981), de Teodoro González de León y Abraham Zabludovsky, el Museo de Antropología de Xalapa (1985) del arquitecto norteamericano Raymond Gómez. En la década de los noventa destaca la construcción del Museo de las Culturas del Norte en Paquimé (1993) por Mario Schjetnan, proyecto dotado de simbolismo en armonía con el paisaje. En el mismo año se inaugura el Museo Papalote del Niño, de Ricardo Legorreta, y se convierte en un hito de la Ciudad de México.

En el siglo XXI, algunos grupos de empresarios mexicanos se dedicaron a levantar museos de arte para representar sus corporaciones. Entre los más conocidos tenemos el Museo Soumaya, inaugurado en el año 2011, y el Museo Jumex, en 2013, ambos ubicados en el Nuevo Polanco, una de las zonas con más crecimiento económico en la ciudad, todo el cuadrante rodeado de plazas comerciales y oficinas corporativas crea una simbiosis entre negocios y museos (Oliveras y Nikolic, 2016: 808). Dichos recintos museísticos no sólo fungen como lugares para la exhibición de obras artísticas, sino también como espacios recreativos y sedes de eventos sociales. Su ubicación exclusiva promueve el turismo en esta zona de la ciudad que se complementa con centros comerciales y un acuario (Figura 1).

El Museo Soumaya se construyó como un tributo de Carlos Slim a su difunta esposa, y desde hace algunos años funge como centro de interés mediático debido a su llamativa forma orgánica (Figura 2). El arquitecto que lo



Figura 1. Fachadas de los museos Jumex y Soumaya. Fuente: www.maspormas.com/ciudad/disfruta-del-museo-jumex-sin-salir-de-casa/.

diseñó, Fernando Romero, lo describe como una ola explosiva que emerge de la plaza (Vázquez, 2011). Las percepciones sobre su configuración amorfa y asimétrica varían según los puntos desde donde se observe; en sus espectadores y críticos generan variadas analogías formales, algunos aseguran que es la silueta de una mujer, mientras que otros argumentan ver un hongo,¹ una licudora o hasta un excusado.² La estructura del proyecto, de 17 000 m² y 45 m de altura, se resolvió con 28 columnas de acero curvado de diferentes diámetros, cada una con su propia geometría. Su fachada está recubierta por 19 000 módulos hexagonales de aluminio con pocos vanos. Al centro de la cubierta tiene un domo de vidrio por el que entra luz natural que ilumina la última sala, dedicada a la escultura. Cada uno de los seis niveles, diseñados en planta libre de forma irregular, tiene una sala de exposición y se interconectan con una rampa perimetral. En las salas se albergan más de 70 000 piezas. Además, cuenta con un auditorio, una biblioteca, oficinas administrativas, un restaurante, una tienda de regalos y cinco niveles subterráneos para estacionamiento (Lugo, 2019).

¹ Resultados obtenidos sobre las experiencias de los visitantes en el Museo Soumaya (Lugo, 2019), con base en la encuesta "Museos contemporáneos en México", marzo de 2019.

² La analogía con un excusado refiere a la obra *The toilet* (2016) de Yoshua Okón: un lujoso excusado bañado de cobre con una base que replica al Museo Soumaya.

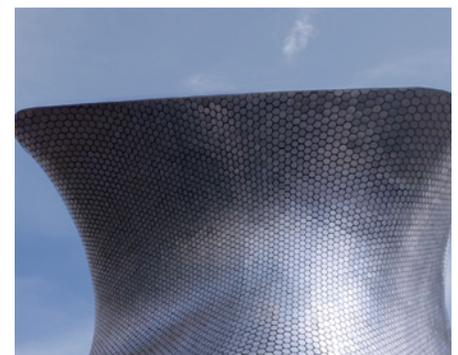


Figura 2. Fachada del Museo Soumaya. Fotografía: Aracely Lugo Melendrez.

La avanzada ingeniería y la forma llamativa del Soumaya reafirman la imagen de la Fundación Carso y predominan sobre la función; las plantas y los muros irregulares dificultan el diseño curatorial, generando espacios que no se pueden utilizar, pues quedan vacíos y oscuros. El complejo entramado de columnas inclinadas interfiere en las salas y las circulaciones, incluso en medio de las rampas de circulación que comunican a las salas en los diferentes niveles. En el último piso se encuentra la sala principal con el tragaluz; el diseño del espacio y de la cubierta, con estructura metálica aparente, simula el galerón de un gran almacén con mercancías amontonadas (Figura 3).

En consonancia con las ideas posmodernas, parece que el objetivo de los creadores del Museo Soumaya fue dotar al espacio público de una obra de arte única: el edificio



Figura 3. Último piso de exhibición del Museo Soumaya donde se exhiben esculturas. Fotografía: Aracely Lugo Melendrez.

