

Javier Gómez Martínez

*Doctor en Filosofía y Letras (Historia del Arte) por la Universidad de Valladolid en 1994 y Profesor Titular de la Universidad de Cantabria desde 2000. La arquitectura española (y novohispana) de la Edad Moderna ha sido el principal dominio de investigación hasta 1999. En esos momentos, la asunción de la dirección del Área de Exposiciones de la Universidad de Cantabria, a la par que la docencia en museología, motivaron la reorientación científica hacia los museos. El resultado fueron varios artículos y el libro *Dos museologías. Las tradiciones anglosajona y mediterránea: diferencias y contactos* (Gijón, Trea, 2006). La dirección del Área de Exposiciones implica la gestión de dos salas de exposiciones, la construcción de la Colección UC de Arte Gráfico (http://www.buc.unican.es/gabestampas/principal_estampas.htm) y la promoción de la itinerancia de las exposiciones organizadas con obras de esa colección.*

¿AL CINE? NO: AL MUSEO

Javier Gómez Martínez

Resumen

La museología anglosajona siempre se ha distinguido por su tendencia a construir narraciones. En los últimos años, ha ido creciendo el acercamiento a las estrategias de la narración cinematográfica, con ánimo competitivo, acelerado en un contexto de crisis que se inició con los atentados del 11-S de 2001 y continúa con la crisis financiera desatada en 2008. Nada de eso se observa en la museología mediterránea todavía, lo que prolonga la cadena histórica de diferencias entre ambas.

Palabras Clave: Museologia, Cine, Museografia, Narratividad

Abstract

Making narratives is a feature which has always distinguished Anglo-Saxon museology. During the last few years museums have witnessed a growing approach to the use of cinematographic narrative strategies, with a competitive drive, fed by a context of crisis initiated with the 9/11 terrorist attacks and maintained by the financial predicament set off in 2008. However, none of that is seen in Mediterranean museology, accentuating the historic chain of differences among both approaches.

Keywords: Museology, Movies, Museography, Narrativity

A diferencia de los mediterráneos, los museos anglosajones no nacieron por la necesidad de catalogar y conservar unos bienes en peligro sino para construir historias con las que ilustrar a los ciudadanos; no son museos nominales sino verbales. Se trata de una clasificación de la que ya me he ocupado en anteriores ocasiones con relativa extensión (Gómez Martínez, 2004 y 2006), de modo que lo que haré aquí no será repetir argumentos sino articular una serie de evidencias muy recientes que vendrían a demostrar cómo ese reparto de caracteres sigue, más que activo, en potente desarrollo.

Hemos visto a los museógrafos anglosajones construir narraciones dentro y fuera del museo, *museum groups* en forma de *period rooms* (las de la American Wing del Metropolitan Museum de Nueva York o las British Galleries del Victoria and Albert Museum de Londres) o de *historic towns* recreados a partir de inmuebles históricos trasladados y reagrupados desde sus emplazamientos originales (Colonial Williamsburg, Greenfield Village e Historic Richmond Town en los Estados Unidos). Hemos visto, asimismo, a una ciudad tan emblemática como New York musealizar sus distritos históricos (SoHo, Greenwich Village, Brooklyn Heights, etc.) y definir rutas temáticas (sobre la inmigración, a partir del Lower East Side Tenement Museum) cuyos paralelos británicos podrían ser el Wall Walk (sobre la muralla romana, a partir del Museum of London) o la regeneración de la ribera sur del Thames a su paso por la capital (entre Southwark y Greenwich principalmente, con un estudiado y tecnificado neovictorianismo).

En cualquiera de los ejemplos enumerados, se trata de comunicar la Historia (*History*) de la manera más amena posible, traduciéndola a narraciones más concretas, cercanas y particulares, es decir, a historias (*stories*), como solo la literatura o el cine saben hacer. El atractivo específico de la narración museográfica ha radicado siempre en su materialidad, es decir, en trabajar con los objetos reales, luego ¿qué mejor que pretender aunar los atractivos de la pantalla y de la vitrina? Desde los últimos años noventa y, sobre todo, con el nuevo siglo, venimos asistiendo a un solvente maridaje entre el cine y los museos en el que, inicialmente, el primero pretendió beneficiarse del tirón popular de los segundos, pero el flujo no ha tardado en funcionar también en sentido inverso y, si cabe, en hacerlo más intensamente. Esta relación de ida y vuelta es otra de las causas/consecuencias de la popularización vivida por los museos a lo largo de las tres últimas décadas, como lo han sido la creación exponencial de nuevos centros, la multiplicación de exposiciones o su consagración como activos turísticos de primer orden. El proceso puede ser sintetizado en tres pasos sucesivos, que no se anulan sino que se suman.

