

Identidades: museos y representación de lo local¹

Identités : musées et représentation locale

Xavier Roigé

Universitat de Barcelona

Resumen/Résumé

La noción de identidad es constitutiva de la idea misma del museo, desde los inicios de estas instituciones, y algo que citan con frecuencia sus responsables como su misión. Este artículo trata de la identidad en los museos locales, analizando dos formas de entenderla, desde una visión más nostálgica y romántica basada en la idea de la tradición hasta una noción más política, que señala el papel de la identidad en el desarrollo local. No obstante, la noción de identidad es un concepto problemático para los museos, por cuanto implica una selección de algunos elementos como representativos, elementos que con frecuencia sólo corresponden a una determinada visión del pasado. Tras analizar algunos ejemplos de cómo los museos de los Pirineos abordan la cuestión de la identidad, el texto concluye con una serie de propuestas sobre cómo puede tratarse la identidad desde nuevas perspectivas que tengan en cuenta la diversidad cultural, la función social del museo, el desarrollo local y la sostenibilidad.

La notion d'identité est constitutive de l'idée même de musée, depuis la naissance de ces institutions, et elle est souvent citée par leurs

¹ Trabajo realizado en el marco del proyecto *Patrimonio Inmaterial y Políticas Culturales: desafíos sociales, políticos y museológicos* (PGC2018-096190-B-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades / Agencia Estatal de Investigación / Fondo Europeo de Desarrollo Regional, Unión Europea.

responsables comme leur mission. Cet article traite de l'identité dans les musées locaux, en analysant deux façons de la comprendre : une approche plus nostalgique et romantique basée sur l'idée de tradition et une approche plus politique, qui met en avant le rôle de l'identité dans le développement local. Cependant, la notion d'identité est un concept problématique pour les musées car elle implique une sélection de certains éléments comme représentatifs, or ceux-ci ne correspondent souvent qu'à une certaine vision du passé. Après avoir analysé quelques exemples de la façon dont les musées des Pyrénées abordent le sujet de l'identité, le texte se termine par une série de propositions sur la façon dont l'identité peut être abordée à partir de nouvelles perspectives qui tiennent compte de la diversité culturelle, de la fonction sociale du musée, du développement local et de la durabilité.

1. Introducción

La noción de identidad es constitutiva de la misma idea del museo (Chaumier, 2005), y más específicamente de los museos de etnología. Los museos han sido, desde su creación, las “vitrinas de la nación” (del Río, 2010), los lugares donde se expone, explica y teoriza sobre las identidades, ya sean locales, nacionales o incluso multinacionales. Si analizamos las misiones que dicen tener los museos veremos como la identidad aparece en muchos de ellos. Ello es así porque todos los museos, de una forma u otra, juegan un papel decisivo en la definición y recomposición de las identidades, mediante la apropiación y valorización del patrimonio (Roigé y Arrieta Urtizbera, 2010). Pero si bien hay una abundante bibliografía sobre la construcción de la identidad en los museos nacionales (Aronsson y Elgenius, 2011), hay muchos menos trabajos sobre cómo los museos abordan la identidad local, de lo cual vamos a tratar en este artículo. Tras una presentación del concepto de identidad en los museos locales y su desarrollo teórico, nos interrogaremos sobre los problemas que representa el tratamiento de la identidad en el contexto actual. A continuación, presentaremos distintos ejemplos de cómo se aborda el tema de la identidad en museos locales de los Pirineos, para terminar proponiendo algunas propuestas de cómo puede tratarse la identidad en los mu-

seos desde nuevas perspectivas que tengan en cuenta la diversidad cultural, la función social del museo, el desarrollo local y la sostenibilidad.

2. Museos e identidades locales

La cuestión de la interrelación entre los museos y la identidad ha sido destacada, sobre todo, en su papel significativo para la configuración de los museos nacionales (Ballé y Poulot, 2004). En todos los países, los museos han sido utilizados como ámbitos privilegiados de definición y exposición de las identidades nacionales por parte de los estados y de los grupos nacionales hegemónicos (Iniesta, 1994: 232; Poulot, 1997: 195; McDonald, 2003). El museo nacional es, con frecuencia, el lugar de la memoria en el que la nación se rinde homenaje a sí misma (Iniesta, 1999), el lugar donde el patrimonio se nos presenta como un banderín contra la tendencia a la uniformización cultural (Rasse, 2000). Como señala Dominique Poulot (2005), el surgimiento de la noción de patrimonio es intrínseco al nacimiento de la concepción nacional-patrimonial, funcionando en términos de construcción de identidades colectivas relacionadas con el estado-nación.

Pero más allá de las identidades nacionales, la noción de identidad ha estado y está presente de manera muy destacada en el desarrollo de los museos de carácter local o territorial. No obstante, hay dos maneras muy distintas de entender la identidad en los museos, con dos concepciones que aunque a veces se mezclan, tienen dos sentidos muy diferentes desde un punto de vista político y museológico.

La primera concepción está presente en el desarrollo de los museos desde sus mismos orígenes. Los museos locales, sobre todo los de carácter etnológico, fueron creados en buena parte por la influencia del folklore, que veía amenazadas las tradiciones rurales desde finales del siglo XIX, valorando la creación de colecciones rurales como testimonio de una identidad local que se veía como sinónimo de riqueza, costumbres y objetos populares, y que se creía amenazada por la industrialización y por la uniformización de los estados (Chaumier, 2005). El deber del museo consistía en fortalecer el sentimiento de la comunidad, fomentando el surgimiento de una identidad o un sentido de pertenencia en competencia con el estado centralizador. Esta visión de la identidad, en el campo de los museos, se desarrolló de acuerdo

con la idea de un folklore de carácter conservador, que destacaba la riqueza de la cultura popular y tradicional en contraposición a un proceso de industrialización percibido como uniformador (Prats, 1988). Esta idea tuvo una notable influencia en la creación de numerosos museos de folklore a principios de siglo XX y de hecho sigue muy presente en muchos de los museos folclóricos, con denominaciones distintas como museo de artes y costumbres populares, de folklore o etnográficos. Al mismo tiempo, y en consonancia con la historia local, la narrativa de estos museos trataba de explicar la historia local basándose primordialmente en los propios hechos históricos, sin apenas interrelación con la historia general.

