



# De la crítica museológica a la museología crítica o ¿cómo evaluar los grandes eventos mediático-culturales?

**Manuel Ramos Lizana**, Museo de Málaga

Grandes exposiciones, inauguraciones de museos diseñados por arquitectos-estrella o celebraciones de nuevas capitalidades de la cultura llenan el acrítico espacio reservado a la “cuestión patrimonial” en los medios de masas. En este artículo se abordan en primer lugar las relaciones de la cultura con los mass media, mediante un repaso de las referencias, temáticas y coberturas mediáticas más habituales de la esfera museística-patrimonial que se va convirtiendo progresivamente en hilo explicativo de las complicidades culturales y mediáticas existentes, de los discursos y *modus operandi* compartidos. Desentrañadas las implicaciones, se profundiza posteriormente en la atención-rendición-massmediática que reciben los grandes eventos culturales, en tanto que acontecimientos organizados en el marco de una estrategia de marketing urbano de finalidad turística. En un contexto periodístico de ausencia de actitudes críticas se hace necesario posicionar la voz de una museología crítica que abogue por los valores educativos, de auténtica comunicación y transmisión de conocimiento e ideas, frente a las razones de la propaganda.

## **From Museum Critique to a Critical Museology, or How to Evaluate Cultural-Media Events?**

Large exhibitions, the opening of museum buildings designed by top architects, or celebrations of cultural capitals fill up the non-critical space reserved for "heritage issues" in the mass media. This essay engages, first of all, the relationship of culture and mass media, through a review of the references, subject matters and the common media coverage of the heritage-museum field, which is increasingly turning into the explanatory narrative of the current cultural and media complicities, of their shared discourses and operational modes. Once the implications have been analysed, the essay expands further on the attention (or, rather capitulation) granted by the media to the large cultural events, in the sense of them being events organised in the context of a strategy of urban marketing geared towards tourism. In a press environment which lacks a critical attitude, it is necessary to position the voice of a critical museology which can call for educational values, for true communication and transmission of knowledge and ideas, against the reasoning of propaganda.

Antes de redactar este artículo, que versa sobre la crítica de los eventos culturales de carácter celebrativo, he realizado un pequeño ejercicio consistente en repasar *grosso modo* las notas de prensa que sobre museos he ido acumulando en los últimos años. La primera conclusión ante este examen ha sido la impresionante abundancia de referencias a museos, exposiciones y grandes eventos culturales contenidos en la prensa tanto nacional como local. Y es que son muy numerosos los aspectos del Patrimonio Histórico que la prensa escrita considera de interés.

Por los periódicos hemos tenido noticia de todos los sucesos importantes –y aún de muchos absolutamente triviales– acaecidos en el mundo de los museos en los tiempos recientes. Así, hemos sabido de la ascendencia, caída y recuperación relativa de la “Galaxia Guggenheim”, así como de sus repercusiones en la escena europea con la introducción decidida del Louvre, el Beaubourg y otros grandes museos en la práctica comercial. También hemos podido seguir el proceso de introducción de la gestión privada y la liberalización de las políticas culturales en diversos países europeos (Austria, Francia, Italia, Reino Unido...). La prensa acude sistemáticamente a comunicar cada una de las inauguraciones de museos y exposiciones, prácticamente sin excepción. Así, las de los centros de arte contemporáneo (envueltos en su mayor parte en atractivas arquitecturas) que, en España, alcanzan ya la cifra de unos 150. También de los grandes centros (la Tate Modern londinense, o el Musée du Quai Branly, por mencionar algún ejemplo); así como los espectaculares proyectos pensados para Hong-Kong o Abu Dhabi; o del aparentemente lento, pero inexorable, goteo de inauguraciones de museos locales.

Asimismo se da puntual noticia de las ampliaciones y remodelaciones de cada uno de los centros (destaquemos los casos del MoMA neoyorquino, el Museo del Prado, el Museo Thyssen Bornemisza de Madrid, el Cosmo Caixa de Barcelona, etc.). De hecho, la arquitectura de museos despierta un interés muy especial en acrítica correspondencia con el interés político en maximizar el continente sobre el contenido de los museos, muy especialmente en el ámbito del arte contemporáneo. En este aspecto está muy consolidada desde hace ya mucho tiempo la presencia de críticos especializados en la arquitectura de museos entre los que podríamos destacar los artículos redactados por profesionales del arte y la arquitectura como Antonio Calvo Serraller, Antonio Fernández Alba, Luis Fernández Galiano y, muy especialmente, los artículos de Josep María Montaner.