Paso uno: el museo “actúa” en las películas

Estábamos, si no acostumbrados, sí al menos familiarizados con el hecho de que los museos se colaran en las localizaciones de numerosas películas. Los ejemplos son abundantes y antiguos (véase www.imdb.com), pero pocos resultarán tan reveladores como los tres que deseo traer a colación.

Cuando la industria del espectáculo y la arquitectura espectacular comparten la misma patria, el romance es inevitable. Que la arquitectura postmoderna haya tenido en los museos a muchos de sus principales clientes y que la peculiar Torre de Babel que Frank Lloyd Wright plantó en la Gran Manzana en 1959 sea para muchos –entre los que me incluyo– el germen de esa alianza entre el espectáculo arquitectónico y el museo, aclara los términos. El Guggenheim Museum de Nueva York ha servido de localización a diferentes películas, desde *Men in Black* (Barry Sonnenfeld, 1997) hasta *The International* (Tom Tykwer, 2009), en la que una réplica de la rotonda fue levantada en los estudios alemanes Babelsberg, previo pago al museo por los derechos de imagen (Wolf, 2009). Las citas no son las únicas ni las más tempranas, pero nos recuerdan una cuestión, la rentabilidad icono-económica, que deberíamos de tener en cuenta antes de criticar los excesos constructivos de los museos postmodernos.

El segundo es el *remake* de *The Thomas Crown Affair* (John McTierman, 1999). El Metropolitan Museum de New York goza de un protagonismo inusual, hasta el punto de que la narración se resuelve en una escena de nueve minutos dentro de las salas de pintores impresionistas, en un alarde de montaje que pone a funcionar los sistemas antiincendios al ritmo del *Sinnerman* de Nina Simone. Con ser excepcional, lo más indicativo del lugar que el museo ha alcanzado en la sociedad contemporánea no es esa exhibición compositiva, sino la comparación de esta película con su original, de igual título pero rodada treinta y un años antes (Norman Jewison, 1968): lo que en la nueva versión representa el museo de arte, es decir, el escenario del robo en torno al que gira el argumento, en la versión original había sido un banco.

El tercero es la reciente *Night at the Museum. Battle of the Smithsonian* (Shawn Levi, 2009), porque ahora el museo (localizado en el Mall de Washington) se ha convertido en el protagonista absoluto de la cinta (fig. 1). Si el argumento fuera solamente ése, valdría con citar la primera parte, ambientada en el American Museum of Natural History de New York y estrenada en 2006. Sucede, no obstante, que la secuela ha refinado la estrategia de *marketing* y, así, ha batido récords de recaudación en las salas donde la entrada se vendía conjuntamente con la de los museos reales de la Smithsonian Institution, al tiempo que ésta lograba también

cifras inusitadas en sus propias pantallas Imax con la misma proyección (Cieply, 2009.05.26). Bien puede ser considerado el corolario de una práctica, la de introducir a los museos en el cine, que se ha vuelto cotidiana; prueba de ello es que la revista norteamericana *ARTnews* (<http://www.artnewsonline.com>) le ha venido dedicando a este tipo de películas una y hasta dos reseñas por número entre febrero y junio de 2009.

Paso dos: el museo copia las películas

Sin perjuicio de lo visto previamente, otra forma de conjunción museo-cinematográfica se ha ido desarrollando en lo que llevamos recorrido de siglo XXI. Una imagen captada a comienzos de 2003 resume todo lo que cabe en este epígrafe: los enormes carteles del Metropolitan y del Natural History Museum de New York compitiendo por la audiencia con los musicales de Broadway desde las torres publicitarias de Times Square (fig. 2). Si la pugna en sí misma es interesante y significativa, más lo son las armas empleadas por los museos: sendos iconos consagrados por la industria del entretenimiento a través de películas muy señaladas. El de historia natural saca a pasear su T. Rex (en realidad lo encarama a un rascacielos, como si de King Kong se tratara), talismán de los mejores museos del género desde que Steven Spielberg lo “resucitara” en *Jurassic Park* (1993); notemos, de paso, que con ese film el director había buscado una versión terrestre de su *Tiburón* (*Jaws*, 1975), considerada la primera de las *blockbusters* (Shone, 2005), porque entre eso, entre “taquillazos” cinematográficos tornados en museográficos nos estamos moviendo. El museo de arte interpela al visitante potencial a través del *Study of a Young Woman*, de Johannes Vermeer, sustituto americano de la “Joven de la perla” que estaba cautivando a medio mundo en esos momentos gracias a la novela y a su encarnación en Scarlett Johansson en la que ya era inminente película del mismo título (*Girl with a Pearl Earring*, Peter Webber, 2003).

