



LA RAZÓN HISTÓRICA.
 Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas
 ISSN 1989-2659
 Número 50, Año 2021, páginas 36-46.
www.revistalarazonhistorica.com

En diálogo sobre el Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén: un lugar común para la historia y la antropología.

María del Carmen Sánchez Miranda
Doctora por la Universidad de Jaén

Antonia Parras Fernández
Graduada en Geografía e Historia por la Universidad de Jaén

Resumen:

Partimos de una necesaria renovación de los museos etnográficos para que dejen de ser percibidos como espacios arcaicos y pasen a ser vistos como un valor patrimonial, una parte de la historia de las sociedades. Abordaremos el difícil camino que transitar para los museos etnográficos, dándonos cuenta con ello que actualmente no tenemos una definición concisa del significado de tales museos, y tomaremos como estudio de caso el Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén. Necesitamos conocer el pasado para entender e interpretar el presente, de modo que, preservando la importancia de nuestras raíces, las sociedades comprenderán mejor el legado que nos han dejado las anteriores generaciones.

Palabras clave: Etnografía. Museos etnográficos. Patrimonio. Artes populares. Cultura.

Abstract:

Ethnographic museums need to be renewed and stop being perceived as archaic places and come to be seen as a heritage value, part of the history of societies. We will address the difficult path for ethnographic museums to travel, realizing that we currently do not have a concise definition of the meaning of such museums, and we will take the Museum of Popular Arts and Customs of Jaén as a case study. We need to know the past to understand and interpret the present, so that preserving the importance of our roots, societies will better understand the legacy that previous generations have left us.

Keywords: Ethnography. Ethnographic museums. Heritage. Folk arts. Culture.

Introducción

Desde el planteamiento de la cuestión ¿qué pasará con los museos etnográficos? iniciamos este trabajo: la pregunta que aborda el futuro de los museos etnográficos no es algo sencillo de responder, ya que desde hace tiempo este tipo de museos se vienen enfrentando a varios desafíos impuestos por las sociedades del mundo contemporáneo y, hoy en día, sería necesario superar la definición tradicional de considerar estos museos como espacios donde se exhiben objetos “exóticos” ajenos a nuestra vida cotidiana. Así pues, se pretende elaborar una redefinición de los museos etnográficos para las actuales sociedades modernas.

En este sentido, resulta muy ilustrativo lo que Cárdenas (2016) afirma:

Podríamos definir a los museos etnográficos como aquellas instituciones museísticas dedicadas a la conservación y exhibición de objetos y creencias pertenecientes a culturas vivas no occidentales, que han sido estudiadas de manera directa y reciente por los especialistas en la materia (p.81).

Nuestra investigación se centra en el caso de un museo etnográfico concreto, el Museo Artes y Costumbres Populares de Jaén. La elección de este complejo museístico se debe a la falta de comprensión de los bienes inmateriales que tiene la sociedad giennense de su ciudad natal. Hemos de darnos cuenta que Jaén es una de las provincias andaluzas que cuenta con un rico y variado patrimonio con el que enriquece a su ciudadanía, haciéndose necesario entender el valor que nos proporciona su patrimonio para comprender la importancia del mismo y contribuir a su desarrollo. De suma importancia es la idea de considerar un museo como un medio de comunicación, una oportunidad para reflejar a las sociedades una diversidad cultural. Según Carretero (1996):

Un museo es una ventana y a través de la cual los especialistas perciben y observan el mundo exterior seleccionando aquello que debe ser conservado, aquello que, aparentemente, cada sociedad quiere conservar, y a través de la cual el público contempla mundos que a menudo le son exóticos o llamativos: es la ventana de nuestra cultura hacia lo exterior o anterior a ella misma (p.329).