Pero las iniciativas culturales revestidas de arquitectura de firma no fueron en todos los casos grandes promotoras de un nuevo crecimiento económico sino más bien un mal menor, un atenuante de la caída en economías necesitadas de reestructuración, un colchón de aire que acabó beneficiando sobre todo a las inmobiliarias y a las industrias del sector servicios, que no crearon de forma más que transitoria riqueza, puestos de trabajo o viviendas a precios populares (Lorente, 1997). El impacto de las políticas de marketing urbano sobre la creación de riqueza y empleo ha sido relativamente modesto: “La contribución más importante que han hecho las políticas culturales a la regeneración de las ciudades ha consistido en la creación de imágenes urbanas capaces de atraer visitantes” (Bianchini, 1999).

Paralelamente al entusiasmo casi generalizado, hay una corriente crítica que aúna tanto a arquitectos (Antonio Fernández Alba), economistas (Pau Rausell Koster), periodistas (Vicente Verdú), escritores (Julio Llamazares), geógrafos (Antonio José Campesino Fernández) como a historiadores del arte (Jesús Pedro Lorente), museólogos (Joan Santacana, Francesc Xavier Hernández) o conservadores de museos (Tomás Llorens), que de una forma u otra se oponen a estas grandes creaciones o, al menos, al triunfalismo de los gobiernos que las promueven.

También está arraigando en las redacciones de los periódicos el interés por mostrar a principios de año los “resultados” de los museos en términos de número de visitantes en el año anterior. De hecho, gracias a la prensa escrita podemos tener noticia –aunque sea informal– de algunos datos de interés referidos a los equipamientos culturales tales como el coste, las superficies, el número de empleados que presta en ellos sus servicios, etc., datos con los que es difícil contar de otra forma pues, en el mejor de los casos, forman parte de una “literatura gris” poco accesible. Aunque parece haber más preocupación por las cifras brutas (guarismos de titular) que por otras consideraciones cualitativas. No obstante, ha habido algunas aportaciones críticas en la prensa escrita como las de Pau Rausell, en el caso valenciano, denunciando la fantasiosa contabilidad de las autoridades culturales en relación con el público de los museos.

Obviamente, los aspectos polémicos y los escándalos se convierten en “valores noticia” de primer orden como corresponde a una sociedad que ha convertido el escándalo en espectáculo. Interesan especialmente las cotizaciones de los grandes artistas con ocasión de las subas-

tas de las casas más importantes (verdaderamente espectaculares) y las adquisiciones realizadas para los museos. También son frecuentes las referencias a la pérdida de cotización de determinadas obras propiedad de grandes museos y ricos coleccionistas a tenor de la realización de nuevos expertizajes.

En mi repertorio personal de “recortes” abundan las referencias al saqueo del Museo Nacional de Bagdad o a las polémicas suscitadas por la propiedad de importantes obras de arte como aquellas que fueron incautadas por los nazis y hoy deben ser devueltas a los que en su día fueron sus propietarios o a sus herederos legítimos. También se ve bien reflejada en la prensa escrita reciente la controversia sobre la devolución de las obras de arte ilícitamente exportadas que el Estado italiano reclama a diversos museos norteamericanos. O el destino de los mármoles del Partenón que Lord Elgin llevó a Inglaterra para su exposición en el British Museum.

Entre los escándalos que han resultado ser muy atractivos para la prensa (y tal vez para el lector) cabe destacar la pérdida de una voluminosa escultura de Richard Serra de varias toneladas de peso por parte del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía; o el fraude detectado en la gestión de las entradas al Conjunto Monumental de la Alhambra y Generalife.

La arena de la reyerta política en el mundillo cultural también constituye un “valor noticia” de primera magnitud. Es el caso, por ejemplo, de las polémicas sobre la adaptación museográfica de determinadas edificaciones históricas, convertidas con facilidad en arma arrojadiza entre adversarios políticos. A lo largo del año 2006 una serie de nombramientos y ceses polémicos en los centros de arte contemporáneo se convirtió en objeto continuo de informaciones: manifiestos, quejas, reproches y descalificaciones al respecto menudearon en los periódicos de ese año. Fue criticado el nombramiento de un familiar del ex ministro socialista Narcís Serra para el puesto de director del Museo Picasso de Barcelona. Se subrayaron los ceses de la directora del Centro Galego de Arte Contemporáneo o el del director del Centro de Arte de Sevilla (de titularidad municipal) como consecuencia de sus críticas a la financiación del Ayuntamiento de Sevilla a la Bienal de Arte Contemporáneo celebrada en la ciudad. Igualmente llamaron la atención las dimisiones de los miembros de algunos patronatos, muy especialmente las del correspondiente del Museo Patio Herreriano de Valladolid a tenor de la inclusión de una exposición temporal dedicada a Colón en la programación del centro, que consideraban inadecuada. Todos estos acontecimientos suscitaron un interesante debate mediático sobre las injerencias políticas en la gestión de los museos y centros de arte contemporáneo

Colas en la Torre Eiffel. Daniel Lobo



que desembocó en la intervención ministerial para erigirse como mediadora en el “conflicto” y en la redacción consensuada de un código de buenas prácticas.

