



## Después del Beaubourg: entre la sede icónica y el flujo de relatos. Apuntes acerca de una economía del evento

Rafael Pinilla Sánchez<sup>1</sup>

Recibido: 23 de febrero de 2019 / Aceptado: 2 de junio de 2019

**Resumen.** El presente artículo propone una aproximación teórica a algunas de las transformaciones de la institución museística que resultan indisolubles de lo que se ha denominado economía del evento. Desde una perspectiva histórica, se plantea un posible punto de partida que instaaura el Centro Georges Pompidou, cuyas innovaciones sirven para contextualizar el auge de una serie de formatos y de tendencias –en las que se entrecruzan la sede icónica y el flujo de relatos– que incorporan un marcado énfasis en la dimensión temporal. A partir de ahí, se inscriben dichas tendencias en la complejidad de una coyuntura que trasciende los límites del museo y que está atravesada por una lógica cultural indisoluble del incremento de la movilidad y la erosión de toda continuidad. Un proceso de alcance sistémico que también es constatable en la propia organización urbana, en tanto la ciudad de hoy día es el territorio privilegiado por el que circulan un sinfín de eventos. Todo ello, con la intención de pensar las implicaciones de un escenario en el que se estaría reformulando tanto la dimensión del lugar como de la historia.

**Palabras clave:** Beaubourg; sede icónica; flujo de relatos; economía del evento; temporalidad

## [en] After the Beaubourg: Between the Iconic Set and the Flow of Stories. Notes About an Event Economy

**Abstract.** This paper proposes a theoretical approach to some of transformations of the museum institution that are inseparable from what has been called economy of the event. From a «historical» perspective, a possible starting point is suggested that establishes the Georges Pompidou Center, whose innovations help us to contextualize the rise of a set of formats and trends –in which the iconic set and the flow of stories intersect– that incorporate a marked emphasis on the temporal dimension. These trends are inscribed in the complexity of a conjuncture that transcends the limits of the museum and its crossed by a cultural logic inseparable from the increase of mobility and the erosion of all continuity. A process of systemic scope that is also evident in the urban organization itself, because the city of today is the privileged territory through which a multitude of events circulate. All this, to try to think about the implications of a scenario in which the dimension of the place and history would be reformulated.

**Keywords:** Beaubourg; iconic set; flow of stories; economy of the event; temporality.

**Cómo citar:** Pinilla Sánchez, R. (2019) Después del Beaubourg: entre la sede icónica y el flujo de relatos. Apuntes acerca de una economía del evento, en *Anales de Historia del Arte* n° 29 (2019), 157-167

Como se sabe, hoy día el museo está condicionado por fenómenos como el incremento exponencial de la movilidad turística o la reorganización de la ciudad como

---

<sup>1</sup> Universitat Oberta de Catalunya  
rpinillas@uoc.edu  
pinillasanchez.r@gmail.com  
Código ORCID: 0000-0002-8372-1414

plataforma de atracción de capital<sup>2</sup>. En las últimas décadas, la transición del modelo de ciudad keynesiana –comprometida con la reproducción social– al modelo de ciudad neoliberal –integrada en la competencia global por los mercados– ha favorecido el impulso de la gestión urbana asociada al *city marketing* o *city branding*, cuyas estrategias de promoción son indisociables de la valorización de determinados formatos y actividades culturales<sup>3</sup>. En este escenario, algunas de las innovaciones organizativas que competen a la institución museística presentan ciertas características que convendría abordar; seguramente todo ello revele un proceso de alcance *sistémico* en el que se estaría redefiniendo buena parte de la realidad cultural.

Se podría pensar que al margen de refundaciones puntuales el museo no ha cambiado sustancialmente a lo largo del tiempo. Desde los caóticos gabinetes de curiosidades, hasta los imponentes museos modernos, siempre se ha propuesto algo similar: un espacio acotado acoge una serie de obras significativas –o colección singular– cuya exhibición se dirige a unas audiencias específicas convocadas para su contemplación y/o «educación». En líneas generales, tanto el contenedor como el contenido presuponen unas expectativas de relativa estabilidad que no altere demasiado su criterio programático o discurso ideológico. Evidentemente, cuestiones como la tipología de esos lugares y sus características espaciales, los objetos que se consideran relevantes y patrimonializan, o la gestión, ordenación y exhibición de las colecciones sí que han atravesado por reformulaciones de calado. La historia de todo ello es parte de la historia social de la difusión del conocimiento.