Nuestro museo objeto de estudio recoge los modos de vida de la sociedad giennense anterior a la etapa de la industrialización y su catálogo de enseres se basa en los modos de vida, ya que se tomó conciencia de que este tipo de prácticas tradicionales y/o rurales iban a ser irremplazables, debido a que con la industrialización cambiaron profundamente los modelos de vida. En este sentido, Barragán (2015) sostiene:

Esas formas de vida, asociadas al atraso y a la pobreza, fueron abandonadas a pasos agigantados durante la década de los 60 cuando las condiciones económicas y sociales lo posibilitaron, pero en la década siguiente se hizo patente que se estaban perdiendo formulas culturales que constituían señas de identidades locales o regionales, lo que daba como resultado un fuerte desarraigo y una desactivación de la conciencia de pertenencia y de identidad (p.152).

Objetivos

Uno de los objetivos que se pretende alcanzar es procurar visibilizar este espacio museístico de reminiscencias, de manera que la sociedad giennense tome conciencia de la memoria e identidad a través de un proceso de transformación social que afectó en varios ámbitos. Dicho proceso trata, en gran medida, de la innovación del medio agrario, que no sólo implicó un cambio en los sistemas de producción, sino que estuvo acompañado de profundas transformaciones a nivel social.

La transformación del medio agrario es un proceso largo en el tiempo, que originó la aparición de nuevas formas de vida y es, a través de las exposiciones de las diferentes salas del Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén, donde sus visitantes pueden observar e interpretar dicha metamorfosis.

Es por ello que el estudio que compone el interés en las diferentes salas nos llevará a tomar una conciencia de la importancia de la memoria social y cultural sobre el valor del patrimonio histórico y su posicionamiento. En la actualidad ocurre el fenómeno contrario, una situación cada vez más tendente a disminuir el interés que despiertan este tipo de museos ¿cuál es la razón que subyace a esta circunstancia? Responder a esta pregunta es otro de los objetivos planteados en la investigación. En las sociedades contemporáneas y, principalmente, entre personas jóvenes, observamos cómo los museos etnográficos pasan a un plano muy secundario entre sus intereses. Es evidente que tales museos necesitan renovarse y adaptarse a las nuevas tecnologías y a las formas de comunicación que favorezcan despertar una mayor motivación para la población de menor edad.

Metodología

En un primer momento hemos revisado un gran volumen de fuentes bibliográficas, que nos han permitido obtener la mayor cantidad posible de información acerca de nuestro objeto estudio. No solo nos hemos ceñido en indagar sobre el Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén, a nivel general sobre los museos etnográficos.

No obstante, no solo hemos utilizado una metodología de revisión sistemática sino que además hemos llevado a cabo una metodología cualitativa de tipo etnográfico y cuantitativa basada en la elaboración de un formulario que nos ha permitido conocer algunos factores claves en nuestro estudio; en esta combinación de ambos tipos de datos, se contrasta la información obtenida con los aspectos observables aptos para la cuantificación, utilizando estadísticas para el resultado obtenido.

Ardévol (1998) manifiesta:

La etnografía es una técnica antropológica de construcción de datos para la descripción de la forma de vida de un grupo humano. Esta técnica presupone que el investigador realiza una observación participante intensiva- trabajo de

campo etnográfico- de forma que pueda llegar a una comprensión 'desde dentro' de la cultura estudiada (p.221).

A pesar de ser métodos contrapuestos, no son excluyentes. El análisis cualitativo y cuantitativo establece una investigación más enriquecedora de nuestro objeto de estudio, obteniendo una información más profunda y variable. Esta información se triangula con los resultados obtenidos con el planteamiento de un formulario, el cual se ha llevado a cabo a través de Google Form, aplicación que nos ha permitido obtener resultados cuantificables, con matices cualitativos, de manera más rápida y sencilla. Además, hemos querido incorporar avances tecnológicos en el desarrollo de la investigación, y esta opción nos resultó adecuada ya que solo se precisa conexión a internet para poder cumplimentar el mismo.

