

El Museo Imaginado

Base de datos y Museo Virtual de la pintura española fuera de España

LA FORMACIÓN HISTÓRICA DEL CONCEPTO DE MUSEO

Federico García Serrano

Una mirada atrás

La sensibilidad y el interés social hacia los temas relacionados con la conservación del arte es producto de un proceso histórico, en el que se ha ido definiendo y formando ese interés. La aparición de los museos en el mundo moderno ha aportado no sólo un lugar, un ámbito espacial, sino también una metodología, a la necesidad de conservación de la obra artística, y también, por qué no, una guía a la curiosidad que siempre ha despertado el arte.

Por una parte, la formación de la Museología como una nueva disciplina que se ha abierto campo en la vida universitaria y que en pocos años ya ha formado especialistas que están dando cuerpo y desarrollo metodológico a la investigación de los temas relacionados con los museos y, consecuentemente, la conservación y difusión cultural de los bienes patrimoniales. Por otra parte, el apoyo de los poderes públicos a los museos parece una respuesta a la necesidad de que el legado artístico asuma una cierta función representativa. Y también, conviene considerarlo, aspectos colindantes a los fenómenos puramente culturales, como son los del ocio y el turismo, que han determinado no sólo una necesidad de promover acciones sociales para dar respuesta a las demandas del público en su *"tiempo libre"*, sino también la preservación de la imagen y el prestigio cultural como un producto de interés hacia el exterior, o como un espejo de la imagen que cada país proyecta hacia los demás. Aunque esta *"frivolización"* funcional del arte pueda verse por los especialistas como una ociosidad, una visión moderna, que no nueva, de los temas relacionados con los museos y la investigación sobre temas artísticos obliga a considerar los métodos de difusión y de financiación, por lo que no deberían desdeñarse ni tratarse a la ligera los aspectos relacionados con la comunicación, la comercialización y el acceso del público a los productos culturales. Lo que antes se valoraba como una simple obligación del Estado, que debía velar por su misión educativa y de conservación del patrimonio, hoy debe verse como un proceso para revitalizar la actividad de los museos y para encontrar fórmulas de financiación que permitan dotar a estas instituciones de una mayor autonomía y de unos mayores recursos.

Históricamente, en el origen mismo del culto fetichista a los objetos artísticos, todo nace de ese *"afán de poseer objetos admirados o de prestigio"* común a todos los tiempos y a todas las culturas. A partir de aquí, el proceso a considerar es la aparición del coleccionismo privado en el mundo moderno, que de su carácter individual y *"de clase"* ha progresado hacia la institucionalización y la socialización, en la que el museo asume un papel relevante. Pero a pesar de su interesante función social, el museo no ha conseguido sacudir de su imagen popular en el mundo moderno un cierto matiz peyorativo: hay un cierto lastre, un recelo intelectual que ha ido impregnando con el tiempo el concepto ya tradicional, decimonónico, del museo. Como ha señalado Aurora León [1]. LEÓN, Aurora, *"El Museo. Teoría, praxis y utopía"*, Madrid, 5 ed, 1.990, pág. 10.1]) la palabra museo todavía connota un significado hostil, *"una vivencia apriorística del aburrimiento"*, *"una inoperante experiencia funeraria"*. Todos los nuevos esfuerzos en este terreno se enfrentan a la necesidad de *"vitalizar la comunicación entre la obra y el espectador"*.

Desde la antigüedad existen numerosos ejemplos del afán del hombre por la posesión de los objetos, el gusto por su acumulación y el placer de mostrarlos. En la sociedad de hoy, el coleccionismo está tan arraigado que es prácticamente una obviedad casi todo lo que puede decirse sobre él: hemos nacido en su cultura y lo hemos heredado como una tradición más. Ya de niños coleccionamos cromos de deportistas o de artistas, cajitas, canicas, minerales, pegatinas, llaveros, etc.; el coleccionismo en los adultos no deja de ser a veces sorprendente y abarca desde los objetos valiosos a los más simples: sellos, monedas, insectos, prendas de vestir, figuras de animales, etc., a los más suntuosos: relojes, automóviles, antigüedades, joyas... En general, el coleccionismo hoy denota una "*curiosidad*" hacia el mundo de los objetos y un sentido fetichista que no siempre está ligado a su valor material. El coleccionismo genera "*corrientes de afecto*" entre las personas y los objetos, a los que aporta significados especiales independientes de su uso. La reflexión sobre los orígenes de esa curiosidad y de esas corrientes afectivas hacia las cosas materiales que se manifiesta en "*el placer de acumularlas*", nos hace ver que no es un fenómeno nuevo, aunque en la moderna sociedad de consumo sí presenta lógicas peculiaridades.

En el caso del arte, el coleccionismo, en la cima de la "*moda*" reservada a la "*élite*", está sólo al alcance de los poderosos y se ha convertido en un "*signo*" de ese poder. El coleccionismo ha actuado como fenómeno catalizador determinante de la cotización del arte, del precio, por tanto, que las obras adquieren en el mercado. El mercantilismo del arte genera un cierto rigor por la identificación, clasificación y catalogación de las obras, en las que se basa este mercado. Es un fenómeno que ya difícilmente puede disociarse de la investigación y el análisis de las obras artísticas. Las clasificaciones de estilos, tendencias, escuelas... y las jerarquías del valor de los artistas tiene sus cimientos en la Historia y la Crítica del Arte, pero ha acabado por convertirse en un fenómeno de mercado. Nunca se hizo tan patente la disociación entre "*valor*" y "*precio*". No son los críticos, especuladores del "*valor*", los que determinan el "*precio*", naturalmente reservado al mercado, a la ley de la oferta y la demanda, en este caso marcada por el "*capricho*" del cliente. Naturalmente, el proceso cultural de valoración artística, la labor de críticos e historiadores, y las propias colecciones de los grandes museos han servido para marcar las pautas, pero las transacciones entre particulares, galerías, coleccionistas, marchantes, etc., generadoras de sus propias leyes de mercado, son las que han elevado al arte a la categoría de fenómeno económico, donde la mercancía artística sirve de patrón universal quizá solo equiparable al "oro". Los grandes bancos, las mayores fortunas, los gobiernos, invierten en arte al considerarlo no sólo una inversión "*segura*" sino también una inversión "*de prestigio*". En su esencia, el desorbitado mercado del arte tiene su origen en la necesidad de encontrar objetos que puedan ser considerados como "*piezas únicas*" inimitables o infalsificables, universalmente deseadas y admiradas. El arte ha adquirido, ha oficializado, ha institucionalizado, ha socializado, la sensibilidad del hombre. Con los años se ha constituido en un valor universal, pero sin duda, no tanto, no sólo, por sus propiedades para el deleite intelectual o de los sentidos como por la propia conveniencia del mercantilismo. Y en una cultura como la nuestra, en la que el dinero representa socialmente la medida de casi todos los valores, arte y poder, coleccionismo y clases privilegiadas, son tan indisolubles que difícilmente pueden entenderse uno sin el otro, dejando al museo la representación de los intereses colectivos, la función social, la garantía de que los humildes, las masas, los proletarios, los no elegidos, puedan tener acceso a la contemplación de los bienes artísticos que simbolizan "*lo eterno, lo que perdura, lo que pasa a la Historia*". Paradójicamente, y consecuentemente, los juicios y prejuicios de los intelectuales siguen siendo los ejes de la valoración del arte, y ante la incomprensión general, asumen ciertas funciones "*reverenciales*" persistentemente reservadas, en nuestra sociedad, a la religión. Es sorprendente la incomprensión que suscita una imagen medieval, por ejemplo, admirada, idolatrada, por una legión de personas que desconocen los códigos para aproximarse a una interpretación culta. Pero lo mismo sucede con la pintura moderna, con el manierismo o el romanticismo, con la pintura de Historia, con el arte abstracto, el fauvismo o el "*cool-art*", que nos demuestran cada día la enorme dimensión del analfabetismo visual de nuestro entorno. Los medios de masas multiplican las imágenes, las divulgan, las hacen populares; pero los códigos de lectura no se multiplican, no se divulgan, no se hacen populares. El arte crea sus propias "*liturgias*", el público profesa "*actos de fe*" ante las imágenes que cuelgan en las paredes de los museos, a veces sin entender nada: el crítico, el historiador del arte, asume la función de "*sumo sacerdote*", oficia, aun en ausencia, en esta ceremonia en la que hemos convertido la contemplación de las obras de arte en sus panteones, en sus museos.

