

Tan cerca, pero tan lejos

RAFAEL J. TERÁN
Delegado de TVE en Huelva

El Museo de Huelva cumple treinta años desde su creación en 1973. Desde entonces ha sido depositario de las muestras más importantes de la Arqueología y la Pintura de esta provincia, cuna de algunos maestros de los siglos XIX y XX, inspirados en una tierra de la que, en las salas del Museo, se conservan restos de las culturas que la ocuparon desde la Prehistoria.

Aunque los antecedentes de este Museo están en el año 1922, cuando un grupo de particulares cedió piezas en su poder para ser expuestas en Huelva, no fue hasta 1973 cuando en verdad se inauguró como Museo estatal, que actualmente es gestionado por la Junta de Andalucía.

Aquellos primeros años, en los que Mariano del Amo era el director conservador y un inagotable investigador de la Arqueología provincial, ya marcaron el futuro de un edificio y unas salas que, aún hoy, adolecen de dos grandes limitaciones: el espacio físico y la falta de medios.

Creo que es evidente que cuando se construyó el edificio del Museo Provincial de Huelva, que era una apuesta personal del entonces director General de Bellas Artes, Florentino Pérez Embid, nadie tuvo la visión de futuro suficiente como para asegurarse la posibilidad de reservar terrenos en su entorno que permitiesen una futura ampliación, y por eso ahora nos vemos como nos vemos. Con apenas tres mil metros cuadrados de suelo en los que cualquier desarrollo siempre es a cambio de sacrificar contenidos o servicios que hoy en día son imprescindibles en un Museo moderno.

Museo

Tan cerca, pero tan lejos

Lo cierto es que, por una razón u otra, desde su inauguración hace tres décadas, el Museo aún no ha conseguido conectar realmente con Huelva. Lo afirmo aún a pesar de que, en los últimos años, ha aumentado el número de visitantes, alimentado principalmente por los grupos de estudiantes y escolares, pero los ciudadanos apenas acuden a unas salas que han sido objeto de numerosas reestructuraciones y cambios de finalidad que han estado marcadas más por el criterio voluntarista de sus directores —por cierto, este Museo llegó a estar cinco años sin director en los años noventa— que por un criterio científico acorde con las tendencias comunicativas de cada época.

Por ejemplo, la sala permanente de Arqueología, una de las señas de identidad del Museo y del patrimonio histórico de Huelva, ha sido reestructurada en tres o cuatro ocasiones, impidiendo que quienes acudan a Huelva sepan *a priori* qué es lo que pueden encontrar en el espacio que ocupa, encontrándose hoy con una exposición titulada “*Tartessos; del mito a la realidad*”, que hace cuatro años se montó como temporal, pero que casi ha acabado siendo permanente, con pobres recursos visuales, escasa iluminación y un ramplón diseño docente, que tampoco demuestra el potencial patrimonial que el Museo tiene, procedente, sobre todo, de excavaciones en la provincia y en la ciudad de Huelva, con piezas únicas en el mundo que hoy, en gran parte, están guardadas en los sótanos del edificio.

La que en un principio iba a ser una sala permanente de Bellas Artes ha desaparecido, cediendo su sitio a un sin fin de exposiciones temporales que ni siquiera organiza el Museo, y

que, aunque son una aceptable muestra del Arte Contemporáneo, impiden que Huelva sea punto de referencia obligado para quienes deseen contemplar la obra de pintores como Daniel Vázquez Díaz, José María Labrador, Mateo Orduña, Pedro Gómez, José Caballero y Antonio Granado Valdés, entre otros, de los que tenemos una colección excepcional. Sus cuadros están guardados, ocultos a la vista del público, y, con ello, el Museo de Huelva está privado de otra de sus señas de identidad.

Desde hace años, este Museo es más una gran sala de exposiciones a disposición de instituciones públicas y privadas, que un espacio cultural y comunicativo con personalidad propia. Aquí no se ha hecho compatible la coexistencia de salas y contenidos permanentes con exposiciones y actividades temporales, para las que, en principio, se destinó sólo una parte del edificio.

