

Más vaqueros que indios. La imparable creación de museos en España

Jimena Aguirre

*Responsable de publicaciones y educación en el
Museo ABC de Dibujo e Ilustración*



Entrada Museo ABC. Madrid

Reportaje

Del Museo del bonsái al Centro Botín, de 2007 a 2017 se han inaugurado más de 130 museos en España¹. Una carrera imparable, un caso único en Europa. El dato es una buena noticia. El arte se ha consolidado como industria. No puede morir por exceso ya que no depende de una materia prima fungible, no se agota por extracción como el carbón de una mina. Todo lo contrario, el arte crea arte, inspira... No en vano el museo es el hogar de las musas.

Tras haber aclarado que partimos de una premisa buena, conviene reflexionar sobre cómo se ha llevado a cabo esta gestión. Sorprende que un pueblo como Guadalest (Alicante) con tan solo 225 habitantes albergue hasta nueve museos en su casco urbano (incluidos el Museo de Microminiaturas, el Museo Microgigante, el Museo de los Saleros y Pimenteros o el Museo Medieval de instrumentos de tortura). Para estar en el mapa, cualquier localidad necesita una sala de exposiciones, o dos, o un auditorio con más capacidad que habitantes censados, o incluso un Coliseo de la cultura (como Villaviciosa de Odón). Además de estos museos de curiosidades, sin pretensiones, proliferan en España museos de arte contemporáneo firmados por reconocidos arquitectos. Maravillosos edificios que modernizan el *skyline* de la ciudad pero que funcionan como esculturas, no como edificios, porque ni son útiles para su fin expositivo ni albergan una colección con identidad propia. ¿Por qué seguimos creando

estas cajas vacías? El colorido MUSAC, el Centro Niemeyer (que seguro que funcionaba muy bien en maqueta pero que en la realidad resulta terriblemente frío) o el Centro Gallego de Arte Contemporáneo (panteón mausoleo de Fraga) son solo algunos de los ejemplos de este fenómeno.

Los orígenes de esta explosión museística se remontan a los años ochenta cuando apenas existían centros de arte contemporáneo en España (el Museo de Arte Abstracto Español de Cuenca, las Fundaciones March y Miró o el semiclandestino Museo de Arte en la Ciudad Universitaria de Madrid). Todos con colecciones de gran valor y proyectos museísticos sólidos. En la década desde mediados de los ochenta hasta finales de los noventa se inauguran el IVAM en Valencia, el MNCARS en Madrid y el Guggenheim en Bilbao². Tres maravillosas instituciones que revolucionan el turismo cultural y cambian la forma de visitar un museo. Son los años de esplendor y se edifica teniendo en cuenta la capacidad demográfica y económica de la ciudad en que se ubica el centro. La inversión revierte sobre la ciudad creando empleos, ofreciendo programas culturales de calidad, mejorando la imagen y apostando por la marca España.

Un caso digno de estudio es el de la ciudad de Málaga que en esta última década ha conseguido erigirse como uno de los focos de turismo cultural más importantes del mundo. Una

iniciativa política que nació en la sede del Ayuntamiento, quien decidió crear la marca Málaga Ciudad de Museos. El alcalde, Francisco de la Torre, declaraba orgulloso en *El Mundo* «Tanto trabajo ha dado sus frutos. Hoy nuestra ciudad figura entre los estilos preferidos por los amantes de la cultura y el arte»³. La presentación de la marca y su logo contó con la presencia de 200 invitados del mundo de la cultura y el turismo, desde críticos de arte a agentes de viajes y hoteleros. Como resultado, hoy Málaga no es solo el hogar de Picasso, es la ciudad del Museo Ruso y del Centre Pompidou, cuenta con 37 museos y su oferta cultural es, probablemente, la más internacional (en cuanto a contenidos y público) del país. Cinco de los diez museos más visitados de España en 2016 se encuentran en Málaga.