En cualquier caso, la relativa continuidad del museo como artefacto con pretensiones de estabilidad organizativa incorporará durante el siglo XX unas particularidades que, en cierta manera, supondrán un cambio de paradigma<sup>4</sup>. Sobre todo, si el proceso en cuestión se sitúa a finales del siglo XX, cuando empiecen a generalizarse una serie de innovaciones estratégicas, organizativas y programáticas en numerosas instituciones de arte moderno y contemporáneo. Posiblemente, el museo que instaurare algunas de esas innovaciones será el Centre Georges Pompidou –el Beaubourg–, la «respuesta institucional» al desplazamiento transatlántico de la modernidad y a los excesos antimuseísticos del arte de vanguardia<sup>5</sup>. De esta manera, con su inauguración en 1977 el Pompidou sentará las bases del museo concebido como sofisticado dispositivo de exhibición, difusión y consumo artístico.

---

<sup>2</sup> Harvey, D. y Smith, N. (2005). *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Barcelona: MACBA, 65.

<sup>3</sup> Paddison, R. (1993). *City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration*. *Urban Studies*, 30 (2), 339-350.

<sup>4</sup> Somos conscientes de los debates teóricos que suscita el uso de la categoría de paradigma, especialmente en lo que respecta a su incorporación en las ciencias sociales. Existe una larga tradición teórica –que podría remontarse a Platón– que ha dado cuenta de la idea de paradigma desde distintas perspectivas filosóficas y epistemológicas. En este sentido, restringimos deliberadamente la cuestión y seguimos la “clásica” definición de Thomas S. Kuhn (conjunto de prácticas y saberes que definen una disciplina científica durante un periodo de tiempo concreto) para “extrapolarlo” a la institución museística y determinadas tendencias dominantes. En cierta manera, se realiza una operación similar a lo que ha propuesto Nathalie Heinich en su análisis del “paradigma del arte contemporáneo”. Para ello véase Kuhn, T. S. (1962/2006). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica, y Heinich N. (2017). *El paradigma del arte contemporáneo: estructuras de una revolución artística*. Madrid: Casimiro.

<sup>5</sup> No es este el lugar para traer a colación determinadas luchas culturales que se produjeron a partir de la década de los 50 en el eje Europa-Estados Unidos (con la vista puesta en la URSS). Resulta de sobras conocido el rol estratégico-político que adquirirá la vanguardia en Estados Unidos o el cuestionamiento del museo como institución mediadora por parte de numerosas corrientes artísticas.

Desde el primer momento, el edificio y su entorno urbano se convertirán en uno de los reclamos turísticos más visitados de la ciudad de París. Especialmente el museo, de enfática estética industrial *high-tech* –con el característico cromatismo de sus elementos más visibles– cuyo exterior exhibirá de manera ostensible su funcionalidad. Junto al singular edificio, la infraestructura del museo se concebirá como un contenedor flexible que permitirá adecuar el espacio interno a las diversas necesidades expositivas y de uso. Pero no solo los hallazgos formales o estructurales serán las aportaciones más destacables del Beaubourg; también habría que añadir su ambición programática en la que se aunarán la exhibición, la investigación y la producción –incorporando música, artes escénicas, cine, etc– en una especie de *Gesamkunstwerk* de la cultura contemporánea<sup>6</sup>.

A partir de su radical gesto autoral, funcional y simbólico, el Beaubourg representa el primer museo concebido como «evento total». De hecho, la apuesta por un proyecto museístico susceptible de convertirse en *hito* –y con la clara voluntad icónica asociada al reclamo de la arquitectura– para impulsar desde parámetros «refundadores» una determinada coyuntura local se convertirá en una suerte de principio operativo en numerosas instituciones<sup>7</sup>. Es más, esa misma querencia por el evento jugará un papel destacado en el sistema del arte global que iniciará su expansión poco tiempo después bajo similares premisas estratégicas. Se podría decir, por tanto –y en sintonía con el lenguaje filosófico de la época– que el Centre Georges Pompidou supondrá la materialización espectacular de una «máquina artística» que se «desterritorializará» tanto en su continente como en su contenido<sup>8</sup>.

Precisamente, para el debate teórico de una época en la que algunos analistas intuyeron que empezaban a cambiar las cosas se consagrará la fórmula de «efecto Beaubourg». Un efecto que en unos casos sirvió para levantar acta de un *Zeitgeist* inmerso en el simulacro y la seducción estética, y en otros para explorar desde las entrañas subterráneas del museo una utopía postsituacionista capaz de fundar una nueva sociedad<sup>9</sup>. En cualquier caso, la concepción del museo como sede icónica se diseminó con rapidez y se adaptó a infinidad de proyectos, aunque su viabilidad oscilara en función del contexto local entre el rotundo éxito y el sonado fracaso<sup>10</sup>. En cierta manera, su «recorrido histórico» se da en paralelo al auge y la consolidación

<sup>6</sup> “Obra de arte total”, como se sabe, alude al programa estético wagneriano con sus pretensiones de reforma cultural integral. Sin embargo, al igual que Boris Groys, aquí ampliamos su vínculo con determinadas estrategias culturales multimediales que integran distintas disciplinas en unas mismas coordenadas espacio-temporales. No iremos tan lejos como Groys a la hora de incorporar el término de *Gesamkunstwerk* a la organización política de determinado régimen. Para una lectura metapolítica de la categoría *Gesamkunstwerk* véase Groys, B. (2008). *Obra de arte total Stalin*. Valencia: Pre-Textos.