Sobre la precariedad de espacio y medios para investigación, restauración, docencia y biblioteca, imprescindibles en cualquier Museo moderno que se precie, mejor no decir más, porque el personal bien sabe que los milagros no existen.

Tras este somero recorrido por el interior del edificio llego al concepto que considero fundamental en mi intervención: “*El Museo como espacio comunicativo*”.

Desde mi punto de vista, **un Museo es en sí un medio de comunicación** y, por tanto, cuando prensa, radio y televisión informamos de sus actividades, lo que hacemos es contar lo que hace otro medio de comunicación.

Si aceptamos que la función principal de un medio de comunicación es informar a la sociedad sobre sí misma, actuar como mediador entre los productores de información y los receptores de ésta, se puede afirmar **que el Museo de Huelva no es un medio de comunicación.**

No lo es porque no consigue llegar a los receptores. Les ofrece cultura pero no la reciben. Algo falla en el camino. No basta con montar exposiciones y esperar a que el público acuda a contemplarlas. Es necesario algo más. El Museo de Huelva está incomunicado de la sociedad para la que han de tener sentido todas sus actuaciones. Su actividad científica queda de puertas para adentro; el patrimonio con que cuenta está mayoritariamente guardado a buen recaudo; las exposiciones son, en gran parte, compromisos para ceder las salas, más que consecuencia de una programación docente que sea capaz de llamar la atención de los ciudadanos.

Aunque el Museo ha tratado de ser un elemento dinamizador de la cultura en Huelva, sigue siendo un ente lejano, aprovechado por unos pocos y desconocido para una gran mayoría.

Los medios de comunicación informan escasamente de sus actividades y, en muy contadas ocasiones, tienen verdadera repercusión las actividades que se organizan en el Museo como centro y símbolo cultural de la ciudad y la provincia.

La relación del Museo con los medios de comunicación se suele producir en un solo sentido: los medios de comunicación acuden al Museo, pero el Museo no acude a los medios de comunicación, lo hacen los gabinetes de Prensa de las entidades que usan sus salas. Este es uno

de los muchos Museos que en este país no tiene un gabinete de comunicación en su más amplio concepto. Promocionarlo, vender su imagen, adecuar sus contenidos a nuevas formas de comunicación, no es posible, sencillamente porque nunca se ha planteado, ni nunca se ha encargado a ninguna persona o equipo que lo puedan hacer posible.

La relación del Museo con los medios de comunicación ha dependido más del carácter voluntarista de sus respectivos directores que de una adecuada y profesional planificación, aprovechando la experiencia que desde hace años tienen otros Museos.

Faltaría a la verdad si no dijera que parte de la responsabilidad de esta situación también está en los propios medios de comunicación. A nivel local, sólo el diario «Huelva Información» tiene un responsable de la sección de Cultura. Los demás, comparten redactor cultural con la información general y, por mal que nos pese, en prensa, radio y televisión, los asuntos culturales son consciente o inconscientemente considerados “temas accesorios” que están en el orden de preferencia muy por debajo de cuestiones como la política, los sucesos o la actividad diaria de instituciones públicas.

También faltaría a la verdad si no dijera que quienes nos hemos preocupado de acudir al Museo para informar de sus actividades, siempre, en mayor o menor medida, hemos contado con la colaboración de su director y su personal, que, al cabo del tiempo, son casi amigos, personas afables que muchas veces se lamentan de la poca repercusión, del escaso público que acude a exposiciones o actividades que ellos

Museo

Tan cerca, pero tan lejos

saben que son de extraordinaria calidad.

Para un periodista, en este caso de televisión, es una satisfacción contemplar cómo se emiten informaciones sobre el Museo Provincial de Huelva que muchas veces tienen repercusión nacional por el interés de sus contenidos, pero que, sin embargo, no se corresponden con el que han despertado entre los ciudadanos a los que se destina una exposición.

