



Cómo citar este artículo / Com citar aquest article / Citation:

Silvestre, L. (2022). El museo como símbolo de la ciudad contemporánea. *kult-ur*, 9 (17). <https://doi.org/10.6035/kult-ur.6442>

EL MUSEO COMO SÍMBOLO DE LA CIUDAD CONTEMPORÁNEA

The museum as a symbol of the contemporary city

Laura Silvestre García

Universitat Politècnica de València

lausilga@esc.upv.es

<https://orcid.org/0000-0003-0031-4520>

RESUMEN: Desde los años ochenta se pone de moda la promoción de la cultura a través de la rehabilitación y puesta en marcha de museos y centros de arte contemporáneo, así como de ferias, bienales y otros eventos expositivos, que aportan visibilidad al entorno urbano en el que se ubican. Esta nueva concepción de la cultura y, en concreto, del museo como agente revitalizador, ha sido indisociable tanto de los intereses políticos que buscan fomentar una imagen de modernidad democrática y de contemporaneidad, como ha pasado en España desde que se instauró la democracia, como de las maniobras de regeneración urbana que comportan. La redefinición de la imagen de la ciudad, encuentra una de sus principales vías de actuación a través de la promoción de espacios expositivos para el arte contemporáneo que actúan como acicate urbano y aportan reconocimiento a los grupos políticos en el poder. Por su parte, los museos también reflexionan sobre la manera de entender y vivir las ciudades y toman conciencia de la importancia de generar sinergias con el contexto social en el que se insertan, desarrollando programas expositivos y de mediación que buscan conectar con la ciudadanía.

PALABRAS CLAVE: Museo, ciudad, revitalización urbana, arquitectura museística, mediación, sentido social.



RESUM: Des dels anys vuitanta es posa de moda la promoció de la cultura a través de la rehabilitació i posada en marxa de museus i centres d'art contemporani, així com de fires, biennals i altres esdeveniments expositius, que aporten visibilitat a l'entorn urbà en el qual se situen. Aquesta nova concepció de la cultura i, en concret, del museu com a agent revitalitzador, ha estat indissociable punt dels interessos polítics que busquen fomentar una imatge de modernitat democràtica i de contemporaneïtat, com ha passat a Espanya des que es va instaurar la democràcia, com de les maniobres de regeneració urbana que comporten. La redefinició de la imatge de la ciutat, troba una de les seues principals vies d'actuació a través de la promoció d'espais expositius per a l'art contemporani que actuen com a esperó urbà i aporten reconeixement als grups polítics en el poder. Per la seua part, els museus també reflexionen sobre la manera d'entendre i viure les ciutats i prenen consciència de l'importància de generar sinergies amb el context social en el qual s'insereixen, desenvolupant programes expositius i de mediació que busquen connectar amb la ciutadania.

PARAULES CLAU: Museu, ciutat, revitalització urbana, arquitectura museística, mediació, sentit social.

ABSTRACT: Since the 1980s, it has become customary to promote culture through building and renovating museums and contemporary art centres, as well as holding fairs, biennials and other types of exhibition that publicise the urban environment in which they are situated. This new concept of using museums as cultural regenerators is closely connected to political interests that seek to promote an up-to-date image of modern democracy and the associated urban regeneration, as has happened in Spain since its transition to democracy. One of the main ways to redefine a city's image is by promoting contemporary art centres that enhance the city's reputation, as well as that of the political party in power. In turn, the museums reflect on this way of understanding the city, are aware of the importance of generating synergies with their social context and run exhibition programmes that people can relate to.

KEYWORDS: Museum, city, urban regeneration, museum architecture, mediation, social meaning.



Marcelo Fuentes - RUZAFÁ

I. Introducción.

La rotundidad de los movimientos artísticos de vanguardia que se sucedieron en Europa desde principios del siglo XX condujo a las instituciones museísticas a continuas crisis y replanteamientos, llegando incluso a parecer que habían quedado ancladas en un

estadio anacrónico de imposible

retorno que las condenaba a su extinción. Tras la defensa incondicional del museo efectuada desde los planteamientos enciclopedistas derivados de la Ilustración¹, éste fue asaltado por las críticas que abogaban por su transformación, expresión de un nuevo escenario cultural, el de la cultura de masas. Podemos considerar que las premisas ideológicas en las que se fundamentaron estas críticas, encabezadas por artistas, críticos e intelectuales de vanguardia², tienen su origen en dos momentos clave. Uno es el Manifiesto Futurista de Marinetti (1909), en el que exige la destrucción del museo tachándolo de cementerio. El otro, el texto de Paul Valéry *El problema de los museos* (1923), que arremete contra la descontextualización de las obras en los museos aturdiendo a nuestros sentidos, ofendiendo a nuestra inteligencia y generándonos tristeza, aburrimiento, cansancio y malestar.