<sup>7</sup> Para una crónica del “modelo Beaubourg” véase Arnaldo, J. (2017). El efecto Beaubourg. *El País*, 2 de febrero, 2017. Obtenido de: [https://elpais.com/cultura/2017/01/30/babelia/1485774420\\_800534.html](https://elpais.com/cultura/2017/01/30/babelia/1485774420_800534.html) [Consulta: 25 de febrero de 2019].

<sup>8</sup> Los años 70 es la década en la que se publica el *Anti-Edipo* (1972) de Gilles Deleuze y Félix Guattari. Resulta sintomático el uso innovador de determinado lenguaje filosófico –y el uso de determinadas figuras retóricas– en un momento en que el capitalismo de posguerra tendrá que reorganizarse en términos organizativo-productivos. Se podría estar tentado a proponer determinadas homologías entre ambas “tendencias innovadoras”.

<sup>9</sup> Véase Baudrillard J. (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós, y Meister A. (1976/2014). *Baubourg. Una utopía subterránea*. Madrid: Enclave libros.

<sup>10</sup> Casos como *La ciudad de las artes y las ciencias de Valencia* o *La ciudad de la cultura de Santiago de Compostela*, son algunos de los ejemplos que se podrían traer a colación a propósito del fracaso estratégico de sedes icónicas en el Estado español. En ambos proyectos, las expectativas iniciales tuvieron que rebajarse considerablemente, sobretudo, debido a la coyuntura económica y a la falta de planificación.

neoliberal; su «crisis simbólica» coincidirá con la evidencia de que en muchos casos solo servirán como coartada para llevar a cabo excesos especulativos de actualidad mediática.

Por lo tanto, ¿qué se puede decir en el año 2019 respecto a las innovaciones que catalizó un museo como el Beaubourg? Visto en retrospectiva, resulta evidente su indudable éxito global a pesar de fiascos puntuales: Bilbao, Londres, Beijing, México DF, Osaka, Abu Dhabi y numerosas ciudades más acogerán flamantes museos cuyas características arquitectónicas, organizativas o programáticas ejemplifican el impacto de la institución parisina. Independientemente de sus diferencias en cuanto a éxito o prestigio institucional, en todos ellos se manifestará el mismo énfasis icónico y la concepción estratégica del museo –implícita o explícita– como elemento dinamizador. Y lo mismo habría que decir acerca de una agenda susceptible de incorporar diferentes disciplinas, más allá del margen de maniobra que los gestores de los museos puedan o quieran asumir.

De todas formas, aunque se trate de una crónica previsible habría que subrayar que tras los estragos económicos y sociales de la última crisis –la Gran Recesión del 2008– se han moderado algunas inercias expansivas en lo que respecta a determinados proyectos museísticos. En este sentido, se detectan tendencias comprometidas con otras demandas sociales, políticas o económicas que tienen su correspondencia en numerosos discursos –la propia arquitectura y su reciente interés por cuestiones como la sostenibilidad, la reparación, o la integración es un ejemplo que viene al caso– que parten del mismo posicionamiento crítico respecto a formatos o estrategias poco «sostenibles»<sup>11</sup>. Seguramente, el hecho de que incluso las grandes instituciones museísticas de arte moderno y contemporáneo asuman como programa esas problemáticas ya implica algo más que simple retórica marginal.

En cierta manera, en los albores de la segunda década del siglo XXI los museos parecen obligados a tener que afrontar escenarios contradictorios. Desde la integración estratégica de la ciudad en la economía global, hasta el compromiso con la necesidades culturales locales y sus demandas específicas, desde la canalización de un turismo que incorpora nuevas demandas de consumo, hasta la apuesta por políticas alternativas que impugnen institucionalidades hegemónicas. Sin embargo, en este panorama aparentemente «disperso» la continuidad de ciertos formatos museísticos, la «rebaja de expectativas», o la «tematización de la crítica», son fenómenos que presentan múltiples conexiones con una realidad que va más allá de la actualidad cultural. Por eso mismo, no estaría demás proponer una perspectiva que se distancie de la crónica de lo evidente para abordar la valorización de otras prácticas que resultan indisociables de la institución museística.

En efecto, el museo ya no se concibe como un espacio para colecciones permanentes o para albergar un patrimonio más o menos estable: es, sobretodo, un lugar que canaliza una sucesión de discursos –o relatos– mediante proyectos curatoriales temporales<sup>12</sup>. Este «giro curatorial», indisociable de la concepción organizativa y programática de los museos actuales lleva aparejado una alteración sustancial del modelo tradicional; de hecho, si antes la institución museística se concebía, principalmente, como un espacio «autónomo» cuya función era inmortalizar o consagrar

<sup>11</sup> Véase, por ejemplo Zabalbeascoa, A. (2018). Arquitectura que repara. *El País*, 15 de enero, 2018. Obtenido de: [https://elpais.com/cultura/2018/01/12/babelia/1515777768\\_410813.html](https://elpais.com/cultura/2018/01/12/babelia/1515777768_410813.html). [Consulta: 25 de febrero de 2019].

