

El Museo al servicio de la memoria e identidad colectivas

FRANCISCO JAVIER ZUBIAUR CARREÑO*

Se reconocen como formas de proyección social del Museo, en su especialidad de Antropológico o Etnológico (y sus variantes del Folclore, Artes y Tradiciones Populares), las del:

- trabajo de campo, cuyo objeto primordial es la obtención de documentación directa, mediante la encuesta principalmente.
- el coleccionismo, recolectando objetos-testimonio de una colectividad determinada.
- la exposición, temporal o permanente del objeto museado, que permita su comunicación con el público.
- y la musealización propiamente dicha, al considerar el museo como centro emisor de cultura, a la par que depósito de la memoria colectiva.

EL TRABAJO DE CAMPO

La aparición, en 1995, del libro *Etnografía, metodología cuantitativa en la investigación sociocultural*, consecuencia del II Congreso Nacional de Historia de la Antropología, supuso la puesta al día con respecto a los métodos, procesos de investigación, productos, campos y experiencias de la Etnografía aplicadas a nuestro país¹. Con él se contribuía a sistematizar los aportes de esta disciplina en eso tan complejo que es la identidad colectiva de los pueblos. La Etnografía, como ciencia descriptiva que, por lo tanto, facilita posteriormente una aplicación al estudio de la sociedad (sea rural o urbana), tiene sus fases, resumidas por Aguirre Baztán² en:

* Museo de Navarra.

¹ AGUIRRE BAZTÁN, A. (Ed.), *Etnografía, metodología cualitativa en la investigación sociocultural*, Barcelona, Ed. Boixareu Universitaria/Marcombo, 1995, 356 pp.

² *Idem*, cap. 1, *Etnografía*, pp. 3-20.

– demarcación del campo: a) elección de una comunidad, delimitada y observable; b) redacción de un proyecto de trabajo definido; c) redacción de un presupuesto y búsqueda de financiación; d) aprobación del proyecto.

– preparación y documentación: a) documentación bibliográfica y de archivo; b) fuentes orales; c) preparación física y mental; d) mentalización.

– investigación: a) llegada; b) informantes; c) registro de datos; d) observación participante.

– conclusión: a) elaboración de la ruptura (es decir, distanciamiento); y b) abandono del campo.

El análisis del material etnográfico se realiza en una doble dirección: por una parte, el material recogido obliga desde la realidad experiencial (presión *emic*) al etnógrafo a redefinir el proyecto original; por otra, este material recibido debe ser “reorganizado”, desde la perspectiva científica, para ser devuelto como diagnóstico a los nativos o como modelo a los demás etnógrafos (presión *etic*).

Hay, pues, como una confrontación entre las dos perspectivas.

En primer lugar, el etnógrafo es “invadido” por el contexto cultural de la comunidad que observa participativamente, y a lo largo de su estancia irá tomando notas de lo que le “dicte” la comunidad. Es tan grande esta dependencia que no sería posible objetivar los datos sin mediar un alejamiento.

En segundo lugar, el etnógrafo, para efectuar esa distancia, se irá a otra parte a redactar la monografía. Allí repensará los datos, los organizará de acuerdo con su proyecto y redactará, o bien un diagnóstico cultural para los nativos, o bien un informe para su comunidad académica.

Desde la distancia, pues, el etnógrafo redactará su monografía, abandonando la perspectiva de campo y girando la orientación hacia quienes va dirigido el informe. Pero será preciso que, previamente, el investigador –siguiendo los preceptos de Malinowsky, de Mauss o de Barandiarán– se zambulla en esa sociedad delimitada para poder conocer su cultura material, funcional y espiritual³. En este contexto hay que valorar el tema de la identidad étnica que la investigación de campo “despierta”, o en el peor de los casos “devuelve” mediante un rescate, a la colectividad. La Etnografía, pues, no es sólo una disciplina testimonial, histórica, sino activa. Tanto que hasta puede ser manipulada para ofrecer contenidos inciertos que refuerzan la personalidad de un colectivo. Y aquí radica el peligro de los nacionalismos.