Del mismo modo que las vanguardias históricas cuestionaron la significación y la función social del museo, podemos constatar que las vanguardias de los años sesenta promovieron alternativas artísticas de carácter contestatario que situaron a estas instituciones culturales en el punto de mira de sus ataques (Bolaños 2002, 269-272). El contexto sociocultural de cariz reivindicativo de

1. Entre los defensores resulta obligado recordar a Goethe y a tantos pensadores y escritores que, basándose en Leibniz, Kant, o los románticos alemanes Schlegel, Hegel y Novalis, etc. encuentran en el museo el «santuario» ideal para el arte. (Alonso 1999, 38).

2. Entre los detractores de los museos podemos citar a Friedrich Nietzsche, Edmund Burke y Theodor Adorno.



finales de los años 60, en el que se sucedieron las huelgas obreras, las protestas contra la guerra de Vietnam, las manifestaciones estudiantiles de mayo del 68 o las reivindicaciones feministas, culminó con una actitud radical contra la cultura establecida por parte de las nuevas generaciones de artistas. El rechazo que estos movimientos mostraron por el espacio convencional del museo, les condujo a sacar sus manifestaciones artísticas de estos contenedores en busca de ámbitos alternativos de representación.

Sin embargo, en la década de los 80 el museo resurgió con gran fuerza. Desde entonces, se han venido desarrollando múltiples experiencias museísticas y expositivas de toda índole, legitimando su papel como instrumentos de información y divulgación artística e incrementando de manera notable el abanico de equipamientos culturales de las ciudades. Esta incesante aparición o ampliación de museos, que todavía continúa en la actualidad, nos lleva a preguntarnos qué factores han incidido en su auge y proliferación.

De forma sumaria, y sin pretender ninguna jerarquización, podría decirse que estos factores se refieren, en primer lugar, a la nueva perspectiva sociológica desde la que se contempla el arte y los museos, convertidos en auténticos fenómenos de multitudes compitiendo por la captación de públicos y por la visibilidad mediática en un proceso que entra de lleno en la cultura de masas. En segundo lugar, cabe citar la rentabilidad política y urbanística de estos espacios, transformados en sinónimo de visibilidad y prestigio político. Por último, y directamente relacionado con los anteriores, el protagonismo y la espectacularidad que adquiere la arquitectura de los museos es el reflejo de las nuevas funciones sociales, políticas y urbanísticas que desempeñan en la actualidad.

Asimismo, la simbiosis de los museos con la ciudad en la asunción de su nuevo papel de dinamizadores y generadores de sentido social, tiene su traducción a través de la progresiva implementación de programas de mediación que tratan de promover nuevas estrategias educativas y de comunicación con la comunidad.



2. EL MUSEO GENERADOR DE REVITALIZACIÓN URBANA

No cabe duda de que el nuevo papel del museo como herramienta de planificación estratégica, puede contribuir de manera decisiva a la activación del sector servicios, a la generación de empleo, a la revalorización del suelo y, consecuentemente, a la deseada regeneración de la imagen de la ciudad.

La simbiosis entre la cultura y la industria conduce a la concepción del museo como foco de actividades de entretenimiento y destino del turismo cultural de masas, que aporta visibilidad al entorno urbano en el que se ubica y reconocimiento a los grupos políticos en el poder, que buscan fomentar una imagen de contemporaneidad. La evolución de los museos y la aparición de nuevos espacios expositivos se relaciona con la democratización de la cultura y con su espectacularización fruto de la llamada cultura de masas. Esta cultura de masas, que ofrece productos cada vez más populares, pero a base de estereotipar sus características para hacerlas aceptables a públicos amplios y vaciar sus aspectos más innovadores o revolucionarios, viene siendo vehiculada por los medios de comunicación de masas propios de nuestra época. Se establece de este modo una relación entre los medios y el arte (o cultura) que incluimos bajo el paraguas de la “industria cultural”, expresión acuñada por los filósofos alemanes Theodor Adorno y Max Horkheimer en su obra *Dialéctica de la Ilustración* (1944).

Desde los años 80, el protagonismo que han adquirido las instituciones museísticas no sólo como espacios para el arte contemporáneo sino también como lugares de encuentro, de ocio, imprescindibles en el viaje tipo actual, potencia todavía más su influencia y repercusión en el contexto en el que se ubican como símbolos de la ciudad contemporánea. La proliferación de estos espacios expositivos en las sociedades avanzadas, enfocados al consumo masivo de la cultura, los ha convertido en sinónimo de visibilidad y, por tanto, en una buena herramienta política. Es decir, en muchos casos, esta moda de promover nuevos museos responde más al interés de obtener rédito político que a una verdadera vocación.