El problema surge cuando, por imitación, proliferan los museos sin tener en cuenta que a partir de 2008 los presupuestos del estado para cultura bajan a la mitad y aquellos centros que se habían construido sin una mínima seguridad financiera se quedan sin posibilidades de ofrecer una programación decente, pocos años después de haber abierto sus puertas con una inversión económica y mediática desmedida.

El problema de fondo es la falta de honestidad profesional y de sentido común. Esta crisis de valores afecta a las personas, a las relaciones y, ahora, a la arquitectura museística. Un extracto de un artículo de *El País* sobre la reforma de la Alhóndiga de Bilbao

1. Fuentes:

Directorio de Museos y Colecciones de España, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Gobierno de España.
<http://directoriomuseos.mcu.es/dirmuseos/mostrarBusquedaGeneral.do>
Wikipedia

https://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Museos_inaugurados_en_los_a%C3%B1os_2000

https://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Museos_inaugurados_en_los_a%C3%B1os_2010

INE. Anuario Estadístico de España 2016 (4. Cultura y Ocio / 4.1. Expansión cultural)

http://www.inees/prodyser/pubweb/anuario16/anu16_04cultu.pdf

ICOM (International Council of Museums, Unesco) declara no conocer el número exacto de museos que existe actualmente en el mundo, sin embargo, su directorio Museums of the World, en su 21ª edición de 2014 es una de las guías más completas.

<https://www.icom-ce.org/directorio-de-museos/>

2. El Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM) fue creado en 1986; el Museo Nacional

Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS) en 1992 y el Museo Guggenheim Bilbao en 1997.

3. Andalucía, 18 de abril de 2017.

<http://www.elmundo.es/andalucia/2017/04/18/58f63b1446163f378b4575.html>

Exposición interactiva.
Unit_edición
experimental e interactiva.



es un claro ejemplo de la idolatría que conduce a estos encargos y la necesidad de honestidad por parte del diseñador⁴. Anatxu Zabalbeascoa afirmaba sin rubor: «¿A quién encargar la reforma de 43.000 m² por 75 millones de euros? Al mejor interiorista del mundo. Al menos al más famoso». A Philippe Starck, diseñador, se le encomendó un proyecto en el que se pedía que reinventara el ocio. Se le dijo que su reforma cambiaría la manera de divertirse de los bilbaínos y que se le había elegido porque era el momento de que la arquitectura diera un paso atrás para que un diseñador industrial tomara el relevo del arquitecto. A lo que el francés respondió, en ese mismo artículo: «El paso [en arquitectura] es hacia delante. Algunos críticos dijeron que hace 20 años inventé la arquitectura expresionista con dos

edificios que levanté en Tokio. Fue una exploración. Hoy todos los edificios son así. Se han ido haciendo cada vez más costosos, banales, cínicos, narcisistas y onanistas hasta llegar a Dubái. El coste ha sido tan alto que nadie puede mantenerlo. Por eso estoy orgulloso de que la Alhóndiga abra un camino limpio, riguroso y más conectado con los valores que espero en el futuro: honestidad y fortaleza. La honestidad es lo único interesante porque la sociedad es una máquina corruptora. [...] Por eso es un reto divertido tratar de mantenerse honesto».

Ser honesto consiste en no crear museos que sean cajas vacías sin colección teniendo un patrimonio artístico tan valioso como el español. Los museos con identidad propia son aquellos que albergan, conservan y difunden un archivo. Ser honesto

consiste en crear edificios cuya primera función sea la exposición (y en los mejores casos también almacenamiento) de obra. Un diseño, por tanto, supeditado a un fin, no una escultura o una firma para revalorizar una ciudad. Ser honesto es adaptar la capacidad del centro a su entorno (demográfico y económico). Ser honesto es no depender del turismo mitómano. Pero tampoco desdeñar lo que el público quiere ver, aunque no podamos por menos que fruncir el ceño cuando leemos que en 2015 el único museo rentable de España fue el Teatro-Museo Dalí de Figueras y el más visitado el del Fútbol Club Barcelona (cuya entrada cuesta 25 euros). Ser honesto es crear museos donde el visitante se sienta acogido y a gusto, edificios accesibles para todos los públicos. Sin barreras físicas pero tampoco intelectuales,