La segunda concepción de identidad llegó mucho más tarde y con un carácter muy distinto, sobre todo por su carácter político. La Nueva Museología (Desvallées y Mairesse, 2005) insistió en el papel central de los museos en la creación de la identidad local, pero la identidad era vista como un elemento transformador y tenía dos objetivos centrales: su contribución al orgullo comunitario y su funcionalidad última para ser utilizada en el desarrollo local. En comunidades que habían perdido población y capacidad de producción, la identidad era un elemento político para su regeneración. Les habían quitado muchas cosas, pero no su identidad, y por ello se insistía en ello, pero no era una idea romántica, sino una fuerza creativa. Los ecomuseos (Varine, 2007), tal vez el elemento más destacado de la nueva museología, se desarrollaron precisamente con el propósito de afirmar mejor los lazos comunitarios y los cimientos de identidad de la comunidad local, revalorizando las culturas locales, ya fuesen rurales o de clase obrera (Varine, 2006). La idea de Hugues de Varine (1973: 244) de que “toda la comunidad es un museo vivo cuyo público está en el permanentemente dentro” y de que “el museo no tiene visitantes, sino habitantes” marcó profundamente la museología, al poner la identidad al servicio de la comunidad, entendiéndola como un elemento que debía construirse entre sus miembros: “el museo, tal como lo vemos se construye poco a poco, tiene tanto conservadores como actores: todos los habitantes de la comunidad » (Varine 1973: 246). Como dice Serge Chaumier (2005), si el museo clásico movilizaba la identidad del pasado para el futuro, los ecomuseos y los museos sociales eran una provocación para la memoria romántica, al pretender utilizar la identidad por su capacidad de crear imágenes del presente. Para este autor, “el ideal del ecomuseo marcó el final de un museo que decía ser un legislador de los tiempos, en cuanto a la división entre el pasado y el futuro” (Chaumier, 2005: 19).

Como señala Christopher Gunter (2019), la Nueva Museología –portadora de un espíritu de transformación– se configuró como una idea política, utilizando la noción de identidad como símbolo de cambio y de transformación de las sociedades locales. Como sugiere René Rivard a propósito de Quebec, la Nueva Museología permitió “que una gran parte de la población despertase a la búsqueda de su identidad y una nueva conciencia de su patrimonio” (1985: 202). El museo local, así, les otorgaba el “poder de nombrar” y de “redefinir su territorio” (Rivard, 1985: 204). En este contexto, la identidad local era una parte relevante de la narrativa de los museos, de los objetos emblemáticos que conserva y del propio sentido de su existencia.

En el caso de España, a pesar de que la incidencia de la Nueva Museología fue menor a la de otros países (Navajas Corral, 2020), ésta se introdujo durante el período de la transición, con una explosión de identidades territoriales y políticas. Muchos museólogos de esos años, fueron unos auténticos activistas culturales, y adoptaron en gran medida el discurso de la Nueva Museología sobre la identidad, otorgándole un papel muy activo en el desarrollo de los territorios locales. La Nueva Museología promovió la implementación de las políticas de democracia cultural y se erigió como un movimiento político cuyo objetivo era desafiar las prácticas y formas de pensar sobre las actividades patrimoniales, a manera de resistencia cultural (Gunter, 2019).

3. La identidad local, un concepto problemático

A pesar de que estas dos formas de entender la identidad local en los museos tienen un significado muy distinto, en la práctica, muchas veces se confunden. Por una parte, por el hecho de que muchas veces los museos locales basados en la Nueva Museología han ido adoptando una visión nostálgica, y porque el activismo cultural de esos años ha ido decayendo, utilizándose con frecuencia los museos locales como elementos para la promoción de una imagen construida, de una imagen incluso artificial del pasado, y como elementos para la construcción de imágenes turísticas (Roigé y Frigolé, 2010). La dinámica neoliberal ha hecho que, paradójicamente, haya una necesidad de consumo de bienes del pasado, utilizados para recrear una *identidad* artificial. El pasado está *en venta* y se convierte en un elemento de consumo, utilizado para la venta de productos artesanos, de la arquitectura *tradicional* y de

elementos del pasado. Los museos, muchas veces, son poderosos elementos para la construcción de unas imágenes de identidad local recreadas o incluso reinventadas.

El concepto de identidad local, a pesar de su amplia aceptación museológica, es un concepto problemático. ¿Qué entendemos por identidad? ¿Quién decide cuáles son los elementos básicos de una identidad local? Los museos se basan en síntesis, explicadas a través de unos pocos objetos, y por lo tanto en una simplificación de los matices del discurso, lo que lleva a simplificaciones de lo que consideramos como identidad. A nuestro entender existen cuatro cuestiones que dificultan el tratamiento de la identidad por parte de los museos locales: 1) por una cuestión temática; 2) por una cuestión narrativa; 3) por una cuestión museográfica; 4) y por las dificultades de renovación para explicar los cambios de la sociedad actual.

