

# Modern Museum versus Contemporary Museum

## The Crisis of Typologies to a Paradigm Shift

### Museo moderno frente a Museo contemporáneo

### La crisis de las tipologías ante un cambio de paradigma

investigación —  
pp. 102-111

— Ángela Baldellou Plaza

#### Resumen

En este artículo expongo una reflexión sobre cómo la pérdida de valores ha derivado en la disolución de la tipología de Museo generando un "Museo contemporáneo" que, frente al Museo moderno, es un museo global que no pertenece a ningún lugar concreto, un museo del desarraigo, desligado incluso de su función.

Su origen conceptual basado en una idea "social" participativa y regeneradora ha degenerado, mayoritariamente, hacia una simplificación superficial que se resume en museos-logotipo como respuesta de supervivencia arquitectónica adaptada a un nuevo paradigma social.

**Palabras clave:** paradigma, tipología, museo, moderno, crisis, contemporáneo

#### Abstract

In this article I expose a reflection on how the loss of values has resulted the dissolution of the Museum's typology, generating a "Contemporary Museum" which, compared to the Modern Museum, is a global museum that does not have a specific place, it is an uprooting museum, untied even of his function.

The conceptual origin of this Contemporary Museum based on a "social", participatory and regenerating idea of the institution has degenerated, mostly, into a surface simplification summarized in "Logotype Museums", as architectural survival answer according to a new social paradigm.

**Keywords:** Paradigm, Typology, Museum, Modern, Contemporary, Crisis



La enorme diversidad de respuestas arquitectónicas dadas al problema de proyectar y construir un museo con independencia de sus contenidos, de su localización geográfica, de las motivaciones ideológicas o de las posibilidades económicas puestas en juego presenta un panorama en principio confuso. Este trabajo se propone aclarar sus razones últimas sin que, por otra parte, se renuncie –al contrario– a proponer hipótesis suficientemente amplias que permitan entender el fenómeno arquitectónico que he llamado Museo contemporáneo. Éste se ha insertado en la sociedad posmoderna como uno de los más significativos indicios de una situación transitoria hacia un nuevo paradigma cultural. Por otra parte, no ha sido ajena a la elección del tema de estudio la importancia estadística y económicamente indiscutible en la producción contemporánea de edificios destinados como museos.

En este sentido, el título propuesto señala un aspecto del conflicto, el cual, desde una perspectiva arquitectónica, compositiva y espacial, se plantea en torno a su condición social y cultural, a la vez que intenta entender el proceso histórico de su producción intelectual reciente en términos complejos. No se tratará, por tanto, de analizar algún modelo –por muy singular o significativo que pueda parecer a la crítica o a la historia– sino de intentar establecer el o los procesos intelectuales de la producción de museos en su conjunto. Con ello se busca desvelar el sentido profundo de los cambios estratégicos de las influencias recíprocas entre sociedad, cultura y arquitectura, como un fenómeno de relaciones complejas de intercomunicación que afecta profundamente a la “disolución de las tipologías” como consecuencia lógica dentro de una sociedad “líquida”<sup>1</sup> (con valores también en disolución).

En cualquier caso, la amplitud de la propuesta impide llegar a conclusiones definitivas; no obstante intentaré aportar sentido a una situación que, cuando menos, resulta sorprendente y contradictoria en muchos aspectos, considerada básicamente desde la óptica interna de la disciplina.

Como la confrontación que planteo pretende comprender el fenómeno museístico actual en su complejidad,

debo ante todo inscribirlo en un contexto en el que adquiere sentido el enfoque propuesto. Entiendo el Museo como un elemento central de lo que debe considerarse un sistema,<sup>2</sup> el sistema del arte actual.<sup>3</sup> En este contexto, la influencia de ciertos componentes del sistema resulta crecientemente determinante en la arquitectura del museo. Entre ellos, y de forma creciente, los temas de la comunicación; el del valor y el de la valoración del arte;<sup>4</sup> y el de la obra de arte.<sup>5</sup>

Esta intención me obligó, no obstante, a seguir un proceso de aproximación al tema de estudio según un criterio histórico y crítico que, en paralelo a consideraciones sociológicas y comunicacionales, necesitó de la amplísima reconsideración de una multitud de proyectos y obras de museos (más de quinientos) y de la trayectoria en este campo de autores fundamentales en la historia de la arquitectura reciente. Este artículo es pues el fruto de un estudio extenso y recoge tan sólo algunas de las conclusiones, reflexiones e hipótesis a las que llegué.

