

La arquitectura del museo: testigo y evidencia de la época

Museum architecture as an exegesis of the times

José Manuel Falcón Meraz

manuel.falcon@itesm.mx

Tecnológico de Monterrey

RESUMEN – Desde su creación, el museo, más que cualquier otra tipología, ha sido, al mismo tiempo, contenedor, testigo, símbolo y evidencia del espíritu de los tiempos. La arquitectura del museo ha evolucionado ofreciendo modelos acordes a los deseos de la sociedad y la ciudad, convirtiéndose en un tipo de edificio, líder en el desarrollo de la disciplina. Este texto sintetiza los diferentes cambios que ha sufrido el museo en su historia. Se explica, primeramente, cómo una institución tradicionalista, albergada en edificios solemnes, rodeada de muros blancos, se ha transformado en una donde la arquitectura tiene un papel estelar como un espectáculo para el público. En las últimas líneas se expone la situación actual del modelo de franquicias, sus defectos, virtudes y posibilidades.

Palabras clave: teoría de la arquitectura, diseño arquitectónico, historia de la arquitectura, museos.

ABSTRACT – Since its creation, the museum, more than any building type, has been at the same time host, witness, symbol and evidence of the spirit of the times. Museum architecture has evolved throughout history, offering different models suitable to society and the city, and has become a leading typology in the development of the discipline. This paper discusses the continuous changes in museum history, explaining first how a traditional institution hosted in solemn buildings and white walls has transformed itself into an institution where architecture occupies a stellar role as a spectacle for the masses. The paper ends by describing the model of franchising, its problems, advantages and possibilities.

Key words: architectural theory, architectural design, history of architecture, museum studies.

El museo es, a día de hoy, una institución relacionada con los arquitectos y sus creaciones, mostrándose como líder en el desarrollo de la disciplina. Desde sus orígenes en el siglo XVII y, especialmente, desde la apertura del museo Solomon R. Guggenheim y el célebre “efecto Bilbao”, arquitectos famosos han diseñado museos para ser la primera pieza de la colección. A lo largo de la historia se ha observado que, con ciertas condiciones sociales, culturales y urbanas, una construcción original puede actuar como un detonante urbano, un atrayente de público y generador de recursos. Paulatinamente, el museo, más allá de su uso como contenedor y exhibidor de tesoros –características que se dan por hecho–, se ha convertido en el proyecto ideal para desatar toda la potencia arquitectónica, muchas veces restringida en otros encargos. “Uno de los pocos terrenos donde la fantasía y la creatividad artística pueden desarrollarse todavía de manera plena y libre es en la arquitectura de museos” (Cladders, 1990, p. 43).

En este sentido, aunque se ha demostrado que lo sucedido en Bilbao no es fácil de duplicar en un laboratorio¹ –pensar en un museo actuando en solitario como

regenerador de una ciudad completa resulta ingenuo–, el interés mostrado por numerosas ciudades por atraer las miradas del mundo por medio de un museo impactante sigue latente, independientemente del riesgo. Hoy un promotor ya no sólo tiene que preocuparse por una colección atrayente –en varias ocasiones ésta es definida al último– sino que a la par tiene que tener un especial cuidado con el diseño del contenedor.

Como pocas tipologías, un museo tiene que resolver cuestiones científicas, plantear un discurso, navegar en la objetividad y la subjetividad, vivir de su funcionalidad y ser capaz de emocionar y esperanzar al ciudadano, sin necesariamente recurrir a la escala. Como menciona Lance Brown: “Diseñar un museo es diseñar para la eternidad. Nadie más va a construir pirámides, sino que se construyen museos, como depositarios del arte de nuestra civilización, de modo que cualquier arquitecto con un poco de ego calcula que por qué no diseñarlos también como arte” (Frankel, 1990, p. 99).

Los museos son parte de la cultura popular. Como sucedía en la antigüedad con las catedrales, las ciudades compiten por tener los mejores museos. Como consecuen-

¹ A la serie de fracasos de museos que han tratado de imitar al museo de Gehry, se le ha llamado “Bilbao Fatigue”.

cia natural, por su gran trascendencia su proyectación está prácticamente monopolizada por los arquitectos de fama y prestigio internacional², a quienes se les encomienda la mayoría de las veces el desarrollo de arquitecturas singulares –o la repetición de fórmulas ensayadas– que pasaran a ser las primeras piezas a exhibir.

Esta situación disciplinar, aunque cada vez es más cuestionada –la crítica se muestra cansada tanto de las extravagancias formales como de los contenedores opacos, pues espera algo más–, no parece detenerse, ya que diariamente, sin importar la severa crisis económica global, se puede ver publicado en una revista la apertura de un museo, un nuevo concurso para la construcción de otro o la aparición de un espacio expositivo como escenario de lujo de alguna película. Bajo estas condicionantes resulta lógico que el museo, “más que un monumento cívico, se ha convertido en el más importante vehículo de expresión del arquitecto” (Davis, 1990, p. 16).

Museos dibujados

Los primeros espacios destinados a exponer tesoros artísticos tuvieron un origen alejado de la fama; lo importante para sus usuarios eran las obras a exhibir creando un entorno ritual. La necesidad del hombre de crear, coleccionar y mostrar imágenes fue resuelta en los entornos más hostiles. Los dibujos de bisontes en las cavernas de Lascaux y Altamira y las pinturas de Çatal Höyük son ejemplos de ello.³ En esta época, el pensar en un edificio específico no era una prioridad.

Será hasta la Edad Media cuando el concepto de museo empiece a tomar forma. Durante esa época se forman grandes tesoros catedralicios, componiendo estas colecciones, maravillas de la naturaleza, curiosidades, animales, huesos, fósiles, etc. La Iglesia monopoliza la actividad artística y se configura como la única forma de museo público. No obstante, el museo público, tal y como se presenta actualmente, tardaría siglos en concretarse. La organización pionera en mostrar una colección privada fue la Universidad de Oxford, responsable del Ashmolean Museum en 1683.

Sería hasta la segunda mitad del siglo XVIII, cuando el fenómeno se disemina y se comienza a abrir al público algunas colecciones de arte en diversas partes de Europa: el Museo Británico⁴ (1759), la Galería de los Uffizi, el Museo Pío-Clementino⁵ (1771), el Museo Fridericianum⁶ (1779) y el Museo de Louvre⁷ (1793). En los inicios, el acceso a las colecciones era muy restringido, se realizaba mediante un pago o cita, y sólo un acontecimiento solemne haría que sus dueños abrieran las puertas al público.

Los proyectos más antiguos para construir desde sus cimientos espacios expositivos fueron el realizado por Leonhard Christoph Sturm en 1704 y el de Francesco Algarotti de 1742. El primero de ellos, expresado en planta, proponía un palacio de tres cuerpos en una composición simétrica que organizaba las colecciones por áreas temáticas. Por otra parte, el de Algarotti, descrito en un texto, proponía un edificio ortogonal, simétrico, con un patio, un pórtico corintio y una sala en cada lado. Ya desde este proyecto quedaría establecido el giro del recorrido de los visitantes en torno a patios, un factor constante en la historia de la tipología.

A pesar de estas propuestas, durante la segunda mitad del siglo XVIII y los inicios del XIX, no se construirían edificios específicos para este fin. Los museos se expandieron por Europa, en forma de instituciones insertadas en residencias de nobles, donde el principal objetivo era evidenciar el poderío del monarca a un público creciente. Con estos lineamientos, el museo no podía adquirir un protagonismo académico y cultural. Estas cualidades sólo podrían lograrse mediante estructuras independientes construidas en sitios estratégicos. Una tipología que, cada vez más apoyada en la arquitectura, se volvería democrática y global.