La actualización de esa imagen, seis años después, podría corresponder a *Real Pirates*, la exposición estrella del Field Museum de Chicago en 2009 (fig. 3), que recrea la vida a bordo del *Whydah*, un barco pirata hundido en 1717, recuperado su pecio recientemente. Sorprende por la extensión e intensidad de su publicidad (proporcional a su duración, de febrero a octubre), que no solo se concentraba en una gran avenida como es State Street, entelándola con banderolas y poblándola con maniqués de resina instalados a pie de calle, sino que se extendía “viralmente” a otros espacios de la ciudad, desde la línea de ferrocarril hasta la tienda del Children’s Museum. No nos sorprenderá que el reclamo escrito apele expresamente

a la literatura de aventuras y a la cinematografía (“Pirate adventures have filled storybook pages and movie screens”), porque lo que está vendiendo es una versión tangible (con objetos “reales” rescatados del fondo del mar) de la multimillonaria trilogía *Pirates of the Caribbean* (Gore Verbinsky, 2003-2007); ya había ocurrido antes con *Titanic*, como veremos a continuación. Y sorprendente vuelve a ser, por último, su programación en un museo de historia natural como es el Field. El marco acostumbrado para ese tipo de muestras son los museos de ciencia y técnica, pero ocurre que el de Chicago estaba ocupado, paralelamente, por *Harry Potter: The Exhibition*, que también proyectaba la más reciente entrega de la saga en su pantalla Imax, bajo el mismo techo: “See the movie. Experience the exhibit. Under one roof...” era el reclamo, en efecto.

Una conducta como la descrita no parece plantear ningún tipo de conflicto en el contexto norteamericano, tan permeable al *show business*. En el británico, en cambio, habitualmente menos extremo, ha sido objeto de duras críticas allí donde más han cabido: en el Science Museum de Londres. A caballo entre 2002 y 2003, organizó una exposición sobre James Bond, a la que siguieron, en ese último año, *Titanic: The Artefact Exhibition* (fig. 4) y *The Lord of the Rings Motion Picture Trilogy: The Exhibition*, sincronizada ésta con el estreno de la última entrega de la serie. Las críticas contra el director del centro fueron muchas y muy duras, acusándole de producir atracciones antes que investigar, máxime cuando estaba en peligro la permanencia de la biblioteca y de varios puestos de trabajo, y de externalizar funciones “curatoriales” al encargar la exposición sobre el trasatlántico a una empresa norteamericana del negocio audiovisual, entre otras cosas; la conversión del museo en un cine o en una sala de conciertos era percibida como un peligro muy real (Sudjic, 2005.02.13).

Notemos que la exposición con artefactos del trasatlántico se promocionaba apelando enfáticamente a “real objects real stories”, del mismo modo que los piratas del Field Museum, con sus objetos, eran “real”. El museo hace valer el carácter tangible, tridimensional, de sus narraciones como signo distintivo y exclusivo.

Quizás ahora estemos en condiciones de enjuiciar mejor el creciente interés de la industria cinematográfica por la tecnología 3-D como apuesta de futuro.

Los parámetros que mejor explican la carrera de los museos por copiar las *blockbusters* cinematográficas son los del post-11-S. Los atentados del 11 de septiembre de 2001 contrajeron tanto el ánimo colectivo estadounidense como el flujo de turistas, con el consecuente deterioro de las arcas de unas instituciones que dependen, como es de sobra sabido, más que las de cualquier otro país, del dinero privado, de los ingresos en taquilla. También es de manual la noción de que en Gran Bretaña la financiación pública complementa significativamente la privada, pero

ocurre que, a raíz de la caída del turismo por efecto del mismo suceso, el Gobierno británico había decidido anular el cobro de entrada en los museos públicos, algo que estimuló la afluencia de visitantes locales pero aligeró las arcas.