La comparación de las diferentes propuestas arquitectónicas en los maestros del siglo xx puso en evidencia la deriva hacia la disolución de la forma típica adquirida en la etapa anterior, en un proceso que se ha ido solapando y en el que han convivido proposiciones académicamente más tipológicas con las nuevas soluciones rupturistas.

En el proceso coexisten los derivados/herederos conceptuales de los primeros proyectos e ideas de museos planteados por maestros como Mies, Le Corbusier o Aalto –inicio del Museo moderno como respuesta a nuevas necesidades expositivas–; los museos de Kahn, Sert, Pei, Stirling o Fehn, y más recientemente de Piano, Meier, Foster, Zumthor o Chipperfield –cuyos autores siguen la vía de investigar sobre la tipología y sus variables con modelos donde reiteran sus obsesiones, certezas y dudas–; hasta las soluciones donde autores y estudios como Gehry, Eisenman, Zaha, Herzog y de Meuron, Coop Himmelblau, Koolhaas, Tschumi o Libeskind, rompen definitivamente con lo formalmente asumido y



Guggenheim Nueva York, Frank Lloyd Wright, 1959. Fotografía: Ángela Baldellou Plaza

plantean descomposiciones conceptuales y funcionales al servicio de objetos arquitectónicos extraordinarios e impactantes a la vez que la función supuesta queda en un plano casi virtual. ¿Es este el Museo contemporáneo?

La situación actual plantea pues la convivencia –conflictiva– de al menos dos tendencias opuestas: la pervivencia de la matriz tipológica, por un lado; la presuntamente revolucionaria tensión hacia la ruptura del tipo y la “líquida” tendencia hacia el logotipo individualizado, por el otro. El presentarla como la expresión de un cambio de paradigma no supone la liquidación de aquél todavía vigente en nuestra cultura postindustrial, sino la presencia, cada vez más evidente, del surgimiento de uno nuevo, en vías de consolidación pero ya dominante en muchos sectores culturales, precisamente en aquellos que pretenden asumir el mando.

Con alguna resistencia al abandono de la propia historia museística como recurso compositivo, el proceso se ha venido mostrando como imparable; asimismo se ha expuesto al mundo como tendencia triunfadora la más mediática. ¿Hacia dónde conduce esta simplificación? Ésta es una de las preguntas que, como arquitectos, más puede inquietarnos en la medida en que no se vislumbra, en la disparidad aparente de las respuestas, un acuerdo dónde fundamentar teóricamente una nueva idea de Museo que sustituya con solvencia a aquélla, al parecer definitivamente abandonada.

La brillantez de algunas respuestas, por su propia singularidad, tampoco contribuye a la consolidación de una cierta estructura formal que permita su aplicación como modelo por imitar y su consiguiente decantación tipológica. Sin embargo en el imaginario popular parece que son estos modelos “no-típicos”, inclasificables, los asumidos como representantes de un museo contemporáneo hoy en día.

La propia consolidación del museo de tipo tradicional contenía el germen de su final, con el que ha cargado desde su crisis hasta lo que he llamado metafóricamente “arquitectura del logotipo”.

¿Qué es un museo, para qué sirve, cómo puede ser –o quizás cómo debe ser–?, son cuestiones que para un arquitecto resultan (o pueden resultar) prioritarias al enfrentarse a su proyecto o para fundamentar su criterio ante un tema al que tantas y tan diferentes respuestas se ha dado y desde puntos de vista diversos en los últimos tiempos.

La situación actual, aunque aparentemente se sitúa al margen o incluso en contra de su evolución anterior, sólo se entiende adecuadamente si la enfocamos como última etapa de un proceso histórico aún no concluido. Una vez revisado este camino, el estudio de su “crisis” contemporánea, inevitable desde la conversión de la institución museística como bien común de consumo generalizado, sirve como base para la interpretación del fenómeno en sus múltiples ejemplos, así como de las posturas que algunos arquitectos han adoptado ante el problema.