Todos los onubenses tienen el Museo junto a ellos, pero aún treinta años después de su apertura, todavía siguen lejos de sentirlo como algo propio que les abre una puerta única al conocimiento de su historia y al contacto directo con la Cultura. Esta situación no es más que una consecuencia de que aún no haya sido definido el futuro de este espacio cultural, que tampoco ha mantenido las señas de identidad que podrían hacerlo único y diferente con respeto a los demás Museos.

Es una pena porque estas señas existen. Las tenemos a la vista. Para mí ha supuesto una gran alegría ver de nuevo la noria romana expuesta en la planta baja del edificio. He de reconocer que llegué a temer que no volvería más. Cuando llegué al Museo le dio personalidad propia. Desde esta semana, vuelve a suponer un antes y un después. Contemplarla a la vez que la exposición de la primera planta con una pequeña selección del magnífico patrimonio de que se ha hecho en estos años, es para mí una gran esperanza.

Estamos viendo la cuarta remodelación. Apunta a que puede suponer un intento serio de corregir viejos errores y dar al Museo Provincial la personalidad que nunca llegó a tener

de una forma estable, sin convertirse en un Museo de reliquias y sin cerrar las puertas a las nuevas tendencias ni a los creadores locales, para los que exponer en una de estas salas (digo una y no todas) sea sinónimo de reconocimiento artístico, pero nunca muestra de sus buenas relaciones con patrocinadores o cargos públicos. Opino que disponer de una sala en este Museo nunca puede ser consecuencia de compromisos ajenos al Arte.

Huelva no puede compararse al Thyssen ni al Reina Sofía, pero ¿por qué no puede aprender de la experiencia de estos Museos y adaptar a su realidad y a sus recursos la forma que tienen de conseguir que los ciudadanos acudan a ellos sabiendo a lo que van y dispuestos a compartir las enormes posibilidades que ofrecen las nuevas formas de comunicación? Pasear por la página web del Museo Thyssen es un placer y una escuela prácticamente inagotable.

Hoy un Museo no es un espacio frío, alejado de los ciudadanos, valorado sólo por científicos y artistas que se benefician de sus recursos. Un Museo ha de saber llegar a la gente, acercarlos a una cultura que es tangible, que está al alcance de la mano, que nos ayuda a entender nuestro pasado, a sentirnos cómplices de mil sensaciones que pudieron tener aquellos romanos, aquellos fenicios, aquellos tartésicos que utilizaron las vasijas, las alhajas que contemplamos muy de cerca; a sentirnos cómplices de las sensaciones que un pintor como, por ejemplo, Pedro Gómez, tuvo cuando pintó los paisajes del Conquero o de la Ría de Huelva.

El Museo, con ayuda, con la complicidad de los medios de comunicación, debe estimular a la gente de la calle a acudir a sus salas. Ha de encontrar la manera de incitarles a entrar a consumir Cultura. La Cultura es uno de los grandes productos de consumo de nuestra época y, como tal producto, hay que venderla, pero sin depreciarla.

Como decimos por aquí, el jamón es un lujo y siempre debe ser ibérico de pata negra. Si no tienes para uno de varios kilos, al menos cómprate una paletilla, pero siempre ibérica y de pata negra, porque el placer está en disfrutar de su sabor y de su aroma y no en los kilos que puedas llevarte a casa. Aunque parezca un contrasentido lo que digo, no sirve como justificación la falta de medios para que el Museo de Huelva no se empeñe en romper las barreras que todavía le alejan de los ciudadanos de Huelva. La calidad del producto existe. El valor de la materia de que dispone está a la vista, aunque sea en pequeñas dosis. Nuestra obligación como periodistas es abrir puertas que abran las mentes.

Si no es así, una sociedad de espaldas a su Historia y a su Cultura está condenada a la mediocridad y al descrédito. Este Museo tiene la responsabilidad de ser un verdadero interlocutor entre los ciudadanos de Huelva, su pasado y su presente cultural. Quizá potenciando sus señas de identidad, logrará que la gente de Huelva se identifique más con él y se acerque con más frecuencia a sus salas.