Al margen de valores culturales y de conocimiento, la rentabilidad económica, urbanística y consecuentemente política que pueden aportar estos espacios para el arte, se convierte en un factor clave de su multiplicación. Las



instituciones políticas han tomado conciencia de ello y la verdad es que, en los últimos años, es difícil encontrar una ciudad de relevancia dentro de su ámbito nacional que no haya abordado algún proyecto museístico.

Pero observamos como, a menudo, las entidades políticas parecen obsesionadas por los indicadores de la dinamización turística, urbanística y económica del entorno. Es entonces cuando surgen las prisas y se crean espacios expositivos sin dotarlos de contenidos pero, eso sí, con un contenedor lo suficientemente atractivo como para no pasar desapercibido. Es decir, este nuevo rol del museo tiene su traducción arquitectónica en proyectos de nueva planta que trascienden la mera funcionalidad, otorgando gran importancia al contenedor, que se exhibe a sí mismo, incluso por encima de la concedida al contenido y al programa museológico, que en ocasiones ni siquiera ha sido diseñado.

3. EL MUSEO COMO SÍMBOLO DE LA CIUDAD CONTEMPORÁNEA

Los museos y centros de arte contemporáneo se han convertido en unos de los más importantes edificios urbanos de finales del siglo XX. El gran protagonismo otorgado a su imagen, influenciado por las mencionadas causas de origen sociológico, económico, político o urbanístico asociadas al nuevo papel que les confiere el contexto tardocapitalista en el que surgen, ha situado a estos espacios expositivos como proyectos preferentes de la arquitectura contemporánea. Paralelamente a su dimensión funcional como lugares para exponer, promocionar y difundir el arte contemporáneo, los edificios museísticos de nueva planta se adentran en el territorio del consumo masivo de la cultura, inciden en la revitalización urbana de su entorno y son instrumentalizados en favor de fines políticos y económicos, valiéndose de la dimensión creativa que los transforma en obras de arte en sí mismos. De este modo, una de las características más significativas de la arquitectura de los nuevos museos y centros de arte, es la gran importancia otorgada al contenedor, incluso por encima de la concedida al contenido (Fernández 1989, 2).

La preocupación por plantear novedosos proyectos de factura moderna y gran impacto visual, que trasciendan la mera funcionalidad, conduce a la contratación de arquitectos de prestigio, con el valor añadido que conlleva



una firma reconocida. Para estos profesionales, los edificios museísticos aparecen como una de las estructuras más atractivas sobre las que innovar, potenciando aspectos estéticos, simbólicos o metafóricos. Ramírez, quien muy lucidamente se ha ocupado de las cuestiones de la arquitectura de los museos, señala:

Se trata del tipo de proyecto con el que sueña un verdadero arquitecto-creador: imaginemos un lugar mimado por los políticos, por los medios de comunicación, y amado tanto por las élites culturales como por las masas; al igual que con las iglesias de antaño, del museo se espera que tenga calidad y relevancia arquitectónica, que sea una obra hermosa y emocionante (...). Así que son muchos los factores que se concitan para que los museos sigan proliferando de modo vertiginoso, y para que sean estos edificios, en mayor medida que los de otras tipologías, los motores más poderosos para el desarrollo de la arquitectura, entendida todavía como una de las bellas artes. (Ramírez 2001, 19)

Desde este punto de vista, los museos y centros de arte contemporáneo son un excelente reflejo de la arquitectura internacional y un buen termómetro de la efervescencia cultural de una ciudad. Pero, es preciso señalar, una contradicción entre la idea de hacer un edificio con unos fines museológicos y que el edificio museo sea el fin en sí mismo. El debate sobre si estos espacios deben plantearse como simples contenedores y difusores del arte o deben manifestarse como obra de arte arquitectónica está servido. Y, la polémica surge cuando éstos, más allá de compaginar ambas cualidades, superponen el carácter emblemático del edificio a las necesidades del mismo. Es decir, se proyectan desligados de las obras que van a albergar para erigirse ellos mismos en el principal objeto expositivo. O, en el peor de los casos, incluso llegan a proyectarse edificios museísticos carentes de contenidos y de un programa museológico.