Se ha escogido el tema de los museos como paradigma de la arquitectura contemporánea y ésta como reflejo de un cambio de paradigma en nuestra cultura de masas. Se acepta que en su origen, en buena medida al menos, ésta se nutre de la pérdida de los valores más complejos, de modo que la imagen ha sustituido a la palabra, el esquema a la idea, el logo al símbolo, por cuanto la difi-

cultad de aceptar la ambigüedad inherente a la Forma ha fomentado la proliferación de formas teñidas de ideología, y en consecuencia ha provocado su carácter efímero en beneficio de lo superficial y manipulable o comercializable. El discurso adoptado ha pretendido eludir, a sabiendas de lo “inapropiado” en su propio contexto, lo esquemático y lo visualmente “definitivo”, al cual señala como contrario a lo que es en sí mismo confuso, contradictorio y por ello complejo. El discurso reduccionista, en el fondo ideológico e interesado, que viene afectando a la crítica arquitectónica<sup>6</sup> con el pretexto de facilitar lo difícil a un público que busca soluciones y no problemas –al cual por otra parte no podría enfrentarse sin esfuerzo añadido–, encuentra en el esquema, supuestamente analítico, un modo ejemplar de esquivar el conflicto.

¿Es pues este Museo contemporáneo una respuesta de supervivencia necesaria en un nuevo sistema social de carácter masivo y global en el que no se puede existir sin el público? Porque no cabe duda que una parte inherente a la situación actual es sin duda el público y la necesidad de atraerle hacia estructuras impactantes donde pueda además interactuar.

Resulta que un nuevo valor –que es ya un fenómeno social– de este Museo contemporáneo es la experiencia de la visita. La colección permanente del museo se devalúa ante un público masivo frente al parque temático, que implica experiencias temporales a través de muestras itinerantes que reclaman y convocan continuamente a los medios.

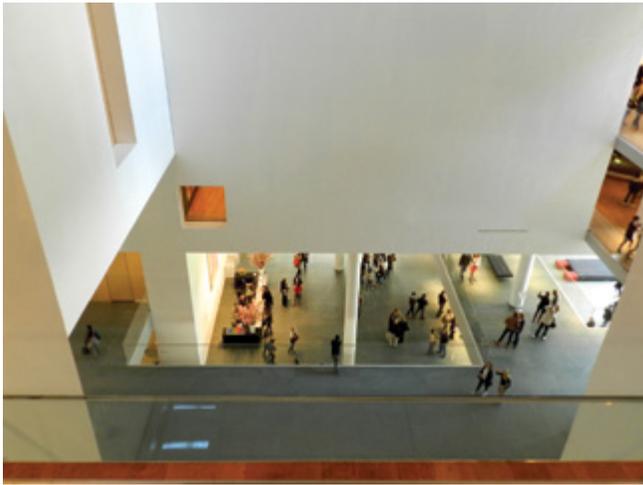
Este libre albedrío relativo induce una nueva relación con lo expuesto donde es el individuo quien establece relaciones con base en experiencias personales ya no ligadas a una idea de unidad del conjunto museístico, el cual puede ahora percibirse por partes en espacios diferenciados que componen visiones diversas: simultaneidad de vistas en secuencias; salas aisladas que se suceden en un recorrido libre-inducido que debe permitir la versatilidad que un recorrido fijo impediría. Por tanto la estructura del museo como “directora” de una secuen-

cia coherente con un contenido se diluye en pro de estructuras polivalentes que permiten adaptarse a multitud de experiencias visuales y sensoriales facilitadas por espacios superpuestos a cualquier valoración posible.