El formulario está compuesto de 17 preguntas que engloban todo tipo de información, desde un nivel general como puede ser una visión de todos los museos hasta específicas aludiendo al Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén: los resultados nos aportarán una visión social y además una visión crítica de esta temática. Puede consultarse en el siguiente enlace: : <https://forms.gle/vgsTmsRpbdmVHE2x6>

En la primera toma de contacto hemos estudiado el género (hombre/mujer) de todos los participantes. Una segunda pregunta ha estado dirigida hacia el rango de edades siguiendo la clasificación establecida por el Instituto Nacional de Estadística, dividiendo las edades en grupos quinquenales (0-4 / 5-9 / 10-14). En nuestro caso hemos empezado el rango de edades a partir de los 15 años, ya que consideramos que los adolescentes a estas edades ya tienen un razonamiento propio para argumentar sus decisiones, mostrando interés y preocupación por sus futuros estudios. Sin embargo, la edad máxima la hemos establecido en los mayores de 65 años, ya que a partir de esta edad en España se considera la jubilación. Es significativo realizar una aproximación a estos valores, ya que las personas jubiladas tienen más tiempo libre y nos interesa conocer si dentro de su tiempo de ocio dedican un espacio a la visita de museos.

Siguiendo con el formulario, nos encontramos con el nivel de estudios, dividido entre: sin estudios o estudios primarios, estudios secundarios y estudios superiores. El resultado a dicha pregunta nos ofrecerá información relevante acerca del conocimiento general que tienen los visitantes. Podremos deducir si las personas que acuden a los museos o se interesan en ellos disponen de estudios previos o si ocurre lo contrario. Las primeras tres preguntas aportan datos de índole más personal, ya que previamente queremos conocer un poco a nuestros participantes.

Posteriormente planteamos preguntas que nos faciliten información a nivel general de los museos. Una de estas preguntas es ¿con qué frecuencia suele acudir a los museos? Las respuestas nos harán extraer la motivación que muestra la sociedad hacia los espacios de museo.

A continuación, nos centramos en preguntas concretas sobre nuestro objeto de estudio. La primera nos brinda datos sobre las visitas al Museo de Artes y Costumbres

Populares de Jaén: este es un aspecto importante en el formulario ya que los participantes tendrán que justificar sus respuestas. Con las siguientes respuestas analizamos el interés que ha despertado este tipo de museo en la ciudadanía y comprobaremos si el estar ubicado en el mismo edificio que alberga los Baños Árabes ha condicionado a los visitantes. Otra de las preguntas es la recomendación a otras personas, y una de las preguntas más relevantes de nuestro objeto de estudio es ¿cuál es la sección del museo que más le han gustado? E igualmente deben justificar sus respuestas. A través de la información recabada veremos la temática que más ha interesado a la ciudadanía y evaluaremos su importancia.

Finalmente analizaremos aspectos referentes a la finalización de la visita; dichos aspectos están estrechamente relacionados con los servicios y su grado de satisfacción, con los conocimientos, con el acceso a la tecnología y con el personal del museo. Todos ellos nos darán respuestas a las carencias y desafíos específicos que marcan al Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén, pero también nos servirán para reflexionar a nivel global sobre los problemas que tienen los museos etnográficos.

En definitiva, la realización del formulario ha tenido como objetivo conocer si la sociedad giennense tiene conocimientos sobre el patrimonio de su ciudad, si se interesa por conocer aspectos culturales de su historia y si está familiarizada con ellos. Así pues, la muestra ha estado conformada por habitantes de la ciudad, puesto que el nuestro objeto de estudio se encuentra en este emplazamiento, y la participación ha ascendido a un total de 80 personas con amplio rango de edad.

Resultados

Los datos se han estructurado en dos bloques diferenciados: un primero que estaría compuesto por preguntas básicas para realizar un acercamiento a nuestros participantes y conocer si han tenido algún contacto con los museos etnográficos y un segundo que estaría centrado exclusivamente en una serie de cuestiones sobre el Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén.