En el mismo orden de cosas llamaron poderosamente la atención las reivindicaciones centrífugas para despojar a los grandes museos madrileños de obras que se considera deberían estar en sus lugares de origen. Aunque las exposiciones ya estaban latentes, la oleada fue desatada por el traslado de los llamados “papeles de Salamanca” del Archivo General de la Guerra Civil al Archivo General de Cataluña. Como si de un maremoto se tratase comenzó a reivindicarse el traslado de la Dama de Elche o la de Baza a sus respectivas localidades de aparición. Y así con otras muchas piezas. Y también, cómo no, la polémica por la titularidad de los museos estatales actualmente gestionados por las Comunidades Autónomas con mayor relevancia en aquellas comunidades donde estos centros son más abundantes, como en Andalucía.

Los cierres prolongados de importantes museos, que pueden alcanzar los diez o incluso los quince años, no suelen ser noticia salvo que un movimiento ciudadano acuda en protesta ante la situación. Este fue el caso –insólito– del Museo de Málaga, en que una plataforma ciudadana promuseo consiguió movilizar a la ciudadanía a favor de la concesión del Palacio de la Aduana como nueva sede de la institución, tras numerosas recogidas de firmas y adhesiones de instituciones y personalidades y la realización de tres notables manifestaciones que recorrieron las calles de la capital de la Costa del Sol.

Son noticia, desde luego, los grandes robos como el de *El Grito* de Munch o la pérdida –por poco tiempo– de un Goya perteneciente al museo de Toledo (Ohio, EE.UU.). También los desafíos a la seguridad de los museos como la de los aventureros que consiguieron colgar variopintas excentricidades en las paredes del Museo del Prado o del Guggenheim de Bilbao sin ser detectados por los vigilantes de estos centros. Merecieron un lugar en los periódicos algunas investigaciones cuando afectaron a obras muy conocidas como *La Gioconda* o restauraciones de grandes lienzos como *Las Meninas*.

Pero todo esto no debe impulsarnos a condenar a la prensa escrita por su “amarillismo cultural” ya que, en realidad, más allá de una inclinación sensacionalista relativamente comprensible, todo es noticia en el mundo de los museos en particular y en el mundo de la cultura en general. A menudo hemos presenciado una lluvia de

flashes sobre presentaciones de actividades nimias e incluso execrables. La cultura es tratada por los medios de comunicación, sencillamente, como una niña mimada de la que se esperan notables efectos redentores. Y es que la cultura es un ámbito de actuación política en el que con la menor inversión económica se garantiza la máxima repercusión mediática. Lo que son tareas que se supone deberían ser cotidianas en la gestión del patrimonio –tales como las propias de la investigación, conservación y difusión llevadas a cabo de forma habitual por instituciones y administraciones– son noticiables o se consideran noticiables, mientras que no ocurre así con la sanidad, la educación o cualquier otra actividad de primera necesidad. No nos imaginamos que cada trasplante de órganos realizado en un hospital haya de ser retransmitido por televisión, pero esto es lo que ocurre a fin de cuentas con la cultura.

Por otra parte, los mass media se aproximan de forma acrítica a los acontecimientos relacionados con el Patrimonio Histórico. La actual competencia en la prensa (que recientemente ha alcanzado a la prensa local) ha favorecido positivamente en algo la proliferación de la opinión pública. Pero, en negativo, ha supuesto la pérdida de calidad del periodismo, que raramente afronta la investigación salvo en materias como los escándalos públicos o en temas más estratégicos que la cultura. La prensa escrita de difusión gratuita no hace sino abundar en la pérdida de calidad. La información cultural suele ser una reelaboración poco procesada de las notas de prensa entregadas por los promotores de las correspondientes actividades, pues se trabaja sobre el erróneo presupuesto de que todas las actividades culturales son interesantes y rentables en términos absolutos. Esto es, la prensa comparte la mentalidad que los italianos denominan “buonista”, y es que suele considerarse que en el mundo de la cultura *tutto e buono*. Así es que el consenso sobre las bondades de la cultura y de los bienes integrantes del Patrimonio Histórico es general, debido en buena medida a una corriente de opinión que hunde sus raíces largamente en el tiempo y de la que son principales responsables la utopía ilustrada o el redencionismo marxista. La derecha, conservadora, ve en los bienes culturales la defensa de la tradición. Los partidos políticos de izquierda la democratización cultural, la satisfacción de los derechos llamados “de tercera generación” y el avance en el progreso social. Desde 1951 la UNESCO se consagró como la rama de las Naciones Unidas dedicada a fomentar el desarrollo cultural de todo el Planeta, sobre la base de la idea común generalizada –y, en realidad no demos-

trada- de que los conflictos humanos se verían reducidos gracias al consumo de bienes culturales.