En resumen, el método etnográfico, al menos tal como se está empleando en nuestro Estado, tiene un objetivo final: la recuperación de datos debidamente contextualizados, relativos a la vida “tradicional” de las sociedades, condicionada por factores exógenos como la industrialización y la aculturación traída por el progreso material y la apertura de horizontes más universales en la era de la comunicación, factores que imponen desplazamientos demográficos del campo a la ciudad. Y la recuperación a la que me refiero parte del hecho de que gran parte de la información que se recaba no es escrita,

³ MALINOWSKI, B., *Diario*, Madrid, Júcar, 1967; MAUSS, M., *Introducción a la etnografía*, Madrid, Istmo, 1967; BARANDIARÁN, J. M., “Guía para una encuesta etnográfica”, en *Cuadernos de Etnología y Etnografía de Navarra*, vol. VII, 1975, pp. 277-325, Pamplona, Institución Príncipe de Viana.

sino oral, transmitida de padres a hijos y heredada de usos y costumbres seculares. Esta “intrahistoria”, que conforma el ser de los pueblos, desaparece sin remedio de no ser documentada por el etnógrafo.

EL COLECCIONISMO

Lévi-Strauss ha señalado que el museo etnográfico es una prolongación del campo de trabajo⁴. Debe recoger objetos pero no como una mera galería ni como archivo de vestigios disecados, sino como medio para ayudar a la comprensión de los hombres y de los procesos de diferenciación. En este sentido, Strauss considera que el museo tiene el triple objetivo de desarrollar el sentido de lo concreto etnográfico; de comunicar directamente con el medio ambiente indígena; y de experimentar la diversidad de las manifestaciones humanas.

Un museo etnográfico debe ser un centro que custodie bienes culturales de nuestro patrimonio para enseñar cultura, de modo que todos podamos comprender nuestra propia identidad y aprender el respeto a las identidades ajenas, como escribe Fauría, “en un sentido bidireccional e interactivo”, que permita un diálogo enriquecedor y positivo entre formas de vida distintas⁵.

Esta comunicación no se establece a través de la palabra o de la letra impresa sino a través de los objetos y su capacidad mediática. Este concepto, asumido sin prejuicios, ha desencadenado en los museos un proceso que no busca tanto la deificación del objeto coleccionable como la difusión e información de los fondos. Se ha pasado felizmente de lo que Singleton llama la “era de la adquisición” a la de la “utilización”, en la que lo primordial es la explotación máxima de los materiales⁶. Ello presupone, añade Aurora León, un nuevo humanismo que descosifica al hombre en su relación con el museo, otorgándole una preponderancia sobre los objetos⁷. Queda, pues, el objeto concebido ya no como un producto aislado, sino como integrante y exponente de la actividad social de todos.

El museo general, y en particular el etnográfico, constituyen una buena infraestructura teórica de toda la cultura material, ya que custodia documentos en sí representativos:

- documentos técnicos: instrumentos y utensilios de producción, objetos domésticos, objetos de distracción, objetos de defensa y de guerra, objetos religiosos o mágicos, objetos políticos (distintivos, emblemas, banderas...), etc.
- documentación iconográfica.
- documentación fonética (grabaciones sonoras).
- documentación audiovisual (grabaciones filmo o videográficas).

Sin embargo, el museo como centro de custodia del patrimonio está en perpetua discusión, pues mientras algunos reclaman su presencia como fuente indispensable para el conocimiento y estudio de la cultura material –Stur-

⁴ LÉVI-STRAUSS, C., *Antropología estructural*, Buenos Aires, Eudeba, 1980.

⁵ FAURÍA ROMA, C., “Etnografía en el museo”. Una exposición para el diálogo, en AGUIRRE BAZTÁN, A., *Etnografía...*, p. 356.

⁶ SINGLETON, H. R. “Interactions: le musée à l’oeuvre dans la communauté”, *Museum*, Paris, vol. XXIII, núm. 2, 1971.

