
El Museo Taurino de la Diputación de Valencia

Una singular experiencia de gestión cultural

Francesc Cabañés Martínez

1. Introducción

La historia de las diputaciones está salpicada de herencias y donaciones de instituciones que antes de desaparecer traspasaban su patrimonio y sus competencias a estas corporaciones provinciales. Con la promulgación de la ley de Beneficencia de 1849, la Diputación de Valencia asumió las funciones y posesiones de todos los centros de auxilio y beneficencia de la ciudad de Valencia. Uno de estos centros era el Hospital General, institución dedicada a estos menesteres desde la Edad Media, que además de la gestión y propiedad de un hospital, era propietaria de un teatro y de una plaza de toros, espacios explotados por la entidad para financiar su actividad benéfica. Con la asunción de este espacio taurino, la Corporación Provincial detentó la competencia taurina de la ciudad y se hizo responsable de organizar los festejos.

A consecuencia de esta vinculación con el mundo de los toros, la Diputación de Valencia recibió en 1929 la donación de un gran volumen de fondos taurinos procedentes del legado de dos importantes aficionados valencianos. Con este importante número de materiales, la institución provincial inauguró, en ese mismo año, el Museo Taurino de Valencia. Las fechas de la inauguración indican que, tal vez, este Museo pueda ser el primer Museo Taurino de España...

Deberíamos cuestionarnos dónde camina la profesión y si lo que piden las instituciones culturales son gestores culturales al uso o se necesitan perfiles más especializados.

A lo largo de su historia el museo ha sufrido modificaciones importantes y ha adquirido nuevos materiales donados por coleccionistas e instituciones. En 1966 se ubicó definitivamente junto a la plaza de toros de Valencia, iniciándose así una relación más estrecha entre ambos que ha sido muy beneficiosa para el nuevo proyecto.

En el año 2000, el Museo pasó a formar parte de los servicios incluidos en cultura y dejó de depender directamente del área taurina. Este elemento se produjo a consecuencia de un cambio organizativo importante: el Museo se incluyó en la recién creada Red de Museos de la Diputación, centro que aglutina los 4 museos provinciales¹. Fruto de esta decisión y de la consecuente incorporación de gestores culturales en su plantilla, el Museo cambió sus métodos de funcionamiento, amplió sus servicios y puso en marcha un plan de promoción.

Uno de los condicionantes iniciales fue precisamente la decisión de incorporar personal de gestión a un Museo tan singular como el que nos ocupa. Ante la dificultad de encontrar un experto en toros con un perfil de gestión, y ante las dificultades económicas para contratar dos personas (una para cada función) se optó por adscribir técnicos de gestión cultural en detrimento de un experto en temas taurinos.

Es importante señalar que la profesión de gestor cultural, con evidente carácter generalista, contribuye a que las administraciones locales (sobre todo) "echen mano" de este tipo de perfiles profesionales para promocionar diferentes y variados servicios. Una vez más el bagaje experiencial y conceptual del gestor cultural generalista sirve para poner en marcha un proyecto aprovechando precisamente su escasa especialización.

Sería motivo de otro artículo una reflexión profunda sobre esta generalidad de competencias del gestor sobre todo a la vista de las nuevas necesidades surgidas en los municipios. Dicho de otro modo: deberíamos cuestionarnos hacia dónde camina la profesión y si lo que piden las instituciones culturales son gestores culturales al uso o se necesitan perfiles más especiali-

zados como conservadores, administradores o gerentes de museos, encargados de marketing, jefes de personal, programadores (de teatro, de danza, musicales), encargados de buscar financiación privada, profesionales del turismo cultural, etc; por poner unos ejemplos de los nuevos cometidos que se están demandando, sobre todo ante la masiva construcción de espacios de difusión muy especializados y del nuevo enfoque económico que tienen los proyectos culturales.

2. El anterior proyecto

El planteamiento museográfico del Museo hasta su inclusión en la Red de Museos estaba condicionado por dos directrices básicas. Una: es importante para el aficionado exponerlo todo, lo relevante, lo menos relevante y lo accesorio. Dos: la organización de los fondos se hace de forma "natural", los trajes con los trajes, los carteles con los carteles, -todo ello salpicados por abundantes fotografías- y las taxidermias, algunas de ellas de gran tamaño, donde buenamente se pueda. No hacía falta nada más. El visitante, aficionado a los toros, disponía de suficiente conocimiento de la fiesta como para contextualizarse el mensaje. El neófito por su parte, salía con una idea vaga de la fiesta, o mejor dicho, salía con la misma idea con la que entraba, eso sí, aderezada con la muestra de numerosos objetos de toreros valencianos del siglo XX.

