

Limpiar y difundir

VICENT ESCAMILLA GIMÉNEZ

Periodista

Hace no mucho tiempo, alguien muy querido por mí me comentó que la única obligación de los responsables de los centros museísticos era mantenerlos limpios y difundirlos. Obviamente esta sentencia, fruto del paroxismo, es una exageración, una hipérbole que, no obstante, sintetiza a la perfección el cometido que deben cumplir los gestores (técnicos, directores de museo, concejales...) del patrimonio cultural que se guarda en los museos de la Comunitat Valenciana.

La obligación de mantenerlos limpios se traduce en la necesidad de que el continente (el museo físico) y el discurso museográfico esté adaptado a la sociedad actual. La higiene, como el valor en el desaparecido servicio militar, se presupone. Una adaptación que incluye la superación y eliminación de las barreras arquitectónicas y audiovisuales, pero también un planteamiento radicalmente diferente a la idea de museo tradicional (aquella que se gestó a finales del siglo XIX). La mera exhibición, ordenada según criterios racionales y explicación somera de las piezas (tanto da que sea pintura, escultura, fósiles o elementos numismáticos) está totalmente desfasada. Tienen por tanto que "limpiar" la pátina y el olor a naftalina que aún desprende algún centro, cada vez en menor número afortunadamente.

El afán por la limpieza debe llegar también a las programaciones. Son innumerables las piezas que atesoran los museos de la Comunitat Valenciana, pero no son tantas las que están

expuestas, exhibidas al alcance de todos los ciudadanos. Existen museos, principalmente aquellos a los que ha llegado una nueva generación de directores, que son conscientes de la necesidad de que los fondos de los centros vayan siendo expuestos rotativamente, en un plazo relativamente corto de tiempo, como medio para dar a conocer sus contenidos. Esto requiere un esfuerzo, tanto en personal, como material y, por supuesto, de recursos económicos. Un cuadro colgado durante años no tiene más gasto (acéptenme esta simplificación) que la alcayata que lo ancla a la pared.

Estos esfuerzos (mínimos si se comparan con producciones propias o intercambios con otras entidades culturales y museísticas) los pueden acometer prácticamente todos los museos valencianos. Sin embargo, 2009 ha llegado acompañado de una crisis económica que puede hacer pensar a algún gestor municipal, cultural o político que la cultura y su difusión son poco más que el chocolate del loro, por lo que pueden congelar e incluso reducir los recursos que a ella se destinan.

Nada más erróneo, si se tiene en cuenta tanto una visión puramente crematística, puesto que la cultura atrae dinero y visitantes allí donde existe un foco importante de ella; como una visión de responsabilidad social, la que emana del hecho de que los museos sean guardianes y gestores de gran parte del patrimonio cultural. Así pues, ténganlo en cuenta: mantenerlos limpios y difundirlos.