⁷ LEÓN, A., *El museo. Teoría, praxis y utopía*, Madrid, Cátedra, 1986, p. 57.

tevant, Rivière—, otros afirman que distorsiona, porque no sólo desculturaliza los objetos que expone, al ofrecerlos descontextualizados o aislados artificialmente de sus creadores, simplificados e incluso clasificados malintencionadamente, ya que pueden tender a perpetuar estereotipos sobre culturas rayantes en el nacionalismo, los prejuicios raciales y religiosos, en opinión de Stephan de Borhegyi⁸. De ahí que, retomando la opinión de Lévi-Strauss, sobre el museo etnográfico como prolongación del campo de trabajo, el museo que queda más libre de sospecha dirigista es el ecomuseo, institución abierta al tiempo y al espacio en torno a un territorio dado y a las relaciones del hombre con la naturaleza.

Para Rivière⁹, el ecomuseo exige contar con:

- galerías de exposición permanente evolutiva bajo la forma de “museo del tiempo”.

- una red de caminos destinados a la observación del medio ambiente natural y humano, que pongan en relación los elementos diversos de la arquitectura (casas, talleres, fábricas, yacimientos, etcétera).

- una sala de documentación y trabajo en relación al referente del ecomuseo.

- almacenes de objetos y de documentos para la investigación.

- medios de albergue destinados a los investigadores.

- un taller técnico polivalente de conservación.

- una o varias salas de exposiciones temporales.

- uno o dos auditorios de tamaño medio destinados a difundir los programas científicos y culturales generados.

- uno o más talleres destinados a programas socioculturales o escolares.

- medios suficientes para la organización de coloquios o cursillos.

- número adecuado de personal (científico, técnico, cultural y administrativo), que responda a sus necesidades y a sus actividades.

Sólo así el ecomuseo será espejo comunitario, expresión del hombre y de la naturaleza, expresión del tiempo, interpretación del espacio, laboratorio, conservatorio y escuela. En el ecomuseo la diversidad no tiene límites, como en la misma sociedad.

LA EXPOSICIÓN

Sin embargo, el ecomuseo es la excepción en nuestras instalaciones museográficas, debido al esfuerzo presupuestario que exige. La forma como se establece el contacto —o mejor la comunicación— con el objeto es a través de la exposición. En todos los casos de exposición posible, opina Andrés Carretero, “el hilo conductor que guíe al visitante, y que articule la narración, ha de ser la complejidad de la estructura cultural, y la continua evolución y cambio de las prácticas; el contraste entre permanencia y cambio, entre uni-

⁸ Cit. por TRIAS MERCANT, S., “Los documentos y la cultura material”, en AGUIRRE BAZTÁN, A., *Etnografía...*, p. 165.

⁹ RIVIÈRE, H., *La museología. Curso de museología/Textos y testimonios*, Madrid, Akal, 1993, pp. 189-193.

dad y diversidad cultural; la explicación de que ‘todo tiene una fecha’ y un contexto”¹⁰.

Claramente expone Fernández de Paz cómo la aproximación inicial a la exposición comenzará con un área introductoria donde se explique los conceptos básicos de la mecánica cultural y de la disciplina antropológica, seguida de las señas que van mostrando la diversidad cultural, sea a través de áreas geográfico-culturales o bien considerando los elementos culturales al margen de su distribución espacial. Cualquiera que sea la opción final elegida, de lo que no cabe duda es de la contribución que un museo, así planteado, puede hacer a la extensión del relativismo cultural o, lo que es igual, a la disminución del etnocentrismo, del racismo y de la incompreensión entre las culturas¹¹.

Habitualmente, la estructuración de estos museos suele atender a los grandes bloques metodológicos con los que se aborda el estudio de la cultura: la relación del hombre con el medio –desde el punto de vista geográfico e histórico–, con sus semejantes y con las dimensiones cognitiva y sobrenatural. En el primero se incluirán referencias a los asentamientos humanos y tareas de la vida tradicional en relación a las técnicas empleadas para la producción, la transformación, el consumo, y el transporte; en el segundo diversos aspectos de la vida social como las relaciones familiares, la enculturación, el ciclo vital, la estratificación social, el asociacionismo, etcétera; y en el tercero la vida del espíritu en relación a los valores, las creencias, la religiosidad popular, las fiestas y las manifestaciones artísticas (literatura popular, música y artes plásticas)¹².