4. EL CASO DE ESPAÑA

El gran boom de equipamientos expositivos producido desde mediados de la década de los ochenta a nivel internacional, coincidió en España con el establecimiento del nuevo mapa político-administrativo y con el esfuerzo de las administraciones estatales, autonómicas y locales en el desempeño de sus nuevas funciones culturales (Bolaños 1997, 413-414). En paralelo al asentamiento de las instituciones democráticas, comenzó a producirse una proliferación de espacios expositivos considerados como estandarte del nuevo papel adoptado por la cultura en esta nueva etapa política. El complejo proceso de lavado de imagen, modernización y búsqueda de una nueva identidad en el que andaban inmersos tanto el gobierno central como las autonomías, encontró en el ámbito de los museos, y más concretamente en los de arte contemporáneo, el símbolo idóneo en el que sustentar la ansiada legitimación cultural. De ahí que ciudades de todas partes de España afrontasen proyectos de museos y centros de arte contemporáneo que, además de servir como marco para sus actividades artísticas, aportasen reconocimiento público a su labor cultural.

Una de las primeras acciones para fomentar la nueva imagen cultural y con ello el prestigio político fue la apertura en los ochenta del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía MNCARS de Madrid (1986), Arteleku San Sebastián (1987), el Instituto Valenciano de Arte Moderno IVAM de Valencia (1989) o el Centro Atlántico de Arte Moderno CAAM de Las Palmas de Gran Canaria (1989).

Factores sociológicos, económicos y urbanísticos tuvieron también una influencia decisiva en la génesis en los noventa de una segunda generación de museos y centros de arte como el Centro Gallego de Arte Contemporáneo CGAC de Santiago de Compostela (1993), el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona CCCB (1994), el Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo MEIAC de Badajoz (1995), el Museu d'Art Contemporani MACBA de Barcelona (1995), el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo CAAC de Sevilla (1997), el Espai d'Art Contemporani EACC de Castelló (1999) o el Museo de la Universidad de Alicante MUA (1999). También es mencionada en esta década el Museo Guggenheim de Bilbao (1997) que, aunque de promoción privada, surge en alianza con los poderes públicos, alzándose como uno de los proyectos museísticos más emblemá-



ticos de España, tanto desde el punto de vista arquitectónico –con su grandilocuente contenedor-, como desde el punto de vista de su significación como símbolo de identidad urbana.

A todos estos espacios de gestión pública se sumaron tras el cambio de siglo, entre otros, el Centro José Guerrero de Granada (2000), el Artium Centro Museo Vasco de Arte Contemporáneo de Vitoria (2002), el Domus Artium 2002 DA2 de Salamanca (2002), el Museo de Arte Contemporáneo Español Patio Herreriano de Valladolid (2002), el Museo de Arte Contemporáneo MARCO de Vigo (2002), el Centro de Arte Contemporáneo CAC de Málaga (2003), el Museo Picasso de Málaga (2003), el Centre d'Art La Panera de Lleida (2003), Es Baluard Museu d'Art Modern i Contemporani de Palma de Mallorca (2004), el Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León MUSAC de León (2005), el Centro Párraga de Murcia (2005), el Centro de Arte y Naturaleza Fundación Beulas CDAN de Huesca (2006), Matadero Madrid (2007) o el Centro de Arte 2 de Mayo CA2M de Móstoles (2008).

Este vertiginoso ritmo de inauguraciones, acontecidas en paralelo al punto álgido de la burbuja inmobiliaria en España, sitúa esta primera década del 2000 como la más prolífica en la creación de nuevos museos y centros de arte contemporáneo. Si a ello añadimos la incorporación de equipamientos culturales promovidos desde el sector privado, así como el notable proceso de profesionalización experimentado por las galerías españolas, el resultado refleja el abundante repertorio nacional de espacios expositivos de arte contemporáneo, cuyo incremento en tan corto período de tiempo ha excedido, por mucho, las previsiones más optimistas. Todo ello, con independencia de las distintas políticas expositivas que vienen desarrollando estos espacios, acertadas o desafortunadas y con más o menos carencias y contradicciones según distintos momentos y casos.



5. MEDIACIÓN EN EL MUSEO

No sólo podemos afirmar que el museo influye de manera decisiva en la dinamización del tejido urbano colindante, sino también que, en cierta medida, su éxito depende de su correcta integración en el contexto social del mismo.

Tras décadas acomodado en su estatus de variante altamente rentable de la industria cultural, el museo toma conciencia de las necesidades de la comunidad y adquiere un compromiso con la misma (Alonso y García 2012). Su simbiosis con la ciudad en la asunción de su nueva vocación de construcción de sentido social, tiene su traducción a través de programas de mediación y colaboración que buscan la interacción con las personas.