Previamente a los datos obtenidos hemos podido inferir que será mayor el interés entre las personas mayores, ya que tienen unos sentimientos más arraigados de su pasado y por tanto unas raíces más fuertes en la historia de su ciudad. De igual forma, estimamos que la población más joven mostrará menor motivación, debido a múltiples limitaciones del acceso a la cultura entre los jóvenes, así como la consideración de que sin previos estudios es más complejo realizar una valoración de la cultura. A continuación, vamos a intentar corroborar dichas premisas.

En un contacto inicial con los participantes nos encontramos una mayor participación por parte de las mujeres: un 57,8%, frente a un 42,2% de los hombres. Es observable que las mujeres han mostrado mayor interés para cumplimentar el formulario, tal y como podemos apreciar en el primer gráfico.

Respecto al rango de edades, los datos son más variables: era evidente que los resultados iban a ser dispares, pero como ya hemos anunciado anteriormente, nos ha llamado la atención el número de participantes jóvenes, siendo un total de 66,7%. Hemos de aclarar que esto también se debe a nuestra motivación por centrarnos en la población más joven y conocer su opinión respecto al patrimonio cultural. En las últimas décadas este sector de la sociedad era el que mostraba el menor interés y hemos pretendido, a través del formulario, verificar esta hipótesis y explicar la razón. Este 66,7% ha estado comprendido entre los 20 y 24 años, la edad en la que terminan muchos los estudios y nos ayuda a observar la formación previa que ostentan acerca de esta rama. Por otra parte, entre la población más juvenil contamos con un total del 13,2% entre los 15 y 19 años. Finalmente, un 11,1% ha estado comprendido entre los mayores de 40 y 65 años. Y el porcentaje restante, lo podemos incluir dentro de la población juvenil, un 8,9%.

En la pregunta relacionada con los estudios, hemos obtenido los siguientes datos: un 68,9% han tenido estudios superiores, un 24,4% han sido estudios secundarios y finalmente un 6,7% sin estudios/estudios primarios. Podemos analizar varios aspectos, uno de ellos es que ese porcentaje mayoritario de estudios superiores puede estar comprendido entre la población joven (20-24 años), lo cual nos indica que nuestros participantes disponen de conocimientos previos. Sobre el 24,4% puede estar comprendido entre la población más juvenil de los 15-19 años o también entre la población de los 40 años que tengan una formación básica, mínima de estudios. Finalmente, aunque el porcentaje es el más bajo, de un 6,7%, podemos deducir que se trata de la población mayor de los 40 años que no hayan tenido oportunidad de unos estudios básicos por su contexto histórico, al no poder disfrutar de las mismas facilidades que las sociedades contemporáneas de acceder a una formación reglada.

Con las cuestiones anteriores configuramos un perfil bastante real de nuestros participantes.

A continuación, comenzamos con cuestiones sobre los museos, cuyos resultados demuestran que los participantes han visitado previamente un museo, es decir, han estado en contacto con este tipo de instituciones, siendo un total del 88,9%. Seguidamente vamos a ver con qué frecuencia y en qué espacios temporales suelen acudir: resulta predecible que la mayor parte de la población realice visitas a los museos en su tiempo libre, con un 86,7% frente a un 13,3% que realiza visitas una vez al mes. Este último porcentaje puede englobar a las poblaciones jubiladas ya que no tienen una actividad laboral a la que dedicarles tiempo u otro tipo de preocupaciones, a diferencia de una población de menor edad. Nos resulta llamativa la inexistencia de visitas en los fines de semana, aunque a priori parecía que este factor iba a tener un elevado porcentaje.

Es probable que aquellas personas cuya respuesta ha sido la de visitar los museos los fines de semana, lo hayan incluido en tiempo libre, ya que son los fines de semana

aquellos momentos de la semana donde pueden dedicar más tiempo a otro tipo de actividades.