En primer lugar (por razones temáticas), por cuanto los museos locales han insistido sobre todo en la temática rural, dejando de lado otras identidades presentes en el ámbito local. Uno de los retos de los museos de temática rural (Roigé y Arrieta Urtizbera, 2010) consiste en reinterpretar el pasado con nuevos discursos que rompan esa imagen idealizada y romántica, pero la modificación de la mirada *tradicional* no es simple, porque esa visión de lo antiguo se ha convertido en un nuevo instrumento de desarrollo local, creador de discursos sobre lo rural y utilizado comercialmente en las sociedades rurales (Roigé y Frigolé, 2010).

En segundo lugar (por razones narrativas), porque frecuentemente esta imagen de identidad local se construye mediante una imagen del pasado muy alejada de las circunstancias actuales, de manera que no hay una continuidad entre lo que se explica en el interior del museo y en el exterior. Las identidades explicadas en las exposiciones no son, por todo ello, ni *científicas*, ni objetivas, ni neutrales. Es más, con frecuencia, los museos locales nos transmiten la imagen de unas sociedades rurales *congeladas*, una visión casi fosilizada de la sociedad rural (Roigé y Arrieta Urtizbera, 2010; 2014). Como indicó ya hace muchos años Claude Lévi-Strauss, los museos etnológicos “han sido creados a imagen y semejanza de otros establecimientos del mismo tipo, es decir, como un conjunto de galerías donde se conservan objetos: cosas, documentos inertes y fosilizados detrás de las vitrinas, completamente desvinculadas de las sociedades que los han producido” (1969: 340).

En tercer lugar (por razones museográficas), por cuanto la exposición se constituye como una recopilación de artefactos de una época determinada, lo que hace que museos se parezcan. A través del discurso museológico, de sus exposiciones y de sus contenidos, las instituciones museales actúan como agentes de revalorización de determinados elementos del patrimonio y no de otros, reuniendo objetos etnográficos de una sociedad desaparecida. La museografía que privilegia el objeto confía en él como un elemento mediador entre el visitante y la sociedad que lo ha producido, convirtiéndolo al mismo tiempo en un objeto de curiosidad, en un hallazgo, en un artefacto cultural y en cierto modo en una obra de arte “popular” (Roigé y Arrieta Urtizbe-rea, 2014: 14). El problema es que, a menudo, el objeto funciona únicamente como un elemento evocador para personas que lo recuerdan cuando estaba en uso, pero no acaba de funcionar para personas que no han vivido ni conocen ese pasado. Por otra parte, la selección de objetos que nos presentan muchos de esos objetos no es más que una selección arbitraria de una parte de la realidad, y construyen una imagen parcial de la identidad.

Finalmente, debemos señalar las dificultades de renovación que tienen esos museos y su discurso de identidad. ¿Cómo abordar la sociedad actual? ¿Cómo representar un presente plural y con múltiples identidades? No es fácil: además de los motivos ideológicos, hay problemas museográficos y la misión convencional del museo, visto como un “archivo del pasado”.

4. La identidad en los museos pirenaicos

El análisis de cómo algunos museos pirenaicos abordan el tema de la identidad nos puede servir de ejemplo para analizar las razones anteriores. Aunque es muy difícil determinar el número exacto de museos, se pueden contabilizar más de 300 equipamientos museísticos en los Pirineos, incluyendo los ubicados en España, Francia y Andorra. Estos museos son, generalmente, instalaciones de pequeño tamaño y con un número de visitantes reducido, lo que contrasta con el alto turismo que tienen algunas comarcas y valles. Las características de los museos son muy diferentes: a falta de datos por todos los Pirineos, en el caso de Cataluña (Roigé y Abella, 2020), el 25,6% son mayoritariamente de carácter etnológico, el 24% de historia y arqueología, el 23,2% de arte, el 15,1% de ciencia y tecnología, y el 13,9% de ciencias naturales.

Los primeros museos pirenaicos de temática etnológica se crearon a principios del siglo XX, dentro de la tendencia a la formación de colecciones etnográficas que los estudios de folklore proponían. Este es el caso, por ejemplo, del Museu Etnogràfic de Ripoll (1928) o del Musée Basque en Bayona (1924). Aunque ambos han sido totalmente reformados, sus colecciones se formaron para la representación de la identidad comarcal, en el primer caso, y la identidad vasca, en el segundo. En ambos casos, y de acuerdo con el espíritu de la época, los museos se crearon con el objetivo de preservar, estudiar, y promover la cultura popular para conservar la memoria colectiva (Radet, 1992; Beltran y Carbonell, 2002; Beltran, 2006). En sus orígenes, ambos son un buen ejemplo de una museografía que contemplaba el objeto como centro del discurso expositivo, combinando espacios en los que aparecían colecciones de objetos rurales con reproducciones e instalaciones de espacios interiores. El Museo Etnográfico de Ripoll fue creado de acuerdo con el espíritu folklorista que guiaba a sus fundadores, vinculados al excursionismo e imbuidos de un sentido de restablecimiento patriótico estrechamente vinculado al catalanismo político de la época (Espona, 1996). Sus creadores partían de una conciencia según la cual las formas de vida que se mostraban estaban en proceso de extinción, y por ello debían recogerse en forma de objetos. Unos objetos que con el paso de los años han ido perdiendo su contexto, y por ello la reformulación museológica tuvo que volver a ubicarlos. En el caso del Musée Basque, la representación de la sociedad vasca tradicional, y por lo tanto fuertemente implicado en el tema de la identidad, ha ido evolucionando “desde la folklorización a la reivindicación de la identidad, desde el particularismo local hasta la importancia de la memoria local, global, local, “glocal”, del territorio” (Boulnois, 2007: 177). Como en otros museos similares, en el momento de su constitución se consideraba que eran los objetos quienes reflejaban las emociones de la comunidad de una sociedad pasada ya definida como tradicional a principios del siglo pasado. En todo caso, resulta interesante el esfuerzo de renovación del museo para conseguir una nueva relación entre el museo y la sociedad, mostrando los procesos de cambio y adaptándose después de su renovación en el 2001 como un “museo de sociedad e historia”.