Un repaso a la Historia nos hace ver, a grandes rasgos, como este es el resultado de un proceso histórico complejo, con algunas constantes: aun cuando los motores de la actividad

artística puedan haber sido las creencias religiosas o las búsquedas individuales de los artistas o de sus mecenas, el arte ha sido de forma generalizada el botín material más codiciado de los poderes económicos y políticos, y el paradigma de un fetichismo asumido por todos.

La mirada atrás que aquí proponemos intenta subrayar algunas etapas en el proceso diacrónico que ha formado nuestra sensibilidad y todos los conceptos que hoy aplicamos a las actividades de los museos, para dar del mismo una visión general [2]. De la amplia bibliografía existente sobre la materia, podemos señalar algunos manuales que dan una visión general y bien documentada del proceso, como son: ALONSO FERNÁNDEZ, Luis. *"Museología. Introducción a la teoría y práctica del museo"* Istmo, Madrid, 1993; HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca, *"Manual de Museología"*, Madrid, 1994; LEON, Aurora, *"El Museo. Teoría, praxis y utopía"*, Madrid, 5 ed, 1.990; y los clásicos RIVIERE, Georges Henri. *"La Museología. Curso de museología. Textos y documentos."* Akal, Madrid, 1993; y BAZIN, Germain. *"Les temps des musées"*, Bruxelles, 1967 (*"El tiempo de los museos"*, Daimon, Barcelona, 1969). 2]. En pocas palabras, reflexionar sobre las relaciones, o los modelos de relación, que se establecen entre las obras artísticas y el público.

Los orígenes del coleccionismo y los mitos del coleccionismo en la antigüedad.

Ya en la antigüedad conocemos manifestaciones míticas del coleccionismo, que todavía, obviamente, no representa un fenómeno cultural tal y como hoy podamos entenderlo, en su dimensión social, pero sí está ligado a los grandes poderes de la sociedad. Conocido es que en el Antiguo Egipto el culto a los muertos y las creencias religiosas convirtieron a las tumbas en *"pequeños museos"* en los que se acumulaban grabados, inscripciones, relieves, dibujos y objetos diversos como figurillas que representaban servidores de los diferentes oficios, animales, edificios o embarcaciones. Desde luego, no puede hablarse de coleccionismo en el sentido que hoy damos al término, sino en una simple acumulación de objetos con una intencionalidad simbólica y representativa. Pero la acumulación suntuaria de elementos que expresan creencias o ideas (hoy podríamos hablar de valores "artísticos") no se limitaba a la vida de ultratumba; también los templos y palacios se vieron revestidos de objetos y signos que les conferían carácter representativo y ornamental. Ciudades míticas, como Tebas, a la que Homero cantó como *"la ciudad de las cien puertas"*, erigió objetos monumentales representativos que glorificaban el poder de los gobernantes [3 . GRIMBERG, Carl. *"El alba de la civilización"*. Madrid, 1.972. pág. 152.1]).

Conviene tener en cuenta la vida simbiótica que en las culturas primitivas tienen todas las artes representativas en general o, por decirlo de otro modo, la comunión entre pintura y escritura. Hoy, a pesar de los esfuerzos de la semiología y de la teoría del arte tendemos a pensar en ellos como dos mundos separados -separación falaz- cuando en realidad forman parte de un mismo sistema de significados para conocer los valores de una cultura. Pero los modos de escritura pictográfica están presentes en todas las culturas primitivas y no puede hablarse de imágenes creadas para el puro deleite de ser contempladas, sino de imágenes que forman parte de un sistema de significación. El mayor equívoco al que pueden llevarnos los museos actuales es al de la contemplación de imágenes de las cuales desconocemos las claves para interpretar sus significados, quedando reducidas a un fenómeno puramente estético que en muchas ocasiones las desvirtúa, al menos, en relación con sus funciones y sus significados originales. Es necesario, pues, tener en cuenta que una acumulación de imágenes no necesariamente significa un afán coleccionista tal y como hoy lo entendemos, sino que en la medida que las imágenes tienen una función pictográfica su agrupación y organización encierra una forma de significar, es decir, constituyen elementos de un mensaje que une a las diferentes imágenes, a través de sus significados, en algo común, en un mensaje global. Debemos a J. Elliot unos interesantes estudios

para clarificar estos conceptos relativos al uso de imágenes en las culturas primitivas [4 Elliot, Jorge. *Entre el ver y el pensar*", ed. en castellano, México, 1.976.3]).

Una de las primeras figuras míticas del más primitivo coleccionismo fue Asurbanipal, que reinó en la antigua Babilonia entre el 668 y el 630 a.C., quien debe gran parte de su fama a los relatos de griegos y persas sobre sus legendarias gestas como guerrero, pero también como arquitecto y como impulsor de las ciencias y la literatura. Asurbanipal conquistó territorios en Egipto e hizo llevar a Nínive un botín de guerra compuesto por dos obeliscos y treinta y dos estatuas que fueron ubicadas a las puertas de Assur para provocar la admiración y el orgullo entre su pueblo. Este "*afán de captura y posesión*" de las realizaciones artísticas de la cultura conquistada, que adquiere carácter de trofeo, encuentra en la ciudad el escenario para la exhibición pública de las obras y tiene un sentido simbólico y aleccionador. Pero donde Asurbanipal desarrolló un voraz afán coleccionista fue en la realización de la más antigua biblioteca del mundo, para la que reunió más de veinte mil textos en tablillas cuneiformes de arcilla, que se conservan hoy en el British Museum. A su muerte, el general caldeo Nabopolasar tomó Nínive y se proclamó rey de Babilonia y emprendió la labor de restaurar la ciudad y devolverle su antiguo esplendor, tarea que desarrolló su hijo Nabucodonosor, cuyo palacio recibió el nombre de "gabinete de las maravillas de la humanidad". También en los palacios de la antigua Persia tuvieron notable desarrollo las artes suntuarias con carácter representativo. La ciudad y el palacio nos aparecen, históricamente, como los primeros escenarios en los que se desarrolla la actividad pre-museística.

En el área del Mediterráneo es donde cabe imaginar una mayor libertad en el quehacer artístico. Sabemos que en Creta se desarrolló una industria de producción masiva de obras de arte destinadas al comercio. También sabemos que las expediciones mercantiles de los fenicios contribuyeron al intercambio de los objetos artísticos entre los pueblos mediterráneos. Los fenicios conectaron las costas de Asia Menor con Chipre, las islas del mar Egeo, Africa del Norte, Malta, Sicilia, Cerdeña y el sur de España, por lo que han pasado a la Historia no sólo como intrépidos marinos sino como dinamizadores del intercambio cultural entre estos pueblos, desarrollando un gusto por la posesión de piezas artísticas de otras culturas por procedimientos no bélicos.

Pero donde el coleccionismo tuvo su verdadero origen unido al concepto de museo fue en Grecia. Allí comenzó a utilizarse por primera vez la palabra "*museion*" [5 HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca. Op. cit. pp. 14, Madrid, 1.994 y ALONSO FERNÁNDEZ, L. op. cit, pp. 27-38, Madrid, 1993.4]), aplicada tanto a los santuarios consagrados a las musas como a las escuelas filosóficas o de investigación científica. En los peristilos de los templos se exhibían las obras de arte constituyendo "*los primeros núcleos museológicos que surgieron espontáneamente como consecuencia de la religiosidad popular*". El célebre plan de Pericles para embellecer Atenas tiene su prolongación en el periodo helenístico, en el que "*las ciudades eran verdaderos museos de antigüedades*".