Entendiendo al museo en su relación con el entorno, la mediación surge como respuesta a la necesidad de encontrar nuevas vías de comunicación con el público, implementando estrategias que contribuyan a la interacción y al diálogo con él. De este modo, observamos como en los últimos tiempos, los museos han dedicado gran atención a estas cuestiones, incorporando a su programación propuestas de mediación de todo orden, que no sólo abordan cuestiones artísticas directamente vinculadas a sus contenidos, sino que se extienden a un amplio abanico de iniciativas educativas, pedagógicas, creativas, lúdicas o familiares que suscitan el pensamiento crítico. Como apunta Braza:

Dichas cuestiones parten de la consideración de que, cada vez más, el público se configura como un agente activo con necesidad de participar en el espacio público. Si bien tradicionalmente las visitas guiadas parecían el único modo de configurar la audiencia como un ente visible, este formato ha quedado obsoleto en la actualidad, un momento en el que la participación ciudadana está cada vez más presente, sea a través de procesos participativos sea como colectivos autónomos con iniciativa propia. He aquí la urgencia de considerar el dispositivo expositivo como un detonante de creación de pensamiento crítico, como un lugar de confort donde reflexionar/dialogar sobre cuestiones no cotidianas. Dar la palabra conlleva escuchar y emancipar a ese espectador que hasta hace poco tiempo sólo podía asentir. Es por ello que cada día es más necesario innovar para aportar otros modelos de mediación artística que potencien crear y compartir conocimientos de forma horizontal y que generen, por sí mismos, una comunidad inclusiva en la que tengan cabida nuevos públicos. (Braza 2019)



Este planteamiento conlleva una interesante metamorfosis perceptiva de los museos, que ya no sólo asumen el cometido de reunir, estudiar y exponer las obras de arte, sino que son concebidos como lugares de interacción social, abiertos a la experimentación y al contacto directo con los ciudadanos en general y con sus visitantes en particular. Entornos en los que establecer vínculos entre comisarios, artistas, visitantes, mediadores y otros colectivos sociales que permitan generar nuevas actitudes y nuevos significados.

6. CONCLUSIONES

A partir de los ochenta la difusión de la cultura está de moda y los espacios museísticos se convierten en lugares de interacción cultural, cuya alianza con los factores sociales, urbanísticos, económicos y políticos de su entorno también se refleja en su arquitectura. La masificación del consumo cultural conduce a la nueva valoración de estos espacios como atractivas y rentables variantes de la industria del entretenimiento de masas. Su nuevo papel de revitalizadores del contexto urbano en el que se insertan, junto a los beneficios económicos y el componente de prestigio político que reportan, tiene su traducción arquitectónica a través de contenedores que tratan de potenciar los factores mencionados.

La multiplicación y renovación de esta institución, que adquiere una nueva importancia simbólica al amparo del interés generado por la cultura como fenómeno de masas, también tiene su reflejo en España. La conversión en un estado democrático vino acompañada de la habilitación de nuevas infraestructuras e instituciones culturales, que marcaron un antes y un después en un país que contaba con una débil tradición museística.

En la sociedad del ocio y del entretenimiento los museos han competido por la visibilidad mediática y por la captación de públicos, como una variante altamente rentable de la industria cultural. Sin embargo, en los últimos tiempos, también han reparado en el concepto de comunidad, tratando de favorecer las potencialidades del entorno social y humano en el que se insertan. Para ello, han desarrollado proyectos de mediación abiertos e inclusivos que vertebran cauces de comunicación con las personas, dinamizando procesos de participación ciudadana.



Referencias

- Adorno, T. y Horkheimer, M. 1994. *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- Alonso Fernández, L. 1999. *Museología y Museografía*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- Alonso Fernández, L y García Fernández, I. 2012. *Nueva museología. Planteamientos y retos para el futuro*. Madrid: Alianza.
- Bolaños, M. 1997. *Historia de los museos en España*. Gijón: Trea.
- Bolaños, M. 2002. *La memoria del mundo, cien años de museología. 1900-2000*. Gijón: Trea.
- Braza, A. 2019. “*Damas en bicicleta*”. 25 de octubre de 2019. <https://albabraza.com/wp-content/uploads/2020/02/AAFF-folleto-A3-damas-bicicleta.pdf>
- Fernández Galiano, L. 1989. “El espectáculo del museo”. En A & V; *Monografías de Arquitectura y Vivienda*. Monográfico Museos Estelares nº18.
- Ramírez, J. A. 2001. “El lugar de los relatos: Museos: fábricas de arte y motores de la arquitectura”. En *Arquitectura Viva* nº77.