La mayoría de los museos etnológicos pirenaicos, no obstante, se crearon mucho más tarde, partir de los años sesenta y siguiendo la idea de museos de territorio, de carácter también generalista y con el doble objetivo de contri-

bución a la identidad y al desarrollo. En el caso de Cataluña, un gran número de museos se fueron abriendo a finales de la dictadura franquista o en los años de transición democrática, y la reivindicación de la identidad está muy presente, en unos años de efervescencia de la política local y de definición de un nuevo modelo museológico. Es el caso, por ejemplo del Musèu dera Val d’Aran, que es presentado en su promoción turística como “un espacio de divulgación de la identidad aranesa”², y que fue realizado por la iniciativa de una asociación cultural de carácter occitanista, la Fundacion Musèu dera Val d’Aran en 1984 (Beltran, Roigé y Estrada, 1993). La apertura del museo, claramente inspirada en la nueva museología en su aspecto conceptual y en la museografía (una del tipo oscura o de hilo de nylon, siguiendo el ATP parisino) pretendía presentar la identidad occitana del valle. Su exposición inicial, posteriormente transformada, partía de una presentación del medio, la historia, la organización política del valle, el sistema de producción y la propiedad comunal. Todos estos rasgos eran vistos como elemento distintivo de su identidad.

Unos años más tarde, se configuraba el Ecomuseu de les Valls d’Àneu, que ya adoptaba la denominación de “ecomuseu” y se inspiraba en un modelo de antenas. Hoy es una de los museos de los Pirineos más conocido. Inaugurado en 1994, el museo fue concebido como una entidad viva que, desde la investigación, conservación, difusión y restauración del patrimonio integral quiere participar e influir en el desarrollo territorial. Más que su museografía (su centro corresponde a una casa etnológica pirenaica contemplada en un sentido convencional) el interés del proyecto es su implicación con el territorio, su organización radial y sus actividades. En su filosofía, se parte de una representación de la identidad no estática, intentando aprovechar los recursos etnológicos y patrimoniales en general para la construcción del presente (Abella y Abella, 1993; Prats, 1997). El resumen de los méritos del museo para otorgarle la Creu de Sant Jordi en el 2020 (máxima distinción del Gobierno catalán) resumen bien la filosofía del museo sobre la identidad: “su trabajo sobre la recuperación, restitución y difusión de la etnografía de la Valls d’Àneu y del resto de Pallars, una tarea llevada a cabo durante más de 25 años. Su compromiso con el medio ambiente se ha demostrado a través de las actividades de dinamización social y comunitaria del territorio. Su tarea

² www.visitvaldaran.com/ca/museu-dera-val-daran-espacio-de-divulgacion-de-la-identidad-aranesa-2/ [consulta: marzo de 2021].

de recuperar, promover y reivindicar la artesanía pirenaica como producto de calidad se ha convertido en un motor de dinamización de nuevos mercados”³.

Los museos etnológicos pirenaicos pueden verse como una metáfora de una identidad que, más que recuperada, es construida. Una de las tipologías más presentes en los museos pirenaicos es el de la reconstrucción de casas pirenaicas, representando la organización familiar, su arquitectura tradicional y su organización económica. La arquitectura tradicional, más que una recuperación es una reinterpretación del pasado, y está hoy muy valorizada como un elemento de la tipología de los pueblos pirenaicos, muchos de ellos profundamente transformados por el turismo y la expansión urbanística. Los museos etnográficos, los museos al aire libre y los propios ecomuseos han insistido en la casa como un elemento fundamental de la identidad del pasado, por cuanto reflejan el marco material de la vida y la propia memoria familiar. Tenemos ejemplos en todas las zonas pirenaicas. Así, el Museu Casa Rull de Andorra se presenta como un viaje al pasado. “Viaja a la Andorra de antaño para conocer cómo vivió una familia de agricultores ricos hasta principios del siglo XX, recorre cada rincón de la casa y descubre qué papel se reservó para cada miembro de la familia”⁴. Toda la casa ha sido musealizada dándole mucha importancia a la explicación de los diferentes espacios a través de una narración audioguiada y de una iluminación muy cuidada, a través de una narrativa que explica el ciclo de vida. Hay otros muchos ejemplos como la Casa Mazo (Hecho, Aragón), Casa Joanchiquet (Vilamòs, Val d’Aran), o la Casa Gassia (Esterra d’Àneu, Catalunya). La musealización de esos espacios presenta problemas importantes. ¿Cómo congeniar los espacios físicos con la memoria? ¿Cómo explicar a través de los objetos y muebles de la casa la vida familiar en su interior? ¿Cómo mostrar la evolución de la casa sin caer en un aire nostálgico o en una reinención romántica de la realidad? Las alternativas adoptadas son diversas. Aunque en general los museos pirenaicos explican la casa únicamente en base a los espacios domésticos físicos (con una decoración generalmente fuertemente idealizada), en algunos casos se han activado recursos multimedia que permiten escuchar o ver a sus habitantes (como la Casa Rull de Andorra) o a través de visitas teatralizadas como

³ www.naciodigital.cat/pallarsdigital/noticia/13583/ecomuseu-valls-aneu-recull-creu-sant-jordi-2020 [consulta: marzo de 2021].