Así, en pleno siglo de las luces y con el ímpetu de la “luz de la razón”, las academias francesas comenzarían a imaginar un museo mediante diferentes ejercicios de composición sometidos a concurso. Aunque ninguna de sus propuestas se construiría, fue un laboratorio de pruebas del concepto arquitectónico, a la par que el concepto de

² De los 31 arquitectos galardonados con el Pritzker, sólo Luis Barragán no diseñó al menos un museo. Sin embargo, el arquitecto mexicano participó como asesor de Mathias Goeritz en el Museo Experimental “El Eco” (1953), construido en la calle de Sullivan, en la Ciudad de México.

³ Las pinturas prehistóricas de las cuevas de Lascaux, Francia, datan aproximadamente del 13.000 a.C. y fueron realizadas con pigmentos rojo y ocre, soplados a través de huesos huecos sobre la roca, o aplicados con juncos o ramas aplastadas después de mezclarlos con grasa animal. Caso similar son las cuevas de Altamira, que han sido denominadas como la “Capilla Sixtina del arte cuaternario”, contienen dibujos, que se remontan a unos 14.000 años.

⁴ El origen del museo está en una serie de más de 80.000 artículos procedentes de la colección privada de Sir Hans Sloane, médico y naturalista. Este médico donó su colección privada al estado británico según está recogido en su testamento en el año 1753, el mismo año en que se emite el acta de su fundación. Su primera ubicación fue la casa Montagu, una mansión del siglo XVI, y la inauguración al público se realizó el 15 de enero de 1759.

⁵ Los Papas fueron los primeros soberanos que pusieron sus colecciones de arte y sus palacios a disposición de la cultura y del público en general. Los Museos Vaticanos y las Galerías Pontificias nacen con Clemente XIV y Pío VI, de ahí su nombre.

⁶ Concluido en el año 1779, fue la primera construcción neoclásica en Alemania y uno de los museos más antiguos del continente europeo. Utilizado primero como gabinete de curiosidades, y más tarde también como biblioteca, tuvo como directores y bibliotecarios a los hermanos Jacob y Wilhelm Grimm.

⁷ El Palacio del Louvre fue destinado, por decreto de mayo de 1791, a funciones artísticas y científicas. Para 1792 ya era la sede de las colecciones de la corona, y el 8 de noviembre de 1793, una parte del Palacio fue abierta por primera vez como museo. Según la *Grande Encyclopédie*, éste sería el primer museo en el sentido moderno de la palabra (la primera colección pública).

museo como institución iba tomando forma por si solo en la sociedad.

En esa misma época, el arquitecto visionario Étienne-Louis Boullée dibujaría su *Temple de la Renommée destiné à contenir les statues des grandes hommes*, una imagen poética producto del efecto de los cuerpos y el claroscuro. En este sentido, Boullée se apoyó al máximo en su habilidad pictórica para representar una arquitectura museística ideada para no salir del papel, una armoniosa síntesis entre las artes de la pintura y la arquitectura. Su museo, el proyecto de características utópicas más célebre, es el museo de la megalomanía, de las sombras y la teatralidad.

Más fantástica y conceptual que funcional, la arquitectura de Boullée fue una “arquitectura sobre el papel”; una arquitectura que estaba sumamente vinculada a su obra como crítico y pensador. Para Boullée, cuya filosofía se encuentra expuesta en su libro *Architecture, Essai sur l'art*, el término “museo” es definido como un recinto devoto a las artes, y no como un almacén. Su proyecto de “museo dibujado” consistió en un cuadrifolio; un recinto cuadrado con una cruz griega inscrita en una rotonda. Existe un predominio de la regularidad y la simetría, entendidas como constantes perceptivas de la forma. Según Boullée: “Lo que hace que seleccionemos volúmenes regulares en particular es el hecho de que su regularidad y su simetría representan orden, y el orden es claridad. [...]” (Villari, 1990, p. 19).

Años después del proyecto de Boullée, sería el más influyente de sus discípulos, Jean Nicolas Louis Durand, quien, con su composición de “museo ideal”, contenido en su libro *Précis des leçons d'architecture* (1802-1805), iniciara la verdadera evolución de la tipología, quedando su nombre asociado para siempre al concepto de museo como una institución pública. En el *Précis*, Durand reduce la arquitectura a los principios de *convenance* y *économie*, donde el primero incluye los conceptos de *solidité*, *salubrité* y *commodité*, y el segundo los conceptos de *symé-*

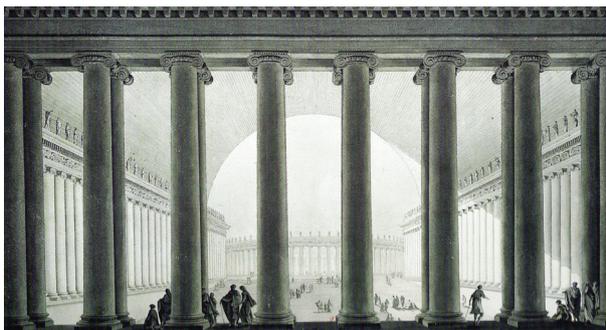


Figura 1. *Temple de la Renommée destiné à contenir les statues des grandes hommes.*

Figure 1. Hall of Fame to contain statues of great men.

Fuente: J.-M. Perouse de Montclos, 1994, Étienne-Louis Boullée, Paris, Flammarion.

trie, régularité y simplicité. En el texto específico para el museo, sugiere que en las grandes ciudades se establezcan museos divididos por áreas de interés, mientras que en las ciudades menos importantes se mezclen en uno solo.

En su composición, parte de articulaciones y combinaciones horizontales y verticales; parte de la planta y el alzado, de cuya amalgama resulta un edificio con cualidades volumétricas. Durand presenta múltiples posibilidades combinatorias expresadas en diagramas. Muchos de aquellos ejemplos de *combinaisons* y *assemblages* fueron reinterpretados por célebres arquitectos europeos, como Leo Von Klenze y Karl Friedrich von Schinkel, durante más de un siglo.

En todos estos primeros museos dominaron las ideas clásicas provenientes de Grecia, ideas que mostraban los valores de la república, la democracia, el conocimiento, la cultura y la inspiración. La arquitectura neoclásica, a través de sus fachadas monumentales, sus pórticos, sus columnatas, su ornamentación, resultaba adecuada para evocar la grandeza de sus promotores, mostrar el civismo y la nobleza del estado, proyectando a su vez los supuestos valores adquiridos y reinterpretados del mundo antiguo.

Los primeros museos construidos. La importancia de la luz y la influencia urbana

Suele reconocerse que el primer edificio que se construye de forma independiente como museo fue la Dulwich Gallery (1811-1814) en Londres. Este museo,

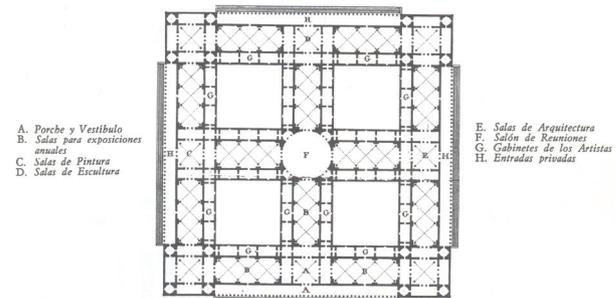


Figura 2. Esquema de museo ideal, Jean Nicolas Louis Durand.

Figure 2. Ideal museum scheme, Jean Nicolas Louis Durand.

Fuente: J.-N.-L. Durand, 1981, Compendio de lecciones de arquitectura: parte gráfica de los cursos de arquitectura / J.N.L. Durand. Prólogo de Rafael Moneo. Madrid, Pronaos.

diseñado por John Soane, adopta el esquema de galería con iluminación cenital; si bien se inspira claramente en el museo de Louvre (1793), se le considera un hito en la historia, por la maestría que demuestra Soane en el uso matizado de la luz cenital.