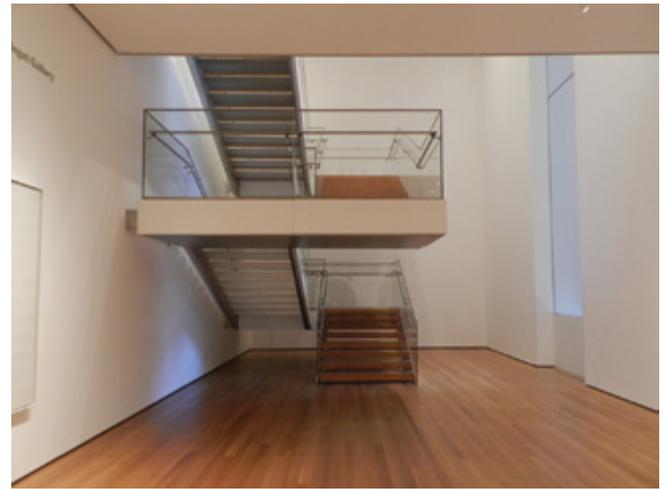
Las variables intrínsecas del museo-edificio también se vuelven “líquidas”. Interesa el espectador. Interesa un museo “social”. En este sentido considero que el germen de este concepto de museo fue el Museo de Oakland de Kevin Roche (1968), aunque Wright inició con el Guggenheim de Nueva York (1959), la ruptura formal más monumental como respuesta a una colección también rompedora y vanguardista que requería ese desafío para identificarse. No obstante fue Roche quien realmente planteó la disolución del tipo o por lo menos la creación de un museo totalmente nuevo al margen de la herencia europea. Puso, por tanto, las bases para romper con los criterios de composición hasta ese momento utilizados



Ampliación y reforma al MoMA, Yoshio Taniguchi, 2004  
Fotografía: Ángela Baldellou Plaza



Ampliación y reforma al MoMA, Yoshio Taniguchi, 2004  
Fotografía: Ángela Baldellou Plaza



Ampliación y reforma al MoMA, Yoshio Taniguchi, 2004  
Fotografía: Ángela Baldellou Plaza

por los maestros, incluso en el nuevo Museo moderno. El Museo de Oakland rompía con los paradigmáticos Met y MoMA y con la idea del museo clásico, pues planteaba un concepto de museo autóctono, puramente americano, diferente, social, identificable con una cultura que quería independizarse de Europa y autoafirmarse.

Este modelo de museo se exportaría más tarde al resto del mundo en forma de centros de arte. Con el peligro de la descontextualización del concepto se cae con frecuencia en la creación de centros a modo de museos que carecen totalmente de contenidos, que además hacen alarde de ello en pro de la diversidad cultural y la temporalidad de sus muestras. Al hilo de estas tendencias, aprovechándolas, se promovió la política de expansión del Guggenheim con un "efecto llamada" y se cayó en campañas publicitarias tan lamentables como la que en 1992 hizo el Victoria & Albert Museum, "Un café de primera con un estupendo museo adosado", o la del Guggenheim en la prensa española de este mismo 2013.

A mi parecer el Museo contemporáneo nace en Oakland con la ruptura conceptual de la propia imagen del museo, más allá de su imagen, la cual en muchos casos será la que los determine/identifique ante un público que tiende a simplificar conceptos como salvaguarda ante la información masiva.

Philip Glaeser ya destacó en una imprescindible exposición de 1968,<sup>7</sup> hoy en día olvidada por la mayoría de los historiadores y críticos de museos, este magnífico edificio donde el comisario vislumbraba un cambio de paradigma. Si bien muchos autores identifican un punto de inflexión en el Pompidou de Piano y Rogers, posterior por casi diez

años, y una última vuelta de tuerca en el Guggenheim de Gehry de 1997, en este último caso el cambio es ante todo formal, y por tanto más mediático. El cambio fundamental ya se había producido en Oakland, donde interior y exterior se perciben simultáneamente y el experimento reside en las dinámicas de comportamiento de la gente, lo cual hace del museo un "ser vivo", mutante en función del movimiento de sus usuarios, además de elemento regenerador urbano.

Uno de los valores del nuevo Museo contemporáneo frente al moderno es el de la transitoriedad. Las formas adquiridas dentro de esta nueva manera de relacionarse con el mundo, en constante transformación y movimiento, hace que los valores y las sensaciones sean transitorias (si lo permanente deja de tener sentido/valor, se renuncia a ello). El Museo como respuesta arquitectónica acorde a una nueva forma de comunicación. La velocidad y la globalidad son otros nuevos valores. La novedad. Es necesario impactar, permanecer en la retina y, curiosamente, inmortalizarse en imágenes, así pues la fotogenia también resulta un valor, si bien permanecer en la noticia requiere renunciar a cualquier carácter de permanencia.

Los espacios han de estar por lo tanto dispuestos para generar dudas, sugestión y diálogo como signo de variabilidad y modernidad. En este sentido se propone un proyecto desligado del lugar y del momento; así como la laxitud tipológica, previa a la disolución en pro de la deslocalización, de la globalización, de la no-pertenencia a ningún lugar concreto. El Museo del desarraigo. El museo exiliado de su propio significado.