⁴ <https://museus.ad/ca/museus/museu-casa-rull> [consulta: marzo de 2021].

el personaje Esperanceta en el Ecomuseu de les Valls d'Àneu. En todos los casos, no obstante, la visión que se lleva el visitante es la de una vida familiar del pasado, una identidad local y familiar que ya no existe y que no ha encontrado la narrativa suficiente para explicar las transformaciones de la vida que desaparece.

Como señala Chaumier (2005:13), los museos etnológicos tienden a proyectar una mezcla de identidades comunitarias que pueden adoptar diversas formas, incluso inesperadas. Así, el Ecomuseu de les Valls d'Àneu ha creado exposiciones, rutas y talleres sobre “las plantas de las brujas”, “remedios populares y mágicos contra las epidemias”, “Filtros de amor desde la Edad Media hasta la actualidad”, o una actividad de detectives en las iglesias cuya visita gestiona. Una temática muy presente en los museos pirenaicos es el de la brujería (Museo de las Brujas de Zugarramurdi, Navarra; Casa de la Bruja, Tella-Sin, Aragón). Pero hay muchos otros temas recurrentes: los trajes tradicionales (Museo del Traje Ansotano, Ansó, Aragón), los juegos tradicionales (Museo de los Juegos Tradicionales, Mazo, Aragón), los dedicados a los oficios (Centro de Interpretación de La Péz, Aragón; Musée des Vieux Outils). En los últimos años han proliferado los museos dedicados a productos artesanos (Museo del Queso y la Trashumancia de Uztárroz, Navarra), como la producción alimentaria (Maison du Chocolat, Biarritz, País Vasco, Francia; Musée du Gateau Basque, Sare, País Vasco, Francia). En general, y sea cual sea la forma que adopten, el recurso a la tradición está presente en todos los museos. En Navarra, por ejemplo, se dice que “El Pirineo destaca por su exuberante naturaleza, pero si eres amante de la cultura también encontrarás opciones interesantes, porque si algo han sabido respetar con mimo en estas tierras son sus tradiciones, su lengua, su música, sus danzas, sus leyendas, su gastronomía... Etnografía que podrás conocer más a fondo en pequeños museos locales”⁵. Estas formas de identidad, no obstante, están perdiendo rápidamente sus elementos de identificación con lo que se ve en las calles de los pueblos pirenaicos, en la que otras formas de identidad son ahora más destacadas: el turismo, el esquí, la despoblación, el excursionismo. La identidad que se nos presentan todos estos museos es en cierta manera, una narrativa de “un mundo que hemos perdido” siguiendo la conocida obra de Peter Laslett (1988).

⁵ https://www.turismo.navarra.es/esp/Productos/Producto_pirineos-navarra/Relacionados/arte_museos_tradiciones_pirineos.htm [consulta: marzo de 2021].

La fuerte reconversión industrial dejó un gran número de edificios vacíos, y la identidad industrial está presente en unos cuantos museos: Minas de Arditurri (Oiartzun, País Vasco), Forges de Pyrène (Montgailharden Roanne, Ariège), la historia minera en El Barri, Maison des Patrimoines (Auzat, Ariège), Museus de les Mines de Cercs (Cataluña), y muchos otros. Estos equipamientos, nacidos a partir de los años ochenta, rompieron el esquema del museo clásico al explicar la identidad pirenaica en un pasado más próximo, considerando el período de industrialización (Roca-Rossell y Blossier, 2000). Además, como señala Chaumier (2005: 16), esta nueva generación de museos suscitó al principio recelos por parte de los museos anteriores, porque estos equipamientos trataban más de una temática o una técnica que de un territorio, en contraposición al modelo territorial de los ecomuseos o museos de territorio.

Una de las características de todos los museos locales es que presentan una identidad local, pero generalmente dentro de otra de una suma de identidades que se combinan con una cierta presentación de una identidad comarcal, regional o nacional. El juego de las identidades local/nacional es fundamental por cómo se articulan esas narrativas de identidades. En el caso de Andorra, la búsqueda de la identidad ha estado presente en su política museística más que en otras zonas, dado su carácter de estado independiente. Si bien la mayoría de museos hacen referencia a la sociedad tradicional y a sus sistemas económicos (la casa, la familia, la producción tradicional de hierro) también se hecho un esfuerzo por contemplar elementos económicos de la historia andorrana (la producción de tabaco, la radio, la producción eléctrica, la historia postal, etcétera). Pero el esfuerzo mayor y más polémico fue un proyecto no realizado que precisamente fue titulado en algunos momentos como “Museo Nacional de la Paz y la Identidad”, un macroproyecto que fue encargado a Frank Gehry a través de un concurso internacional (Govern d’Andorra, 2009) y que finalmente fue cancelado en el 2009 en un cambio de gobierno. Más adelante, aunque con unas características muy distintas, el proyecto de creación de un nuevo museo nacional ha sido recuperado con la idea de un museo nacional que explique “cómo se formó la identidad andorrana desde el principio de los tiempos, pasando por el paisaje pirenaico y su transformación con la explotación ganadera y agrícola y de aquí hasta la actualidad”, según la prensa andorrana⁶.

⁶ www.diariandorra.ad/noticies/cultura/2019/11/11/un_museu_nacional_2025_153220_1127.html [consulta: marzo de 2021].

La diversidad y el gran número de los museos pirenaicos, del cual sólo hemos señalado unos pocos ejemplos, nos muestran los retos de cómo abordar el discurso de la identidad en sus exposiciones. Como hemos visto, hay ejemplos tanto de la primera visión de una identidad romántica como de la segunda que trata de poner a los discursos de identidad al servicio del desarrollo social. Como todos los museos locales, tienen un gran reto: ¿cómo los museos, que generalmente se basan en identidades del pasado pueden hablar sobre el presente?