Resulta interesante esta disposición porque evidencia una especial relación entre los objetos y los visitantes, sobre todos si éstos son aficionados. Los objetos taurinos están cargados de morbo, de tragedia, o de gloria, fruto de una fiesta en la que el riesgo, la muerte y el arrojo son argumentos habituales. Con estos elementos la relación que se produce entre aficionado y material no admite distanciamiento. Cada objeto es un elemento de culto, un instrumento que nos aproxima al protagonista, al héroe, que nos evoca una gesta o una tragedia en la que tal vez estuvimos presentes, por lo que nosotros mismos somos partícipes del acontecimiento. Con esta especial relación, la

narratividad de la muestra y la configuración del mensaje global tienen menos importancia. Por el contrario, lo significativo de la colección radica en la cantidad de objetos que poseemos y el peso que éstos tienen en la historia de la tauromaquia. En definitiva, nuestro museo es importante en tanto poseemos muchos objetos y un buen número de "tesoros" taurinos.

Con este planteamiento, que en algunos aspectos nos recuerda a la museología decimonónica, resulta obvio que los visitantes habituales fueran casi siempre aficionados que encontraban en el Museo atractivas razones (fondos) para pasar el rato y conversar sobre las gestas de los matadores predilectos, convirtiéndose así el Museo en un espacio-club para aficionados; cometido a todas luces interesante pero no fundamental para el desarrollo de un Museo dinámico y moderno.

3. El enfoque inicial del nuevo proyecto

Con la puesta en marcha de la Red de Museos y la incorporación de un gestor cultural en la administración del Museo se puso en marcha un nuevo proyecto que tiene dos objetivos fundamentales: dotar al Museo de todos los elementos y servicios básicos característicos de una institución museística, y ganar presencia social, aumentando el número de visitantes y presentando el espacio como un lugar de cierta actividad cultural.

La puesta en marcha de este proyecto contaba con ciertas ventajas y algunos inconvenientes. Entre las ventajas, podemos señalar dos.

La primera. El museo antes del año 2000 ya había modificado su colección permanente y se había dotado de algunos servicios básicos, por lo que los nuevos gestores sólo debían acometer tareas de promoción, aspecto muy significativo dado el somero conocimiento de lo taurino por parte de los técnicos encargados del proyecto.

La colección permanente sufrió un importante cambio en 1998. Con la ayuda de un experto externo se cambió el planteamiento potenciando el valor

didáctico e histórico de la muestra en detrimento de la anterior disposición antes comentada. En definitiva se primó el mensaje y el contenido (historia de la tauromaquia valenciana) por encima de la cantidad de fondos, incorporando elementos informativos y vitrinas que contribuyeron a presentar más ordenadamente los materiales. Además se dotó de una biblioteca y de un espacio audiovisual.

La segunda. La pertenencia a la nueva Red de Museos benefició al Museo notablemente. Su inclusión en este nuevo departamento nos permitió contar con el apoyo necesario desde el principio, y nos ayudó a ganar presencia territorial, iniciando proyectos de colaboración con el nutrido grupo de peñas y asociaciones de la provincia.

Entre los inconvenientes destacar que el cambio de talante en la gestión del Museo producido con la incorporación de gestores culturales y la modificación de la exposición permanente nos alejó, en un principio, del aficionado que no acababa de entender muy bien qué había pasado en la colección y de dónde venían los nuevos encargados de gestionar el museo. En honor a la verdad, las razones del alejamiento tenían su fundamento y las críticas al Museo fueron duras, ya que para ellos el Museo "estaba vacío" y los nuevos técnicos "no sabían nada de toros".

Los objetos taurinos están cargados de morbo, de tragedia, o de gloria, fruto de una fiesta en la que el riesgo, la muerte y el arrojo son argumentos habituales.

4. Acciones y resultados

Para poner en marcha el nuevo planteamiento era necesario, en primer lugar, consolidar el Museo como espacio con una serie de características y funciones determinadas. En segundo lugar debíamos cuestionarnos, por un lado qué servicios podíamos ofrecer y a quién le podían resultar interesantes. Por otro qué valor ofrecíamos como distintivo para conseguir incrementar el número de visitas anuales al Museo teniendo

do en cuenta que la competencia museística en Valencia es feroz por el elevado número de museos.

La misión estaba clara por las propias características de los fondos, por los cometidos propios que deben tener las instituciones museísticas y por la administración en la que se incluye: conservar, exhibir, difundir y promocionar el patrimonio taurino de la Diputación y de la provincia de Valencia. En definitiva se trataba de hacer del Museo, un espacio museístico al uso, por ello debíamos culminar la dotación de los servicios y los espacios que los componen:

Ampliación y adquisición de espacios para cumplir el cometido (sala de exposiciones temporales, espacios de almacén, mejora de la recepción, nueva señalítica, etc.).

Aumento de la dotación personal de gestión y de atención al público.

Puesta en marcha de sistemas gerenciales de trabajo

Cambio en el planteamiento de conservación y almacenaje de fondos.

Puesta en marcha de los primeros proyectos de restauración.

Catalogación e informatización del registro e inventario de fondos del Museo.