Otros museos de inicios del siglo XIX, reinterpretaciones tipológicas del diseño de Durand, catalogados ahora como grandes obras, aunque polémicos en su tiempo, son: en Múnich, la Gliptoteca (1814-1830) y la Antigua Pinacoteca (1826-1830), ambas de Leo von Klenze, y, en Berlín, el Altes Museum (1823-1830) de Karl Friedrich von Schinkel. Desde estos primeros museos se empieza a destacar la importancia que tienen para la ciudad en brindar orgullo e identidad al habitante y en atraer visitantes.

El primer proyecto, la Gliptoteca de Múnich, fue subvencionado por el príncipe Luis I, quien tenía la idea de volver atractiva esta ciudad para los viajeros, y el museo, el primero de la historia dedicado específicamente a la escultura, era una parte importante de ese plan para atraer turismo. Así, en 1813, Luis I decía, en una carta a Haller von Hallerstein, que deseaba conseguir proyectos “de los mejores arquitectos [...] para un edificio apto para la exposición de las obras de escultura. [...] Del más puro estilo griego, con un pórtico de columnas acanaladas de orden dórico” (Pevsner, 1980, p. 147). La Gliptoteca sería la piedra angular de la Königsplatz, una plaza que conmemoraba la formación de la monarquía en 1806 y

marcaba el nuevo acercamiento a la ciudad (Giebelhausen, 2003, p. 5).

Casi simultáneamente, el ímpetu museístico de Múnich se reprodujo en Berlín, donde Karl Friedrich Schinkel construyó el Altes Museum. Este museo berlinés combinaba una orientación eminentemente educacional con una localización privilegiada a un costado del palacio real. El Altes, “un libro de texto tridimensional del lenguaje clásico de la arquitectura” (Searing, 1982, p. 19), llevó por fin a la realidad las extensas columnatas plasmadas en el papel por los arquitectos y estudiantes de la Ilustración. Su imponente fachada y su amplio vestíbulo incitaban a los visitantes desde el Lustgarten a acceder al nuevo “templo del arte”.

Con esta concepción de museo, Schinkel trajo una nueva institución burguesa frente a frente con el palacio real, donde la monarquía acostumbrada al goce personal e íntimo del arte se veía de pronto en contacto con el público: “En este sentido el templo parece simple y grande, pero a la vez sereno, abierto, y placentero; [...] el edificio completo es apto para ofrecer un lugar para pasear, para reunir, para llegar e ir con voluntad” (Forster, 1998, p. 6).

Así pues, Schinkel, de forma brillante, inauguró un edificio con una doble función:⁸ por una parte, el acceso público al arte y, por otra, crear un punto de observación donde la panorámica de la ciudad asumía una nueva coherencia y significado, relacionando a la ciudad con el



Figura 3. Altes Museum, Karl Frederich Schinkel
Figure 3. Altes Museum, Karl Frederich Schinkel

Fuente: Foto del autor.

⁸ En el verano de 1829 el museo terminado fue abierto al público sin colección; iniciándose el cuestionamiento de qué papel desarrolla el arte, si a la gente le basta con contemplar la arquitectura. A lo largo de la tesis se observarán otros casos.

museo. Una definitiva influencia para arquitecturas museísticas futuras, ya que el origen del museo-espectáculo está en “construir hacia la ciudad”.

Los precedentes del museo como contenedor

Mientras que la historia del coleccionismo de arte es antigua y complicada, el museo es una institución relativamente nueva, con apenas poco más de dos siglos de cambios radicales. Un importante fenómeno para la evolución de los espacios expositivos surge a mediados del siglo XIX; se trata de las exposiciones universales. Estos importantes acontecimientos encuentran su origen en las exposiciones temporales de la Edad Media, eventos como los carnavales, la fiesta barroca, los arreglos de cruces del 3 de mayo, el teatro o el circo. En estos eventos se vinculan la diversión y lo festivo en un espacio efímero no sacralizado. La necesidad popular de espectáculo y diversión va a ser cubierta en estos grandes eventos, situados en un punto medio entre la feria barroca, donde se exponía lo sobrenatural, lo extraordinario y lo grotesco, y los museos, aún reservados a la cultura de las élites. Las exposiciones eran la oportunidad única para evidenciar al resto del mundo el poderío local, mostrar las máximas obras tecnológicas y el engrandecimiento de las ciudades.

La primera de éstas sería la Gran Exposición Internacional de Londres de 1851, en la que el imperio industrial británico trataría de superar el antecedente de la Exposición Nacional de París de 1849. Con motivo de la exposición, en 1850, el comité organizador convocó un concurso internacional para construir un edificio expositivo temporal que fuera expresión del evento para el que fue creado, ya que para ellos la habilidad en la construcción, la economía en la construcción y la rapidez en la construcción traerían a la vista todos aquellos recursos ingleses.

Para el popular concurso se recibieron doscientas cuarenta y cinco propuestas. Finalmente, de entre la multiplicidad de esquemas, se galardonaron dos diseños, el de Richard Turner y el de Hector Horeau. Tras una gestión desastrosa, y con el apremio del tiempo, el comité organizador tuvo la necesidad de abandonar los proyectos originales y permitirle generar una propuesta a Joseph Paxton, un constructor de invernaderos. El proyecto de Paxton convence a los promotores, permitiendo así construir uno de los precedentes del museo moderno: El Crystal Palace fue un verdadero corolario de los fundamentos del *Précis* de Durand, un espacio homogéneo, transparente y neutro, logrado por medio de una gran estructura de hierro y vidrio, que sentó las bases de la construcción en serie y representaba el polo opuesto del debate museístico.

Si entre 1800 y 1850 se desarrolló una época de configuración del concepto e innovación en la arquitectura, tras Paxton, habrá que esperar un siglo para que se reanude el ímpetu innovador. En estos mismos años, los museos se van especializando y se va perfeccionando uno

de los contenidos arquitectónicos centrales del museo: la iluminación natural, ya sea a través de ventanas laterales, lucernarios cenitales, cúpulas con óculos, linternas, etc. (Montaner, 1994, p. 8).

Ya para el siglo XX, un nuevo tipo de exhibición inspirado en la experiencia de las exposiciones universales del siglo XIX se hizo realidad. Las exhibiciones a préstamo aparecieron en escena, emocionando al público con su naturaleza teatral y sus frecuentes objetivos nacionalistas. A pesar de parecer raras y efímeras en un principio, las exhibiciones temporales transformaron por completo el museo moderno y permanentemente alteraron la percepción del público (Forster, 1998, p. 7).

Únicamente una pequeña parte de museos se mantuvo al margen de este fenómeno, rehusando el préstamo de obras y exhibiendo únicamente sus colecciones permanentes. Hasta el día de hoy, las exhibiciones especiales se han convertido en la forma mediante la cual se puede mantener el interés permanente del público. El museo en no pocas ocasiones dejó de ser una bodega de los valores más apreciados de una sociedad para mostrarse como un objeto, fuera de tiempo y lugar, vital en la formación de ideologías, categorías e identidades, cuya historia ha sido escrita por las instituciones (Prior, 2002, p. 9). Todos los cambios que sufrió el museo como institución no dejaron las formas de los edificios inalteradas.

Los cambios sociopolíticos que han transformado drásticamente los objetivos del museo han cambiado la naturaleza de su presente. El mantenimiento de colecciones permanentes y las frecuentes modificaciones de su acomodo permanecen como el objetivo principal de una institución que se replantea su futuro en base a su público. Así pues: “Pensar el museo, entonces, envuelve el conocimiento de la naturaleza ambivalente de la modernidad, la habilidad para concebir la paradoja como esencia de la vida moderna. Ésta ha sido la histórica doble unión del museo” (Prior, 2002, p. 8).

La modernidad y el espacio expositivo

En las primeras dos décadas del siglo XX, tal como sucedió en todas las artes, la ruptura histórica de las vanguardias se manifestó en el museo, como institución, como espacio de exhibición con una postura frente a las obras y como espacio académico con un discurso. En 1909, Filippo Marinetti, líder del movimiento futurista, se expresaba con su singular retórica incendiaria:

Nosotros queremos destruir los museos [...]. Museos: ¡Cementerios! Idénticos, verdaderamente, por la siniestra promiscuidad de tantos cuerpos que no se conocen. Museos: ¡Dormitorios públicos en que se reposa para siempre junto a seres odiados e ignorados! (Marinetti, 1909).