Se trata sin duda de la disolución más absoluta del tipo —si un edificio se emancipa de su función desapare-



MAXXI de Roma, exterior y escalera, Zaha Hadid, 2009  
Fotografía: Ángela Baldellou Plaza



Superficie del techo del acceso al Caixa Forum de Madrid, Herzog y de Meuron, 2008  
Fotografía: Ángela Baldellou Plaza

ce en la práctica la tipología— y de la propia arquitectura, que rompe vínculos tanto con el entorno como con el interior y por tanto entre el interior y el contenido, lo cual en un museo es muy problemático. Este fenómeno se ha producido sobre todo en los últimos veinticinco años, cuando los arquitectos se han tomado libertades cada vez mayores, prestando poca o ninguna atención a los requisitos del arte y de los artistas, amparados en ese mercado que solicita edificios de consumo.

Si lo que se propone son museos-imágenes que permanezcan precisamente por su falta de arraigo y de identificación clara con un momento, que pertenezcan al mundo, a cualquier lugar, “a todos si es posible en cuanto a experiencia de cada cual multiplicada por cuantos más mejor”, entonces se está justificando una arquitectura “líquida”, inclasificable, sin atributos, indescriptible por su multiplicidad de lecturas. Una nueva identidad tipológica justificada desde esa comunicación en red y desde la instantaneidad que abanderó la globalización, la cual implica una identidad para todos y por tanto poco definida.

¿Deja pues de ser válido el museo tradicional por ser *exclusivo*?, ¿por tener valores de permanencia?, ¿de arraigo?, ¿de orgullo histórico?. ¿Incluso por constituir una tipología?

¿Es cualquier signo de identificación estilístico-formal-histórica —de pertenencia a un lugar, a una cultura, a un país— discriminatorio y poco apropiado?, ¿anticuado? La antiforma o la forma sin contenido se ensalzan con el aplauso de la diplomacia de una alianza de civilizaciones cimentada de forma ficticia.

Si la “validez universal” del movimiento moderno, como se refleja en el estilo internacional— desligado por

tanto de identidades identificatorias asociadas a culturas o lugares concretos—, pretendía generar tipologías globales, la validez universal es ahora precisamente la falta de tipología para una validez global.

Éste es el que califico de Museo contemporáneo. Empero aún hay, como ya he dicho, magníficos museos “modernos” y los contemporáneos no tienen razón para ser denostados.

Reflejo simplemente una realidad que será la crítica histórica con el tiempo necesario para abordarla, en un futuro donde tengamos más perspectiva; entonces se podrá juzgar su validez como nuevo tipo (o antitipo).

Es un proceso (*in progress*). Los autores que plantean aquello que insisto en llamar, de momento, Museo contemporáneo, acaban por sucumbir en su mayoría a la simplificación de la propuesta a través de la complejidad y expresividad formal del volumen exterior. Se quedan con un cambio superficial que aprovecha algunos de los nuevos planteamientos conceptuales que proponía Oakland y degradan en general la idea generadora en tanto que descontextualizada, de forma que caen en la abstracción de un espacio sin finalidad concreta y por tanto “indefinible” permanente y tipológicamente; en este sentido, como ya he apuntado, es un espacio líquido, acorde con el nuevo paradigma social.

¿Hasta dónde se podrán diluir esos límites?, ¿hasta la infinita variedad de ellos en propuestas virtuales?

En cualquier caso queda asentado que dicha evolución tipológica responde a este cambio de paradigma social, al cual afecta —en el mejor de los casos—, donde se tiene en cuenta los valores intrínsecos del museo, como



MAXXI de Roma, escalera interior, Zaha Hadid, 2009  
Fotografía Ángela Baldellou Plaza

circulaciones, iluminación, recorridos. Éstos habrían transformado a su vez la forma final envolvente como consecuencia lógica de un proceso proyectual, a valores puramente *ocularcentristas*<sup>8</sup> en la mayoría.

Es lo que sucede en las propuestas más “deslumbrantes” del Museo contemporáneo, donde esta envolvente aparece *per se*, como una imagen con sentido en sí misma, sin necesidad de justificación; sin ser consecuencia o respuesta de un contenido o un proceso intelectual de desarrollo del proyecto, de manera que desvirtúa las variables tradicionales y deseables de la institución. ¿Plantea quizás una nueva? Pero entonces no habrían de llamarse museos.