Pero no podemos afirmar que haya sido así exactamente. Es cierto que los fascistas se enorgullecían gritando “viva la muerte” y “muerte a la inteligencia”. Pero esto no supone que las sociedades “cultas” hayan estado alejadas del genocidio y la explotación. Cada día se confía menos en que la cultura sea “camino seguro hacia la libertad de los pueblos”, como rezaba el preámbulo de la Ley de Patrimonio Histórico Español de 1985. Ya Erich Fromm nos explicaba cómo el hombre moderno había pasado a ser conformista en el contexto del miedo al tiempo libre no alienado, del miedo a la libertad. Y Luis Racionero, ya a principios de los ochenta, nos señalaba cómo en la sociedad postindustrial al proceso de “lucha de clases – revolución” lo había sustituido el de “no colaboración – marginación”. De modo que el consumo cultural no conduce automáticamente al cambio social y sigue estando socialmente orientado.

El consenso sobre las bondades de la cultura tiene –no obstante- una repercusión extraordinariamente positiva en un ámbito como el cultural, tradicionalmente desatendido económicamente pues las diversas actividades llevadas a cabo obtienen una publicidad gratuita y una difusión inmediata. Pero el aspecto negativo es la aproximación acrítica a las actividades culturales ya que no es nada frecuente que se realice una auténtica crítica de un nuevo museo o de una exposición temporal como se hace respecto de una película o una actuación de ballet. En el mejor de los casos –como ya hemos comentado- la crítica alcanza a la arquitectura del contenedor, si bien, como crítica arquitectónica, no como crítica museológica.

Por otra parte es preciso comentar la proliferación de gabinetes de prensa en la administración cultural cuya finalidad real es filtrar la información, asegurarse de la presencia de los medios en las inauguraciones, difundir las notas de prensa y conducir –en fin- las relaciones con los media en el sentido más favorable para las autoridades políticas. Y también la aparición de fórmulas más o menos burdas o sutiles mediante las cuales las administraciones culturales en sus diferentes escalas territoriales financian a la prensa inclinando la información en el sentido que les es más benigno.

Pero, una vez trazado el que me parece es el panorama general de las relaciones de la cultura con los medios de comunicación de masas, prestemos ahora atención a los

grandes eventos culturales, indisolubles hoy por hoy de la mercadotecnia urbana de orientación turística.

Una ocasión habitualmente empleada para poner de relieve las excelencias de una ciudad respecto al turismo cultural son las grandes efemérides, las exposiciones universales, las macroexposiciones temporales, los festivales, los mercadillos de época o el ejercicio de la capitalidad europea de la cultura. Todas ellas tienen en común que se trata de conjuntos de actividades concentradas en un corto periodo de tiempo dentro de un programa claramente prefijado (De la Calle, 2002).

La fórmula de las grandes celebraciones ha tenido tanto éxito que éstas han venido marcando la agenda cultural y la acción pública, se han creado sociedades oficiales para organizarlas y todos los años acaban siendo años de conmemoración cultural: El Cid, el Marqués de Santillana, Lorca, Ángel Ganivet, Carlos V, Felipe II, Carlos III, Alonso Cano, El Quijote, Andersen, Mozart, la Guerra Civil española, etc. Siempre será posible encontrar un archivo que cumple 100 años, un museo fundado hace 125 o una Universidad que alcanza los 500. Y, lo relevante del caso, por lo que aquí nos afecta, es que estos eventos empujan a la realización de grandes exposiciones temporales, a la apertura de museos, a la creación de rutas turísticas y a la adecuación de espacios monumentales para su visita. Las autoridades políticas se dejan llevar por un calendario prefijado y contagian a la prensa su entusiasmo ante la oportunidad que se presenta. Pero estas intervenciones, como cualquier operación publicitaria o económica de índole comercial, están sujetas a un posible fracaso sin que a menudo llegue a realizarse un examen público acerca de su rendimiento. La prodigalidad verbal de las autoridades políticas y su traslado inmediato a la prensa suele dar lugar a la confusión de la opinión pública sobre la excelencia de las actuaciones llevadas a cabo que, en la mayor parte de las ocasiones, no tienen un impacto económico inmediato sino, en todo caso, una repercusión difusa en la imagen de marca urbana que pasa a asociarse con la cultura.