En relación al tipo de visitas, nos vamos a referir al cariz de la actividad, si se hace en solitario, con amigos, familiares o dentro de una actividad turística. Pasamos a ver los resultados obtenidos: por lo general, las visitas a los museos con un 51,1% se efectúan con amigos, y el segundo mayor porcentaje con un 31,1% con familiares; en menor incidencia tendríamos las visitas con un grupo turístico o aquellas realizadas individualmente. También los resultados eran los más predecibles, aunque resulta llamativo el bajo porcentaje de participación en grupos turísticos, al ser un medio que nos permite conocer de la mano de profesionales el patrimonio con mayor profundidad, calidad y detalle.

Continuando con el análisis, vamos a ver dentro de los participantes cuántos han visitado el Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén.

Observamos que la mayor parte de los participantes, con la cifra de 64,4% no han visitado el Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén. Principalmente, el motivo que nos han dado ha sido la falta de tiempo y la falta de conocimiento, es decir, no conocían este complejo museístico. Con este ítem podemos deducir y afirmar el poco interés mostrado en la sociedad sobre el valor del patrimonio etnográfico a través de la identidad y los recuerdos. La población más joven, coloquialmente, suele decir que se trata de un museo donde se exhiben enseres antiguos con muy poco valor personal para ellos. Sin embargo, entre la población de mayor edad ocurre el fenómeno contrario, pudiendo observarse que su principal motivo ha sido conocer aspectos culturales e, incluso, a muchos les complace visitar cualquier tipo de museo y enseñarles el patrimonio giennense a residentes de otras localidades.

Respecto a la impresión que les ha causado el museo a los participantes que han podido visitarlo podemos decir que absolutamente ha sido buena o muy buena: todos aquellos que acuden a visitarlo se han llevado una sorpresa muy grata y lo recomendarían encarecidamente a otras personas.

Otra de nuestras preguntas claves para la investigación ha sido descubrir qué tipo de sala es la que adquiere mayor interés para los visitantes del museo: un dato muy revelador es que un 70,6% ha seleccionado las salas dedicadas a la infancia, casa rural, casa burguesa, cerámica, cordobanes y guadamecés y textiles. Esto quiere decir que han mostrado interés en conocer cómo era la sociedad giennense en la etapa preindustrial. Asimismo, también observando la sociedad de aquellos tiempos podemos comprender la evolución que se ha llevado a cabo, en cuanto a la pérdida y mantenimiento de muchas de las prácticas, utensilios y costumbres reflejadas. De gran importancia en este sentido es entender la estructura jerárquica desigual frente a sociedades contemporáneas más justas socialmente. El segundo mayor porcentaje, con un 17,6% corresponde a las salas denominadas a la vid, olivo, cereal y agua. Este resultado no nos sorprende demasiado ya que el contexto giennense ha estado basado en la agricultura hasta la llegada de la industrialización. No solo la capital de la

provincia, sino también todos los pueblos y municipios que la componen; de igual forma, en las sociedades giennenses pasadas y presentes el olivar es pieza clave en nuestro tejido cultural. Sin embargo, es sorprendente que a nadie le haya llamado más la atención la sala de matanza, talleres y oficios artesanos y religiosidad popular. Una de las posibles razones es que cada vez la religión está perdiendo interés por parte de los jóvenes y adolescentes. En los últimos siglos el papel de la religión era fundamental en las sociedades, siendo uno de los mayores poderes económicos que poco a poco han ido disminuyendo hasta llegar a la actualidad, como una institución social y en controversia. Hoy en día, podemos decir que la creencia y pertenencia institucional ya no se corresponde, esto quiere decir que la manera de expresar la creencia entre las generaciones más jóvenes no es la misma que la que transmite la institución. Existen múltiples factores que intervienen en ese rechazo o pérdida de interés hacia la iglesia, pudiendo ser una de las razones por las que no resulta atrayente este aspecto reflejado en el museo.