<sup>12</sup> Groys, B. (2016). *Arte en flujo. Ensayos sobre la evanescencia del presente*. Buenos Aires: Caja Negra, 25.

en términos de *longue durée* las obras expuestas –el museo es sólo un contenedor: lo importante es lo que contiene–, hoy en día es, sobretodo, un artefacto que despliega infinidad de relatos mediante la instrumentalización de un arte que *sirve* a propósitos más o menos contingentes. Una instrumentalización, por cierto, susceptible de ser interpretada en términos políticos. En palabras de Boris Groys:

Por eso, cada vez más, los museos contemporáneos dejan de ser los lugares de las colecciones permanentes para transformarse en escenarios de proyectos curatoriales temporarios –Una *Gesamkunstwerk* temporaria. Y el objetivo central de estas dictaduras curatoriales temporarias es incluir al museo de arte en el flujo, hacer del arte algo fluido, sincronizarlo con el fluir del tiempo. Actualmente el museo deja de ser un espacio de contemplación para ser un lugar donde suceden cosas<sup>13</sup>.

El museo es el artefacto por el que circulan continuamente relatos con intención de reformular lo enunciado –¿en clave dictatorial? – con fecha de prescripción<sup>14</sup>. Esta insistencia hermenéutica –siempre confrontada con los discursos que ella misma genera– se podría relacionar en exclusiva con el arte moderno y contemporáneo y su trayectoria discursiva inflacionista<sup>15</sup>. Sin embargo, se trata de una tendencia que trasciende las instituciones artísticas asociadas a una época concreta, en tanto el museo tradicional también tiende a delegar su programación al «flujo» de la instrumentalización discursiva. Además de ello, no habría que olvidar que esa sucesión de relatos es un proceso que va más allá de lo estrictamente curatorial, en tanto las programaciones de los museos suelen dialogar o solaparse con actividades de todo tipo: charlas, conferencias, seminarios, proyecciones, conciertos, visitas guiadas, actividades para niños, etc. Porque el museo actual es, sobretodo, «el lugar donde suceden cosas»<sup>16</sup>.

Por lo tanto, se podría decir que un constante flujo de relatos circula por los museos hoy día. Obviamente, esa sucesión presenta temporalidades heterogéneas y su desarrollo está condicionado por fenómenos más o menos «prosaicos» que competen a cuestiones como las lógicas internas del sistema artístico, las políticas culturales locales, e incluso la actualidad mediática del momento<sup>17</sup>. También habría que señalar que las instituciones museísticas canalizan sus discursos recurriendo a formatos que van más allá de la mera difusión de la programación que transcurre en el espacio físico en el que se asienta el museo. El papel de Internet y las TIC con sus posibilidades comunicativas e interactivas asociadas –hoy día insoslayables– ha sido la penúltima

<sup>13</sup> *Ibid.*, 27.

<sup>14</sup> Conviene destacar que la fecha de prescripción de todo relato curatorial tiene un carácter relativamente flexible, en tanto algunas exposiciones adquieren la suficiente importancia –o influencia teórico-práctica– como para redefinir el propio relato curatorial.

<sup>15</sup> Se trata de un largo debate que en relación al fenómeno del arte moderno y su “necesidad de justificación” ha generado numerosos posicionamientos críticos. Seguramente, uno de los más conocidos fue el famoso texto de Susan Sontag, cuya crítica iba dirigida contra el exceso de “teoría” que desactivaba el potencial del arte. Sontag, S. (1966/2007). *Contra la interpretación y otros ensayos*. Madrid: Random House.

<sup>16</sup> Groys, B. (2016), 27.

<sup>17</sup> Una obviedad referirse a la presencia de la actualidad en el discurso curatorial; cuestiones como la conmemoración efemérides o el debate/conflicto político son asuntos que se incorporan a menudo como coartada discursiva en el relato curatorial. De hecho, abordar la actualidad –en un sentido amplio del término– es casi un imperativo programático.

aportación en la reorientación estratégica del museo: sin su universalización, posiblemente éste no se habría reformulado en los mismos términos<sup>18</sup>.