De la misma manera que cada disciplina se vio obligada a revisar y replantear sus principios, el museo

académico tenía que sufrir una importante transformación o extinguirse. El reto planteado fue tan grande que, en los primeros años de las vanguardias, los proyectos de museo son escasos. Este vacío, creado por la ruptura con la historia, se empezó a superar con museos como el Museo de Arte Moderno de Nueva York (1929).

El objetivo del MOMA fue el de poner al alcance del público el arte moderno que tenía tintes muy elitistas. Diez años después de su apertura en un edificio modesto, los patrones propendrían la creación de una nueva sede. Éste sería el primer museo construido en altura y con ascensores. Sus arquitectos, Goodwin y Stone, siguieron los principios del Estilo Internacional: arquitectura como volumen, no como masa; regularidad, pero no simetría; confianza por la satisfacción estética basada en la calidad intrínseca de los materiales elegantes; finas proporciones; y perfección técnica en vez del ornamento aplicado. Hoy el MOMA, objeto de numerosas ampliaciones, es uno de los museos más visitados del mundo.

En su condición de grandes maestros del Movimiento Moderno, Le Corbusier, Mies van der Rohe y Frank Lloyd Wright no podían dejar de proponer sus ideas de museo. Primeramente, Le Corbusier realizaría un proyecto para el *Mundaneum* en Ginebra en 1929; dos años después, propone a la revista parisina *Cahiers d'Art* un museo de arte contemporáneo; para 1937, realiza otra propuesta para Nesles-la Vallée, llamada “Centre d'esthétique Contemporaine” –primera versión del llamado “Musée à croissance illimitée”–; y, ya en 1939, la idea se retoma



Figura 4. Remodelación del MOMA (2004-2005), Yoshio Taniguchi.

Figure 4. Redesign of the Museum of Modern Art (2004-2005), Yoshio Taniguchi.

Fuente: Foto del autor.

para Philippeville, en la Argelia Francesa. En todos estos casos, la idea es repetitiva: una “espiral ortogonal” que se enrosca creciendo ilimitadamente junto con la colección. Ninguno de estos proyectos se realizaría, y, sería hasta 1959, cuando terminaría por aplicar parcialmente los principios ensayados, en el Museo de Arte Occidental de Tokio.

Por otra parte, Mies van der Rohe se desmarcará de las ideas del arquitecto suizo y de la arquitectura museística tradicional, proponiendo un abstracto contenedor diáfano conocido como un “Museo para una pequeña ciudad (1942-1943)”. En este proyecto se desarrollaba al máximo la planta libre y flexible con un diálogo permanente entre el interior y el exterior. El arquitecto expresa un espacio expositivo de total libertad, un espacio interior infinito que no acaba en el inicio del exterior, sino que por el contrario se comunica y amalgama con éste. Siendo un museo con muros perimetrales de cristal, las pinturas actúan como planos definidores del espacio.

A pesar de que el proyecto luce interesante como ejercicio intelectual, sus contenidos arquitectónicos entran en conflicto con el cometido del museo. Se trata de una caja transparente, etérea, donde no existe una división espacial por áreas temáticas, no existen muros, ni mobiliario: *Less is more*. Mies lleva al extremo el rechazo de la arquitectura moderna por la representación tipológica: el museo en sus dibujos luce como una casa,⁹ una oficina u otro tipo de edificación; únicamente las imágenes fotográficas de esculturas y pinturas dan una pista del uso museístico de la arquitectura y sólo los delgados trazos a lápiz de la malla compositiva del suelo, el techo y las columnas de acero establecen limitantes visuales.

Si bien el lenguaje de Mies prácticamente fue aplicado en diferentes tipologías, desde una casa hasta una capilla, en el caso del museo resultó especialmente difícil de integrar. Al arquitecto le tomaría prácticamente un cuarto de siglo el aplicar sus ideas de museos de planta libre. Primero en América, en el Cullinan Hall (1954-1958) de Houston y, después, de regreso a Europa, en la Neue Nationalgalerie de Berlín (1962-1967).

El museo como icono

A pesar de la gran relevancia de los diseños ideales de Le Corbusier y Mies, el que se convertiría en una obra icónica de la arquitectura moderna y piedra angular del debate de la relación entre arte y arquitectura sería el Guggenheim de Nueva York de Frank Lloyd Wright (1943-1959). Wright, quien a lo largo de su vida proyectó las más variadas tipologías trabajando con la geometría, la escala humana, los materiales y la percepción espacial, creó un

⁹ Como prueba de ello, se demostró que una serie de tres supuestos dibujos del museo, actualmente en el Centre Canadien d'Architecture de Montreal, son en realidad de la “Mountain House”.

sentido del conjunto, indivisible e integral, entendido como una arquitectura que se desarrolla armónicamente desde dentro hacia afuera. En el museo Guggenheim, el más famoso postulado de la arquitectura moderna, “la forma sigue a la función”, de Louis Sullivan, se cambia por el “la forma y la función son uno mismo”. En el Guggenheim: “Por vez primera, la arquitectura se hace plástica, con cada nivel fluyendo hacia otro (como en la escultura)” (Brooks 1995, p. 144).

A pesar de lo célebre y aplaudido del proyecto en la actualidad, visto como una obra de arte y legado del arquitecto estadounidense, en su época fue duramente criticado por su escasa funcionalidad, su calidad como centro de exposiciones e incluso la relación entre el nivel de la colección permanente con la iconicidad del diseño de Wright. En este sentido, han surgido toda clase de opiniones, a favor y en contra, como la del artista *pop* Peter Blake: “No es el edificio más práctico del mundo, pero tampoco alguien piensa que el Panteón lo sea” (Von Stoller, 1999). La originalidad de su forma fue el secreto de su fama, pero a la vez fue la cuestión que retrasaría los permisos y la construcción del edificio durante 16 años.

Al inicio del proyecto en 1943, la baronesa Hilla Rebay, promotora del proyecto y consejera de Solomon Guggenheim, millonario, interesado en el arte, le pidieron a Wright, un diseño singular, una verdadera casa del “arte liberado del objeto”. Así, el arquitecto desarrollaría numerosas propuestas a lo largo del tiempo. Comenzaría, primeramente, en 1943, con la idea de una torre hexagonal, que contenía las salas de exhibición, y un volumen cilíndrico con la escalera y los ascensores. En el apunte perspectivo, la forma poligonal surgía uniforme, rígida, sin mayor originalidad en su exterior. No obstante, en el dibujo en planta –conocida como el “esquema C”–, en la parte baja, se observa un importante detalle autógrafa de una espiral con el rótulo “*constant ramp*”, lo que evidencia que la rampa en espiral estuvo presente desde el inicio del proyecto.

En una segunda propuesta, la rampa constante se ve reflejada en el exterior siendo parte de la volumetría; de esta forma, la espiral reemplaza al hexágono. No obstante, en esta etapa se trataba de una pirámide de plantas circulares que disminuían su radio conforme ascendían. Este “ziggurat”¹⁰ es la continuidad de la idea de la espiral empleada en proyecto irrealizado del Gordon Strong Planetarium (1924)¹¹.