En el siglo V a.C. los Propileos de la Acrópolis de Atenas construidos por Pericles, de cuyos pormenores nos dio cuenta Plutarco, estaban dotados de una *pinakotheke* en una de sus alas, tal y como describe Pausanias [6 ALONSO FERNÁNDEZ, L. op. cit. pp. 505]). Estas dos instituciones de la antigüedad, *museion* y *pinakotheke*, son los más claros precedentes del museo en el mundo moderno.

En el año 285 a.C. surge en Alejandría la primera institución concebida como un verdadero centro cultural, el *Museion*, con salas de reunión, observatorio, jardines y biblioteca. Fue fundado por Ptolomeo II y, frente al concepto casi de panteón en el que ha degenerado en nuestra cultura el concepto de museo, llama la atención el carácter vitalista con el que se concibe este primer museo de la cultura helenística, que responde a un espíritu que hoy denominaríamos universitario, un centro libre para la enseñanza y el intercambio de ideas y conocimientos. "*Se trataba de un lugar privilegiado, en el que se reunía todo lo concerniente al saber y la investigación, pero en el que también había un parque zoológico, salas de disección, múltiples*

jardines, pórticos, exedras, estatuas, etc..; en definitiva: todo lo que se necesitaba para el estudio o la discusión en medio del marco más agradable. No se había perdido tampoco el sentido del culto original, ya que el director del conjunto era el gran sacerdote de las musas" [7 CALVO SERRALLER, Francisco. "El museo alejandrino", en "El museo: historia, memoria, olvido". Revista de Occidente, núm 177. Febrero, 1996.6]

En Roma, la palabra "*museum*" también define un lugar, una villa, en el que se llevan a cabo reuniones filosóficas; el término "*nunca se aplica a una colección de obras de arte*". No obstante, Vitrubio, quien ya utilizó el término "*pinacoteca*", da cuenta de la existencia de colecciones de obras de arte, incluso de carácter privado, como la célebre de Lúculo, procedentes del saqueo de ciudades o de compras, ya que las piezas artísticas "*representaban un elemento de prestigio social*". "*La ciudad de Roma llegó a convertirse en un gran museo, existiendo un mercado de arte en las vías sagradas, que provocó la venta de falsificaciones o copias como obras auténticas y la realización de restauraciones que llevaron, incluso, a la pérdida de la obra original"* [8 HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F. Op. cit., pág. 15.7])

"El comercio artístico en Roma se basó en la exportación, expoliación y botines de guerra... Volver de la batalla sin mármoles y bronce griegos era no sólo privar a la República de un prestigio reconocido y al pueblo de un patrimonio cultural creciente, sino perder un "status" social que quedaba a salvo con una triunfante decoración casera" [9 LEON, Aurora. "El Museo. Teoría, praxis y utopía". Madrid, 1.990, pág. 17-18.1])

En consecuencia, constatamos que ya en la antigüedad clásica el culto a los objetos artísticos respondió a motivaciones de exaltación del poder y del triunfalismo bélico, pero también a motivaciones hedonistas y a "modas", determinantes del desarrollo de un cierto tipo de coleccionismo artístico.

Mundos imaginarios y espiritualidad: la sacralización del arte.

La propagación del cristianismo desde la Edad Media propició la creación de una iconografía que cumplía una doble finalidad didáctica y propagandística, pero también simbólica y representativa de los "mundos imaginarios" de la espiritualidad. La expresión de los dogmas de la fe, de la vida de Cristo y de los Santos, los grandes mitos bíblicos, los milagros y las creencias, sirvieron de base para el desarrollo de un arte figurativo e hicieron de las iglesias una forma de museo público en el que a través de representaciones materiales se accedía al mundo de las cosas espirituales. "*Después del Edicto de Milán en el 313, la Iglesia potenció la utilización de las formas plásticas propias frente a las paganas heredadas, pero continuando el enfoque didáctico que Roma había inspirado. El coleccionismo fue transformándose en la Antigüedad en los llamados "tesoros eclesiásticos" que adquieren gran desarrollo en la Alta Edad Media.*" [10 ALONSO FERNÁNDEZ, Luis. op. cit. pp. 60.1])

La demostración de que el desarrollo de unas formas de arte religioso fue unida a un cierto sentido fetichista y de culto a los objetos, está en el propio hecho de que la Iglesia católica, en determinados periodos, llegó a perseguir la idolatría. El culto a las imágenes derivó en un uso pagano de las mismas, propio de quienes las adoraban como objetos del culto y no como elementos de la espiritualidad a través de las cuales interpretar los dogmas de la fe católica. No obstante, el desarrollo figurativo e iconográfico de un arte religioso fue imparable,

derivando poco a poco hacia el naturalismo, pese a mantenerse dentro de la tutela del poder eclesiástico.

El mundo gótico, con el carácter monumental de sus catedrales y el asentamiento de los modos de vida urbanos, desarrolló la magnificación del coleccionismo. Las catedrales se constituyeron en monumentos de carácter museístico, albergando tesoros con relicarios, piezas de orfebrería, manuscritos, vestiduras litúrgicas y demás piezas artísticas que aportaban no sólo suntuosidad sino también glorificación pública y mundana de los valores religiosos. La catedral "*es la ciudad dentro de la ciudad, el núcleo intelectual y moral de la colectividad, el corazón de la actividad pública, el apoteosis del pensamiento, del saber y del arte*" [11 FULCANELLI. "*El misterio de las catedrales*", 1.925. Ed. en castellano, Barcelona, 1.975, pág. 49.1])

El arte estaba supeditado a esta función, en las que estas colecciones de objetos tenían una razón de ser en la vida espiritual y las edificaciones religiosas servían no sólo como lugar de culto sino también como centro para la custodia y la exhibición de las obras artístico-religiosas. Actuaban, pues, como verdaderos museos populares, construidos por el poder eclesiástico pero sufragados, financiados, por el pueblo. "*La Iglesia-Institución se convierte en el centro del mundo artístico. Se concibe el arte como una forma de enseñanza que se imparte en los monasterios y tiene su reflejo en los campos de la literatura y las ciencias. Las Cruzadas van a constituir un acontecimiento importante para la formación de estos tesoros*" [12 HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca. Op. cit., pág. 16.8]). *El arte parece formar parte de un sistema y estar sólo concebido para formar parte de ese mundo cerrado en lo material y abierto en lo espiritual. Un sistema que en su multiplicación conduce al exceso y a la crisis de los propios valores que representa. "El exceso de representaciones a que había reducido casi todas las cosas el pensamiento medieval ya en su otoño, habría sido simplemente una desatada fantasmagoría, si cada figura, si cada imagen no hubiese tenido más o menos su puesto en el gran sistema general del pensamiento simbólico"* [13 HUIZINGA, Johan. "*El otoño de la Edad Media*", 1.929. En castellano, Madrid, 9 ed., 1.973, pág. 315.9]).

El arte se había convertido en imprescindible para la expresión de ese pensamiento simbólico. Los templos de la religión eran también los templos del arte. El museo era también la Iglesia y en consecuencia, no podía sino producirse el fenómeno de la sacralización, que hizo del arte y del artesano o artista un intermediario, como el propio clero, entre el mundo de las cosas terrenales y el mundo de las cosas espirituales.