A diferencia de las primeras propuestas “contemporáneas” como el Guggenheim de Wright o el propio Whitney de Breuer (1966) –que también desafiaba al propio momento histórico con la colección y justificaba la forma audaz y rotunda, la ruptura y la trasgresión al entorno y al recorrido en la tipología, generando un modelo paradigmático aún vigente–, el museo contemporáneo está representado en su mayoría por una producción de modelos únicos y, tras éstos, por una producción de edificios para uso museístico desligados totalmente de su función tradicional.

Parece que, tanto si hablamos de un nuevo tipo como de una nueva apariencia o forma exterior, se ha evolucionado hacia una pérdida de valores y significados asociados a la misma, desmaterializándose de conceptos e ideas profundas, desligándose de su interior. Es decir, tanto si la deriva ha sido estructural o tipológica, o tan sólo formal o aparente, lo que parece claro, y a pesar de la existencia de

alternativas, es que el aspecto exterior sí habría derivado en su percepción por el público hacia una mera imagen sin contenido; en un logotipo en el mejor de los casos, salvo excepciones. Por ello cabe reflexionar si esta “degeneración” superficial ha implicado al valor tipológico “envuelto” y si se corresponde con circunstancias ambientales ligadas a un cambio de paradigma.

Podría afirmarse que, efectivamente, la disolución tipológica se debe a estos factores externos, a la indefinición actual de paradigmas estables, a la globalización de una arquitectura que se ha convertido en mera imagen visual, a su virtualidad, a la desvinculación de los valores tradicionales con la arquitectura y a la asociación de ésta –su corrupción– con nuevos valores que han sustituido a los anteriores –valores menos rígidos, “no valores”, mercadotécnicos– como respuesta a necesidades comunicacionales. Esto ha dado como resultado “objetos arquitectónicos” de consumo más que “arquitectura” *per se*.

La democracia del espectáculo. La falsa democratización de la cultura y el gusto mediante una bajada temeraria de nivel. De innegable “atractivo” visual. La realidad se ha simplificado en un debate categórico que evita la autocrítica y dogmatiza las posturas.

Los viejos ideales utópicos son escollos para el nuevo Museo que predica la “democracia del espectáculo” con la bandera del “atractivo para todos”, argumento falaz que justifica cualquier desmán, extravagancia y desenfreno y elude cualquier crítica de su estatus bajo la amenaza de ser clasistas discrepantes. La respuesta de Vargas Llosa al respecto es significativa. El museo europeo, desde su planteamiento originario sí que era verdaderamente social al ser un

# Guggenheim BILBAO

no es lo que ves, es lo que sientes

ARTE  
arquitectura  
gastronomía  
tendencias...

intento "paternalista" de proporcionar educación y cultura para todos, lo que sería verdaderamente "revolucionario" y "transgresor" en los tiempos que corren. El Museo social que plantea Oakland lo es desde la partida de la falta de un contenido significativo y la necesidad de un espacio cívico de encuentro como nexo de culturas y regeneración urbana.

La desintegración de la tipología hacia esa imagen descontextualizada en este proceso de pérdida de valores asociados ha derivado hacia un vaciado de contenido, hacia la imagen-resumen, identificable y reconocible, que sería ese logotipo construido.

Si bien Oakland rompía con el tipo tradicional, su contenido e intención conceptual justificaban y avalaban ese cambio en convivencia con el anterior museo. Suponía una variable aunque aventuraba un nuevo panorama, una alternativa "social" del museo. Otras propuestas a raíz de esa veda abierta en la propia idea del Museo son las que "aprovechando" la coyuntura han desabastecido de contenido ideológico a algunos, los más llamativos, museos contemporáneos. Es esta mayoría la que identifica desgraciadamente al grupo, si bien hay excepciones donde ese nuevo museo sigue conceptualmente provisto de contenido.