Los llamados “mercadillos medievales” tienen una repercusión económica bastante reducida. Los festivales de música suelen ser, en realidad, actividades decididamente elitistas, lo que queda materializado en el exorbitante precio de las entradas a cualquier espectáculo –pongamos por caso- del Festival de Salzburgo y, además, tienen una escasa proyección económica. Curiosamente, la excepción a este principio general se da en aquellos



Fringe Festival. Graham Hurst



Fringe Festival. Tavis



Forum 2004. Graham Stanley

casos en que la contestación a ese mismo espíritu de distinción da lugar a actividades alternativas como el llamado *Fringe* del Festival de Edimburgo, que añadió a la programación musical oficial las artes escénicas, la poesía y una proyección decididamente callejera de las mismas. Así el Festival llegó a contar con 2.100 eventos y una audiencia superior a 1.300.000 espectadores adquiriendo una verdadera repercusión económica. En general se considera que “la capacidad de estos festivales para desencadenar flujos turísticos significativos es bastante escasa y el efecto económico directo en las ciudades-sede muy reducido, excepto en aquellas localidades de menor entidad demográfica” (De la Calle, 2002).

Las grandes exposiciones temporales sí que pueden llegar a alcanzar un considerable impacto económico aunque cada caso es diferente. Pero no entraremos aquí en detalles, pues ya he tratado este tema en otro lugar (Ramos, 2001; Ramos, en prensa).

Las nuevas exposiciones universales (Sevilla, Hannover, Oporto, Barcelona, Zaragoza) constituyen, como las antiguas, la mejor ocasión para mostrar las nuevas tecnologías, ahora muy vinculadas al mundo de la computación, las nuevas formas de comunicación, la realidad virtual, etc. Pero también se convierten –como las antiguas– en enormes espacios recreativos. Constituyen también un lugar donde poder aproximarse a otras culturas, no ya con aquella perspectiva eurocéntrica y a menudo carnavalesca y poco seria. Ante la perspectiva angustiosa del exterminio de los pueblos indígenas se da una imagen más científica y etnográfica de unos pueblos cuya desaparición inminente ante el rodillo del capitalismo de los países del norte no puede ya ser ocultada, pero donde, sin embargo, las culturas indígenas son convertidas en objeto de consumo en forma de gastronomía o *souvenirs* artesanales (Ramos, 2001). Esto, sin embargo, no evitará que en el siglo XXI desaparezca el 95% de las lenguas existentes en el mundo a finales de la pasada centuria. Estas contradicciones se hicieron especialmente manifiestas en el Forum de las Culturas de Barcelona 2004, donde la contestación de los grupos minoritarios pero muy activos del movimiento antiglobalización sirvieron para poner de relieve la demagogia cultural de Occidente tanto como la contabilidad creativa de los promotores del evento.

Las exposiciones universales son una ocasión inmejorable para cumplir el doble objetivo de dar publicidad a la ciudad como destino turístico y aunar las necesarias voluntades para llegar a consensos sobre el planeamien-

to urbano y la gestión de las visitas turísticas. Y, al mismo tiempo, los macroespectáculos culturales periódicos o excepcionales son la ocasión perfecta para que las administraciones públicas capitalicen los beneficios redentores de la Cultura. Y así lo demuestran las grandes inversiones realizadas en las exposiciones universales, las efemérides o las capitalidades europeas de la cultura. Unas inversiones que suelen suscitar la ira y la envidia de los profesionales de los museos que verían mucho mejor aplicadas esas mismas cantidades en las infraestructuras en que prestan sus servicios y que critican –casi siempre bajo cuerda– el carácter efímero de las grandes celebraciones frente a la estabilidad y continuidad de las instituciones de Patrimonio.

La capitalidad europea de la cultura es una concesión del Consejo de Ministros de Cultura de la Unión Europea, que comenzó a otorgarse en el año 1985. Su objetivo era incentivar la cultura europea subrayando las características culturales comunes que favorecieran el proceso de integración, señalando al mismo tiempo la diversidad. Según la Decisión 149/1999/CE, a partir del año 2005 la Ciudad Europea de la Cultura se regirá por el siguiente procedimiento: en primer lugar, los estados miembros presentarán la ciudad o ciudades candidatas con una recomendación, en su caso, cuatro años antes de la fecha de la manifestación. Cada año la Comisión designará un jurado que informará sobre las candidatas. Con base en este informe la Comisión realizará una recomendación y el Parlamento Europeo un dictamen, correspondiendo la designación al Consejo.