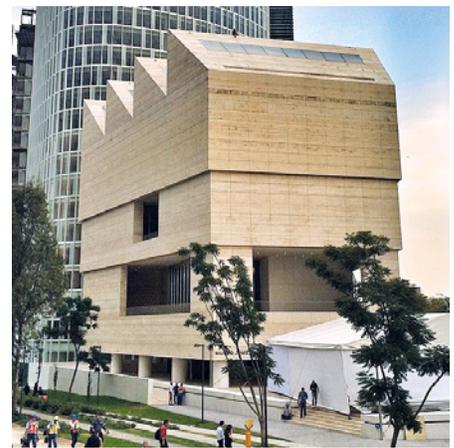


Figura 4. Fachada del Museo Jumex. Fuente: <https://mexicocity.cdmx.gob.mx/venues/museo-jumex/?lang=es>

por sí mismo. Como testigos se encuentran los turistas de la Ciudad de México, nacionales o extranjeros, que asisten a la zona de Nuevo Polanco para posar a lado del museo y tomar fotografías de *souvenir* sin la necesidad de entrar al recinto para reencontrarse con la historia y el arte. El museo se construyó con sofisticada tecnología, su estructura irregular y su envoltente de aluminio con movimientos retorcidos lo asemejan a la arquitectura deconstructivista.

Otro de los museos con más auge en años recientes es el Museo Jumex, construido por Eugenio López —el heredero de la compañía mexicana de jugos— como parte de las acciones de difusión y promoción de la Fundación Jumex Arte Contemporáneo. De acuerdo con su página *web*, se trata de un laboratorio experimental para consolidar el arte contemporáneo en México. El proyecto fue realizado por el arquitecto británico David Chipperfield, se encuentra en un terreno triangular de 2 500 m², con una superficie construida de 1 600 m² en cinco niveles: sótano, planta baja, tres niveles para exposiciones y cuatro niveles subterráneos de estacionamiento. Se emplaza sobre una plataforma elevada que conecta con la plaza de acceso. La planta baja incluye el vestíbulo, la recepción y la tienda; sus ventanales dan a la plaza. En el sótano se encuentran los servicios: almacenes de arte, cuarto de máquinas, oficinas administrativas y sala de usos múltiples. En los niveles superiores se disponen las salas de exhibición, la última está cubierta con tragaluces, con formas de dientes de sierra, que permiten la entrada de luz indirecta (Figuras 4, 5, 6).

Este museo tiene un diseño más apropiado a su función. Los materiales de tonalidades neutras le dan un carácter sobrio; el techo, los muros de la fachada y los pisos están recubiertos de mármol travertino, originario de Veracruz. Las columnas, la plataforma y los elementos interiores son de concreto blanco aparente. El edificio descansa sobre catorce columnas, con una planta libre que asciende de forma escalonada en cada nivel (Lugo, 2019: 48-49). Su apariencia sólida y monolítica, con la cubierta en diente de sierra, refiere a la arquitectura industrial, que consolida su imagen análoga a la de un establecimiento de producción de jugos. Su diseño sigue las ideas de Aldo Rossi sobre las preexistencias ambientales, pues retoma la tipología de la arquitectura fabril que rememora las edificaciones demolidas en esta antigua zona industrial —cruzada por las



Figura 5. Sala de exposición del Museo Jumex. Fotografía: Aracely Lugo Melendrez.



Figura 6. Sala de exposición del Museo Jumex. Fotografía: Aracely Lugo Melendrez.

vías del ferrocarril a Cuernavaca— en la que se asentaban, entre otras, las plantas de General Motors, Chrysler, Bayer, Colgate-Palmolive, Harinas Elizondo.

CONCLUSIONES

El posmodernismo no fue una corriente unitaria, sus críticas al movimiento moderno resultaron en interpretaciones y vertientes disímiles: del historicismo y el contextualismo a la comercialización y la idea del edificio como obra de arte singular. En Estados Unidos la corriente posmoderna fue influenciada por el eclecticismo (su estilo nacional), el *Pop Art* y la arquitectura comercial. En Italia destaca la postura de Aldo Rossi, quien retoma ideas de la escuela de Ernesto Nathan Rogers, destacando las preexistencias ambientales y la relación entre la arquitectura, la tradición y el lugar.

En los años ochenta del siglo xx, en Estados Unidos se construyeron edificios emblemáticos que contribuyen a la promoción de la arquitectura posmoderna. Al mismo tiempo, la globalización avanzó en el orbe y penetró en el campo cultural, lo que se reflejó en la expansión de los museos: ciudades importantes compitieron en la construcción de los más vanguardistas. Algunos se comercializaron e incluyeron negocios y espectáculos como parte de sus actividades. El posmodernismo funciona, pues, como la cara cultural de la globalización, así se muestra en la propagación de la arquitectura ecléctica, con sentido comercial, promovida por Robert Venturi y sus colaboradores bajo el paradigma de Las Vegas.

