

modernidad reciente, un mismo patrón de colección, que reclama supremacía sobre cualquier otro. Esta fórmula, tan sugestiva por múltiples razones y, por eso, exitosa, pone al descubierto una tendencia a la estandarización de los contenidos en la museología contemporánea.

Con medios mucho más reducidos abundan las versiones museológicas del coleccionismo que atienden a jeroglíficos estándar. Se ha producido, de hecho, una alteración, si así puede decirse, de la naturaleza del museo, al hacerle primar sobre el coleccionismo. Si el museo antecede a la colección, como estamos acostumbrados a ver en estrenos de edificios consagrados al arte emergente en todo el mundo, el orden de los factores fuerza a que el resultado de la suma parezca un simulacro.

Esto es, si primero se dispone la infraestructura museológica profesional básica y sólo después se crea la colección que da contenido a lo anterior, la libertad de integración de los exponentes que llenarán esa infraestructura está coaccionada desde un principio. Se impone sobre ellos con una ley de selección meramente anónima, cuyo criterio tiende a formarse en la estandarización. Por decirlo de otro modo: hemos asistido a la construcción de numerosos museos sin contenidos específicos, a la confección de envoltorios de individualidades culturales sin psique o que crecen con una psique insubstancial, corta, somera. Hasta previsible, se diría. Lo importante es la ley museológica, que va por delante del sentido de los exponentes mismos e impone su carácter. Esta dinámica propicia la superficialidad del contacto con lo artístico, porque precisamente este último factor se convierte en un postizo o, al menos, en un subordinado, en un valor dependiente. El museo se ha transformado en síntoma de una cultura artística mediática.

Que la colección no sea lo primero, que lo primero sea la mediación, resta relevancia a la coherencia objetiva y a la riqueza interior. Pretendemos que el museo actúe como primer interlocutor de la creación artística, y esto requiere, para darse en grado óptimo, que invirtamos arsenales enteros de sugestión. La ritualidad del museo, de la que se apropia este culto mediático que suplanta a la personalidad del arte, exige amplificaciones. El arte como cebo de su hábitat es un destino ingrato y, a su vez, la fórmula actual de su supervivencia. Reforzar la espectacularidad, incentivar el paroxismo, dilatar los efectos, exhibir las obras en el dominio de la feria de atracciones, constituyen necesidades museográficas imperiosas. Qué impaciencia la del determinismo ofuscado. Romper con la resistencia de un espectador estragado ante una personalidad indefinida, exige de la proyección hiperbólica de la estrategia museo sobre sus contenidos. Obtenemos relaciones mecánico-causales entre el museo y las obras, entre las coordenadas de la interlocución estética y sus efectos visibles.

¿Ha llegado el momento de suplantar al arte por sus guardianes? Tal vez estemos, más bien, ante el momento de velar por el sentir artístico, que ha salido defraudado de su encarecimiento. Más adelante tendrá su turno el museo, cuya misión es proteger, cómo no, sin infligir descalabros y sin afectos histriónicos.