Lo que se inició como una ruptura, al poner en duda las certezas, los valores, los modelos y por tanto los tipos establecidos para adaptarnos a nuevas realidades, ha derivado por la propia incapacidad de fijar dichas certezas y valores en la arbitrariedad aparente de modelos y tipos. Parece que nada permanece, según hemos podido ver en el análisis realizado, donde ha sido imposible fijar un tipo a lo largo de la obra museística de los autores más

influyentes del siglo. Asimismo, dicha deriva se acrecienta y se dificulta la percepción de las señas identitarias que determinan cierto tipo, al punto de difuminarse en formas multifuncionales y sorprendentes, de validez "multitipológica". Algunos más cercanos a esa búsqueda de soluciones al tema y otros ya totalmente ajenos a tales cuestiones, cada autor ha mantenido su independencia al margen de esta supuesta unidad tipológica "deseable".

La mera búsqueda de representaciones gráficas de los "nuevos" museos certifica lo dicho al encontrar escasamente planos, debido a la propia dificultad de representar realidades que se aproximan a esa virtualidad relacionada, curiosamente, con la experiencia del recorrido y el tiempo, el 4D que ejemplifica un video. La pérdida de claridad en la representación y la de uno en la definición espacial no se perciben como ejemplos aislados, sino que indican la generalidad de un proceso que tiende a tal desmaterialización de la arquitectura.

Si bien el proceso es consecuencia de un agotamiento tipológico previo, como ya he apuntado, no parece que los nuevos modelos planteen alternativas; no se producen nuevos modelos que anticipen un cambio, tan sólo se está en el modelo del nuevo paradigma sin atisbos de solución.

Por otra parte, este nuevo paradigma es en sí una trampa porque no permite la reflexión ni el tiempo para asimilarlo ni para sustituirlo. Es un paradigma que se autorregenera de manera continua, sin cimientos fácilmente reconocibles; de ahí también su indefinición y el punto de no retorno pero de difícil partida, que a modo de "bucle" plantea igualmente una difícil salida.



Imagen publicitaria del Museo Guggenheim Bilbao donde se evidencia la polifacética versión del Museo contemporáneo cuyas exposiciones son sólo una parte y no el fin de la visita. Museo Guggenheim Bilbao. Frank O. Gehry, 1997. Imagen extraída de anuncio publicitario en el *Diario ABC*, 2013

De cara a la arquitectura, se pervierte el proceso creativo y la gestación conceptual formal e intencional de las tipologías como consecuencia de una necesidad productiva y veloz. Ésta se caracteriza por la centralidad que da a la imagen, a la indefinición y a la fe en un “supuesto” acceso global al conocimiento (superficial) como objetivo final del “progreso”; falacia en que se basa el empobrecimiento cultural y el control de las masas.

Presenciamos una arquitectura que ha derivado en la virtualidad en tanto que su experiencia es sustituida por experiencias virtuales. Una arquitectura del espectáculo por y para el “pueblo”. Esta nueva arquitectura, adaptada al nuevo paradigma, no puede, en consecuencia, dar respuestas arquitectónicas a los problemas planteados, ya que éstos no son de tal índole sino comunicacionales. De ahí la deriva formal hacia el reclamo visual y el atractivo espectacular. Esto, unido a la indefinición del paradigma, propicia la imposibilidad tipológica que parece ya una condena perpetua e insalvable hacia la pérdida identitaria de la propia forma.

Es un círculo vicioso en el que es difícil plantear un cambio dentro del cambio en constante movimiento. Las soluciones al problema, acorde con el nuevo sistema establecido (establecido es en sí contradictorio con el propio funcionamiento del nuevo *status quo* de la si-

tuación), se producen como respuestas comunicacionales bajo la forma de objetos arquitectónicos al servicio de una imagen que igualmente no se detiene y por tanto, son en sí obsoletas una vez creadas. Por tanto, tampoco se pueden dar bajo estas circunstancias modelos arquitectónicos paradigmáticos del nuevo Museo contemporáneo por su escaso valor de permanencia; es la comunicación la que asume el mando de lo trascendente con un nuevo e irónico valor asociado, el de la novedad, que como tal no perdura. La mirada está puesta en un futuro ya afianzado en el cambio de valores, o más bien en los valores variables, en la indefinición del tipo que se constata y en la confirmación del logotipo como imagen arquitectónica.