4. Anatxu Zabalbeascoa, *Con Philippe Starck en La Alhóndiga de Bilbao, Del tirador a la ciudad*, *El País*, 19 de mayo de 2010. https://elpais.com/elpais/2010/05/19/del_tirador_a_la_ciudad/1274292300_127429.html



donde el contenido se adapte a todos, es decir donde la gráfica de la exposición (vinilos en las paredes, programas de mano, hojas de sala) tenga un nivel de contenidos distinto al catálogo (que debería contener un discurso crítico por parte del comisario o un experto) y a los cuadernillos de actividades para niños. Se ha ganado mucho en accesibilidad en los museos, se construye pensando en la comodidad del visitante, en la adecuada iluminación, en el espacio necesario para la contemplación de cada obra y se reservan espacios para la cafetería o zonas de descanso, tiendas. Todo ello contribuye a que el arte sea menos elitista, la museología se adapta a todos los públicos. La relación del museo con la ciudad, con sus habitantes y también como polo de atracción turística, ha contribuido a la mutación tipológica del centro cultural. Aún así hay algún caso en que se ha caído en la tentación de crear centros comerciales revestidos de un glamuroso aura artístico. En esta

línea recomiendo la película *Exit through the gift shop* del célebre grafitero Banksy.

Al analizar las líneas que sigue la museología actual (no los museos como edificios) se deben recalcar dos casos en que se han adaptado los recursos contemporáneos obteniendo resultados muy positivos. Por un lado, la globalización ha permitido colaboraciones internacionales entre museos distantes. Un ejemplo fue la celebración del Año Dual España-Rusia 2011 con las exposiciones de *El Prado en el Hermitage* que presentaba en San Petersburgo las escuelas española, italiana y flamenca mostrando a la sociedad rusa la importancia histórica y artística de la colección del museo español, y *Tesoros del Hermitage* que permitió al público de nuestro país contemplar la amplitud artística y cronológica de las colecciones del museo ruso desde el siglo v a.C. hasta el siglo xx. Otro ejemplo más reciente, también en el Prado, ha sido la

exposición *Tesoros de la Hispanic Society of America. Visiones del mundo hispánico* que, gracias a un excepcional montaje de Jesús Moreno, nos mostró la más importante colección de arte hispano fuera de nuestro país.

Por otro lado, se están implantando (aunque por ahora de forma puntual) soportes virtuales que permiten, a través de las nuevas tecnologías, adaptar el contenido de la exposición al público y además hacerlo más atractivo, siendo pionero en este campo Unit_ edición experimental e interactiva. Este equipo interdisciplinar de la Universitat Politècnica de València propone soluciones y apoyos tecnológicos novedosos que abren un campo nuevo: el de las exposiciones interactivas.

Como conclusión, tras este balance de puntos positivos y negativos, se valorará más el difícil equilibrio de una programación que incluya: exposiciones mediáticas-contenidos de calidad-apoyo a la creación artística. Una labor

... luchar contra la edificación de cajas vacías, debemos crear museos con identidad propia...