En líneas generales, este panorama atraviesa de una manera u otra a todo el espectro museístico; un panorama cuyo énfasis en la continua «producción de cosas» está relacionado con lo que se podría denominar «economía del evento»<sup>19</sup>. Un proceso que va más allá del flujo discursivo *interno* de la institución: por un lado, continúan proliferando museos que se proyectan con voluntad de convertirse en hitos; por otro, la institución museística, independientemente de su ambición estratégica, se concibe como plataforma generadora de relatos. Cualquiera que sea su orientación dominante o «combinación conjunta», siempre implica una reconsideración de lo dado –variable en su alcance y temporalidad– que insta un *evento o un nuevo contexto* sujeto a su permanente valorización. Se trata de una economía del evento –diversa en tanto el museo incorpora desde múltiples fórmulas el *hito* y el flujo de relatos– que sobredetermina no solo a los museos, sino a la mayor parte de las instituciones culturales.

Conviene apuntar que esta concepción del museo como hito y/o como plataforma de circulación de relatos –ya sea mediante el énfasis en el continente o el contenido– coexiste, se interrelaciona y se adapta a distintas formulaciones en una coyuntura en la que lo cultural ha permeado de manera creciente la totalidad de lo social. De hecho, se ha hablado mucho en últimas décadas respecto a la importancia económica de la cultura; sin embargo al final todos los debates vendrían a coincidir en un punto: existe un consenso generalizado que se manifiesta en ambos lados de la «divisoria política»<sup>20</sup>. Por eso se entiende que tanto el aparato institucional como las distintos proyectos que exploran otras formas de producción, exhibición y difusión partan de premisas estratégicas similares en lo que respecta a la consideración de lo cultural como elemento prioritario en la legitimación de sus respectivos discursos.

Más allá de divisorias políticas y consensos, dichas tendencias organizativas y programáticas que asumen buena parte de los museos están estrechamente relacionadas con formas productivas que incorporan la ambigua categoría de creatividad como directriz<sup>21</sup>. Como se sabe, el arte y su «tradicional» énfasis en la dimensión creativa del individuo ha servido para impulsar –y legitimar– una ideología que demanda un «creativismo» generalizado que se ha incorporado a determinados patrones de producción y de consumo; de ahí que su valorización haya adquirido una importancia decisiva en ámbitos tan diversos como la especulación financiera o la

<sup>18</sup> En relación a Internet no hay que olvidar el papel que juegan los sitios Web de las instituciones museísticas con la incorporación de todo tipo de contenidos, incluso con el desarrollo de formatos que proponen una “programación paralela” solo accesible virtualmente. También habría que apuntar que la visibilidad global del museo a través de Internet condiciona tanto a los propios centros (programación, diversificación, etc) como a las audiencias (visitas, regulación de accesos, etc). Otra cuestión, evidentemente, es la incorporación de las TIC como recurso museográfico en el espacio expositivo.

<sup>19</sup> Con economía del evento aludimos a la generalización de una determinada economía cultural relacionada con la valorización de determinadas propuestas y/o proyectos indisociables de su dimensión/limitación temporal. Esa temporalidad se basa tanto en la sucesión, como en la intencionalidad de instaurar un marco temporal específico: evidentemente, la palabra evento –o acontecimiento– presenta connotaciones filosóficas que van más allá de lo que aquí se sugiere y que no compete abordar por sus múltiples derivaciones.

<sup>20</sup> “Izquierdas y derechas”; extrapolado a lo cultural: políticas culturales “innovadoras” o políticas culturales “conservadoras”. La práctica totalidad del espectro ideológico, en definitiva. Squibb, S. (2017). Sobre el modo artístico de producción. En Rossler, M. Clase cultural. Arte y gentrificación. Buenos Aires: Caja Negra, 28.

<sup>21</sup> Para un análisis crítico acerca de las implicaciones ideológicas de la “creatividad” véase Osborne, P. (2003). Against ‘creativity’: A Philistine Rant. *Economy and Society*. 32 (4), 507-525.

gastronomía popular<sup>22</sup>. Aunque habría que recordar que se trata de una valorización de la creatividad que en última instancia casi siempre responde a algo relativamente simple: «cambio en nombre del cambio»<sup>23</sup>.

Como no podía ser de otra manera, esa valorización de la creatividad evidencia paradojas como su normalización instrumental bajo marcos productivos más o menos previsibles. Desde esa perspectiva, se ha señalado la importancia del «proyecto» como modelo de planificación estratégica; un modelo que se adecua a cuestiones como la limitación temporal, la autonomía y la flexibilidad que se suele demandar respecto a las actividades que realizan numerosos actores y trabajadores involucrados en la producción cultural y obviamente en el seno de las instituciones museísticas<sup>24</sup>. De hecho, el proyecto siempre presupone una temporalidad limitada que no sólo involucra al hipotético resultado que se espera –la exposición o el evento–, sino también su lógica interna en tanto siempre se encuentra sometido a la presión temporal.