La cuestión a observar es la evolución del sentido religioso hacia una carácter cada vez más popular, con el desarrollo de un gusto por lo profano que va unido a la valoración del objeto artístico en sí mismo y no sólo en el mensaje que representa. El ornamento empieza a tener un valor creciente y las artes dejan de supeditarse al edificio que las alberga para convertirse en realizaciones cada vez más autónomas y portátiles, accediendo a ellas la naciente burguesía que origina una multiplicación de la demanda: el mercado del arte se amplía así con un nuevo público constituido por la burguesía que compra las obras y los mercaderes que comercian con ellas.

Esta emancipación de las obras respecto al edificio al que van destinadas es un paso importante para el coleccionismo, ya que las obras se convierten en objetos autónomos, susceptibles de transacción comercial. Este desarrollo del mercado, consecuentemente, propicia una multiplicación de la actividad de talleres y una progresiva valoración individual de los artistas que salen del anonimato artesanal para convertirse en maestros que alcanzan cotización dentro de ese mercado. Frente al carácter "*atesorador*" eclesiástico, el acceso de la burguesía al arte representa un paso importante para el desarrollo del coleccionismo como tal.

Teóricos y mecenas: el desarrollo del coleccionismo en el mundo renacentista y en el manierismo.

El Humanismo renacentista, con su redescubrimiento del mundo clásico de la antigüedad, se constituyó en motor de un nuevo tipo de coleccionismo. Las piezas artísticas del pasado representaban modelos culturales y estéticos a imitar. Las colecciones renacentistas se conciben también como exponentes del prestigio *"por lo que las grandes familias italianas de los Strozzi, los Rucella y, sobre todo, los Médici sintieron un gran interés por la adquisición de obras de arte. En Roma, uno de los primeros coleccionistas fue el papa Pablo II, seguido por Julio II, León X y Pablo III... El Humanista Paolo Giovio reúne en su palacio de Como, hacia 1520, una serie de retratos que constituyen lo que se ha considerado el museo histórico más antiguo del mundo, hecho que impulsó a Vasari a escribir su historia del arte italiano "Le vite", publicada en 1.550"* [14 HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca. *"Manual de Museología"*, Madrid, 1.994, pág. 16.10]

En 1559 el gran duque Cosme I encargó la construcción de los Uffizzi a Giorgio Vasari. Históricamente puede considerarse a los Uffizzi como el primer edificio proyectado como museo, abierto al público en 1582, apareciendo incluso guías para los *turistas* de la época. Los Uffizzi no llegaron a convertirse en institución pública hasta su donación al Estado en el siglo XVIII. [15 ALONSO FERNÁNDEZ, L. Op. cit. pp. 65-85.11]

La exise un material del pasado constituye un fondo de objetos a rescatar y estudiar, por tanto, un fondo de material *"coleccionable"* que estimula no sólo a los artistas sino también a los mecenas que encargan las obras de arte. *"El público comprador y conocedor del Renacimiento está compuesto por las cortes principescas y la burguesía ciudadana y sus gustos se muestran bastante afines ya que, pese a las luchas internas entre las clases sociales, ambas fuerzas tienen concomitancias recíprocas: el elemento burgués todavía no ha olvidado los atractivos cortesanos del gótico y la aristocracia, a su vez, conoce la potencia de los "valores burgueses" y no puede abstraerse al racionalismo positivista de la vida urbana"* [16 LEON, Aurora. *"El Museo. Teoría, praxis y utopía"*, Madrid, 1.990, pág. 23. 12]

El fenómeno del mecenazgo como impulsor de la vida artística y la importancia del estudio de las obras del pasado, unido al nuevo papel del arte como exponente del prestigio social de las nuevas clases burguesas, ha sido puesto de relieve a raíz del impulso de la Sociología del Arte, cuyos estudios de origen parten precisamente del análisis de este período. En realidad surge como una nueva forma de acercarse al análisis de la obra artística en reacción al positivismo arqueológico e historicista y a la extensión de los convencionalismos académicos de arqueólogos e investigadores del siglo XIX. Arnold Hauser y Frederic Antal habían sentado las bases para una historia social del arte, pero de alguna forma la oficialización de la disciplina se produce en 1948 con la creación en París de una cátedra de Sociología del Arte que se confía a Pierre Francastel . [17 FERNÁNDEZ ARENAS, José. *"Teoría y Metodología de la Historia del Arte"*, Barcelona, 1.982, pág. 115.13]. Estos estudios han marcado nuestra forma de comprender el Renacimiento a partir de la fenomenología sociológica del coleccionismo, como un movimiento renovador e impulsor que crea nuevas demandas, nuevos clientes y nuevas formas de investigar la realidad y la sociedad a través del arte [18 SILBERMANN, A. y otros. *"Sociología del arte"*, 1.968, ed. en castellano, Buenos Aires, 1.971. También JARDI, E. *"Esquema d'una sociología de l'art"*, Barcelona, 1.962; y RAMIREZ, J.A. *"Medios de masas e Historia del Arte"*, Madrid, 1.976.14].

Los ecos renovadores del Renacimiento italiano se extendieron pronto a Francia y otros países europeos. En el país galo, Francisco I es el primero en emular a los grandes coleccionistas italianos y se interesa no sólo por adquirir antigüedades del mundo clásico sino también pinturas de los grandes maestros como Leonardo, Miguel Angel y Ticiano, reuniendo una gran colección de obras de arte en el Palacio de Fontainebleau.

El coleccionismo renacentista italiano llega a ser tan contagioso y desbordante que se constituye en sí mismo en un fenómeno cultural, germen de lo que damos en llamar "*Manierismo*", que revisa no sólo los valores estéticos sino también el substrato ideológico y social del que toma su origen. Cuando las formas se vulgarizan a fuerza de repetirse y cuando la justificación intelectual de los procesos artísticos llega a desvirtuarse, incluso a contradecirse, se produce una simple pervivencia de las costumbres y una profunda modificación de los gustos. La expansión de un fenómeno nunca ha sido garantía de su comprensión y la mejor prueba de ello son las distorsionadas actitudes anti-clásicas del Manierismo.

Otro hecho viene a sumarse al creciente desarrollo del coleccionismo, que cada vez gana más seguidores entre las clases pudientes que, no siempre alentadas por un interés intelectual, encuentran en el arte un producto cuya posesión les da prestigio y se convierte en exponente de su poder social. La aparición y proliferación de los tratados de arte contribuye a la implantación de unas categorías y de unos juicios estéticos que determinan las directrices estéticas. "*Con el desarrollo de los tratados de arte, las influencias artísticas se multiplican hasta el punto de que a partir del manierismo entrarán en el panorama artístico factores intelectuales (juicios de valor, ideologías..) reconocidos culturalmente por el grado de conocimiento de los tratadistas. A partir de ahora, pintores malditos y privilegiados estarán sometidos al criterio, gusto personal o predilección de los teóricos, creadores de juicios definitivos que a menudo nada tenían que ver con la calidad de las obras*" [19. LEON, Aurora. Op. cit., pág. 29. 15]).

El impulso coleccionista del manierismo tiene una importancia fundamental para llegar al concepto de museo tal y como hoy lo entendemos, pues a partir de este momento comienzan a reunirse grandes colecciones de obras artísticas y colecciones variadas de plantas, minerales y otros objetos, que son núcleos fundamentales de agrupación a partir de las cuales muchas veces llegarán a constituirse, en el futuro, los museos. En los países centroeuropeos, a partir de la segunda mitad del XVI y durante el siglo XVII, aparecen las "*cámaras artísticas*" en Ambras (colección del archiduque Fernando de Tirol), en Praga (Rodolfo II, Archiduque de Austria), en Munich (sucesivamente Guillermo IV, Alberto V, Guillermo V y Maximiliano I) y Dresden (Erns August). Estas colecciones se instalan en grandes palacios, se clasifican y ordenan siguiendo criterios diversos. Su importancia radica en que son el germen de los grandes patrimonios artísticos nacionales de Europa en torno a las Casas Reales, "*en donde se gestarán los grandes museos europeos*" [20 HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F. Op. cit, pág. 19. SCHLOSSER, J. "*Las cámaras artísticas y maravillosas del Renacimiento tardío*", Madrid, 1.988.16]).