A una crisis semejante, si no peor, es a la que asistimos en estos mismos momentos, la desatada en 2008 en los mercados financieros. Ha vuelto a poner en jaque a los museos de todo el mundo, en la medida de su mayor o menor dependencia del dinero privado, una vez más. Así, por regresar al escenario donde antes y con mayor claridad se manifiestan estos fenómenos, se aprecia en los Estados Unidos de Norteamérica que los estudios de público nunca han sido tan importantes ni tan sofisticados en sus museos como de dos años a esta parte, en la medida en que necesitan más “clientes” para mantenerse y compiten por ellos “con los centros comerciales locales, con salas cinematográficas y hasta con las tiendas de comestibles” (Vogel, 2009.03.12). Es en este nuevo panorama donde cabe observar un refinamiento de las estrategias de aproximación del museo a la cinematografía, definiendo un tercer paso que ha venido a sumarse a los anteriores.

Paso tres: el museo realiza sus propias películas

A lo que estamos asistiendo ahora es a una asunción evidente, por parte de algunos museos, de pautas propias de los otros dos géneros expresivos, el literario y el audiovisual. Es una opción más madura, más elaborada, y en esa ponderación parece que los británicos mantienen su proverbial ventaja.

En Londres, en el British Museum, encontramos algunas de las manifestaciones más conspicuas y actualizadas de una narrativa que se adentra en lo novelesco para desembocar en lo cinematográfico, aplicada a sus exposiciones temporales. *Hadrian. Empire and Conflict* (2008) anticipó una estrategia de la que pronto veremos otras muestras, léase la inclusión en el título del componente pasional, del “conflicto”, en este caso. La preparación del terreno por la novela de Marguerite Yourcenar sobre varias generaciones de lectores se da por supuesta ante esta lectura museográfica, pero lo más sobresaliente pertenece al vídeo promocional, un archivo mp4 convenientemente descargable vía *web* (<http://www.britishmuseum.org>). En minuto y medio, caben todas las pasiones del emperador (la militar, la cultural y la erótica); no obstante, yendo más allá, lo que convierte a ese documento en una pieza absolutamente hipnótica y persuasiva es la forma (el montaje de sonido e imagen), propia de un *trailer* cinematográfico. En este caso, el museo se adelantó al cine, justo cuando en los mentideros de Hollywood se viene anunciando un *biopic* del emperador hispalense.

Que lo advertido no se trata de un hecho aislado o casual lo demuestra la exposición equivalente programada por el mismo centro para el otoño de 2009: *Moctezuma. Aztec Ruler*. Estando prevista su inauguración el 24 de septiembre, el proyecto fue presentado a los medios por el director del museo y los dos comisarios (británico y mexicana) a comienzos de abril (Kennedy, 2009.04.07; “Londres evoca...”, 2009.04.07). Con un planteamiento que parece dispuesto a desempolvar el debate en torno a la Leyenda Negra, lo que nos interesa recalcar ahora es el evento mediático en sí, porque presentaciones de ese tipo, escenificadas con casi medio año de antelación y lo sustancial del equipo humano, solo las habíamos visto, hasta ahora, en el mundo del celuloide; me refiero a los ya habituales “inicios de rodaje”, encargados de poner a punto la expectación informativa que preparará el terreno hasta el momento del estreno de la película o, desde ya, de la exposición.

Vayamos ahora a Norteamérica, tomemos la reciente exposición sobre Tiziano, Tintoretto y Veronés celebrada en el Museum of Fine Arts de Boston y quedémonos con su subtítulo: “Rivals in Renaissance Venice”. La apostilla vuelve a introducir un elemento pasional más propio del género novelesco y, consecuentemente, aligera una posible percepción académica, disuasoria para el gran público. Esa rivalidad fue glosada, de tan ostentosa, ya en vida de los propios artistas; lo sobresaliente ahora es que haya sido contada por parejas y tríos de cuadros que, sobre una base temática, se explican entre sí como resultado de los celos profesionales (Ilchman, 2009: 21). El potencial novelesco se ha hecho tan preponderante que ha contagiado convenientemente los principales terminales comunicativos del proyecto.