En los museos de hoy día la idea de proyecto está incorporada a cualquier programa expositivo o curatorial en tanto resulta el formato idóneo para la producción y difusión artística. Y sobretodo podría adquirir una dimensión aún más totalizadora si esa forma organizativo-productiva se acopla a determinados espacios de exhibición bajo el amparo empresarial de las *pop up*; una suerte de «formato disruptivo» –vinculado sobretodo a los sectores de la denominada «economía creativa» y «colaborativa»– que concibe la materialización física del espacio artístico y sus contenidos como un proyecto «autolimitado» al máximo en su continuidad temporal<sup>25</sup>. Quizás, en un futuro no muy lejano se avance aún más en la cancelación de toda «vieja rémora» de la estabilidad organizativa y programática que quede del museo tradicional: proyectos no faltarán.

Además de lo dicho, otro rasgo que ha adquirido una relevancia significativa en las instituciones museísticas es la creciente demanda de la presencia. En este sentido ¿qué rol diferencial –sobretodo en relación al museo tradicional– supone esa importancia de la presencialidad? Ya se ha señalado que las programaciones de los museos apuestan por una variada agenda que incorpora numerosas actividades; unas actividades que en términos de oferta de contenidos requieren determinadas «fórmulas presenciales» de una manera mucho más acuciante que en las instituciones del pasado. Esta especie de insistencia programática en la presencialidad tiende a adquirir una transversalidad –y una diversificación– que involucra en diferentes niveles y jerarquías la «abigarrada» cadena de producción, exhibición y difusión del arte.

Si se acota la cuestión al fenómeno del arte contemporáneo resulta revelador que las instituciones artísticas de hoy día promuevan el trabajo del artista y del curador mediante una «hiperactividad presencial» susceptible de brindar numerosos servicios paralelos. Conferencias, encuentros, charlas, entrevistas, visitas comentadas, y todas sus variantes posibles –con su reclamo presencial asociado– son actividades habituales que artistas y curadores incorporan en sus rutinas, tanto en los museos que acogen su obra o proyecto, como en los lugares externos que organizan eventos

<sup>22</sup> Gielen P. (2014). *Creatividad y otros fundamentalismos*. Madrid: Brumaria, 11.

<sup>23</sup> *Ibid.* 86.

<sup>24</sup> Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal, 155.

<sup>25</sup> Véase el informe Modelos de negocio disruptivos. Fundación Innovación Bankinter. Obtenido de: [https://www.fundacionbankinter.org/documentos/20183/156075/Modelos+de+negocio+disruptivos\\_Resumen/d369caa3-5a75-482e-a414-75d0588d02fb](https://www.fundacionbankinter.org/documentos/20183/156075/Modelos+de+negocio+disruptivos_Resumen/d369caa3-5a75-482e-a414-75d0588d02fb) [Consulta: 25 de febrero de 2019].

académicos, «paracadémicos» o incluso informales. Una generalización de la demanda presencial que de una manera u otra apela a la «promesa de comunicación sin mediaciones»<sup>26</sup>. O lo que es lo mismo: a un evento que posibilite el encuentro «auténtico»<sup>27</sup>.

Este incremento de la movilidad presencial de actores más o menos relevantes del sistema artístico en las instituciones museísticas –y aquí se podría mencionar la importancia de un variopinto ecosistema que presenta sus propias jerarquías– está también vinculado al incremento y diversificación de la oferta dirigida a las audiencias; unas audiencias que presentan unas características concretas y demandan una presencialidad específica en función del arte que se exhiba y las actividades que se propongan. Se trata, en definitiva, de un énfasis performativo que atraviesa tanto la difusión artística como el acceso a ésta para invocar un formato «directo» que aporte el *plus* experiencial en el que se basan las formas de consumo cultural de hoy en día. Una especie de «performatividad total» que, como ha apuntado al respecto Hito Steyerl, implica que:

La ocupación artística está siendo redefinida como presencia permanente. Pero en la infinita producción de eventos aparentemente singulares –la producción seriada de novedad e inmediatez– el acontecimiento del evento es también una performance general, como la llamó Sven Lütticken, una medida cuantificable de eficiencia y de trabajo social total<sup>28</sup>.

Resulta sintomático que esa performatividad tienda a incorporarse paulatinamente en instituciones que no son necesariamente de arte moderno o contemporáneo. En dichas instituciones son sobretodo los curadores y la nómina de expertos de turno los que adquieren el rol de «protagonistas destacados» en las actividades que demandan presencialidad. En relación a ello, incluso se podría destacar la reciente incorporación de discursos contemporáneos en museos más o menos «tradicionales» que apuestan por la presencia de artistas y de obras actuales para promover sus respectivos proyectos o diálogos<sup>29</sup>. Esta especie de «deslocalización» del flujo de relatos asociados a un determinado modelo de museo –cuyos límites hasta hace poco eran relativamente rígidos– tiende a asumir como horizonte programático un escenario interinstitucional capaz de impulsar tanto la movilidad de los discursos como de las audiencias.

