



MIRADAS,
ENCUENTROS Y CRÍTICAS
ANTROPOLÓGICAS

Aitzpea Leizaola, Jone Miren Hernández
(Coordinadoras)

EL IMPACTO SOCIAL DE NUESTRO PATRIMONIO ETNOGRÁFICO (UNA APROXIMACIÓN A LAS MÚLTIPLES FACETAS DE LOS MUSEOS ETNOGRÁFICOS LEONESES)

M^a CONCEPCIÓN GÓMEZ RODRÍGUEZ
Universidad de León

1. INTRODUCCIÓN

El póster presenta un proyecto de investigación en curso en el que se explora la relación entre patrimonio etnográfico, desarrollo económico y uso político de la identidad local, en el marco de algunos museos etnográficos leoneses. Pretendemos redescubrir el museo etnográfico como una institución cargada de múltiples sentidos y vivenciada de forma distinta por los actores sociales que intervienen en su creación, gestión, mantenimiento y uso.

2. HIPÓTESIS

2.1. Polisemia

La acepción de “museo etnográfico” es polisémica.

2.2. Economía

Existe una relación entre economía y producción de museos etnográficos.

2.3. Identidad

En la base de estos museos se apela a una “identidad local” anclada en una parte concreta del pasado y vinculada a lo rural.

3. METODOLOGÍA

3.1. Datos primarios: Conversaciones informales, cuestionarios, entrevistas y observación participante.

3.2. Datos secundarios: Análisis de contenidos de bibliografía, legislación, documentos generados sobre y por los propios museos y prensa local.

4. RESULTADOS

Existen una serie de instituciones de tamaños diversos que se autodenominan “museos etnográficos”, “museos etnológicos”, “museos de cultura popular”... Estas instituciones adquieren distintos significados en boca de las diversos actores sociales, sean estos colectivos (la Junta de Castilla y León, los ayuntamientos implicados, es decir, las corporaciones municipales, el Instituto Leonés de Cultura que depende de la Diputación de León, asociaciones...) o personales (promotores, gestores, técnicos, trabajadores, visitantes, periodistas...).

La relación entre museos etnográficos y economía se apoya fundamentalmente en el turismo. La provincia de León muestra un panorama que se caracteriza por la proliferación de “museos etnográficos” a lo largo y ancho de su extensa geografía. La mayoría surge asociada a proyectos de desarrollo rural que pretenden reactivar la economía de las distintas zonas a través de un turismo cultural basado en el patrimonio. En relación con esto percibimos también una utilización política del patrimonio en general y de estos museos en particular. Esa utilización se lleva a cabo a través de la apelación a una amalgama de conceptos: identidad, tradición, turismo, desarrollo económico etc. Estos conceptos operan como pretextos de vinculación y, obviamente, cambian en función de quien los utiliza.

La identidad¹ a la que se apela a través de los museos etnográficos está a menudo anclada en un pasado ideal y vinculada a lo rural. El discurso sobre la identidad es frecuentemente difuso y ambiguo y esa identidad parece concebida como una especie de traje permanente y heredado, hecho de una pieza, que se suele buscar en ese pasado que fue y ya no es.

¹ Partimos de un concepto de identidad que es válido en tanto que nos alerta sobre prácticas que construyen relatos de coherencia en los sujetos.

CONCLUSIONES

Coincidimos con Carretero Pérez cuando afirma que “(...) la antropología cultural nunca ha sabido acercarse a los museos, convertirlos en parte de su esencia, manifestarse a través de ellos, como han hecho otras disciplinas” (Carretero Pérez 1999: 84). Dice este autor que “Lo que debería interesaros de los objetos por encima de cualquier otra cosa, es la posibilidad de reconstrucción y explicación significativa de ambientes sociales y culturales” (Carretero Pérez 1999: 99). En este sentido, la antropología debe asumir una responsabilidad ante estas instituciones para contribuir al desarrollo de proyectos que vayan más allá del empeño de “(...) montar minúsculos museos en donde exhibir rarezas rurales” (Díaz G. Viana 1997: 95). Para que esto sea posible, es decir, para que podamos a través de los museos reconstruir y explicar significativamente esos ambientes, la disciplina antropológica debe, además de dotar de rigor y relevancia a esas instituciones, investigar cómo a través de las prácticas que los actores sociales desarrollan en torno a ellas, cobran cuerpo una serie de conceptos y relaciones que van más allá de lo meramente museográfico y se adentran profundamente en lo político, lo económico y lo social.

BIBLIOGRAFÍA

CARRETERO PÉREZ, Andrés (1999) “Museos etnográficos e imágenes de la Cultura” in INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO (comp.) *Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*, Granada, Comares, pp. 94-109.

DÍAZ G. VIANA, Luís (1997) Castilla y León. Imágenes de una identidad. *Notas para un manual de Etnografía*, Valladolid, Ámbito.