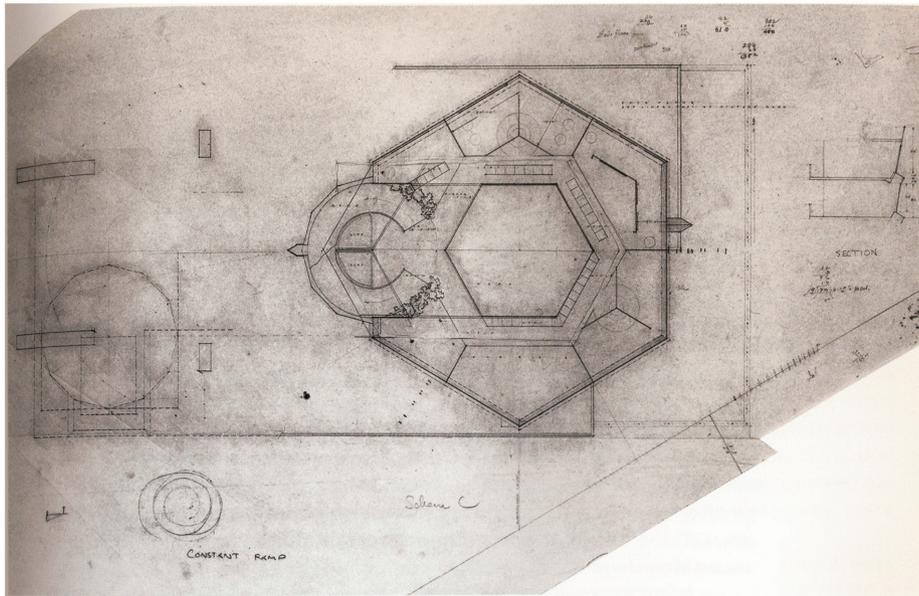


Figura 5. Dibujo del esquema “C”, Guggenheim de Nueva York

Figure 5. Drawing of “C” scheme, Solomon R. Guggenheim Museum

Fuente: B. Brooks, 1995, Ein Tempel des Geistes, in: Das Solomon R. Guggenheim Museum und Frank Lloyd Wright, Hatje Cantz, Deutschland.

¹⁰ El ziggurat o zikkurat fue un templo formado por plataformas superpuestas, edificado en la antigüedad en Asiria y Babilonia. La hipótesis señala que éste se construyó como una montaña ritual. La forma se deriva del recorrido hacia la cima donde se situaba un templete dedicado a la deidad del pueblo.

¹¹ Resulta evidente que, además de la semejanza entre estos proyectos, como menciona Josep Quetglas, en Artículos de ocasión, existe una llamativa coincidencia formal con el posterior “Musée Mondial” de Le Corbusier (1929).

Esta construcción, planeada en Maryland, al igual que el museo Guggenheim nació con la idea de ser una atracción turística, contenía enormes rampas vehiculares exteriores, un planetario, un restaurante y otras instalaciones para el ocio. Aunque aparentemente se trata de la misma idea¹², se observan diferencias radicales: la rampa en el proyecto del planetario era un elemento accesorio, que aunque proporcionaba vistas interesantes a los visitantes, su función principal era la circulación; en tanto que en el Guggenheim, es una expansión del espacio interior hacia el exterior y el fundamento de la fluidez y continuidad espacial. Su exterior no vivía de las condiciones funcionales del interior sino que su interior es reflejo y evocación de su imponente exterior; se trataba de un “ícono icónico” (Jencks, 2005, p. 29); sus balcones y rampas interiores reproducen su iconicidad – reflejando la primera definición de la palabra: la similitud entre una imagen con otro artefacto o imagen–.

Para 1944, la forma de zigurat es invertida, quedando con el aspecto que finalmente se construyó: Una espiral que crece en su radio conforme asciende. Solomon Guggenheim y Hilla Rebay aceptarían los planos del museo y, la baronesa le dedicaría unas palabras proféticas, negando el fin primordial del museo: “*No tengo duda alguna de que su museo será un gran monumento a usted mismo*”. Hoy el Museo Solomon R. Guggenheim es considerado una obra maestra de la arquitectura y un edificio icónico de la ciudad.

La apertura del catálogo formal

A lo largo de la historia, la evolución tipológica del museo se ha dado, más que de forma lenta y continua,



Figura 6. Guggenheim de Nueva York

Figure 6. Solomon R. Guggenheim Museum

Fuente: Del autor.

por medio de obras icónicas, mediante la ideación de nuevos hitos, diseños innovadores que establecen nuevos paradigmas. Y es que: “La verdadera actividad creativa, por supuesto, trasciende a la repetición de esquemas reproductivos conocidos. [...] La actividad creativa juega un papel fundamental en la evolución de la sociedad. Enriquece al mundo, dando un carácter público a nuevos objetos intermediarios” (Norberg-Schulz, 2001, p. 51).

De esta forma, para la década de los setenta, el Museo Guggenheim de Nueva York era el incontestable paradigma del museo contemporáneo, tras varios años de monotonía, que detonó una nueva etapa de auge de los museos. Así, es sumamente difícil citar algún gran arquitecto de la segunda mitad del siglo XX que no haya proyectado algún museo (Fernández-Galiano, 1998, p. 5). Así, se podría pensar en la Neue National Galerie en Berlín (1962-1968) de Mies; el Whitney de Nueva York (1963-1966) de Marcel Breuer; el Kimbell Art de Fort Worth (1966-1972) de Louis Kahn; la Staatsgalerie en Stuttgart (1977-1983) de James Stirling y Michael Wilford; el Wexner Center en Ohio (1982-1989) de Peter Eisenman; el Vitra Museum en Weil-am-Rhein (1987-1989) de Frank O. Gehry; el Stockholm Museum of Modern Art (1991-1998) de Rafael Moneo; o el célebre Centre Pompidou en París (1971-1977) de Piano, Rogers y Franchini; por sólo mencionar algunos.

Un rasgo característico de estos museos es el papel estelar que tiene la arquitectura. Aquel prototipo de edificio neutro, testigo mudo, contenedor sin diálogo, destinado a ser el contenedor de tesoros artísticos, se volvió cada vez más escaso, cediendo su lugar a uno que interactúa con sus huéspedes, compite por protagonismo y en varias ocasiones es el principal objeto a ser visitado, siendo incluso más famoso que la propia colección. La “arquitectura de firma” figurará así en la ideación de estos artefactos de exhibición, con proyectos personales, singulares, intentando ser la nueva postal de la ciudad. Como dice Douglas Davis: “[...] El edificio [museo] debe ser tan personal en su formulación como el lienzo del pintor o el boceto de un dibujante” (Davis, 1990, p. 16).

Desde la década de los sesenta, los nuevos requerimientos de áreas y la apertura al más variado público han provocado cambios en la configuración de los museos, siguiendo con el continuo proceso de transformación iniciado en la Ilustración. El programa de los museos se vuelve cada vez más complejo, resultando insuficiente una concepción de museos que sólo se piense en función de los espacios de exposición:

El museo siguiendo su genuino proceso de desacralización y acercamiento al público, va dejando de ser sólo un lugar de contemplación directa de la obra de arte para irse convirtiendo

¹² En los mismos años del planetario, Wright utilizaría la forma espiral en la Lake Tahoe Summer Colony (1922), el Nakoma Country Club (1924) y el Winnebago Camping Ground Indian Memorial (1924).

en un foco cultural, dentro del cual se instalarán salas para el trabajo, el aprendizaje y el estudio (Montaner, 1986, p. 9).

Este nuevo tipo de museo, a pesar de generar una creciente aceptación entre el público, fue despreciado por gran parte de los conservadores y tardó en ser entendido por la crítica. En 1982, en Norteamérica, una exhibición de proyectos de museo coordinada por Helen Searing, denominada *New American Art Museums*, en el Whitney de Nueva York, servía como resumen de la tendencia museística americana en boga. La exhibición del material estaba conceptualmente diseñada para resaltar las características innovadoras de estos museos por encima de su funcionalidad. En la exposición se proponía que «el almacén que se desvanece» ya no es un modelo ideal; el ideal miesiano del espacio abierto y fluido queda descartado por el modelo del acomodo de salas en torno a un vestíbulo principal, como lo planteó Durand en el *Precis*. En la misma exposición se afirmaba que los museos realizados por Louis Kahn representan la mezcla perfecta entre los elementos arquetípicos y los elementos contemporáneos.

