

GRADO EN TURISMO
Asignatura: PATRIMONIO CULTURAL
Profesora: María José Pastor Alfonso

Material de lectura para complementar el Tema 5: Museos y Turismo

Texto: MUSEOS Y SOCIEDAD. Del libro: *De la teoría a la práctica antropológica: el museo como referencia* (Cap. 4, 1-c). Alicante 2001

Autora: PASTOR ALFONSO, M^a José

Una de las aplicaciones de la antropología son los museos antropológicos. Según las nuevas políticas museológicas, estos centros son instituciones que trabajan con y para la sociedad; de tal modo que, los antropólogos que ejercen funciones relacionadas con dichos lugares, no pueden obviar el compromiso que, como profesionales, adquieren no ya con la institución, sino, y fundamentalmente, con el colectivo al que representa el museo.

Al referirnos a **museos antropológicos**, hablamos de espacios que acogen una parte de la cultura de los seres humanos; bien sean objetos materiales, bien sean soportes en los que se han plasmado elementos desarrollados ideacionalmente y transmitidos, de forma oral, generación tras generación. Recordemos que la cultura es un todo no fragmentable, en la que cada una de sus partes incide, de forma más o menos directa, en el resto de componentes.

Los seres humanos, tanto en los estudios antropológicos, como en su manifestación cultural representada en los museos, deben contemplarse como miembros activos de una comunidad, al mismo tiempo que como elementos pertenecientes a un ecosistema con el que se relacionan continuamente:

Cuando el ser humano viene a este mundo no se encuentra solamente ante un entorno natural sino que descubre también un entorno social y cultural que le facilitará la tarea de adaptarse a él, interpretándolo y utilizando sus recursos con el objeto de transformarlo y recrearlo a lo largo de su vida. [] Y el desarrollo cultural de esa adaptación - tradiciones, costumbres, artesanía- se convierte en patrimonio etnográfico, que tiene cabida dentro del museo y lo supera en cuanto abre sus fronteras a la realidad misma que se encuentra presente en la vida de los pueblos y de las ciudades. El patrimonio es sentido por los

ciudadanos como una realidad que les pertenece, que ellos han contribuido a crear al igual que sus antepasados y que debe, por ello conservarse y enriquecerse para transmitirlo a las generaciones futuras. Desde el conocimiento del pasado, recreado y reinventado, se tiende hacia el futuro reinterpretando, al mismo tiempo, el presente que nos toca vivir (Hernández, 1994: 146)

También hay que tener en cuenta que los museos antropológicos no surgieron con estas características. Como bien menciona Rivière, padre de la museología moderna:

Los museos de antropología [] en sus comienzos, quedan impregnados del espíritu del gabinete de curiosidades, origen también de los museos de ciencias naturales, con los que comparten su herencia. Ampliaron progresivamente sus objetivos a la técnica, a la economía, a la organización social y a la expresión cultural global de la sociedad tradicional, así como al estudio del paso de esta sociedad a la sociedad industrial. Van a desembocar en la ecología humana y natural, al tiempo que participan en la lucha contra los prejuicios raciales y difunden la comprensión y el respeto mutuo de las diferentes culturas. (1993: 161)

Y esta evolución debe ser tenida muy en cuenta, porque está vinculada directamente a los cambios en la concepción de la antropología. Los museos hoy en día, y fundamentalmente los de antropología, se han dirigido hacia la sociedad como forma de satisfacer unas necesidades, en las que otras instituciones culturales no se han involucrado. El museo es un instrumento de la comunidad que lo genera, o de lo contrario sucumbirá ante las presiones sociales. No tiene sentido, en la actualidad, plantear líneas de acción, ya sean expositivas, de investigación, o de actividades complementarias, si los receptores, es decir, el público, no participa en su concepción y desarrollo. Por esta razón es básico realizar estudios, tanto previos como de seguimiento, a la hora de planificar e implantar los proyectos museísticos. Si no hay algún tipo de identificación del visitante con el patrimonio expuesto, pocos vínculos podrán establecerse entre ambos, y el futuro de la institución se reducirá a un simple escaparate de objetos más o menos atractivos. Como apunta A. Carretero (1999), no

deberíamos preocuparnos tanto por los fondos de los museos etnográficos, ya que estos no suelen tener unos orígenes muy relevantes, más bien, lo que debería interesarnos de los objetos, es la posibilidad de reconstrucción y explicación significativa de ambientes sociales y culturales a través de los mismos; por ello se necesita la metodología etnográfica y la **interpretación antropológica** para aportar a las colecciones etnográficas su significación “cultural”.