Siguiendo con el formulario, nos encontramos con la cuestión que aborda el grado de satisfacción de los servicios empleados en el museo, valorando desde el 0 al 10, donde el 0 significa insatisfecho y el 10 muy satisfecho. El 44,4% de los participantes se mostraron satisfechos con estos servicios valorándolo en un 8/10. También hubo un 38,9% de los participantes que se mostraron muy satisfechos. Así pues, los servicios que se prestan en el Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén se acercan bastante a las expectativas de los usuarios del mismo.

Otra pregunta ha estado relacionada con los conocimientos adquiridos después de la visita: la mayoría de los participantes afirmaron que asumieron un mayor conocimiento sobre las costumbres y tradiciones de la sociedad giennense, incluso algunos ya habían tenido contacto con objetos relacionados con la agricultura, ya que parte de sus vínculos familiares estaban ligados a las labores del campo.

Las dos últimas preguntas hacen referencia a las carencias y desafíos de los museos etnográficos. Una de los principales déficits es la adaptación a las nuevas tecnologías, ya que según los participantes en nuestra investigación el museo no está adecuado a las mismas: uno de los motivos que argumentan es la falta de audio guía, ya que este recurso permitiría que el museo fuese más atractivo e interactivo. También se ha recogido que sería necesario ampliar los servicios del museo a diferentes idiomas dando más facilidad a los turistas. Otro de los ejemplos de la brecha tecnológica es la ausencia de simuladores de los objetos, lo cual facilitaría a los visitantes a comprender cómo funcionaban los objetos de las colecciones. Respecto a la cuestión sobre la cualificación del personal del museo la respuesta ha sido muy controvertida, exponiendo la idoneidad de contar con etnólogos o antropólogos especialistas para aprovechar el máximo potencial y visibilizar la cultura mostrada. En definitiva, podemos concluir que es necesaria una adaptación del museo no solo a las nuevas tecnologías sino también a las nuevas sociedades contemporáneas, las cuales van requiriendo cambios en función de los avances y el devenir producido.

Conclusiones

Desarrollado el acercamiento al objeto de estudio, hemos tratado de realizar un recorrido sobre los museos etnográficos hasta centrarnos en el Museo de Artes y Costumbres Populares de Jaén y cómo es percibido; el estudio nos ha permitido conocer que las evoluciones en difusión del patrimonio siguen siendo insuficientes, ya que se precisa una remodelación de los museos etnográficos: esto es, adaptarse a las nuevas exigencias de las sociedades contemporáneas.

Asimismo, es prioritario destacar el papel que ha tenido la etnografía en este tipo de instituciones, como método de investigación que nos permite observar las variables expresiones humanas existentes y como herramienta capaz de hacernos comprender la importancia que tienen las diversidades e intentar paliar y reducir la intolerancia cultural.

Es fundamental que las generaciones más jóvenes conozcan y valoren el patrimonio cultural, ya que es una herramienta esencial para conocer nuestro pasado e interpretar el presente. Esto puede quedar sintetizado por Tasky (2008) que mantiene:

Si los museos fueron -o siguen siendo- espacios de “invención”, si los sitios patrimoniales constituyeron un territorio de legitimación de los bienes “sagrados”, si estas nociones desde hace tiempo han sido puestas en crisis, bueno es capitalizar esa crisis, bueno es trabajar desde cada sitio, procurando que especialistas y visitantes transitemos el “recorrido patrimonial” con un sentido crítico e integrador (...) y necesario es que expertos, “usuarios”, público diverso, gestores culturales, estudiantes, docentes, participemos de la “puesta en escena” que con viejos y nuevos rituales nos permita disfrutar de la aventura de conocer (p.49).