## Notas

1. En referencia al término popularizado por Zygmunt Bauman.
2. En cuanto que el sistema se caracteriza por la interdependencia de sus componentes, de forma que lo que afecta a uno de ellos repercute decisivamente en los otros; asimismo, en cuanto a la condición de flexibilidad que permite al sistema autorregularse ante los cambios de su contexto.
3. Precisamente con este mismo título, *Il sistema dell'arte contemporanea. Produzione artistica, mercato, musei*, puso en evidencia el crítico italiano Francesco Poli la relación interna de dependencia entre diversos elementos, figurando entre ellos el Museo como institución y como arquitectura.
4. Distingo aquí ambos conceptos. Por *valor* entiendo una condición intrínseca por la cual la obra de arte es apreciada en términos histórico-culturales como pieza significativa de la memoria colectiva y, en parte, ligada a la fruición estética, la cual, como comparten la mayoría de los estetas, es independiente del interés (incluso el económico). Para ello sería de utilidad considerar la idea del valor de uso aplicado al arte. Me refiero a *valoración* aludiendo al valor que en términos económicos, propagandísticos e ideológicos se atribuye a la obra de arte como bien de cambio; está sujeta, en este contexto, a la especulación del mercado del arte.
5. Dado que mi atención se dirige, de forma prioritaria y prácticamente única, al museo de obras de arte, la evolución de sus significados intrínseco y sociocultural (su valor y su valoración) se entienden como determinantes del escenario que las acoge: el museo.
6. Desde Zevi hasta Goldberger. Véase Paul Goldberger, *Why Architecture Matters* (New Haven: Yale University Press, 2009).
7. Ludwig Glaeser, *Architecture of Museums* (Catalog of a MoMA exhibit, septiembre 24-noviembre 11, 1968).
8. En referencia al término utilizado por Juhani Pallasma en *Los ojos de la piel* (Barcelona: Gustavo Gili, 2008).

## Ángela Baldellou Plaza

Arquitecta, doctora en Arquitectura  
Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid  
Universidad Politécnica de Madrid

✉ abaldellouplaza@yahoo.es

## Referencias

- De Fusco, Renato. *Arquitectura como "mass médium". Notas para una semiología arquitectónica*. Barcelona: Anagrama, 1970.
- Debord, Guy. *La société du spectacle*. París: Editions Gallimard, 1967. (Traducción y prólogo para la edición castellana de José Luis Pardo. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pretextos, 2008).
- Dorfles, Gillo. *Símbolo, Comunicazione, Consumo*. Turín: Einaudi, 1962. (Traducción al español de María Rosa Viale. *Símbolo, comunicación y consumo*. Barcelona: Lumen, 1967).
- Giedion, Sigfried. *Mechanization takes command. A contribution to anonymous history*. Oxford: Oxford University Press, 1948. (Traducción al español de Esteve Riambau. *La mecanización toma el mando*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978).
- Gombrich, Ernest Hans. *The Uses of Images*. Londres: Phaidon, 1999. (Traducción al español de Ricardo García Pérez. *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Barcelona: Debate, 2003).
- Mannheim, Karl. *Ideology and Utopia. An Introduction to the Sociology of Knowledge*. Londres: Kegan Paul, 1954. (Traducción al español de Eloy Terrón. *Ideología y utopía. Introducción a la sociología del conocimiento*. Madrid: Aguilar, 1965).
- McLuhan, Herbert Marshall. *El medio es el mensaje*. Buenos Aires: Paidós, 1969.
- Mumford, Lewis. *Technics and Civilization*. San Diego: Harcourt, Brace & World, 1934. (Traducción al español. *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza editorial, 1971).
- Pallasmaa, Juhani. *Los ojos de la piel*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.
- Poli, Francesco. *Il sistema dell'arte contemporanea. Produzione artistica e mercato*. Roma: Laterza, 2011.
- Read, Herbert. *Icon and idea. The functions of art in the development of human consciousness*. Boston: Harvard University Press, 1955. (Traducción al español de Horacio Flores Sánchez. *Imagen e idea*. México: Fondo de Cultura Económica, 1957).
- Schubert, Karsten, y Rosalind Kraus. "The logic of the late Capitalist Museum". *El Museo. Historia de una idea. De la Revolución francesa a hoy*. Granada: Turpiana, 2008.
- Shubert, Karsten. *El Museo. Historia de una idea. De la Revolución francesa a hoy*. Granada: Turpiana, 2008.
- Vargas Llosa, Mario. *La civilización del espectáculo*. Madrid: Alfabeta, 2012.