difícil para los directores de museos, aunque quizá sea el reto más atractivo, especialmente comparado con otros objetivos actuales (pues muchos directores se han visto obligados a reinventarse a sí mismos en gestores y buscadores de patrocinios). No en vano, el arte es una industria y el museo una empresa. Se debe regir por la ley de la oferta y la demanda, ofreciendo un programa y manejando un presupuesto ajustados a su público. El coronel Custer nos enseñó que no se debe enviar al Séptimo de Caballería a luchar contra un poblado de sioux o un puñado de cheyennes. Los museos deben adaptarse a su entorno lo que requiere un ejercicio de planificación previo a la creación del edificio y después una reflexión anual sobre la programación. Hay líneas expositivas muy mediáticas (como CaixaForum Madrid que en 2018

expondrá monográficas de Warhol y Disney), otras menos populares (como la de Manuel Borja-Villel, director del MNCARS, que declara «yo no pondría el énfasis en los recursos económicos que aporta el turismo. Yo creo en el servicio público. Y el dinero se consigue con patrocinios y otras fuentes de ingresos⁵») y algunas que consiguen un equilibrio loable como la Fundación Juan March.

Construyamos más museos, inauguraremos grandes centros dedicados a la cultura y a difundir nuestro patrimonio, conservemos y pongamos en valor nuestros archivos, pero siendo profesionales honestos, sin dejarnos deslumbrar por las cifras de visitantes o la firma de un arquitecto en nuestra ciudad. Y, sobre todo, para luchar contra la edificación de cajas vacías, debemos crear museos con identidad propia. Museos que tengan clara su línea y

sean una referencia en su campo. En este sentido, creo que hay que seguir los modelos, ya mencionados, de los grandes de los noventa (MNCARS y Guggenheim) o el caso más reciente del Museo ABC erigido como referente del dibujo y la ilustración en Europa. Tres ejemplos de instituciones que tienen clara su identidad pues sus colecciones y exposiciones se centran en una disciplina o época concreta siendo los grandes divulgadores y centros de estudio en ese campo. El nuevo modelo de museo es más complejo, conserva en sus fondos un gran tesoro del que solo puede exponer pequeñas selecciones, ofrece un programa repleto de actividades, apuesta por la accesibilidad, adapta sus contenidos a cada tipo de público y además es interactivo, pero no es un museo disperso ni vacío, es un museo con identidad.

5. Cristian Segura, *En Barcelona no entienden que sus museos son diferentes a los de Madrid. Entrevista a Manuel Borja-Villel*, *El País*, Cataluña, 8 de septiembre de 2017. https://elpais.com/ccaa/2016/08/06/catalunya/1470496929_070414.html



Exposición interactiva.
Unit_edición experimental e
interactiva.

Resumen

Desde 2007 hasta 2017 se han inaugurado más de 130 museos en nuestro país. *Más vaqueros que indios. La imparabla creación de museos en España* es un artículo de opinión en el que se hace un balance de este fenómeno único en Europa. Por un lado, se estudia la proliferación de instituciones culturales en pequeñas poblaciones. Por otro lado, la creación de modernos museos en las grandes ciudades sirve para analizar sus edificios (firmados por reconocidos arquitectos) y su museografía. Un balance de puntos positivos y negativos que conduce a una conclusión optimista: se ha consolidado una industria museística pensada para todos los públicos pero se debe gestionar con honestidad profesional.

Abstract

More than 130 museums have opened their doors in Spain from 2007 to 2017. *Más vaqueros que indios. La imparabla creación de museos en España* [More cowboys than indians. The unstoppable creation of museums in Spain] is an opinion article that studies this unique phenomenon, a rare case in Europe. On the one hand, we review the inauguration of numerous cultural institutions in little villages. On the other hand, we study the opening of contemporary museums in the main cities, their buildings (signed by well-known architects) and their museology. A balance to weigh up the pros and cons that lead to an optimistic conclusion: the museum industry has been consolidated and it aims to reach all types of publics, but it needs to be managed by honest professionals.

Jimena Aguirre Araújo (Madrid, 1982) es licenciada en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado en el departamento de Dibujos del MoMA, en el Museo ICO, en la Residencia de Estudiantes y, desde su inauguración en 2010 trabaja en el Museo ABC de Dibujo e Ilustración, en un principio como Responsable de Exposiciones y actualmente de Publicaciones y Educación.