Por un lado, la página *web* (<http://www.mfa.org/venice/>) ha sacado especial partido a un hecho circunstancial acaecido durante la preparación de la exposición: el análisis de una “Natividad” de Tintoretto, propiedad del museo, demostró que se trataba en realidad de la parte inferior de un “Calvario”, efectivamente pintado por el maestro, que un pintor mediocre había fragmentado y reensamblado para transformarlo en otro tema. Así lo cuenta el catálogo impreso (Ilchman, 2009: 164-172), pero la interactividad *on-line* permite abundar en el fondo detectivesco del asunto e introducir ganchos como “las primeras pistas” y concluir con un “el misterio continúa”, o sea, un *cliffhanger*, un final abierto como los utilizados en cinematografía.

Por otro lado, la prensa, generoso barómetro de la importancia social de los museos en Norteamérica, ha sido receptiva a un planteamiento tan narrativo y ha sido capaz de acentuarlo. En palabras de un renombrado crítico de arte de *The New York Times*, la historia contada por la exposición (“the story the exhibition tells”) era la de “un discordante ménage-à-trois ligado por la envidia, el talento, las circunstancias y una extraña versión de amor” (Cotter, 2009.03.13).

La exposición de Boston ha sido realizada en colaboración con el Musée du Louvre (donde podrá verse a lo largo de este otoño de 2009), pero no es la exposición que hubiera hecho el Louvre. Ésa se parecería más a la que produjo el Museo del Prado hace dos años, en la que, por cierto, había colaborado Frederich Ilchman, comisario de la americana (Falomir, 2007). Habiendo sido una exposición científica y museográficamente impecable, *Tintoretto* se centró en una sola de las tres estrellas venecianas, sobre una base cronológica, es decir, biográfica (fig. 5). Se hace imposible no recordar aquellas declaraciones del director de la National Gallery de Londres cuando, en 1928, se manifestaba contrario al “star-system” del Prado, precisamente, y predispuesto a construir, por ejemplo, una exposición sobre la vida la España del siglo XVII con cuadros de Velázquez antes que una antológica del artista (Gómez Martínez, 2006: 67).

Ya hemos visto cómo debemos interpretar estos nuevos signos: como respuesta inmediata e innegable a la necesidad de atraer al público, en competencia con otras ofertas de ocio, máxime en el presente escenario de crisis económica global. Los casos británico y norteamericano difieren, no obstante, en matices significativos. Coinciden en que unos y otros necesitan convencer al público de que si, para disfrutar una exposición temporal, tiene que pagar una entrada notoriamente más cara que la del cine, el producto que se le ofrece es mejor que la mejor superproducción cinematográfica. Pensemos que las entradas para *Hadrian* y para *Moctezuma* costaron y cuestan 12 libras, mientras que la entrada ordinaria de un multicine asciende a 9.70 libras; análogamente, en Boston, asistir a *Titian. Tintoretto. Veronese* costó 25 dólares, frente a los 12 del cine.

Difieren en el discurso de fondo. Es evidente que el Museo Británico, con financiación parcialmente pública y gratuidad establecida para la colección permanente en 2002 (inmediatamente antes de la llegada del actual director, Neil MacGregor, y en medio de una grave crisis interna), se vale de las exposiciones temporales para compensar sus ingresos. Pero también lo es que forman parte de un programa perfectamente orquestado para desarrollar y difundir lo que el museo denomina su “misión”, esto es, el relanzamiento del espíritu universal con el que fuera fundado en el siglo XVIII (un museo de todo el mundo para todo el mundo), que ha sido clave en la superación del estado crítico en que había llegado al siglo XXI. Las dos exposiciones citadas cierran un ciclo de a cuatro dedicado a otras tantas cabezas de imperios de la Antigüedad, que había comenzado en 2007, el mismo año en que las cámaras de la BBC daban forma de serie televisiva a la trastienda de la centenaria institución con la idea de acercarla, cómo no, a todos los rincones de su “global community” (MacGregor, 2007: 7).

¿Y en la órbita francesa?