Ahora bien, debemos tener siempre presente que el objetivo principal de una exposición es crear unas condiciones idóneas para que se produzca el diálogo visitante-objeto. Por eso, la exposición exige un conocimiento del proceso de comunicación y, sobre todo hoy, de la naturaleza de los sistemas de comunicación de masas. Estos, a su vez, son canales de difusión y medios de expresión que se dirigen no a un individuo o persona, sino a un público muy heterogéneo cuya principal característica es el anonimato de los receptores. De ahí que el museo se sirva de unos signos que vehiculizan los mensajes, tales como los objetos mismos, los textos, las fotografías, los gráficos, los mapas, las maquetas, los medios audiovisuales, el espacio mismo expositivo mediante la recreación de ambientes (talleres, habitaciones domésticas, entornos acústicos u olfativos) y la iluminación.

EL MUSEO

Muchos han sido los autores que han teorizado acerca de cómo deben proyectarse los museos en el público y de qué forma atraerlo (Rivière, Varine-Bohan, Giraudy/Bouilhet, MacDonald/Alsford, Wittlin, Eisembels,

¹⁰ CARRETERO PÉREZ, A., “El Museo Nacional de Antropología: Nos / Otros”, en *Anales del Museo Nacional de Antropología*, I, Madrid, 1994, p. 230.

¹¹ FERNÁNDEZ DE PAZ, E., “El estudio de la Cultura en los Museos Etnográficos”, en *PH Boletín 18* (Dossier Patrimonio etnológico), Sevilla, Junta de Andalucía, 1997, pp. 114-116.

¹² Este es el esquema metodológico que, por ejemplo, Julio Caro Baroja eligió para su “Proyecto para un Museo Etnográfico del Reino de Navarra”, en *Problemas de la Prehistoria y de la Etnología Vasca*, Pamplona, Diputación Foral de Navarra, 1966, pp. 313-319.

Lehmbruck y, en España, Caballero Zoreda, Salas, Alonso Fernández, García Blanco, etc.), pero todos coinciden en que el museo debe ser *centro cultural* y por ello se le considera una *institución social*¹³.

El museo ya no está sólo al servicio de los especialistas. Es un laboratorio de trabajo para los estudiantes, en especial los alumnos de Educación Primaria y Secundaria. Y es también un centro al que cada vez asisten con más frecuencia el público en masa para la formación de su gusto y cultura. Los museos han tomado conciencia de su papel cultural, y expertos en museología, en política cultural y en sociología dialogan sobre cómo hacer más efectiva la difusión de los museos.

La nueva dimensión social de la cultura que ha acompañado al progreso exige *la transformación del museo tradicionalmente estático en otro dinámico*. En este proceso de acomodación ya se observan, desde los años 70, experiencias de tipo renovador:

- el crecimiento de su *dimensión pedagógica*: mediante la apertura de salas acondicionadas a los fines pedagógicos y la creación de gabinetes didácticos, la apertura de museos para niños, la puesta en funcionamiento de museobuses, etcétera.
- su proyección sobre el *entorno social*: mediante planes de promoción sociocultural dirigidos a la comunidad, tendentes a la superación de marginaciones sociales y culturales, como son las colecciones destacadas a las galerías de vecindad norteamericanas o los ya mencionados ecomuseos proyectados sobre la naturaleza.
- intentos de *ruptura formal* con el museo tradicional: con la aplicación de las técnicas museográficas para solucionar problemáticas determinadas, por ejemplo el ya famoso Museo “de las ratas” de Anacostia (New York), planificado para ayudar a erradicar un problema de falta de salubridad.
- la intensificación de las *relaciones público-museo* a través de las ya conocidas asociaciones de amigos; la instauración de servicios de préstamo; la formación de colecciones cooperativas entre empresas; la apertura de museos locales por iniciativa de municipios, etc.