La afirmación anterior nos lleva a reflexionar que todos y cada uno de los ciudadanos debemos contribuir con este tipo de instituciones en posibles mejoras. Hemos de fortalecer a las instituciones museográficas ya que son unos medios de comunicación en los que tienen como uno de sus objetivos remodelar el mundo; es decir, son instituciones donde podemos observar diferentes choques culturales y con ello entender el mundo con su pluralidad. Como destinatarios, hemos de ser el motor que promueva una nueva visión de los museos etnográficos, ya que como afirma Yáñez (2019):

Muchos museos etnográficos locales mantienen su actividad centrada en la exposición permanente de los fondos, cuyo discurso se vuelve repetitivo y vacío de contenido. Tampoco es usual en estos museos la disposición de medios informáticos: con frecuencia carecen de página web y el personal con el que cuenta es insuficiente (p.105).

Si partimos de los objetivos planteados en nuestro estudio, apreciamos que gran parte de la sociedad giennense no tiene conciencia de la memoria social de su contexto y hemos podido extraer muchas respuestas en el método empleado para la recogida de

datos: permitiéndonos conocer varios aspectos de la sociedad giennense, además del valor que tiene la transformación agraria y los cambios que produjo.

A través de la materialización del uso de la memoria se puede mostrar el valor por los recuerdos, las costumbres y las tradiciones que son el origen de las sociedades. Si preservamos estas raíces podremos conocer mejor el legado que nos ha dejado las anteriores generaciones y, en definitiva, ayudar a comprender nuestro pasado; un pasado que nos hará estudiar nuestro presente y entender quienes fuimos, somos y seremos.

Incidimos en la atracción de cómo promover el interés de los jóvenes, ya que estos formarán el futuro de las sociedades y, en otras palabras, renovar los museos etnográficos como estrategia para mantener la cultura viva en las sociedades y no abocar a la pérdida de este tipo de instituciones.

Sabemos que el primer paso siempre es el más difícil, pero tenemos que atrevernos a cambiar y acomodarnos a las sociedades contemporáneas. Por lo tanto, debemos romper las estanterías que encierran multitud de objetos que han sido considerados arcaicos y reforzar su significado de patrimonio cultural, de ser una parte de las raíces y las memorias de las sociedades; las personas necesitamos tener un pasado para comprender nuestro presente, y una parte de nuestro pasado lo forma nuestro patrimonio cultural.

Nuevas sociedades que cada vez tienen mayores necesidades y que provocan que los museos -o cualquier otra institución- tengan que estar continuamente renovándose, mejorándose y adaptándose a los nuevos requerimientos de la cantera generacional, permitiendo y fomentando un aumento del interés por preservar estos espacios de la historia y la antropología ¿cómo serán los museos etnográficos del futuro?

Referencias

- ARDÉVOL, E. (1998). Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales. *Revista de dialectología y tradiciones populares*, 53(2), 217-240. Recuperado de <http://dra.revistas.csic.es/index.php/dra/article/view/396>
- BARRAGÁN, M. (2015). Crónica de un intento: los museos etnológicos en Andalucía. *Revista andaluza de antropología*, (9), 132-157. Recuperado de <http://asana-andalucia.org/revista/uploads/raa/n9/barragan.pdf>
- CÁRDENAS, B.M. (2016). *Museos etnográficos. Contribuciones para una definición contemporánea* (Tesis de maestría). Recuperado de https://ru.dgb.unam.mx/handle/DGB_UNAM/TES01000742350

- CARRETERO, A. (1996). Antropólogos y museos etnográficos. *Complutum Extra*, 6 (II), 329-336. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CMPL/article/view/CMPL9696330329A>
- TASKY, A. (2008). Usos del pasado, patrimonio, identidad y museos en discusión. *Clío & Asociados*, 29-55. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/32710>
- YÁÑEZ, R. (2019). Museos etnográficos de ámbito local. De la tradición al olvido. *Revista andaluza de antropología*, (16), 93-111. Recuperado de <https://revistascientificas.us.es/index.php/RAA/article/view/8587>