La concesión va acompañada de subvenciones relativamente cortas (unos pocos millones de euros), destinadas a garantizar un mínimo de actividades, mientras que se calcula que las 32 ciudades que han ostentado la capitalidad entre 1985 y 2005 han invertido en conjunto 1,7 billones de euros en mejorar sus infraestructuras culturales<sup>1</sup>. Además, cuando una ciudad es designada Capital Europea de la Cultura sus pernoctaciones hoteleras se incrementan en un 50%, y al año siguiente el descenso se sitúa sólo entre un 4 y un 10%<sup>2</sup>, aunque todo parece indicar que a la vuelta de dos o tres años el número de visitantes vuelve a ser el que era en los años previos a la designación. Y, en cualquier caso, las ciudades más pequeñas –como ocurre con el resto de los eventos culturales– son las que más se benefician de la designación<sup>3</sup>. Pero, tal vez lo más importante es que la capitalidad constituye una ocasión de aunar esfuerzos en el ámbito local y de poner de acuerdo a los diversos agentes sociales en la elaboración de proyectos comunes que

afectan, muy especialmente, al turismo cultural, a su promoción, a la conservación patrimonial y a la oferta cultural. También tiene ciertas ventajas en el terreno de la cooperación, pues existe una Asociación de Capitales Culturales Europeas, cuyo presidente honorario es Spyros Mercouris, que estuvo al frente de la organización del primer evento en Atenas en 1985.

En 1992 le tocó el turno a Madrid, la primera ciudad española que mereció la concesión. Y esto se concretó –entre otras cosas– en la creación del nuevo Museo de Madrid en Chamartín. Santiago de Compostela obtuvo la capitalidad en el 2000 pero hubo de compartirla con otras 8 ciudades más. En 2002 fue el turno de Salamanca, que compartió el privilegio con la ciudad de Brujas. Así es que en diecisiete años tres ciudades españolas ya habían obtenido el galardón. Pero, ante la recurrencia de algunos estados miembros, el Consejo de Ministros de la Unión Europea decidió establecer un turno por países, correspondiéndole la próxima vez a España el año 2016.

En el momento de escribir estas líneas diversas capitales españolas compiten por la capitalidad europea para el año 2016, con sus respectivas oficinas promocionales. En febrero de 2006 ya se habían postulado Málaga, Córdoba, Tarragona, Segovia, Zaragoza, Cáceres, Valencia y Santa Cruz de Tenerife. La designación tendrá lugar en el año 2012, con lo cual, las diferentes ciudades disponen de un margen de tiempo considerable para poner al día sus infraestructuras culturales.

La campaña promocional de Málaga, por ejemplo, pasa por la información a todas las entidades existentes en la ciudad, con una gran campaña de recogida de firmas de apoyo a la candidatura, en recabar el apoyo expreso de las diversas instituciones (Ayuntamiento, Diputación, Universidad, Subdelegación del Gobierno, Patronato de Turismo, museos, teatros, agrupaciones de cofradías, asociaciones culturales, profesionales, vecinales...) o incluso de otras comunidades autónomas, de universidades extranjeras, grupos empresariales, personalidades relevantes del mundo de la cultura, etc. La Feria de los Pueblos de la provincia de Málaga fue convertida en 2006 en una plataforma de la candidatura. Las grandes bazas de la promoción de la candidatura se resumían a finales de 2006 en la renovación del frente portuario de la ciudad (Auditorio, Museo Naval, Instituto Oceanográfico y Teatro) y en el perfil picassiano de la oferta cultural malagueña. La campaña cordobesa parece más centrada en la participación ciudadana.



Pero el entusiasmo que la prensa –especialmente la local- vierte sobre los grandes eventos culturales es absolutamente acrítico pues la ecuación-promesa “cultura = desarrollo” en muchas ocasiones no puede mover sino a hilaridad. El papel de los técnicos en este complejo entramado de relaciones es la implementación científica de los proyectos y la denuncia de la demagogia de discursos falaces condenados al fracaso. Esta es una tarea que los técnicos deberían compartir con la prensa como mecanismo de regulación de la calidad de la gestión pública. No obstante, ya hemos visto que ésta no parece dispuesta a asumir este papel. Además, existe una percepción general de que hay un alto grado de subjetividad en las apreciaciones sobre la gestión cultural. Como nos recordaba Juan Carlos Rico, “un ciudadano de la calle puede siempre saber si el metro funciona mal, pero nunca si la planificación de exposiciones del Museo del Prado es buena” (Rico, 2002). Aunque también podríamos decir lo mismo de la gestión sanitaria y no por ello los usuarios dejan de opinar como tales.