Continuando con las características del tipo de museo al que nos venimos refiriendo (surgido a raíz de las tendencias museológicas de la corriente denominada Nueva Museología, a partir de la década de 1970), y siguiendo a L. Alonso, vemos que la función preferente de los nuevos museos debe ser constituirse en un instrumento de desarrollo sociocultural, siempre al servicio de una comunidad concreta dentro de una situación democrática. Esto implicaría darle prioridad al **enfoque interdisciplinar** y ecológico; o lo que es lo mismo a las relaciones, que anteriormente hemos apuntado, entre el hombre y su medio ambiente natural y cultural. Estos elementos harán que se diferencie del museo tradicional, aquel que se ocupaba de almacenar y exponer objetos basándose, casi siempre, en su contenido estético o representativo de algún aspecto concreto, y por lo general, exótico. Por el contrario, hoy en día, tal y como detalla F. Hernández, se buscan nuevas experiencias que hagan posible una nueva visión del museo; ya que este tipo de instituciones están llamadas a convertirse en la **memoria colectiva** de un pueblo, de una región o de un lugar determinado, debido a que sus habitantes no desean perder el contacto con sus propias raíces; pero no se trata de mirar nostálgicamente el pasado, sino de hacerle frente al futuro con entusiasmo, tratando de que este sea creativo y fecundo.

Este planteamiento lo tenemos también en Sierra, quien, además, pone énfasis en el papel de los investigadores a la hora de realizar la construcción museológica, de cara a conseguir un museo auténticamente comunitario:

Los museos-institución, particularmente los de temática etnográfica y antropológica, tienen ante sí el reto de recuperar la memoria colectiva de lo que, aún siendo presente es ya pasado pero teniendo la convicción y el proyecto de convertir una “memoria de archivo” en memoria activa, que opere como conciencia crítica y facilite pistas para articular adecuadamente la armonía entre tradición y progreso [] La denominada museología comunitaria tiene ante sí el reto de convertir en industria los

valores culturales de la tradición de tal manera que la tradición se perfile como una mercancía al servicio del sujeto. Los antropólogos, los etnólogos, los sociólogos, los historiadores, los economistas y los museólogos, alineados en el estudio e investigación de las comunidades rurales deben analizar este problema y proporcionar modelos estratégicos de desarrollo en el que el llamado patrimonio etnográfico se presente como la combinación que contribuye a la subjetivación del individuo y de la oferta viable para orientar el futuro de su desarrollo. (1994: 109 y 116).

Como podemos deducir por lo planteado, no tiene lógica aislar al museo como institución y hacerle transmisor, exclusivamente, de una serie de valores clásicos, como conservar, exponer o investigar; debemos incluir el factor de la **comunicación**, si realmente queremos vincular a las personas con su medio social y natural. Con relación a esto cita F. Hernández a Davallon, haciendo referencia a que esta nueva dimensión de los museos significa, entre otras cosas, asumir una serie de funciones que tienen como objeto convencer a los visitantes del valor de la institución, intentando hacerles ver su contenido, explicándoselo e implicándoles positivamente en sus actividades. Igualmente L. Alonso (1999) se aproxima a este punto al establecer que los museos se caracterizan por la participación activa y directa de la población, a través de la conexión que se establece mediante otras instituciones o grupos de orientación cultural. Comenta, como ejemplo, el caso de sociedades históricas locales, que han estado participando en trabajos relacionado con el museo, contribuyendo, de esta manera, a reforzar la conciencia del pueblo sobre su propia historia y su atracción por la identidad histórica.

Vincular el museo antropológico a la disciplina es básico para su comprensión. A través de ambos se trabaja con la representación de las identidades, con el fin de comprender los conocimientos sobre *nosotros* y sobre *los otros*, que cada vez toman más vigencia en un mundo tendiente a la globalización. X. C. Sierra, haciendo referencia a Prats, otro de los antropólogos españoles que, como el primero, desde hace tiempo se ocupa de analizar el patrimonio, comenta: *Clarificadora es la exposición de Llorenç Prats cuando plantea que los referentes que han nutrido la construcción simbólica de la patrimonialización son netamente identitarios y que es su activación la que configura la imagen social del patrimonio cultural.* (1999: 194) Insiste Sierra en que es en el museo donde puede apreciarse, con especial nitidez, ese debate

antropológico del eterno retorno: el de la alteridad, que se centra actualmente en las expresiones identitarias, así como en el juego de las distancias, tanto materiales como simbólicas, que impone el proceso de globalización.