Una vez más, la actitud de Francia se sitúa en las antípodas de lo observado en Norteamérica y, sobre todo, en Gran Bretaña. El prurito artístico y tópicamente chovinista de su tradición cultural hace que sea así, como en la época de la creación del Louvre. Características de ese modo francés serían las “cinés-cités”, desarrolladas por François Barré en los pasados años noventa, exposiciones-espectáculo, no en el sentido de las *blockbusters* sino en el de la creación dramática o escenográfica, que proponen sensaciones audiovisuales que sitúan al visitante en un mundo irreal. Nada que ver con la narratividad de que venimos hablando: “Sin pretender explicar nada, se le invita [*al espectador*] a tocar, a caminar libremente por un universo de fantasía y de ensueño en el que todos los sentidos están implicados” (Hernández Hernández, 1998: 277). De nuevo, la primacía de las consideraciones hedonistas, puramente sensoriales, aleja cualquier sombra de pragmatismo, a menos que consideremos como tal el evidente ánimo de epatar al público, en el mismo sentido en que fuera creada su primera pinacoteca dos siglos atrás.

La persistencia de ese mismo prejuicio en el enfoque de las exposiciones temporales ha quedado apuntado unos párrafos antes, a propósito de los maestros venecianos. Otro ejemplo, igualmente actual, arrojará luz adicional acerca del orden de cosas: sendas exposiciones dedicadas al Barroco, en 2009, por el Victoria and Albert Museum y por la Réunion des musées nationaux franceses (fig. 6). El enfoque de la primera fue doblemente global, por atender a todas las manifestaciones artísticas y a su difusión hasta los confines de Oriente y Occidente, es decir, acorde con la perspectiva universalista apuntada en el British Museum (Snodin, 2009). El de la segunda se centró en el ceremonial cortesano establecido por el Rey Sol y emulado en las restantes cortes europeas, convirtiendo el escenario, el palacio de Versalles, en parte del montaje (*Fastes de cour...*, 2009). En este caso, se trata de un ejercicio más de resurrección de la *grandeur* monárquica desde el presente republicano. Sin ir más lejos, la restauración de Versalles, aunque iniciada en 2004, parece haberse convertido en el empeño personal de Nicolas Sarkozy, en el equivalente a los *grands travaux*, casi siempre museográficos, de sus predecesores. Lo entenderemos en su verdadera magnitud a la luz de la crisis moral (aparte de social y todo lo demás) en que se desarrollaron los últimos años de la presidencia de Jacques Chirac, que tocó fondo cuando París perdió la candidatura olímpica para 2012 en favor de Londres; lo que se puso de manifiesto entonces fue, aparte de las malas artes de la delegación gala, la confrontación de dos horizontes contrapuestos a cada lado del Canal de la Mancha, ascendente uno y descendente otro (Willsher, 2005.07.06).

Fue cinco meses después, por cierto, cuando el propio presidente de la república le insinuó al director de *The Da Vinci Code* (Ron Howard, 2006) que le allanaría el rodaje en el Musée du Louvre si le permitía influir en materia de *casting* (Sage, 2005.12.29).

Conclusión

A la vista de la situación puesta de manifiesto por la actualidad expositiva en los grandes museos occidentales y sus flirteos con la cinematografía, parece que las dos museologías que pretendí definir hace tres años siguen más firmes que nunca en sus posiciones. Hace unas horas como quien dice (después de haber enviado el resumen de esta ponencia), una periodista preguntaba a Thomas Krens cómo creía que sería el modelo de museo en el futuro. El gurú norteamericano apostó por la audacia y auguró cosas sorprendentes: “Puede que haya que pensar en aunar las artes plásticas con las artes escénicas o la cinematografía” (García, 2009.07.10). Y nosotros, ahora, nos preguntaremos: ¿todavía más?

Figuras



Fig. 1. Cartel promocional de *Night at the Museum. Battle of the Smithsonian* (Santander, mayo 2009).



Fig. 2. New York. Times Square (marzo 2003).



Fig. 3. Chicago. State Street. Promoción de la exposición Real Pirates, del Field Museum (septiembre 2009).



Fig. 4. London. Science Museum. Acceso a la exposición Titanic: The Artefact Exhibition (mayo 2003).

Fig. 5. Portadas de los catálogos de las exposiciones dedicadas a Tintoretto (Madrid, Museo Nacional del Prado, 2007) y al mismo pintor y sus coetáneos venecianos (Boston, Museum of Fine Arts, 2009).



Fig. 6. Portadas de los catálogos dedicados al Barroco en Francia (Château de Versailles) y en Gran Bretaña (Victoria and Albert Museum) en 2009.