5. Retos. Nuevas estrategias para abordar identidades plurales

Estamos convencidos que los museos deben continuar explorando los discursos de identidad porque, como hemos dicho, es parte de su función. No obstante, en el contexto actual debería considerarse más la complejidad de la identidad local, considerando la diversidad de las comunidades. ¿Cómo abordar, entonces, la identidad en un contexto cambiante, en una sociedad plural y en una interrelación cada vez más frecuente entre lo local y la globalidad? Las preguntas son muchas, y las respuestas son especialmente difíciles en un contexto en el que la pandemia puede modificar muchos de los principios museológicos que hasta ahora dábamos por supuesto. El reto está en conceptualizar qué tipo de identidad se aborda, cómo se explica y de qué forma. Abordar identidades plurales.

Por ello, nuestro entender, son necesarias algunas estrategias para tratar hoy la narrativa de la identidad en los museos locales, que vamos a exponer a continuación.

1. La identidad local no debe considerarse un elemento de la nostalgia del pasado, sino cómo la imagen del pasado está presente en la historia presente. No basta, por ejemplo, con explicar las formas tradicionales de la ganadería, sino el papel actual de la ganadería y sus problemas. Debe tratarse una noción de identidad que llegue hasta el presente, que no quede limitada a un pasado rural alejado de la realidad actual. Ello no es simple ni desde una perspectiva conceptual ni desde una perspectiva museográfica. El reto consiste en reinterpretar el pasado con nuevos discursos que rompan ese pasado congelado e idealizado.

2. Debe considerarse la diversidad de las identidades: la identidad mosaico que propone Chaumier (2005). Los intercambios globales conducen a una nueva cultura y todas las comunidades ya no cuentan con identidades únicas y delineadas. Es cierto que la imagen local de los museos remarca sus aspectos específicos, pero esta imagen es generalmente una visión pensada para las personas externas a la comunidad. Los propios miembros de la comunidad deben ver al museo como un elemento de referencia, de puente entre su presente y su pasado, de institución que conecta su propia identidad local con sus múltiples identidades. Para ello, deben organizarse estrategias expositivas y actividades para comprender los retos y preocupaciones de la comunidad local, abriéndose a la reflexión de los problemas actuales como el cambio climático, el efecto de la pandemia en la propia comunidad, las diferencias de género, la despoblación de las sociedades rurales, los retos de la agricultura o el papel del turismo.

Si las identidades son múltiples y cambiantes, la aproximación de los museos a estas identidades debe transformarse en un trabajo de interpretación: “puesto que con unas identidades no definitivas, ni cerradas, ni seguras, no se puede sostener un discurso de verdad hacia ellas, sino que sólo proporcionan claves de entendimiento plurales, relativas y contradictorias”. Para ello, es necesario abrirse a “una pluralidad de discursos y visiones sobre el mismo tema, convirtiendo al museo en un lugar de debate, diálogo y expresión democrática (...) La identidad ya no puede verse como una entidad definitiva, sino como una polifonía discursiva repleta de mutaciones” (Chaumier, 2005: 36).

3. Considerar los museos como espacios de inclusión, salud y bienestar, como verdaderos museos sociales, tal y como recomienda el informe OCDE-ICOM (2019)⁷. El nuevo concepto de museo que está naciendo durante la pandemia, en cierta manera, nos está llevando a museos que más que preocuparse por la conservación se transforman en instituciones *activistas* para favorecer el diálogo entre los distintos actores locales, y adoptando temáticas más atrevidas para favorecer el diálogo entre los distintos miembros de la comunidad. En el contexto de la diversidad cultural, el museo debería ser un

⁷ <https://icom.museum/es/news/la-version-final-de-la-guia-icom-ocde-para-gobiernos-locales-comunidades-y-museos-ya-esta-disponible-en-linea-y-sera-presentada-en-kioto> [consulta: marzo de 2021].

espacio para el diálogo intercultural, presentando las múltiples identidades que conviven en una comunidad local. En cierta manera, los museos deberían ser espacios reivindicativos, que permitan no tanto la construcción de una identidad nostálgica sino convertirse en un instrumento para reivindicar la especificidad local ante las situaciones problemáticas de tipo económico o social que vive la comunidad con la sociedad global, para generar nuevas identidades locales.

Las acciones sobre el bienestar en los museos y el desarrollo local son cada vez más frecuentes en todo tipo de museos. Ello puede traducirse en acciones participativas sobre las necesidades y deseos de la comunidad para mejorar su bienestar y fortalecer el sentido local de identidad (Gokcigdem, 2016; Brown, 2019). Al fomentar un sentido de comunidad, identidad y pertenencia (Hussain, 2019) los museos pueden erigirse como instituciones de resiliencia, creando interdependencias e interrelaciones para fomentar un sentimiento de comunidad y renovar el sentimiento de la identidad local.

4. Utilizar las visiones de la identidad en un sentido creativo, de desarrollo comunitario y sostenibilidad. Como también señala el informe ICOM-OCDE, “los museos pueden contribuir al desarrollo local como impulsores y facilitadores. Los gobiernos locales pueden incorporar el rol de la cultura como motor del desarrollo local y movilizar recursos (regulatorios, financieros, territoriales y humanos) que permitan a los museos realizar su potencial de desarrollo local. [...] También se necesitan nuevos marcos de gestión de los museos, que tomen en cuenta las cuestiones y perspectivas del desarrollo local” (2019: 64)⁸. Al mismo tiempo, la construcción o renovación de los museos locales pueden ayudar a revitalizar zonas que están perdiendo su base económica tradicional, utilizando ese sentimiento de pertinencia e identidad como un instrumento de creación y renovación.