Lo cierto es que Kahn representa un ejemplo paradigmático; son escasos los arquitectos capaces de resolver exitosamente programas museísticos complejos, programas que con el paso del tiempo se vuelven más difíciles. El constructor de museos a cambio de inmortalizarse profesionalmente se enfrenta a distintos juicios: funcional, urbano, académico y político. Como ha mencionado Richard Meier: “No hay duda, los museos son los mayores desafíos, los diseños con más exactitud para un arquitecto. Porque las colecciones, la localización y los requisitos [...] varían considerablemente para cada museo, no hay fórmulas fijas” (López Moreno, 1990, p. 99).

Cultura para todos. Una segunda democratización del museo

Los museos, ante la apertura al turismo de masas, se pensaron cada vez más en función de éste. Es así como la idea del museo como contenedor versátil ante el acomodo de las exposiciones, que poseían una identidad menos orientada hacia las colecciones permanentes y más hacia un impacto instintivo, será una línea a seguir en la segunda mitad del siglo, cuyo ejemplo más notable será el Centro Georges Pompidou (1971-1977) (Montaner, 1986, p. 14).

El proyecto del Pompidou que llevaba al máximo aquel prototipo del contenedor translúcido de planta libre de la Neue National Galerie en Berlín de Mies van der Rohe (1962-1968) surgió de una visión colectiva que intentaba recolocar a París dentro del panorama artístico internacional. Con motivo de esta empresa, se convocaría

un concurso internacional para construir un museo en el área denominada *Plateau Beaubourg*, trascendental en la historia de los museos europeos. Promovido en 1971, fue ganado por los jóvenes Renzo Piano, Richard Rogers y Gianfranco Franchini. El equipo que resultó vencedor entre 681 participantes idealizaba un nuevo paradigma museístico. Como lo explica el texto descriptivo enviado al concurso: “Nosotros pensamos que los edificios deben ser capaces de cambiar, no sólo en planta, sino en sección y alzado. Una libertad que permita a la gente estar libre para hacer lo que le plazca; el orden, la escala y la masa provienen de un claro entendimiento del proceso de construir [...]” (Sudjic, 1995, p. 26).

Esta búsqueda de la máxima flexibilidad provocó el que se prescindiera de elementos que entorpecían la adaptabilidad del espacio interior. Es así como escaleras, ascensores, tuberías, equipo mecánico y elementos estructurales fueron colocados en el exterior y dejados al descubierto, favoreciendo la planta libre y conformando su aspecto reconocido en todo el mundo. El Pompidou, a pesar de sus grandes problemas para el montaje de exposiciones, llenó los objetivos publicitarios de la institución, en combinación con su influencia urbana. En gran parte, fue el responsable de un aumento en la popularidad de los museos contemporáneos a partir de los setenta, demostrando como un museo podría abrirse hacia la ciudad y convertirse en un auténtico foro público, al grado de que se hable de una era *post-Pompidou*.

Las catedrales de fin de milenio

A finales de la década de los ochenta e inicios de los noventa, el ímpetu museístico continuó a nivel internacional. En algunas ocasiones se trató de crecimiento o adecuaciones de museos existentes encontrándose obras notables como el crecimiento del MOMA o las pirámides acristaladas del museo de Louvre de I.M. Pei; y, en otras, museos con arquitectura independiente e icónica con la intención de establecer paradigmas, insuperables en un futuro inmediato, como fueron los casos del Getty Center de Los Ángeles y el Guggenheim Bilbao.

La John Paul Getty Trust y la Guggenheim Foundation, dos de las principales instituciones internacionales de arte con base en Estados Unidos, tuvieron momentos decisivos simultáneos: las inauguraciones del J. Paul Getty Center en los Ángeles (1984-1997), que venía a ser la segunda sede después de la Getty Villa en Malibú,¹³ y del Museo Guggenheim de Bilbao (1991-1997), la cuarta sede después de Nueva York, Venecia y el Soho neoyorquino.

¹³ Un museo que se establece en una réplica aproximada de la villa romana dei Papiri del Herculaneum; una villa que Paul Getty comenzó a construir en 1971, pero que no vivió para ver realizada, y que, tras su muerte, pasó a ser un museo que porta su nombre –caso muy similar al de Solomon Guggenheim–.

En ambas instancias, fue requerida una concepción de trabajo que retaba los límites del emplazamiento y de su propia escala, lo que podía sobrepasar la habilidad de un arquitecto. En el caso del Getty, el arquitecto sería Richard Meier, quien muy poco tiempo después de obtener el Pritzker de 1984 sería seleccionado tras un concurso atípico¹⁴. El faraónico complejo cultural contó con un presupuesto de mil millones de dólares –por mucho, la mayor inversión de un organismo privado dedicado al arte en toda la historia de los Estados Unidos–.

Poco a poco, proyectos tan ambiciosos como el Getty o el Guggenheim añadieron un peso extra sobre el tradicionalismo de una institución como el museo. Las instituciones se encontraron implicadas en actividades altamente publicitadas y, además de la evolución del contenido, renovaron enormemente el interés por el diseño del continente como objeto que se apropia del lugar, se destaca con su exterior y se dirige hacia el público atrayéndolo al interior. “Ambos [...] son monumentos. Tienen más arquitectura que la estrictamente necesaria –más diseño de formas, más gestos de firma, más detalles diciendo ‘esto es arquitectura’” (Moore, 1997, p. 39).

A pesar de la trascendencia de ambos museos, el museo Guggenheim merece una mención especial. Con él, Gehry, el ganador del concurso internacional, cambió el panorama museístico de fin de siglo, obtuvo un gran éxito mediático y eclipsó a Meier, haciéndolo lucir anticuado. Gehry amplió totalmente el catálogo de formas utilizadas en los museos, de una manera tan drástica, que no se recordaba desde proyectos como el Guggenheim de Nueva York o el Centro Georges Pompidou. A pesar de una enorme polémica, reavivó la producción museística basada en la audacia arquitectónica, continuada por otros proyectos museísticos concebidos en la misma década como el Jüdisches Museum en Berlín (1989-1999), de Daniel Libeskind.¹⁵

Frank Gehry sería el encargado de llevar a la realidad los sueños expansivos de la Fundación Guggenheim: “El arquitecto, como los antiguos constructores de catedrales, ha sabido detectar la **necesidad de exceso del cliente**. O tal vez éste supo escoger al arquitecto más dispuesto a cometer esos excesos” (Bohigas, 1997, p. 58). Gehry se mostraría como una elección acertada para crear una obra impactante, teatral y espectacular. Una

de las obras más emblemáticas de los últimos tiempos que satisfizo la visión de la línea museística de crear una construcción con efectos análogos a los que provocó la Catedral de Chartres.

Mucho del éxito de este museo se debe a su arquitectura escultórica. Una arquitectura para la que fue determinante la utilización del ordenador, al que incluso el grado de importancia que se le da es tan *sui generis* como el edificio mismo, ya que se han realizado grandes montajes de exposiciones, una película y múltiples publicaciones relativos a la forma de trabajar de Gehry.¹⁶



Figura 7. Frank Gehry en publicidad de Apple
Figure 7. Frank Gehry in Apple's advertisement

Fuente: E. Hornbeck, 1999, *Architecture and advertising*, *Journal of Architectural Education*, 53:52-57.

¹⁴ Más que un concurso de arquitectura, consistió en una serie de entrevistas a más de 30 arquitectos, donde se les preguntó acerca de su actitud hacia el proyecto. Como finalistas fueron seleccionados Fumihiko Maki, James Stirling y –el ganador– Richard Meier.

¹⁵ Este museo representa otro caso que llega al límite del debate entre colección y espacio, entre contenido y continente. Desde su apertura provisional en 1999, hasta su conclusión definitiva en septiembre de 2001, el museo permaneció abierto al público sin colección –como lo había hecho en el siglo XIX el Altes berlinés–. La gente hacía enormes colas pagando cinco marcos para ver el museo vacío. Curiosamente, se trata de un espacio tan evocador que tal vez funciona mejor cuando su interior se encuentra vacío.