La creciente demanda de lo presencial también es posible emparentarla con lo que se ha denominado «influencia del presentismo». En líneas generales, el presentismo alude a fenómenos como la generalización de una praxis cada vez más limitada temporalmente –y por tanto, supeditada al presente– o la creciente importancia de una economía de la atención afín a la inmediatez del lenguaje publicitario<sup>30</sup>. Precisamente, es en el arte contemporáneo donde se manifiesta de

<sup>26</sup> Steyerl, H. (2018). *Arte Duty Free*. El arte en la guerra civil planetaria. Buenos Aires: Caja Negra, 37-48.

<sup>27</sup> Somos conscientes que la categoría de “autenticidad” se debería desarrollar más en tanto mantiene una estrecha relación con la economía del evento aquí esbozada. Para un análisis de sus implicaciones económicas véase Boltanski, L. y Chiapello, E., *Op. cit.*, 552-577.

<sup>28</sup> Steyerl, H. *Op. cit.*, 39.

<sup>29</sup> Uno de los muchos ejemplos que se pueden citar de ese diálogo entre el arte contemporáneo y las instituciones museísticas “tradicionales” es el programa del Museo del Prado *Otras miradas*.

<sup>30</sup> Heinich, N. *Op. cit.*, 338.

manera más explícita un presentismo que tiende a reducir cada vez más la distancia que separa la obra artística del espectador. Una especie de imperativo *hic et nunc*, cuya dimensión trasciende el arte contemporáneo o la institución museística y que habría alcanzado su particular clímax debido al impulso de las TIC<sup>31</sup>.

De hecho, ya que se alude a esa dimensión extrainstitucional convendría proponer una perspectiva de mayor alcance. Algo que necesariamente conlleva no limitar en exclusiva al artefacto-museo –o al sistema artístico en general– las tendencias aquí descritas, sobretodo porque al final se desatiende un escenario que afecta a buena parte de la realidad cultural. En efecto, abordar las transformaciones organizativas y programáticas de la institución museística sin tener en cuenta que ésta se ubica en un espacio concreto con el que establece determinadas interacciones materiales y simbólicas es dejar de lado buena parte de la complejidad de las cosas. Ese espacio concreto es la ciudad, y de ahí que por eso resultaría pertinente considerar ciertas «alteraciones» espacio-temporales.

Hoy día la ciudad está atravesada por una temporalidad que se despliega en la infraestructura urbana –y por ende, arquitectónica– a través de una «energía» que es «desterritorializante», «anti-espacial», instaurando como *telos* la movilidad permanente<sup>32</sup>. A simple vista ese incremento de la movilidad puede resultar contradictorio en lo que respecta a su materialización física si se considera la proliferación de una arquitectura específica –el museo como sede icónica y tipologías afines– como algo emparentado al viejo monumentalismo con expectativas de permanencia. Como si esa «gran arquitectura» que persevera en su *estasis* fuera una especie de «residuo posmoderno» de una organización metropolitana que aún apela a una suerte de eternidad: como si con ello al final se quisiera impugnar la temporalidad y movilidad que atraviesa toda la infraestructura urbana.

Pero esa supuesta continuidad es solo aparente en tanto las directrices urbanas que definieron el siglo XIX y XX no son operativas hoy día. Porque la ciudad actual es más reacia que nunca a cualquier intento de planificación con voluntad de permanencia: se suceden eventos desde criterios que no se atienen a ningún proyecto estable más allá de un presente siempre susceptible de reactualización<sup>33</sup>. Es más, la rapidez de las transformaciones a menudo impide –o dificulta cada vez más– que se conserven los recuerdos materiales del pasado en el lapso de una generación<sup>34</sup>. De esta manera, todo el conjunto urbano se encuentra «conectado» por una temporalidad cuya inercia erosiona cualquier pretensión de continuidad. A partir de esa lógica se entienden fenómenos como el incremento de intervenciones en la órbita marketing, con la valorización de la dimensión inmaterial en detrimento de la morfología y de las infraestructuras materiales<sup>35</sup>. Como afirma Cacciari, se trata de un proceso indisoluble de una nueva realidad urbana:

De este modo, en Shangai o Tokio más que edificios existen acontecimientos: se trata de un espacio para acontecimientos organizado según medidas temporales y

<sup>31</sup> Crary, J. (2014). *24/7. Late Capitalism and the Ends of the Sleep*. Londres: Verso.

<sup>32</sup> Cacciari, M. (2010). *La ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 47.

<sup>33</sup> *Ibid.*, 33.

<sup>34</sup> Rosa, H. (2016). *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la modernidad tardía*. Madrid: Katz.

<sup>35</sup> Precedo, A, Orosa, J.J. y Miguez, A. (2010). De la planificación estratégica al marketing urbano: hacia la ciudad inmaterial. *EURE*. 36 (108), 5-27.

el territorio se presenta como una colación de acontecimientos. Se trata de la última fase de la evolución metropolitana de la ciudad moderna, que irradia desde su centro y que es capaz de arrollar cualquier presencia antigua<sup>36</sup>.