Por tanto, es en este período, como hemos visto, cuando se reúnen las circunstancias fundamentales que darán origen a los museos: la formación del coleccionismo; el desarrollo de un mercado constituido por buscadores de piezas artísticas, artistas y talleres, mercaderes y clases privilegiadas -adineradas- con capacidad de compra; el desarrollo también de unos tratados que constituyen el soporte teórico para la clasificación y valoración de las obras; y por último, el establecimiento en grandes edificios -suntuosos palacios- de estas colecciones, que todavía tienen un carácter privado y exclusivo.

Marchantes y burgueses: el coleccionismo artístico en el siglo XVII.

El desarrollo del mercado artístico en el siglo XVII dio lugar a un intenso movimiento de obras por toda Europa. Aunque fueron las clases aristocráticas las que impulsaron estas transacciones, pues la moda del coleccionismo arraigó en las familias monárquicas de las diferentes cortes europeas, el fenómeno más destacado de esta etapa fue el acceso al coleccionismo de las nuevas clases burguesas que surgieron como consecuencia de la intensa actividad comercial que tuvo su centro de acción en torno a los Países Bajos. España no quedó al margen. Aunque no sean muchos, son notables los ejemplos, como la presencia de cuadros de Murillo y Ribera en las colecciones de Amberes del siglo XVII. [21 MAYER, A.L. "*Cuadros de*

Murillo en las colecciones de Amberes del siglo XVII", en Archivo Español de Arte y Arqueología, 1.932.17]. Pero no sólo los comerciantes flamencos se interesaron por la pintura española, también los napolitanos explotaron sus vínculos comerciales con Sevilla para llevar pintura española al norte de Europa [22 GARCIA FELGUERA, M.S. "Viajeros, eruditos y artistas. Los europeos ante la pintura española del siglo de Oro", Madrid, 1.991. .18].

La consecuencia fue la ruptura del monopolio artístico, que en etapas anteriores quedaba prácticamente reducido a la institución eclesiástica, a las monarquías absolutas y a las grandes familias aristocráticas que desarrollaron el mecenazgo. El arte pasó a ser parte fundamental del patrimonio de las clases adineradas, cuyo "status" social se vio necesitado de unos símbolos que lo testimoniaban: sus grandes viviendas requerían de un mobiliario artístico que emulase los palacetes de las clases aristocráticas. Se creó así una gran demanda de muebles, orfebrería, cristalería, pinturas, esculturas, dibujos, grabados... "De esta forma aparece en Amberes un nuevo género de pintura denominada "Pintura de Gabinetes". Representan pequeñas habitaciones llenas de cuadros, esculturas, de diversos objetos y de importantes personajes, sustituyendo a los "kunstkamme" de Centroeuropa". [23 HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca. Op. cit., pág. 1919]. La nueva demanda actuó como acicate para los pintores españoles, que descubrían nuevos temas, nuevos modelos, nuevas formas de hacer: "una pintura profana, hecha para burgueses, con escenas de la vida diaria en las que aparecen mendigos, niños y otros seres que pueblan la novela picaresca" [24 GARCIA FELGUERA, M.S. Op. cit, pág. 31]. Lo profano servía tímidamente, y al menos en lo que al mercado exterior se refiere, para la renovación de nuestras tradiciones pictóricas, hasta ahora sometidas a los temas de la pintura religiosa. Quizá este apego a lo religioso sea la causa de la tímida penetración de nuestros pintores en la floreciente industria cultural centro-europea. Aunque no tenga parangón con el interés europeo por España que se despertó con el Romanticismo, el idioma castellano y los autores españoles del Siglo de Oro tenían su hueco en la cultura europea de la época, como lo demuestran los numerosos libros editados en castellano en las imprentas centroeuropeas. Pero sin duda los cuadros no circulaban con la fluidez que los libros.

En un esfuerzo de síntesis, podemos identificar el fenómeno del coleccionismo artístico en esta etapa (que marca casi todas las condiciones que singularizan al coleccionismo de hoy) a través de sus notas más característica

1).- El desarrollo de unas temáticas al gusto del nuevo cliente, el coleccionista. Es el fenómeno consecuente con el desarrollo de un tipo de pintura concebida directamente para abastecer el floreciente comercio artístico del arte. La anteriormente mencionada "Pintura de Gabinetes", es la muestra más representativa de las nuevas temáticas que el cliente demanda (temas mitológicos, escenas de la vida cotidiana, retratos, pinturas para la devoción religiosa privada, cuadros de género como bodegones, marinas, naturaleza, animales...), condicionada por el ámbito arquitectónico privado, laico, burgués, al que la pintura va destinada.

2).- La aparición de una nueva dinámica de intercambio de las obras de arte. El coleccionismo genera una actividad comercial que fomenta el intercambio, la compra y venta de las obras. La nueva clase burguesa "coloca" o "invierte" su dinero en piezas de arte, cuya posesión se identifica con su status. Comienza a producirse un fenómeno puramente económico paralelo al artístico: crece, en un principio, en mayor medida la demanda que la oferta, lo cual incentiva y da cierta virulencia a la competitividad (el arte es escaso y la subasta proporciona siempre mayor beneficio que la simple venta) al tiempo que da poder al marchante, que impone al artista las condiciones para obtener un mayor beneficio de las ventas. Más adelante se llega a un fenómeno de superproducción, que origina el recurso barato de las obras "de taller", las malas copias y las obras de menor interés, que también invaden el mercado y obligan a especializarse al coleccionista.

3.- El desarrollo del intercambio cultural. El comercio artístico adquiere un cierto carácter internacional. La presencia de gobernadores españoles en los Países Bajos, por ejemplo, posibilita una corriente de movimiento de obras que recorre Europa. Las transacciones rompen fronteras: otro ejemplo representativo es la célebre compra de la colección de Gonzaga de Mantua por Carlos I de Inglaterra y la posterior confiscación y subasta pública de esta colección, que se dispersó por toda Europa. No debe olvidarse que la actividad diplomática internacional es práctica habitual el intercambio y regalo de piezas de arte entre casas reales, embajadores y gentes de la aristocracia.

4).- El establecimiento de Ferias y Subastas Públicas. Ya no son los artistas ni los clientes, sino los intermediarios, quienes dinamizan la actividad artística. Por tanto son necesarios los eventos y actos públicos que incentivan la actividad comercial. Los especialistas citan como más célebres las Ferias de Saint Germain, en París, o la de Leipzig, en Alemania o las subastas de Amberes y Amsterdam. Como se mencionaba antes, la *subasta pública*, con su parafernalia de peritos tasadores, catálogos, liturgias de licitación, etc., sirve para garantizar a los marchantes el mayor beneficio posible de las obras, al tiempo que incentiva y encarece el mercado.

5).- La nueva figura del pintor, sometido al mercado. Es el marchante, el intermediario, y no el artista el gran beneficiado del desarrollo del coleccionismo. Paradójicamente, el establecimiento de fuertes intereses económicos en torno a las obras de arte no significa sino un mayor sometimiento de los artistas a las directrices y condicionamientos de quienes regulan la actividad comercial en la que el arte tiene una función primordial de "*mercancía*". En ocasiones, el pintor se incorpora a la actividad comercial como consejero o incluso como comerciante, como el caso arquetípico de Rúbens, asesor artístico de Felipe IV que compaginó sus tareas como pintor con las de agente y marchante; o Velázquez, que acumula pluriempleos como Ayuda de Cámara, Superintendente de obras, Aposentador Mayor y Pintor del Rey. Pero lo usual es que el artista permanezca recluido en su taller y sólo las excepciones, los artistas de más relevancia, tienen acceso o influencia en la regulación del mercado, siempre "duplicando" y escalando una posición social en su actividad (como diplomático, como marchante, como consejero) y no desde su simple condición de artista o artesano.