El concepto de desarrollo local, ya clásico desde la Nueva Museología, debe también actualizarse (Varine, 2008). En este sentido, la identidad y el desarrollo deben relacionarse con otro concepto clave cada vez más utilizado por académicos, responsables políticos y comunidades, el de “sostenibilidad” (Brown, 2019), que ICOM ha adoptado recientemente como una de sus áreas

⁸ <https://icom.museum/es/news/la-version-final-de-la-guia-icom-ocde-para-gobiernos-locales-comunidades-y-museos-ya-esta-disponible-en-linea-y-sera-presentada-en-kioto> [consulta: marzo de 2021].

prioritarias. En este concepto, tal vez los museos pueden renovar los principios de la Nueva Museología cuando hablaban de un museo que relacionaba la sociedad con el medio. La preocupación por la sostenibilidad está creando una especie de identidad global, y ello abre toda una serie de debates sobre el impacto del cambio climático, la ética del desarrollo turístico, la pérdida de biodiversidad, el patrimonio de la guerra y la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, entre otros (Cameron y Neilson, 2014). La premisa de la sostenibilidad en los museos se basa en la idea de que los museos pueden proporcionar lugares para que las comunidades conozcan, trabajen, compartan y medien ideas, lo que implica ampliar notablemente la noción más clásica del desarrollo. Este enfoque holístico no es más que una actualización del concepto de desarrollo local que fue debatido hace casi cincuenta años en la histórica Mesa Redonda de Santiago de Chile (1972) cuando destacó el rol de los museos al servicio de la identidad y el desarrollo. Los desafíos de la Nueva Museología, cincuenta años después, pueden finalmente renovarse (Desvallées y Mairesse, 2005). Las ideas de sostenibilidad y bienestar son elementos básicos para la creación de un nuevo sentimiento de identidad, reforzando además las relaciones entre la cultura y la naturaleza propias de muchos museos locales, como los ejemplos que hemos destacado en los Pirineos.

5. Aproximar los museos al patrimonio inmaterial. Una de las características destacadas los ecomuseos y de los museos comunitarios es la atención prestada al papel de la memoria cultural, lo que después se ha denominado Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI). No es aquí el lugar para discutir los problemas conceptuales del patrimonio inmaterial, ni los problemas metodológicos y teóricos del inventario de elementos intangibles, algo sobre lo que existe una abundante literatura (Bortolotto, 2014; Kirshenblatt-Gimblett, 2004; Kurin, 2004). Pero como ya hemos señalado en otro lugar (Roigé, 2012) y se desarrolla en un apartado específico de esta publicación, el concepto de PCI ofrece nuevas posibilidades de renovación para los museos, por cuanto plantea retos para la investigación, para los objetivos, los recursos museográficos y el propio concepto expositivo. Pone sobre la mesa, por otra parte, otro concepto de identidad, no muy lejano de las ideas de la nueva museología de la memoria como elemento central del museo. Durante la crisis de la Covid-19, el patrimonio inmaterial ha demostrado ser un factor de resiliencia y de actividad comunitaria, al permitir generar mecanismos de identificación comunitaria e identidades compartidas. La privación de la celebración de las

fiestas ha comportado al mismo tiempo la reinención de muchas prácticas festivas, y al mismo tiempo el uso de la digitalización y de las redes sociales como mecanismos de preservación. Al mismo tiempo, esa situación ha señalado una paradoja: la construcción de “patrimonios” a través de las redes, que han actuado como constructoras de nuevas identidades.

6. Conclusiones

La identidad, hemos visto, puede ser un concepto problemático para los museos, pero también puede actuar como fuente de inspiración para la renovación de sus contenidos. Hemos planteado, en la parte final de nuestro artículo, pautas para buscar nuevas identidades. El período de confinamiento nos ha enseñado una paradoja de la cual pueden aprender los museos. Si bien los museos han estado cerrados durante mucho tiempo, y después de su apertura el público no ha regresado mayoritariamente, hemos visto también como mucha gente se movilizaba por su patrimonio y cómo se fortalecían los lazos comunitarios más inmediatos. Y como se buscaban conexiones con el pasado (preparando recetas tradicionales, celebrando fiestas en casa o en el balcón, tejiendo o comprando artesanía, colgando fotos antiguas en las redes sociales...), a manera de formas de resiliencia patrimonial. Los museos pueden aprender de cómo la sociedad, en cada pueblo, ha combinado la necesidad de buscar esas formas de identidad con nuevas narrativas. Se abren muchos interrogantes ante un futuro incierto, pero al mismo tiempo algo parece evidente: los museos locales serán más necesarios que nunca, y con ellos, nuevas y antiguas formas de explorar la identidad local.

7. Bibliografía

- Abella, J. y J. Abella. 1993. “El projecte de l'ecomuseu de les Valls d'Àneu”. *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 2:148-150.
- Aronsson, P. y G. Elgenius. 2011. *Building National Museums in Europe 1750–2010*. Linköping: Linköping University Electronic Press.
- Beltran, O. 2006. “Los orígenes de la museografía etnográfica en Cataluña: el Arxiu-Museu Folkloric de Ripoll”. En I. Arrieta Urtizberea (ed.), *Museos, memoria y turismo* (pp. 77-101). Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco//Euskal Herriko Unibersitateko Argitalpen Zerbitzua.