¹⁶ Muy poco tiempo después de su apertura, el Guggenheim Bilbao aparecía ya en el video musical de Mariah Carey “Sweetheart” (1998) y ha sido el marco de conciertos multitudinarios como el de Smashing Pumpkins y Red Hot Chili Peppers. Así mismo, en 1999, aparecería en el filme de James Bond, “The World is not Enough”. Bond, interpretado por Pierce Brosnan, tiene una cita en un banco situado cerca del museo. La singular fachada del museo aparece en diversas escenas abarcando cerca de cuatro minutos del filme. En julio de 2002, la compañía de automóviles Nissan elaboró un anuncio publicitario con el museo como telón de fondo en la publicación *Car and Driver* magazine. La compañía Lexus, en el verano de 2002, realizó un spot publicitario televisivo con la leyenda “A thing of beauty”; en el actor admiraba un automóvil Lexus con dos distintas vistas del Guggenheim Bilbao en el fondo. También, el museo aparecería como el marco ideal para la campaña “Design your dream”, que publicitaba el perfume Cerruti.

Con la divulgación de su proceso se convirtió, sin duda, en el arquitecto más destacado y el más publicitado de la era del *software*; se ha convertido en una figura mediática que lo mismo puede aparecer como personaje de dibujos animados que ser la estrella de un filme. Por si fuera poco, su imagen –fotomontada al Guggenheim de Bilbao– se ha utilizado en carteleras espectaculares para publicitar empresas tecnológicas –además de la propia, Gehry Technologies–, como la campaña de Apple: “Think different” (Hornbeck, 1999, p. 52-57); publicidad donde se situaba la figura del arquitecto al lado de grandes personajes de la historia, entre artistas, científicos y líderes.

Por su parte, el Guggenheim Bilbao llegó a ser el edificio que acaparó el mayor número de portadas del último siglo. El museo fue la completa representación del espíritu de la época, el autoproclamado “museo del nuevo milenio” y detonante de la revolución digital en arquitectura.

El espacio museístico hacia el espacio comercial

A partir del inicio del nuevo milenio, en los museos ha aparecido un fenómeno de aproximación entre las áreas de exhibición artística y las áreas comerciales, donde los museos se han acercado a los lugares de consumo –espacios flexibles y plurifuncionales, a escala de boutique, ajustados a un público menos refinado, sin mayores pretensiones y con mayor afición al *shopping*–; y, las tiendas, para aumentar el valor de sus productos, han adaptado las lógicas de las museografías –presentando productos como obras de arte–. Tiendas que imitan a los museos y museos que imitan a las tiendas (Montaner, 2002).

En este sentido, Rem Koolhaas ha sido la figura más visible de esta defensa del acercamiento tipológico, teorizando acerca de esta relación polémica y, a la vez, construyendo dos espacios de exhibición y un espacio comercial simultáneamente, en el año 2000. Se trata de dos proyectos Guggenheim para Las Vegas y el proyecto para la marca de alta costura, Prada, en la antigua sede del Guggenheim Soho.

En el libro de difusión del proyecto *Prada*, Koolhaas estableció una comparativa entre edificios culturales y comerciales, y proclamó una peculiar relación que se da entre personas con mercancías cuando éstas, en un plan estratégico, son tratadas como objetos de culto, siguiendo la lógica de los museos. Señalaba que: “Los museos son **populares**, no por su contenido, pero sí por su falta de contenido: Vas, observas, te marchas. Sin decisiones, sin presión. Nuestra ambición es capturar la atención y después, una vez que la tenemos, regresársela al consumidor” (Koolhaas, 2001).

Koolhaas propuso como resultado de su reflexión la intercambiabilidad entre tipologías, muy de acuerdo con Andy Warhol, quien en los 70 vaticinó que las tiendas departamentales se convertirían en museos, y todos los museos se convertirían en tiendas departamentales.¹⁷ Koolhaas menciona que: “Museos, librerías, aeropuertos, hospitales y escuelas se convierten paulatinamente indistinguibles del shopping” (Koolhaas, 2001). A pesar de ésta polémica declaración, el arquitecto holandés puntualiza que la cultura no es igual al consumo; lo que existe es un matrimonio entre ambos (Jencks y Koolhaas, 2002, p. 56).

Con el tiempo se demostró que no necesariamente la mecánica de las ventas y la maquinaria capitalista pue-

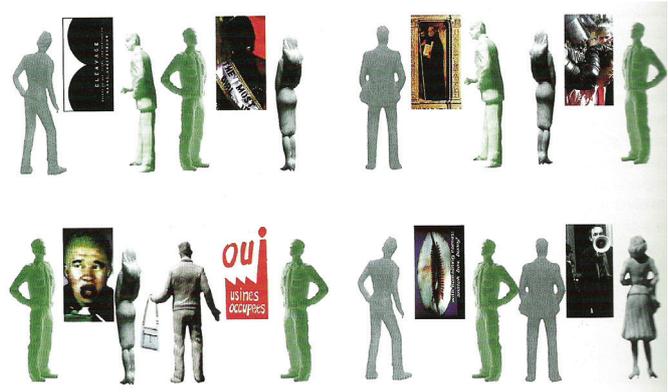


Figura 8. Modelo del Guggenheim Hermitage y cartel publicitario de Prada.

Figure 8. Model of the Guggenheim Hermitage Museum and billboard of Prada fashion label.

Fuente: L. Fernández-Galiano, 2002, *Las marcas culturales de Koolhaas*, Arquitectura Viva, III-IV(83).

¹⁷ Es conveniente citar exposiciones que han mostrado un acercamiento entre los museos y las tiendas. En el Victoria & Albert Museum de Londres, la exposición *Brand.New* (2000) exhibió más de 4.000 imágenes de diversas marcas; mientras que en Frankfurt se realizaron dos exposiciones con temática similar: *Shopping* –que posteriormente estuvo en la Tate de Liverpool– y *I Think Therefore I Shop* (Pienso, por lo tanto, compro).

den ser adaptadas totalmente al espacio expositivo. Los museos, independientemente de su incremento de metros cuadrados dedicados a espacios generadores de dinero, como restaurantes y tiendas, demandan condiciones especiales y momentos de aislamiento para el visitante, algo difícil de conseguir en las Vegas. A día de hoy, ambas sedes cerraron y se han reutilizado los espacios para eventos que produzcan más dólares por hora.

El modelo de franquicias

Desde finales de la década pasada, a la par de la constante construcción de museos de firma en contextos urbanos consolidados, la tendencia que ha marcado el panorama internacional ha sido la exportación de franquicias, museos satélites desarrollados por arquitectos famosos –algo que ha sido duramente criticado en Francia–. Como un ejemplo de ello, desde el año 2008, instituciones líderes a nivel mundial, como la Fundación Guggenheim y el museo de Louvre, desarrollan faraónicas expansiones en la isla de Saadiyat en Abu Dhabi¹⁸, una isla que busca invertir en el turismo de alto *standing*, consolidando el complejo cultural más espectacular del mundo. De esta manera, los turistas podrán visitar, uno tras otro, museos diseñados por los arquitectos más célebres de la actualidad. La empresa luce arriesgada, dado que el contexto, carente de una identidad definida, será aún más confuso, con la adición de diferentes edificios

ostentosos, que intentarán ganar la postal, con lenguajes y contenidos tan diferentes como sus autores.

En el caso de estas arquitecturas escultóricas que se configuran como objetos nada neutros que se exhiben a sí mismos e interactúan con la colección, su potencial está en la originalidad más que la multiplicidad. Ésa es la principal barrera observada en la iniciativa donde la repetición puede llegar a inutilizar su eficacia para generar la atracción del público y, por el contrario, ser excesivamente gestual, cayendo en el “kitsch”.