6).- La proliferación de obras de taller y la falsificación de obras de arte. Un fenómeno asociado al del mercado y la revalorización y cotización de las obras de arte, es el de la duplicación, copia y falsificación de las mismas, dentro de la picaresca que rodea a cualquier actividad comercial. Desde esta época la falsificación estuvo naturalmente penalizada y perseguida, pero resulta obvio que ya entonces (!y que decir ahora!), el mercado estaba inundado de tales falsificaciones, a menudo realizadas por jóvenes artistas que encontraban en ellas un modo más fácil para abrirse camino. No puede extrañar que ya en 1621 el teórico Giulio Mancini [25. MANCINI, Giulio. "*Considerazioni sulla pittura*", 1621. Citado por BAZIN, G. "*El tiempo del museo*", Daimon, Barcelona, 1969 y por HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F, op. cit.20] explicara los procedimientos habituales de quienes realizaban las falsificaciones y diera algunos consejos para diferenciar los originales de las copias. La preocupación por tal fenómeno es sin duda indicativo de como en este mercado se valora el original como objeto artístico codiciado y de que cada artista adquiere una cotización y valoración singular, sentándose unos primeros principios para la selección y la clasificación de firmas, estilos, escuelas, influencias, etc, en los que se ha fundamentado la Historia y la Crítica del Arte.

7).- El papel de los marchantes como dinamizadores de la actividad artística. Como en otras actividades comerciales, el mercado se rige por la ley de la oferta y la demanda, pero existen unos reguladores de la actividad que para incentivarlo marcan unas directrices que van guiando el gusto del público y del coleccionista, del cliente, en definitiva. El marchante es la figura fundamental que permite que el trabajo del artista no sea sólo de "de encargo", sino que exista una producción dirigida a un cliente anónimo, a un futuro comprador. Esto sin duda es un factor que dinamiza la producción, que amplía los horizontes y las expectativas de los artistas que encuentran apoyo en estos "agentes" especializados en comercializar sus productos, liberando al artista de tales obligaciones. El marchante sustituye paulatinamente al mecenas en su función promotora del arte,

en la dinamización de un mercado que para crecer precisa del aumento de la oferta y también de la demanda.

8).- El nacimiento de los primeros museos públicos. Los especialistas citan como el primer museo organizado como una institución pública al *Ashmolean Museum de Oxford*, que fue fundado en 1683 [26. Citado por HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F., op, cit, con referencia a OVENELL, R.F "The Ashmolean Museum 1863-1894", Oxford, 1986; BAZIN, G., op, cit,; y MACGREGOR, A. "Tradescant's rarities", University Press, Oxford, 1983.21)], basado en la colección privada que la familia inglesa Tradescant reuniera durante dos generaciones y legara a la de Ashmole y, a su vez ésta, a la Universidad de Oxford. Este museo ya se rigió por un reglamento y desarrolló una normativa administrativa, de catalogación e inventariado, conservación, horas de visita, tarifas, etc, que precedió a las que desde entonces regulan la actividad de todos los museos. Sin embargo, puede considerarse una experiencia aislada si consideramos que aún habría que esperar un siglo para la fundación del Museo de Louvre, el primer gran museo nacional y público de la Historia.

En conclusión, conviene destacar el papel del coleccionismo del siglo XVII como forjador de muchas de las peculiaridades del coleccionismo moderno: se crea un mercado en el que el arte sirve como mercancía, por lo que éste desciende de su función "sacralizadora" y conmemorativa para "trivializarse" con todos los fenómenos asociados a la actividad comercial y mundana; se crea un público, constituido por las nuevas clases sociales que acceden al arte y lo convierten en símbolo de su "status"; se encauza la actividad comercial por la vía de los marchantes, las galerías, las subastas y las ferias de arte; y, en definitiva, se forma el gusto por el coleccionismo.

Los grandes museos nacionales como ideal de museo histórico.

La profunda transformación que sufre la sociedad europea a lo largo del siglo XVIII debe mucho a la Revolución ideológica gestada por los "enciclopedistas" (Diderot, D'Alembert, Montesquieu, Voltaire, Rousseau, etc), que tuvo su principal manifestación en la Revolución francesa y la nacionalización de los bienes de la corona.

Lo sustancial de esta transformación de hondo calado social es el nacimiento de un nuevo concepto del patrimonio público, que para el coleccionismo también representa su propia revolución: antes las colecciones eran exclusivamente privadas; en este momento de reivindicación ideológica de la soberanía popular se conciben los grandes museos nacionales de carácter público, alentados por el sentimiento de "*dar al pueblo lo que le pertenece*". Son los museos públicos la manifestación del desmantelamiento de la cultura artística aristocrática y cortesana y del florecimiento del arte burgués.

Junto a este impulso democratizador en el orden político y social, hay que considerar los fenómenos culturales que lo acompañan, sin los cuales tampoco puede entenderse el origen de los grandes museos nacionales. Los resumimos así:

a).- El impulso que para el coleccionismo tienen las excavaciones arqueológicas. Estas tienen gran desarrollo a partir de las que se llevan a cabo en Herculano y Pompeya. Se crea la necesidad de encontrar o crear los espacios arquitectónicos monumentales y representativos en donde ubicar los numerosos objetos y piezas artísticas recuperadas.

b).- La creación de Academias de Arte en las principales ciudades europeas. Las Academias organizan grandes exposiciones públicas y sirven del impulso a los estudios teóricos e históricos sobre el arte, canalizando y orientando el interés de estudiosos y amantes del arte. Las Academias fueron objeto de donaciones de colecciones privadas, que adquirieron a través de ellas un carácter público.

c).- La fundación de las primeras grandes casas de subastas, como "Christie's" (1766) y "Sotheby's" (1744), en Londres. *"La crisis financiera hará de París un lugar de venta de obras de arte e Inglaterra ocupará el lugar de Francia como verdadero centro de la vida cultural"* [27 Hernández Hernández, F. Op., cit., pp. 23.22]). Se constituyen con ellas los grandes centros promotores del coleccionismo privado internacional, en gran medida responsables de la alta cotización que adquieren las obras, piezas únicas, al sistematizarse el procedimiento de las subastas.

d).- La aparición de los primeros tratados y estudios teóricos sobre museología. El marchante Gaspar F. Neickel publicó en 1727 el primer tratado sobre museos, con el nombre de "Museographia", que ofrece la primera normativa sobre la forma de exponer los objetos, como debe de ser una sala de exposiciones, dimensiones, orientación de las ventanas, elección de colores de las paredes, mobiliarios, conservación y estudio de las obras expuestas, etc.

Como quedó apuntado, fue la Revolución francesa la que implantó el principio social que comportó el tránsito de las colecciones privadas a los museos públicos. En 1793, al nacionalizar los revolucionarios los bienes de la corona en París, se creó el Museo del Louvre, proclamado Museo de la República durante el período napoleónico. Esta idea de otorgar al pueblo el derecho al disfrute de los bienes artísticos se extendió por toda Europa y a ella responden todos los grandes museos nacionales que fueron creados, a imagen y semejanza del Louvre, durante el siglo XIX.

"Puede decirse que el Museo del Louvre es el resultado histórico de una Nación que culmina con la Revolución Francesa. Las causas de su creación se deben al coleccionismo monárquico, a la labor científica de los hombres de la Ilustración y a la acción desamortizadora de la revolución" [28 Hernández Hernández, F. op. cit. pp. 25.23])

Este impulso político e intelectual que convirtió al pueblo en usufructuario de los bienes culturales no fue en detrimento del desarrollo de las colecciones privadas, sino todo lo contrario, se trataron de dos fenómenos complementarios.