Se trata, en definitiva, de un proceso de movilidad y de aceleración que en términos espaciales disuelve el «lugar» y en términos temporales la «historia». Lugares que no permanecen o no aspiran a permanecer porque se reurbanizan, acondicionan o remodelan; que priorizan las estrategias de marketing con la intención de construir un relato asociado a una marca diferenciada; que se adecuan para la canalización de un flujo turístico que circula en busca de la siguiente experiencia. En este contexto, es evidente que los museos pueden presentar considerables diferencias arquitectónicas, organizativas o programáticas; sin embargo, al igual que la ciudad, también se encuentra atravesado por una economía temporal que obliga a producir el *próximo evento*: bien sea la ampliación o reorganización estratégica, bien sea la siguiente exposición o actividad. En el caso de las sedes icónicas el contenedor es lo que deviene evento; en el caso de las instituciones menos ambiciosas el énfasis se desplaza a un flujo de relatos cuya limitada difusión se compensa con la «innovación discursiva»<sup>37</sup>.

Ni que decir tiene que fenómenos como la aceleración temporal o el incremento de la movilidad de personas, bienes y capital son procesos estrechamente relacionados con una economía cuyas características fueron descritas hace tiempo. Por eso mismo volver a ello para clausurar un análisis parcial de la institución museística y algunas de sus transformaciones resulta un ejercicio demasiado previsible. Quizás lo sea algo menos evocar de nuevo la única referencia a una institución museística que se ha propuesto en este trayecto que ha ido del museo a la ciudad. De hecho, si desde aquí se ha aludido al «efecto Beaubourg» como posible punto de partida es, básicamente, porque al final también se podría traer a colación como «reconocimiento simbólico». Un ejercicio, por cierto, que ya se hizo en su tiempo con un tono de radical pesimismo cultural:

Con el museo tradicional se inicia la compartimentación, el reagrupamiento, la interferencia de todas las culturas (...) pero el museo supone todavía una memoria. Nunca como en el caso que nos ocupa [el Beaubourg] había perdido la memoria en provecho del almacenamiento y de *la redistribución funcional*<sup>38</sup>.

A día de hoy no sabemos como serán los museos en el futuro o si determinadas lógicas culturales contribuirán a suplantar la densidad de la historia por el flujo de relatos. Lo que si sabemos, es que la «redistribución funcional» del museo está emparentada con la erosión de una realidad que va más allá del museo: un proceso, como se ha apuntado, indisociable del desarrollo de una economía del evento como paradigma (cultural) global.

<sup>36</sup> Cacciari, M. *Op. cit.*, 58.

<sup>37</sup> Una innovación que se puede relativizar, obviamente, teniendo en cuenta que en la mayoría de los casos el arte contemporáneo sigue unas tendencias y temas muy identificables indisociables de sus «reglas».

<sup>38</sup> Baudrillard, J. *Op. cit.* p. 89.

## Bibliografía

- Arnaldo, J. El efecto Beaubourg. *El País*. 2 de febrero, 2017.
- Baudrillard J. (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Cacciari, M. (2010). *La ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Crary, J. (2014). 24/7. *Late Capitalism and the Ends of the Sleep*. Londres: Verso.
- Gielen P. (2014). *Creatividad y otros fundamentalismos*. Madrid: Brumaria.
- Groys, B. (2008). *Obra de arte total Stalin*. Valencia: Pre-Textos.
- Groys, B. (2016). *Arte en flujo. Ensayos sobre la evanescencia del presente*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Harvey, D. y Smith, N. (2005). *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Barcelona: MACBA.
- Heinich N. (2017). *El paradigma del arte contemporáneo: estructuras de una revolución artística*. Madrid: Casimiro.
- Kuhn, T. S. (1962/2006). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Meister A. (1976/2014). *Beaubourg. Una utopía subterránea*. Madrid: Enclave libros.
- Modelos de negocio disruptivos*. Fundación Innovación Bankinter.
- Osborne, P. (2003). Against 'creativity': A Philistine Rant. *Economy and Society*. 32 (4).
- Paddison, R. (1993). City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration. *Urban Studies*. 30 (2).
- Precedo, A, Orosa, J.J. y Miguez, A. (2010). De la planificación estratégica al marketing urbano: hacia la ciudad inmaterial. *EURE*. 36 (108).
- Rosa, H. (2016). *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la modernidad tardía*. Madrid: Katz.
- Rosler, M. *Clase cultural. Arte y gentrificación*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Sontag, S. (1966/2007). *Contra la interpretación y otros ensayos*. Madrid: Random House.
- Steyerl, H. (2018). *Arte Duty Free. El arte en la guerra civil planetaria*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Zabalbeascoa, A. Arquitectura que repara. *El País*. 15 de enero, 2018.