La comercialización del museo desvirtúa sus funciones: conservar el patrimonio cultural, preservar la memoria, fomentar la reflexión sobre el contexto histórico y social de los pueblos. Esto se refleja en diseños arquitectónicos que privilegian formas llamativas, codificadas fácilmente como símbolos comerciales, logotipos, en lugar de resolver de manera adecuada sus funciones sustantivas. La crítica al racionalismo y el funcionalismo del movimiento moderno continúa proyectándose en este tipo de edificaciones, como el Museo Soumaya, con una forma singular que no corresponde a las funciones de la institución. Un concepto diferente es el del Museo Jumex: con influencia de la vertiente menos comercial del posmodernismo, la contextual e histórica, que rescata la memoria y destaca la importancia del lugar.

FUENTES CONSULTADAS

Esteban, Iñaki (2007). *El efecto Guggenheim. Del espacio basura al ornamento*. Barcelona: Anagrama.

Foster, Hal (2011). *El complejo arte-arquitectura*. Madrid: Turner.

García Lizárraga, Dulce María (2013). “Museos en México. Una lectura desde la accesibilidad”. *Diseño en Síntesis* (50/51), Otoño 2013-Primavera 2014. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

González Gutiérrez, Darío (2016). “La función social del museo. Sus límites y posibilidades”. *Dossier Estética de la Mirada. Revista digital Reflexiones Marginales*, (34), agosto-septiembre, México.

Harrauer, Christine y Herbert Hunger (2008). *Diccionario de mitología griega y romana*. Barcelona: Herder.

Ibelings, Hans (1998). *Supermodernismo. Arquitectura en la era de la globalización*. Barcelona: Gustavo Gili.

Kotler, Philip y Sidney J. Levy (2002). “Ampliamos el concepto de marquetin”. En Bolaños, María (Ed.). *La memoria del mundo. Cien años de museología, 1900-2000*. Gijón: Trea.

Kurnitzky, Horst (2013). *Museos en la sociedad del olvido*. México: Conaculta.

Kurnitzky, Horst (1998). “Un supermercado de baratijas: el posmodernismo”. *Vertiginosa inmovilidad: los cambios globales de la vida social*. México: Blanco y Negro.

Lugo Melendrez, Aracely (2019). *Habitabilidad en el Museo Contemporáneo. Análisis del contenido-continente y la experiencia del visitante*. Idónea Comunicación de Resultados de la Maestría en Ciencias y Artes para el Diseño. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

Lynch, Kevin (1998). *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Montaner, Josep Maria (2003). *Después del Movimiento Moderno. Arquitectura de la se-*

gunda mitad del siglo xx. Barcelona: Gustavo Gili.

Montaner, Josep Maria (1993). *Museos para el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili.

Mumford, Lewis (1961). *The City in History. Its Origins, Its Transformations, and Its Prospects*. Nueva York: Harcourt, Brace & World.

Rossi, Aldo (1986). *La arquitectura de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Venturi, Robert-Scott Brown, Denise y Steven Izenour (2008). *Aprendiendo de Las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Barcelona: Gustavo Gili.

Weiss, Philip (2002). “Vender la colección”. En Bolaños, María (Ed.). *La memoria del mundo. Cien años de museología, 1900-2000*. Gijón: Trea.

Fuentes electrónicas

Fundación Jumex, www.fundacionjumex.org/es/fundacion/historia

INEGI (2017). Estadística sobre museos 2017, Comunicado de prensa núm. 295/18, 12 de julio de 2018 [en línea]. Ciudad de México, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Consultado el 10/05/2023).

Oliveras Samitier, Jordi y Mila Nikolic (2016). “Réplicas al efecto Bilbao: la nueva generación global”, *Actas Primer Congreso Iberoamericano de Historia Urbana. Ciudades en el tiempo: infraestructuras, territorios, patrimonio*, 806-813. Santiago de Chile. En www.researchgate.net/publication/310767259_Replicas_al_efecto_Bilbao_La_nueva_generacion_global_Aftershocks_of_the_Bilbao_Effect_The_New_Global_Generation (Consultado el 20/11/2017).

Vázquez, Jorge (2011). “El faraón y su arquitecto”. *Revista Casa del tiempo*, núm. 44, junio de 2011, Universidad Autónoma Metropolitana. En www.uam.mx/difusion/casadeltiempo/44_iv_jun_2011/casa_del_tiempo_eIV_num_44_42_46.pdf