"En su momento, la formación de los nuevos museos públicos respondió a dos finalidades primordiales: la educativa y la de enriquecimiento del patrimonio nacional... Las iniciativas de la Realeza o del Estado se vieron reforzadas por otras de origen privado juntamente con las debidas a instituciones políticas, artísticas y culturales... Lejos de decaer, el coleccionismo privado se fue definiendo por dos factores esenciales: el gusto por el arte y la inversión financiera, sin que por ello dejaran de contar otras motivaciones tradicionales, como la manía posesiva, la diferenciación social, la ostentación, la afirmación clasista, los criterios decorativos, etc.." [29. Aguilera Cerni, Vicente. "Diccionario del Arte Moderno", Valencia, 1979, pp. 351.24])

Si bien es el Louvre el museo que sirve de modelo y acicate para la creación de grandes museos nacionales en toda Europa, algunos museos que hoy tienen un acreditado prestigio internacional surgen con anterioridad al museo francés, aunque con un marcado carácter de coleccionismo particular. Es el caso de la Galleria degli Uffizi, a la que podemos considerar como la más antigua pinacoteca europea, que responde al afán coleccionista de los Médicis que parte, mediado el siglo XVI, del concepto de *"conocimiento de naturaleza universal que presupone el principio de la unidad y equivalencia de las fuentes del saber, que casi no conoce límites tipológicos, lo que imprime al museo familiar un carácter de variedad que había de perderse en los siglos XVIII y XIX."* [30 . Petrolí Tofani, Annamaría. "Galleria degli Uffizi", conferencia pronunciada en el Museo del Prado de Madrid el 29 de noviembre de 1.994, publicada por la Fundación de Amigos del Museo del Prado en 1.995, pág. 109.25]). O es también el caso del Museo del Vaticano, que recoge los tesoros artísticos acumulados por los Papas durante siglos y que recibe

el impulso de Clemente XIV (1769-1774) al que podría considerarse como forjador *"del núcleo principal de los actuales Musei Vaticani"*, que realmente se inauguraron en 1.784, trece años antes de que la invasión napoleónica obligara al Papa Pío VI a capitular y entregar a los franceses cien obras de arte y quinientos manuscritos, una parte de los cuales pudieron ser recuperados después de las sanciones del Congreso de Viena en 1.815 [31. STROBEL, Anna María de. *"Musei Vaticani"*, conferencia pronunciada en el Museo del Prado de Madrid el 8 de noviembre de 1.994, publicada por la Fundación de Amigos del Museo del Prado en 1.995, pág. 53.26]).

La fundación del Museo del Louvre, en lo que tiene de exaltación patriótica y de preocupación por la formación de un patrimonio cultural propio, tiene paralelismos con el nacimiento de otros grandes museos nacionales.

Realmente existen en su origen dos grandes tipos o modelos de museos nacionales:

a).- Museos que parten de la donación de colecciones reales o principescas, como es el caso del Hermitage (1.764), del Museo del Prado (1819), la "Alte Pinakotechek" de Munich (1819), el "Staatliche Museen" de Berlín (1.830), los "Musées Royaux" de Bruselas (1.831), el "Nationalmuseum" de Estocolmo (1.866) o el "Kunsthistorisches Museum" de Viena (1.891).

b).- Museos que tienen su origen en la iniciativa de los ciudadanos, amantes del arte y coleccionistas particulares. Sirven de ejemplo la "Národní Gallerie" de Praga (1.796), la "National Gallery" de Londres (1.824), el "Rijksmuseum" de Amsterdam (1.835) Y naturalmente, los museos americanos, como el "Museum of Fine Arts" de Boston (1.870), el "Metropolitan Museum" de Nueva York (1.870) o la "National Gallery of Art" de Washington (1.937).

Ya fuese, pasadas las "tempestades napoleónicas", por la necesidad de abrir al público las grandes colecciones por imperativos de tipo político o social; o bien, por la propia demanda o iniciativa de los ciudadanos interesados por el arte, lo cierto es que los museos nacionales representan una concepción modelizadora del "museo", que puede sintetizarse en los dos propósitos que alumbran el nacimiento de la "National Gallerie" [32. MacGregor, Neil. *"The National Gallerie"*, conferencia pronunciada en el Museo del Prado de Madrid el 28 de octubre de 1.994, publicada por la Fundación de Amigos del Museo del Prado, 1995, pág. 33.27]). *"El primero era académico y erudito. El segundo era político: brindar solaz a los pobres lo mismo que a los ricos, y, en palabras de quien fue primer ministro en la década de 1.830, sir Robert Peel, reforzar los lazos de unión entre los estamentos más ricos y más pobres del Estado"*.

Parecido espíritu se desprende de las palabras del diplomático alemán Bunsen, *"miembro de la comisión de museos presidida por Wilhelm von Humboldt, que manifestó en Berlín, en 1.828, en un memorial para la colección de antigüedades: su finalidad es doble, ya que debe representar y enseñar, por una parte, el sentido de lo bello en las proporciones del arte antiguo, y por otra un sentido científico y de historia del arte, explicando, mediante una sucesión que debe tratar de ser coherente e histórica, la evolución del arte con las muchas ideas de la vida religiosa, burguesa y doméstica, reflejada en las obras artísticas"* [33. Dube, Wolf-Dieter. *"Staatliche Museen"*, conferencia pronunciada en el Museo del Prado de Madrid, el 31 de enero de 1.995, publicada por la Fundación de Amigos del Museo del Prado, pág. 196.28]).

Intentando sintetizar algunas ideas que nos permitan comprender lo que representan estos grandes museos nacionales como ideal de museo, podrían establecerse así sus características:

a).- Respecto a su ubicación urbana, ésta tiene un notable valor simbólico. Son museos frecuentemente enclavados en el corazón de las grandes ciudades del mundo (París, Londres, Madrid, Washinton, Nueva York, etc) que dan carácter y representatividad a la propia ciudad.

b).- El museo está concebido como parte integrante de una arquitectura monumental. El propio edificio tiene la representatividad de sus contenidos y se busca que sea una obra de arte en sí misma, aun cuando en su origen no esté concebido como museo. Obras de adaptación y reformas sucesivas pasan a integrar la propia historia de los museos, que buscan en la adecuación de los espacios, de la luz, de las condiciones de conservación, etc, la profundización en el concepto de los ideales de exhibición o contemplación de las obras expuestas.

c).- En torno al museo se crea un núcleo de profesionales expertos en la conservación, restauración y administración de las obras. Sea cual fuere el carácter público y los mecanismos de financiación, los museos cuentan con bienes de gran valor no sólo histórico sino también comercial que precisa de medidas de protección y conservación, así como de la creación de talleres, bibliotecas, depósitos, oficinas, salas de conferencias, etc, indispensables para el desarrollo orgánico del museo.

d).- La funcionalidad y el acceso público constituyen un valor esencial en el museo. Los museos están marcados por su concepción turística, es decir, en gran medida están pensados para el visitante ocasional. Así disponen de amplios hall de entrada, tiendas, servicios, cafeterías, librerías, etc... El museo se define como lugar de tránsito y como espacio transitable, pues la exhibición de la obra artística lleva implícita la idea de "recorrido", definiendo éste un modelo de organización que forma parte del propio proceso de análisis de las obras.

e).- Con el paso del tiempo, los museos tienden a diversificar su oferta, distinguiendo entre exposición permanente y exposiciones temporales. Sirven éstas para incentivar la vida de los museos, el intercambio de obras, de actividades culturales, publicaciones, etc, que marcan significativamente la actividad de los grandes museos históricos en los tiempos modernos.

La museología, soporte teórico a la investigación sobre el museo.

Del afán por racionalizar los métodos de presentación y conservación de las obras artísticas, nacen los primeros tratados sobre la materia, como la ya mencionada "Museographia" de Gaspar F. Nieckel (1727) o el proyecto de D'Angiviller sobre la presentación de obras reales en la Gran Galería del Louvre.