Retomamos ese valor crucial del patrimonio que nos dirige hacia una visión de los museos antropológicos, de la antropología, y de la aplicación de esta disciplina, como auténtico camino hacia la comprensión de las sociedades y hacia la participación de las mismas en proyectos que les atañen. García Canclini (1999) es un destacado estudioso de este tema, y su propuesta se dirige a que no se consideren los **usos sociales** del patrimonio reformulado desde una simple actitud defensiva o de rescate, sino teniendo en cuenta una visión más compleja de cómo la sociedad se apropia de su historia y puede involucrar a nuevos sectores. Es una cuestión que no debería reducirse a un asunto de los especialistas en el pasado, porque interesa a todos los profesionales que se ocupan en construir el presente, ya sean indígenas, campesinos, inmigrantes, o cualquier otro sector cuya identidad se modifique por los usos hegemónicos de la cultura. Sobre este valor del patrimonio también hace una reflexión la museóloga F. Hernández:

Este patrimonio etnográfico como testimonio de una serie de tradiciones, de conductas, de sistemas de trabajos, forma parte de la identidad colectiva y de la memoria histórica de un pueblo y pertenece a la cultura viva del mismo. Puede considerarse como una realidad dinámica que es capaz de conservar, al mismo tiempo, aquellos elementos más significativos, que, por la conveniencia de que sigan conviviendo se trata de reproducir para que aquellos que los deseen puedan seguir utilizándolos, como sucede con el trabajo de la madera, la piedra o el metal, o con los modos de vida de determinados pueblos rurales.

Por esta razón pretender conservar y proteger el patrimonio etnográfico de nuestro país supone adaptar el museo para que esté dispuesto a entrar en un nuevo tipo de relación con el visitante. Para ello será necesario que intentemos desarrollar una pedagogía apropiada que tenga en cuenta la necesidad de dar a conocer dicho patrimonio, educando la sensibilidad y el sentido de la responsabilidad frente al mismo, al tiempo que posibilitamos la creación de una relación nueva entre el patrimonio y el ciudadano. (1994: 147)

Ahora bien, en ningún momento debemos olvidar ese **carácter diacrónico** que debe imprimírsele a la antropología, al que hemos hecho referencia en capítulos anteriores, y que, por supuesto, debemos tener en cuenta a la hora de acercarnos a la investigación y puesta en marcha de los museos antropológicos. Carretero considera que el museo etnográfico, ya sea unicultural o multicultural, para alcanzar su propia personalidad debe dar cabida a la historia, de tal manera que su discurso permanezca siempre actualizado, enraizándolo con el pasado y con el presente, buscando asimismo su esencia antropológica; debe el museo olvidarse de las culturas particulares y tratar de analizar el funcionamiento, la mecánica de los hechos culturales, lo que lo convertirá en un lugar que evolucione al ritmo que cambian nuestros modos de pensar la cultura. No olvidemos que los museos, como instituciones con responsabilidad de transmitir la historia de una determinada sociedad, tienen gran importancia en la **formación de la identidad** del individuo, o lo que es lo mismo, en comunicarle de donde viene, mostrarle sus raíces, sus iguales y sus desiguales. Esto servirá para que el individuo no sólo sepa quién es, sino para que, sabiéndolo, se instrumentalice para construir su futuro.

Queremos concluir esta parte de reflexión sobre el papel del museo en la sociedad, transcribiendo una serie de recomendaciones que surgieron de la reunión del Consejo Internacional de Museos (ICOM), celebrada en Caracas en 1992, y que muestran, claramente, esa tendencia que venimos desarrollando de que las propias comunidades sean las generadoras y las beneficiarias de sus proyectos museísticos:

- Que cada museo posea clara conciencia de la realidad socioeconómica a la cual pertenece – teniendo en cuenta los índices de “desarrollo humano” – y contribuya a transformarla, para lo cual deberá definir sus metas y su acción y preparar a su personal para lograrlas
- Que el museo propicie la activación de la conciencia crítica de la comunidad a través de nuevas lecturas de patrimonio
- Que el museo asuma su responsabilidad como gestor social, mediante propuestas museísticas que contemplen los intereses de su público y que refleje a través de las exposiciones un lenguaje comprometido con la realidad como única posibilidad para transformarla
- Que los museos especializados asuman su papel de liderazgo en las áreas temáticas que le son propias y contribuyan a gestar una conciencia crítica de su público.