De lo que estamos hablando, en definitiva, es de la dificultad para delinear auténticas políticas culturales más allá de una instrumentalización inmediata y más allá de la creencia –ya comentada- en la bondad intrínseca de las iniciativas culturales por aisladas que éstas sean. En los últimos años, Pau Rausell, que dirige en la Universidad de Valencia un área de investigación de Economía Aplicada a la Cultura, ha propuesto un marco de actuación para un nuevo contrato cívico en política cultural (Rausell, 2003 y 2005). Contar con unos criterios objetivos universalmente reconocidos para evaluar la calidad de las iniciativas culturales y la eficiencia en su gestión nos aportaría sin duda innumerables ventajas. Y por evaluación entendemos la aplicación sistemática de procedimientos de investigación social para valorar la concepción, diseño, implementación y utilidad de los programas públicos. Necesitamos unos criterios de uniformidad en la publicación de los presupuestos de las instituciones de patrimonio, de las estadísticas de visitantes a los museos y exposiciones, del número de excursionistas en los destinos culturales, de las pernoctaciones turísticas, etc. También en la evaluación de exposiciones que debería estar inspirada por la mejor metodología estadística.

Y esta sería, desde luego, la primera tarea de una Museología Crítica que sustituyese a la prensa en sus carencias y su renuencia a determinar la excelencia y la orientación ideológica de las políticas culturales. Pero aún no ha logrado definirse esta supuesta corriente museológica con cierta precisión a pesar de que las primeras mencio-

nes a la misma daten de finales de los años 70 o a los notables intentos de demarcación a nivel internacional o nacional (Hernández, 2006; Lorente, 2006). En lo que casi todo el mundo parece estar de acuerdo –al menos en que dicha corriente agruparía a profesionales y teóricos preocupados por una disciplina museológica socialmente orientada. Para algunos autores, la Museología Crítica vendría a ser algo así como la versión anglosajona de la Nueva Museología o bien el epígono postmoderno de ésta. En algunos casos –no obstante-, ciertos trabajos autodenominados como de Museología Crítica más parecen inspirados por el resentimiento ante supuestas injusticias o arbitrariedades recibidas personalmente que por una verdadera filosofía museológica.

En mi opinión los objetivos y las virtudes de una Museología Crítica estarían –en primer lugar- en ayudarnos a distinguir una política cultural de izquierdas de una de derechas, arbitrando auténticos mecanismos de análisis de los programas electorales y los instrumentos de planificación redactados por las diversas administraciones. En estudiar los verdaderos intereses del público y su correspondencia con la actuación gubernamental pues esto nos ayudaría a discernir una práctica populista o paternalista de otra más o menos aséptica. Puesto que en las inversiones culturales hay mucho de subvención y de subsidio convendría indagar a quién benefician en cada caso tales aplicaciones presupuestarias. En este sentido me parece extraordinariamente interesante el debate suscitado por la redacción de la Ley del Cine a lo largo del año 2006 pues nos hace preguntarnos cuál es la forma más adecuada de impulsar la industria cinematográfica nacional ya que puede financiarse la producción (o una parte de ella), la distribución o el consumo. Pero, ¿qué es lo más adecuado y oportuno? y, sobre todo, ¿para quién?

La tarea principal de una Museología Crítica consistiría así en indagar acerca de la repercusión social de las políticas culturales, de su eficacia y de su eficiencia (esto es del logro de resultados en relación al gasto) y de la auténtica repercusión económica de los grandes eventos. En reclamar un cambio de la cultura del gasto al control de gestión; y el paso de una cultura burocrática a una cultura de calidad, innovación y servicio al ciudadano; etc. Desde una perspectiva de transparencia económica y rentabilidad estaría mucho más justificada la demanda de la ampliación de los presupuestos destinados a la cultura. El museólogo crítico debería demandar una gestión transversal, interdepartamental e interdisciplinar verdaderamente integrada

que aúne los programas turísticos con los culturales y medioambientales en una acción de gobierno realmente planificada y sofisticada, que sea capaz de sobreponerse a las disputas de poder en el seno del Estado y al carácter redundante o contradictorio de numerosas formulaciones públicas.