Durante el siglo XIX, paralelamente al desarrollo de los museos públicos por toda Europa, se sientan las bases para la investigación teórica sobre el museo. La Alemania de Goethe, quien ya expuso sus ideas sobre la función de los objetos en los museos, se dan los primeros intentos de establecer los principios de la museología, considerada como disciplina científica para estudiar la teoría y el funcionamiento de los museos, definida como "*ciencia de la organización, conservación y presentación de los objetos en los museos*" [34 . Larousse Difussion, Gran Larousse Universal, tomo 10, pp. 7200.29]). Wilhelm von Bode, director del Museo de Berlín, que inaugura la Kaiser Friedrich Museum en 1903, da un impulso decisivo a estas investigaciones. En Munich y Berlín se inician las obras de construcción de una serie de museos destinados a integrarse en un plan general urbanístico, desarrollando conceptos museológicos que en pocos años son objeto de crítica por los teóricos del arte, considerándolas "*asilo lúgubre, hospital de inválidos, prisión del arte, cementerio de belleza*" [35 . OVEJERO, A. "*Concepto actual del museo artístico*", Madrid, 1934. 30]).

A finales del siglo XIX y principios del XX se acentúa el carácter técnico de estos estudios, coincidiendo con la creación de los primeros grandes museos americanos.

Los primeros intentos de una coordinación internacional de las investigaciones y los métodos fue realizada al término de la Primera Guerra Mundial por la Oficina Internacional de Museos, organismo creado por el Instituto de Cooperación Intelectual de la Sociedad de las

Naciones, que realiza la primera publicación especializada en temas museológicos: la revista "*Mouseion*" que se edita en francés.

Después de la Segunda Guerra Mundial se fundó el ICOM, Comité Internacional de Museos, que fue creado en la UNESCO en 1946, reuniéndose por primera vez y redactando sus Estatutos en 1947. Su órgano de difusión, la revista "*Museum*", se convirtió en el aglutinante de los estudios internacionales sobre los problemas de administración, conservación, gestión, inventariado, clasificación, distribución, seguridad, prevención y restauración de los objetos en los museos.

Desde su conformación como disciplina científica, como Ciencia Aplicada, la Museología ha definido sus tres funciones básicas:

- a).- Su misión estética. Encaminada a la formación del gusto.
- b).- Su misión científica. Orientada al desarrollo de la investigación.
- c).- Su misión pedagógica. Estableciendo como uno de sus objetivos fundamentales la divulgación del arte.

El ICOM definió la *Museología como ciencia del museo que estudia su historia, su papel en la sociedad, los sistemas de organización, conservación y exhibición de las obras artísticas, las relaciones entre el medio físico y las obras. Junto a ella, la Museografía se ocupa de los aspectos técnicos, tales como instalaciones, arquitecturas, aspectos ambientales, administrativos, etc...*

Entre sus objetivos pueden destacarse: planificar las actividades de los museos, establecer métodos y criterios para la ordenación de los fondos, clasificar los museos según sus tipologías para definir problemas específicos de cada uno de ellos, sistematizar las directrices de la investigación, y, en definitiva, dar un carácter de ciencia social al estudio de la disciplina. En síntesis, el objeto de la museología no es otro que el análisis de las relaciones entre el hombre y los objetos que se guardan y exhiben en los museos [36. La Museología ha surgido fomentada por los referidos organismos internacionales, pero debe en gran parte sus fundamentos teóricos a la obra de una serie de autores que han marcado las directrices, los objetivos, etc, y que han contribuido a establecer las líneas fundamentales de reflexión. Entre ellos hay que mencionar: Bazin, Rivière, Vergo, Deloche, Butler, Côté, Taylor, Asep, Impey, MacGregor, Saissalin, Weil, Pearce, Walsh, Bjurstrom y otros muchos. En España, Pérez Sánchez, Nieto Gallo, Navascúes, Aurora León, Montaner, Alonso Fernández, Francisca Hernández, Caballero, Sanz-Pastor, Zunzunegui, García Blanco, y otros. 31]).

El desarrollo de los estudios teóricos sobre los problemas de los museos ha conducido a la formulación histórica de sus propias *utopías*. Podríamos concretar éstas en unas ideas comunes:

- a).- El ideal de *un museo "de todos para todos", que garantice el acceso colectivo a los bienes culturales*.
- b).- El ideal de *"cooperación nacional e internacional entre los diferentes museos"*, de tal modo que se haga posible la *"universalidad"* cultural que se enriquece con la conservación y los bienes propios y específicos de cada cultura. Unida al ideal de *"descentralización"* de la estructura museística y de *"cooperación articulada"* entre las diferentes instituciones.
- c).- El ideal de *"autofinanciación"* de los museos, para hacerlos independientes y autónomos. Una nueva concepción de la *propiedad museística* como bien colectivo.

d).- El ideal de *"proyección pedagógica"*, de tal forma que un museo sea algo más que un depósito de bienes culturales, inscribiéndose en la dinámica de divulgación y formación cultural de la sociedad y de los ciudadanos. Dentro de esta proyección pedagógica hay que considerar el fomento y desarrollo de la *"creatividad artística"*, pues es esta uno de los motores culturales que garantiza el enriquecimiento de la actividad artística.

Por último, cabe preguntarse sobre la actividad de los museos en el marco de la sociedad del ocio y los *"mass-media"*, así como las expectativas que se abren con la *aplicación de las nuevas tecnologías* a los problemas y las tareas específicas desarrolladas por los museos.

Podríamos considerar en este sentido que el cambio de mentalidad y de concepto que se está operando socialmente en relación con los museos está relacionado con la renovación que sufren otras instituciones.

a).- El primer lugar, los cambios introducidos en el propio concepto de cultura. Históricamente la cultura ha dejado de ser privilegio de unos pocos, se ha diversificado y desacralizado, considerándose como un bien social común de libre derecho y *una conquista de la civilización del ocio*. Además la denominada *cultura de masas* ha multiplicado los horizontes y los productos de la actividad cultural, generando, además de una revolución conceptual, una extraordinaria *diversificación y multiplicación* de los bienes culturales *museificables*. En otras palabras, si la nueva civilización ha creado una amplia y generalizada conciencia social de la necesidad de conservar y revitalizar los testimonios culturales, y si se ha multiplicado la producción cultural y, por tanto, el número de objetos "a conservar", la consecuencia clara es que cada día harán falta más museos, dotados de más medios y con un planteamiento mucho más tecnificado y racionalizado.

b).- En segundo lugar, las instituciones culturales sienten la necesidad de renovarse y adaptarse a los nuevos requerimientos de la sociedad actual. Históricamente, todavía hoy gozamos de instituciones culturales que deben su concepción, en gran parte, a ideales heredados del Renacimiento y de la Ilustración. Las Academias, las Bibliotecas y las Universidades, como los Museos, responden a esta herencia cultural. Pero hoy tienen a implantarse instituciones que se inscriben en una nueva dinámica cultural: los centros de documentación, las casas de cultura, los medios de comunicación considerados como industrias culturales, la implantación a gran escala del marketing y las técnicas asociadas a él, la cooperación internacional en el terreno cultural definiendo frentes, acciones y políticas culturales comunes, etc, han propiciado una cierta crisis de las viejas instituciones, evidenciando la necesidad de acometer una urgente renovación (que ha puesto de moda la palabra *"reciclaje"*). La cuestión es que no sólo un ciclo está agotado, sino que cada vez los ciclos culturales son más cortos, hasta tal punto que la dinámica cultural tiende a romper el concepto de ciclo (históricamente definido a través de estilos, modas, etc) para desembocar en una renovación continua que debe abrir nuestras expectativas.

Federico García Serrano