En el museo del mundo occidental están incidiendo las teorías de la democratización de la cultura, que, en palabras de Depaigne¹⁴:

¹³ Ver RIVIÈRE, G. H., *La museología. Curso de Museología/Textos y testimonios*, Madrid, Akal, 1993; ROJAS, R. y otros, *Los museos en el mundo*, Barcelona, Salvat, 1974. Ver pp. 7-21 y 70-81 (entrevista a Hugues de Varine-Bohan); GIRAUDY, D.-BOUILHET, H., *Le musée et la vie*, Paris, La Documentation Française, 1977, 96 pp.; MACDONALD, G. F.-ALSFORD, S., *Museum for the global village. The Canadian Museum of Civilisation*, Hull, Canadian Museum of civilisation, 1989, 235 pp. (Acciones del museo fuera de sus muros); WITTLIN, A. S., *Museums: in search of a usable future*, Cambridge-Massachusetts-London, The Mit Press, 1970, 300 pp.; EISEMBELS, M., “Élément pour une sociologie des musées”. *Museum*, París, Unesco, núm. 2, 1972, vol. XXIV, pp. 110-119, 1972; LEHMBRUCK, M., Sociologie. “Tendances sociales et organisation de l’espace” *Museum*, Paris, Unesco, núm. 3-4, 1974, vol. XXVI, (dedicado al museo y la arquitectura); CABALLERO ZOREDADA, L., *Funciones, organización y servicios de un museo: el Museo Arqueológico Nacional de Madrid*, Madrid, Anabad, 1982, cap. II, 5-6-7, IV, 5 p. 179 y ss., y cap. V; SALAS LÓPEZ, F., *El museo, cultura de todos*, Madrid, Ministerio de Cultura, 1980, col. Cultura y Comunicación núm. 13; ALONSO FERNÁNDEZ, L., *Museología. Introducción a la teoría y práctica del museo*, Madrid, Istmo, 1993, 424 pp.; GARCÍA BLANCO, A. y otros, *Función pedagógica de los museos*, Madrid, Ministerio de Cultura, 1980.

¹⁴ DEPAIGNE, J., *Políticas culturales en Europa*. Madrid, Ministerio de Cultura, 1980. (Sinopsis de la Conferencia de Ministros de Asuntos Culturales de Europa, Oslo, 1976).

- ponen al alcance más amplio posible de la población el legado cultural.
- utilizan para conseguirlo los medios de la difusión y animación socio-cultural. Lo que llevado al museo supone : a) en el plano económico: la reducción o gratuidad de los precios de entrada o de los bienes de consumo cultural; b) en el plano sociológico: la realización de actividades en colaboración con grupos organizados; c) en el plano geográfico: la descentralización cultural (museos locales), el reforzamiento de la movilidad de actividades culturales (exposiciones itinerantes) y el libre empleo de los medios de comunicación social con fines culturales (en referencia especial a los audiovisuales e interactivos); e) en cuanto a la animación: invitar al público por medio de un ambiente acogedor y vivo en el museo y organizando centros culturales.

- superan los límites tradicionales que impidieron el libre acceso a la cultura: actuando sobre el sistema de educación, estimulando la acción colectiva y la vida asociativa y extendiendo la cultura a la sociedad toda.

De acuerdo a estos parámetros, la evolución del museo hacia el futuro ya se atisba en el sentido de exigir una mayor participación social.

El museo tendrá que ser:

- más *dinámico*: será básicamente temporal, tendrá que adaptarse continuamente a la demanda exterior.

- con un predominante *papel sociocultural*: estudiará las necesidades de su sociedad, para promocionar e integrar a sus habitantes.

- su *actitud será crítica*: reinterpretará sus elementos, se cuestionará la ordenación de los objetos.

- *potenciará la comunicación*: el público dejará de ser espectador para ser actor; habrá diálogo entre el público y la institución museo; se requerirán especialistas en expansión cultural.

¿Pero, en concreto, qué se le va a pedir a un museo etnográfico?

El ser entorno protector de los objetos como trasuntos de un patrimonio vivo, sucesión de un “continuum” entre el campo de trabajo del que se extrae la información histórica del objeto, el archivo que le dota de una mayor comprensión y el museo mismo que lo recibe en depósito, lo inventaría y cataloga, lo conserva, lo estudia, lo comunica y lo enseña de la mejor manera posible, de modo que sirva a la promoción de la sociedad en tanto que significativa de unas señas de identidad propias o ajenas. Porque el museo –ya lo hemos dicho– debe ser un lugar de encuentro pluricultural donde el visitante se sienta interpelado y, quizás, encuentre por ello respuestas a sus interrogantes.