(Nota: todas las imágenes son del autor; las figuras 5 y 6 han sido compuestas digitalizando las portadas de los libros en cuestión).

Bibliografía¹

- Cieply, Michael (2009.05.26), "Fire power? 'Night at the Museum' outguns 'Terminator'", *The New York Times*, en http://www.nytimes.com/2009/05/26/movies/26box.html?_r=1&ref=arts (accedido en 30 octubre 2009).
- Cotter, Holland (2009.03.13), "'Titian, Tintoretto, Veronese'. Passion of the moment: a triptych of masters", *The New York Times*, en http://www.nytimes.com/2009/03/13/arts/design/13titi.html?_r=1&ref=arts (accedido en 30 octubre 2009).
- Falomir, Miguel (ed., 2007), *Tintoretto, Madrid*, Museo Nacional del Prado (cat. exp.).
- Fastes de cour et ceremonies royales. Le costume de cour en Europe 1650-1800* (cat. exp., 2009), París, Réunion des musées nationaux (com. Pierre Arizzoli-Clémentel y Pascale Gorguet Ballesteros).
- García, Ángeles (2009.07.10), "Entrevista: Thomas Krens. Director de Proyectos Internacionales de la Fundación Guggenheim", *El País*, en http://www.elpais.com/articulo/cultura/cultura/moda/elpepicul/20090710elpepicul_1/Tes (accedido en 30 octubre 2009).
- Gómez Martínez, Javier (2004), "Narrar dentro, narrar fuera del museo", en José Manuel Iglesias Gil (ed.), *Actas de los XIV Cursos monográficos sobre el patrimonio histórico*, Santander, Universidad de Cantabria – Ayto. de Reinosa, pp. 31-48.
- Gómez Martínez, Javier (2006), *Dos museologías. Las tradiciones anglosajona y mediterránea: diferencias y contactos*, Gijón, Trea.
- Hernández Hernández, Francisca (1998), *El museo como espacio de comunicación*, Gijón, Trea.
- Ilichman, Frederick (2009), *Titian. Tintoretto. Veronese. Rivals in Renaissance Venice*, Boston, Lund Humphries (cat. exp. Museum of Fine Arts).
- Kennedy, Maev (2009.04.07), "New exhibition challenges view of Aztec emperor Moctezuma as traitor", *The Guardian*, en <http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2009/apr/07/montezuma-exhibition-british-museum-moctezuma> (accedido en 30 octubre 2009).
- "Londres evoca el esplendor del imperio azteca" (2009.04.07), *El País*, en http://www.elpais.com/articulo/cultura/Londres/evoca/esplendor/imperio/azteca/elpepucul/20090407elpepucul_6/Tes (accedido en 30 octubre 2009).
- Macgregor, Neil (2007), "Foreword", en Rupert SMITH, *The Museum. Behind the Scenes at the British Museum*, Londres, BBC Books, p. 7.
- Sage, Adam (2005.12.29), "Chirac fails to have his way on Da Vinci casting couch", *The Times*, en <http://www.timesonline.co.uk/article/0,,13509-1961626,00.html> (accedido en 30 octubre 2009).
- Shone, Tom (2005), *Blockbuster: How the Jaws and Jedi Generation Turned Hollywood into a Boom-Town*, Londres: Simon & Schuster.
- Snodin, Michael (ed., 2009), *Baroque. 1620-1800. Style in the Age of Magnificence* (cat. exp.), Londres: Victoria and Albert Mueum.
- Sudjic, Deyan (2005.02.13), "Who will now save our museums?", *The Observer*, <http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2005/feb/13/art.museums> (accedido en 30 octubre 2009).
- Vogel, Carol (2009.03.12), "Museums refine the art of listening", *The New York Times*, http://www.nytimes.com/2008/03/12/arts/artsspecial/12visitors.html?_r=1&ref=artsspecial&oref=slogin (accedido en 30 octubre 2009).

1 Los artículos de prensa van fechados por año, mes y día.

Willsher, Kim (2005.07.06), “The outlook for France is like the sky... grey”, *The Guardian*, <http://www.guardian.co.uk/uk/2005/jul/06/olympics2012.olympicgames2> (accedido en 30 octubre 2009).

Wolf, Rachel (2009), “Shooting gallery”, *ARTnews*, 108 (2), en http://artnews.com/issues/article.asp?art_id=2652 (accedido en 30 octubre 2009).