Edición del catálogo y del tríptico de servicios del Museo

Superada la primera cuestión que significaba hacer un Museo "cuajao" -por utilizar un término taurino-, se trataba de saber a quién podríamos dirigir nuestros servicios y sobre todo qué les podríamos ofrecer a estos nuevos visitantes. Dando por sentado que a un Museo de estas características se acercan por un "costado" los curiosos e interesados en una fiesta típicamente española, y por el otro los aficionados, decidimos no defraudar a los primeros y recuperar a los segundos. Por ello optamos por presentar la fiesta de los toros, mostrar en qué consiste y el lugar en el que se desarrolla; y producir exposiciones taurinas.

A) Proyecto de modificación de la exposición permanente con el objetivo de ampliar todavía más su vertiente didáctica. Este proyecto, todavía en fase de realización, supone reorganizar esta colección con el objetivo de que el público entienda mejor el desarrollo de la fiesta: los orígenes mitológicos, el desarrollo del espectáculo, la indumentaria, las particularidades del toro, la terminología, etc.

B) Visita guiada a la plaza de toros, como elemento fundamental de la oferta del museo y principal punto de atracción turística. En este sentido abrimos la plaza al público presentándola desde un punto de vista arquitectónico y funcional. Se trataba de que el visitante conociera el papel que juegan cada uno de los espacios en el desarrollo de una corrida de toros y "viviera la experiencia" de caminar por el coso de una plaza de toros de primera categoría.

C) Apertura, en el año 2000, de una sala de exposiciones temporales dirigida a mostrar las producciones sobre las numerosas facetas de la tauromaquia. Con esta nueva sala iniciamos el camino de recuperación de los aficionados que volvieron a ver en el museo un espacio de cierta actividad cultural que comenzaba a mostrar aspectos que podían enriquecer y cultivar su afición.

Además, la posibilidad de inaugurar cada cierto tiempo una muestra relacionada con la tauromaquia nos permitió ganar presencia social, cambiando el desconocimiento generalizado que el público de la ciudad tenía del museo. Se trataba por tanto de mostrar cosas y de aprovechar las exposiciones para "hacernos ver". La pertenencia a la Red de Museos y la implicación del departamento de prensa y comunicación contribuyó notablemente a difundir nuestra actividad.

Hemos establecido tres grandes líneas de producciones temporales: los espacios taurinos, las muestras artísticas y las muestras estrictamente taurinas.

Después de una fase de puesta en marcha hemos establecido tres grandes líneas de producciones temporales: los espacios taurinos, las muestras artísticas y las muestras estrictamente taurinas -que recogen proyectos sobre monografías sobre toreros, indumentaria, fiestas de bous al carrer, etc-.

Con estos nuevos elementos y con los que ya contábamos (biblioteca y espacio audiovisual) nos pusimos a la "faena" de captar públicos para el Museo.

Como hemos indicado con anterioridad la relación del aficionado con el nuevo planteamiento del Museo era como poco distante. Para cambiar esta tendencia era necesario aproximarse a las asociaciones y peñas taurinas, proponiéndoles una serie de proyectos que pudieran resultar interesantes. Desde el Museo establecimos programas de colaboración para mejorar los sistemas de catalogación e inventariado de sus fondos taurinos, propusimos ayudas para la restauración de sus materiales, pusimos en marcha un programa de exposiciones itinerantes y cesiones de colecciones, y comenzamos a solicitar su apoyo en la producción de nuestras exposiciones taurinas.

Con respecto a los turistas, nos sumamos al empuje que está protagonizando la oferta turística de la ciudad, incluyendo nuestro proyecto en los numerosos programas y ediciones de difusión turística que se están publicando en Valencia con motivo de la nueva preocupación institucional por convertir la "perla del Turia" en un polo turístico de gran atracción. Además estrechamos relaciones con los guías turísticos, con la red autonómica de oficinas de turismo y con las agencias receptoras de turistas, instancias muy significativas para la afluencia de visitantes al Museo.

Después de 5 años de funcionamiento hemos consolidado nuestra imagen como espacio cultural, hemos recuperado a las gentes de los toros y hemos triplicado el número de visitas a nuestras instalaciones con respecto al año 1999. Llegado este punto se hace necesario proveer al Museo de

un espacio más amplio que nos permita seguir prestando nuestro cometido y ampliando las actividades de difusión taurina. El tiempo dirá si son los gestores culturales los encargados de llevarlos a cabo.

Francesc Cabañés Martínez

Gestor Cultural

Director del Museo Taurino de la Diputación de Valencia

1. La Red de Museos de la Diputación está compuesta por los 4 museos provinciales (Museo de Prehistoria y de las Culturas de Valencia, Museo Valenciano de la Ilustración y la Modernidad, la Sala Parpalló y el Museo Taurino) y por una serie de unidades generales de apoyo a la gestión de estos museos: administración, protocolo, prensa, restauración, gestión de almacenes y proyectos territoriales.