Pero también, una museología auténticamente crítica debería preocuparse por la verdadera democratización de la cultura más allá de la ampliación de las facultades de acceso. Por valorar la educación, la comunicación y la transmisión de conocimiento e ideas sobre la propaganda. Debería premiar la expresión sobre la excelencia formal en el mundo de los museos. No deja de ser llamativo el gasto realizado habitualmente en diseño, publicidad, grafismo o luminotecnia frente a los déficits de comunicación y la rareza de las evaluaciones. A muchos asombraría comprobar la cantidad de exposiciones que movilizan sentimientos de culpabilidad o inferioridad entre el público ante muestras que no interesan a casi nadie, que no dicen nada o cuya narrativa es inadecuada. La Museología Crítica debería ayudarnos a huir tanto de cierta charlatanería política como de la autocomplacencia ramplona de los técnicos.

Pero para todo ello estamos necesitados de espacios de expresión verdaderamente abiertos ya que las publicaciones oficiales son impulsadas -y por lo tanto controladas- por los promotores políticos de las operaciones culturales y los profesionales que en ellas participan suelen ser los agentes efectivos (partícipes interesados) de las mismas iniciativas que comentan -por tanto- en primera persona y de forma obviamente encomiástica. No estaría de

más, por cierto, una acción real de los consejos de redacción de las revistas existentes para mejorar la calidad de las colaboraciones que publican pues esta práctica -que es absolutamente común en las revistas científicas- aún no ha alcanzado al campo de las Humanidades. Y es que no es lo mismo opinar informalmente como estoy haciendo yo mismo con estas palabras que intentar aproximarse de forma objetiva ante una realización museográfica concreta.

Después de tal posicionamiento, tal vez el museólogo crítico sea el que esté más capacitado para verle -antes que nadie- las orejas al lobo, para dedicarse a la importante tarea de denunciar hasta qué punto el rey anda desnudo y las cuentas de la lechera son un desastre.

## Notas

<sup>1</sup> Datos ofrecidos por Greg Richards en conferencia pronunciada ante la III Feria Internacional del Turismo Cultural celebrada en Málaga en 2006.

<sup>2</sup> Según A. de la Morena, en su intervención del seminario realizado por la Organización Mundial del Turismo en el marco de la II Feria Internacional de Turismo Cultural de Málaga (Málaga, 2005). Sin embargo, no todos los especialistas aportan los mismos datos, pues Greg Richards también en la III Feria Internacional de Turismo Cultural afirmaba que la media en el incremento de pernoctaciones era de tan sólo un 12% y que incluso había capitales como Luxemburgo que incluso descendieron en pernoctaciones en un 6'7%. Obviamente, las declaraciones institucionales tienden a la exageración. En el caso de Salamanca se habló de un impacto económico de 800 millones de euros que en realidad eran tan sólo 37'5, según datos aportados por el propio Richards.

<sup>3</sup> Ver *Plan Estratégico de Marketing del Turismo de Andalucía 2006-2008* (Consejería de Turismo, Junta de Andalucía, 2005).

## Bibliografía

**BIANCHINI, F.** The relationship between cultural resources and urban tourism policies: issues from European debates. En Dodd, D. y van Hemel, A.M. *Planning European Cultural Tourism*. Amsterdam: Boekman Foundation, 1999

**CALLE VAQUERO, M. DE LA** *La ciudad histórica como destino turístico*. Barcelona: Ariel, 2002

**HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F.** *Planteamientos teóricos de la Museología*. Gijón: Trea, 2006

**LORENTE LORENTE, J.P.** Foros artísticos de revitalización urbana, espacios para el sincretismo. En *Espacios de arte*

*contemporáneo, generadores de revitalización urbana*. Zaragoza: Departamento de Historia del Arte, Universidad de Zaragoza, 1997, pp. 11-28

**LORENTE LORENTE, J.P.** Nuevas tendencias en teoría museológica: a vueltas con la museología crítica. *Museos.es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*, n.º 2, 2006, pp. 25-33

**RAMOS LIZANA, M.** El fenómeno social de las exposiciones temporales. *PH. Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, n.º 34, 2001, pp. 146-158

**RAMOS LIZANA, M.** *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Gijón: Trea, 2007

**RAUSELL KÖSTER, P.** *Por un nuevo contrato cívico en política cultural*. Valencia: 2003. Edición digital en [www.uv.es/~cursegsm/Publiceconsult](http://www.uv.es/~cursegsm/Publiceconsult) [consulta: enero 2006]

**RAUSELL KÖSTER, P.** Valencia, la cultura en la definición del destino turístico. *Gestión. Cuadernos de gestión y dirección de hoteles y restaurantes*, n.º 16, 2004, pp. 26-36

**RAUSELL KÖSTER, P.** La ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia y el turismo cultural. En Font, J. *Casos de Turismo Cultural*. Barcelona: Ariel, 2004

**RAUSELL KÖSTER, P.** Política cultural en Valencia: Patrimonio, recursos y participación ciudadana. *Braçal*, n.º 31-32, 2005