Afortunadamente, no en todas las iniciativas actuales se piensa en proyectos excesivamente teatrales y extravagantes; existen casos como la ampliación del MOMA de Taniguchi, o el New Museum realizado por SANAA, donde se ha privilegiado el aprovechamiento del presupuesto, la funcionalidad y la sobriedad del espacio en elegantes volumetrías. El camino seguido en estos museos sirve como ejemplo de una tendencia internacional paralela a la arquitectura del espectáculo, desarrollada principalmente por arquitectos japoneses, donde la coherencia vuelve a ser prioritaria en este panorama actual de caos financiero. Una vez más el museo se conserva como una: “Institución de referencia y de síntesis, capaz de evolucionar y ofrecer modelos alternativos, especialmente adecuada para señalar, caracterizar y transmitir los valores y los signos de los tiempos” (Montaner, 2003).

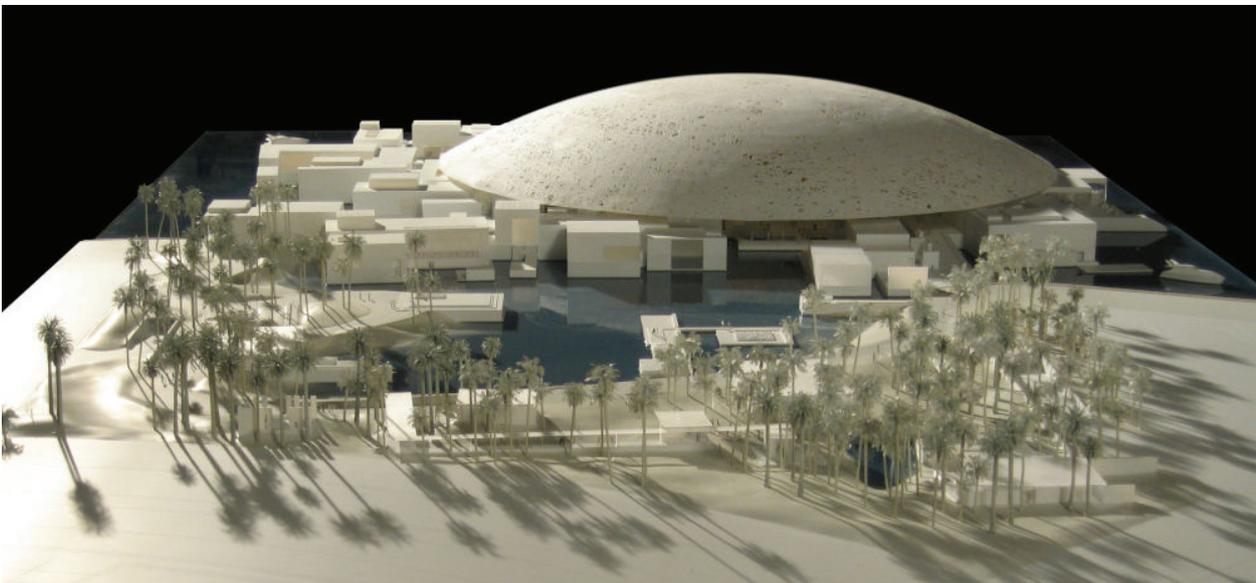


Figura 9. Render del Louvre Abu Dhabi
Figure 9. Louvre of Abu Dhabi, rendering

Fuente: L. Fernández-Galiano, 2007, Próximo Oriente: Del Golfo a La Meca, construcciones en la arena. *Arquitectura Viva*, 111.

¹⁸ Véase también el caso del MOMA que ha intentado expandirse en Chengdu, China.

Referencias

- BOHIGAS, O.; CHILLIDA, E.; CRUZ VILLALÓN, A. 1997. Juicios sumarios: Doce arquitectos y un escultor en el museo. *Arquitectura Viva*, **55**(7):56-59.
- BROOKS, B. 1995. *Frank Lloyd Wright collected writings 1949-1959*. New York, Rizzoli, 352 p.
- CLADDERS, J. 1990. Una teoría construida: El Museo Abteiberg de Mönchengladbach. In: L. LÓPEZ MORENO. *El arquitecto y el museo: Ciclo de conferencias mayo-junio 1989*. Jerez, Colegio Oficial de Arquitectos de Andalucía Occidental, p. 39-51.
- DAVIS, D. 1990. *The museum transformed: Design and culture in the post-Pompidou age*. New York, Abbeville Press Publishers, 242 p.
- FERNÁNDEZ-GALIANO, L. 1998. Medallas y museos. *AV Monografías*, **69**(5):4-7.
- FORSTER, K. 1998. *Guggenheim Bilbao Museo*. Stuttgart, Axel Menges, 53 p.
- FRANKEL, D. 1990. Los museos y los espacios neutros de la galería: Una visión colectiva. In: EL ARQUITECTO Y EL MUSEO. CICLO DE CONFERENCIAS, Jerez, 1990. Colegio Oficial de Arquitectos de Andalucía Occidental, 1:7-14.
- GIEBELHAUSEN, M. 2003. *The architecture of the museum: Symbolic structures, urban contexts*. Manchester, Manchester University Press, 197 p.
- HORNBECK, E. 1999. Architecture and advertising. *Journal of Architectural Education*, **53**(1):52-57.
- JENCKS, C. 2005. *The iconic building: The power of enigma*. London, Frances Lincoln, 223 p.
- JENCKS, C.; KOOLHAAS, R. 2002. Marcas, signos, símbolos: Una conversación entre Charles Jencks y Rem Koolhaas. *Arquitectura Viva*, **83**(3-4):54-59.
- KOOLHAAS, R.; OMA/AMO. 2001. *Projects for Prada Part 1*. Milan, Fondazione Prada Edizioni, 600 p.
- LÓPEZ MORENO, L.; LÓPEZ RODRÍGUEZ, J.; MENDOZA CASTELLS, F. (eds.). 1990. EL ARQUITECTO Y EL MUSEO. CICLO DE CONFERENCIAS, Jerez, 1990. Colegio Oficial de Arquitectos de Andalucía Occidental, 450 p.
- MARINETTI, F. 1909. Le Futurisme. *Le Figaro*, París, 20 de febrero de 1909.
- MONTANER, J.M. 1986. *Los museos de la última generación*. Barcelona, Gustavo Gili, 180 p.
- MONTANER, J.M. 1994. *Museos para el nuevo siglo*. Barcelona, Gustavo Gili, 192 p.
- MONTANER, J.M. 2002. Post scriptum: Tiendas que son museos. *Summa+*, **57**(1):112.
- MONTANER, J.M. 2003. *Museos para el siglo XXI*. Barcelona, Gustavo Gili, 157 p.
- MOORE, R. 1997. Getty vs. Guggenheim. *Blueprint*, **142**(1):38-40.
- NORBERG-SCHULZ, C. 2001. *Intenciones en arquitectura*. Barcelona, Gustavo Gili, 240 p.
- PEVSNER, N. 1980. *Historia de las tipologías arquitectónicas*. Barcelona, Gustavo Gili, 352 p.
- PRIOR, N. 2002. *Museums and modernity: Art galleries and the making of modern culture*. Oxford, Berg, 224 p.
- SEARING, H. 1982. *New American art museums*. New York, Whitney Museum of American Art, 144 p.
- SUDJIC, D. 1995. Sacred cows (Guggenheim Museum). *Perspectives on Architecture*, **20**(1):80.
- VILLARI, S. 1990. *J.N.L. Durand (1760-1834): Art and science of architecture*. New York, Rizzoli, 103 p.
- VON STOLLER, E. 1999. *Guggenheim Bilbao / Guggenheim New York*. New York, Princeton Architectural Press, 80 p.

Submitted: 11/09/2012
 Aceito: 06/11/2012

José Manuel Falcón Meraz
 Av. General Ramón Corona. 2514,
 Col. Nuevo México, 45201,
 Zapopan, Jalisco, México.