- Beltran, O. y E. Carbonell. 2002. "El temps i els objectes de la vida social. Estudi etnologic sobre la temporalitat". *Revista d'etnologia de Catalunya*, 20: 179-179.
- Beltran, O. X. Roigé y F. Estrada. 1993. "El museu i la recerca: una investigació sobre la casa i la familia des del Museu dera Val d'Aran". *Revista d'etnologia de Catalunya*, 2: 141-147.
- Ballé, C. y D. Poulot. 2004. *Musées en Europe. Une mutation inachevée*. París: La Documentation française.
- Bortolotto, C. (2014). "La problemática del patrimonio cultural inmaterial". *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 1(1): 1-22.
- Boulnois, S. 2009. "Le Musée Basque et de l'Histoire de Bayonne: vers un musée expert, créatif, évolutif". En I. Arrieta Urtizberea (ed.), *Activaciones patrimoniales e iniciativas museísticas: ¿ por quién? y ¿ para qué?* (pp. 175-182). Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco//Euskal Herriko Uniberstitateko Argitalpen Zerbitzua.
- Brown, K. 2019. "Museums and Local Development: An Introduction to Museums, Sustainability and Well-being". *Museum International*, 71(3-4): 1-13.
- Cameron, F. R. y B. Neilson (eds.). 2015. *Climate Change and Museum Futures*. Oxford: Routledge.
- Chaumier, S. 2000. "Les ambivalences du devenir d'un écomusée: entre repli identitaire et dépossession". *Publics et musées*, 17-18: 83-92.
- Chaumier, S. 2005. "L'identité, un concept embarrassant, constitutif de l'idée de musée". *Culture & Musées*, 6: 21-42.
- Del Rio, L. 2010. *Las vitrinas de la nación. Los museos del Instituto Nacional de Antropología e Historia*. México: INAH.
- Desvallées, A. y F. Mairesse. 2005. "Sur la muséologie". *Culture & Musées*, 6(1): 131-155.
- Espona, M.A. 1996. "Museu Etnogràfic de Ripoll". *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 8: 101-103.
- Gegner, M. y B. Ziino (eds.). 2012. *The Heritage of War*. Oxford: Routledge.
- Gokcigdem, E. M. (ed.). 2016. *Fostering Empathy Through Museums*. Londres: Rowman and Littlefield.
- Govern d'Andorra. 2009. *Museu de la pau i la identitat i arxiu nacional d'Andorra: Disseny de Frank O. Gehry, arquitecte*. Andorra la Vella: Govern d'Andorra.

- Gunter, C. 2019. "La nouvelle muséologie comme mouvement politique". *Culture and Local Governance*, 6(1): 50-63.
- Hussain, Z. 2019. "Integrating Cultural Landscapes for Community Museum Development: Architecture, Design, Strategies". *Museum International*, 71(3-4): 168-179.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. 2004. "Intangible heritage as metacultural production" *Museum international*, 56(1-2): 52-65.
- Kurin, R. (2004) "Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the 2003 UNESCO Convention: a critical appraisal". *Museum International*, 56(1-2): 66-77.
- Laslett, P. (1988) *The world we have lost: further explored*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Lévi-Strauss, C. 1969. *Antropología Estructural*. Buenos Aires: Eudeba Editorial Universitaria.
- Navajas Corral, Ó. 2020. *Nueva museología y museología social. Una historia narrada desde la experiencia española*. Gijón: Trea.
- Poulot, D. 1997. *Musée, nation, patrimoine: 1789-1815*. París: Gallimard
- Poulot, D. 2005. *Musée et muséologie*. Paris: Éditions La Découverte.
- Prats, L. 1997. *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- Iniesta, M. 1994. *Els gabinets del món: antropologia, museus i museologies*. Lleida: Pagès editors.
- Iniesta, M. 1999. "Museos, naciones, fronteras". En E. Fernández de Paz y J. Agudo Torrico (eds.), *Patrimonio cultural y museología: significados y contenidos* (pp. 59-72). Santiago de Compostela: Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español.
- MacDonald, S. 2003. "Museums, national, postnational and transcultural identities". *Museum and Society*, 1(1): 1-16.
- Prats, L. 1998. *El Mite de la tradició popular: els orígens de l'interès per la cultura tradicional a la Catalunya del segle XIX*. Barcelona: Edicions 62.
- Radet, G. 1922. "Le Musée basque". *Revue des Études Anciennes*, 24(4): 334-334.
- Rivard, R. 1985. "Ecomuseums in Quebec". *Museum International*, 37(148): 202-205.
- Rasse, P. 2000. "Identités culturelles et communication en Europe, Le paradigme de la Méditerranée". *Communication et organisation*, 17: 1-11.

- Roigé, X. 2014. “Més enllà de la UNESCO. Gestionar i museïtzar el patrimoni immaterial”. *Revista d’Etnologia de Catalunya*, 39: 23-40.
- Roigé, X. y J. Abella. 2020. *Projecte Pirineu Patrimoni*. Barcelona: Agència Catalana del Patrimoni Cultural.
- Roigé, X. y Arrieta Urtizberea, I. 2010. “Construcción de identidades en los museos de Cataluña y País Vasco: entre lo local, nacional y global”. *Pasos*, 8(4): 539-553.
- Roigé, X. y Arrieta Urtizberea, I. 2014. “¿Una sociedad congelada? La representación de la sociedad rural en los museos”. *Arxius de Ciències Socials*, 30: 73-86.
- Roigé, X. y J. Frigolé (eds.). 2010. *Constructing cultural and natural heritage. Parcs, museums and rural heritages*, Girona: Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural. Documenta.
- Varine, H. de. 1973. “Un musée « éclaté »: le Musée de l’homme et de l’industrie: Le Creusot-Montceau-les-Mines”. *Museum International*, 25(4): 242-249.
- Varine, H. de. 2006. “Ecomuseology and sustainable development”. *Museums & Social Issues*, 1(2): 225-231
- Varine, H. de. 2007. “El ecomuseo. Una palabra, dos conceptos, mil prácticas”. *Mus-A: Revista de los museos de Andalucía*, 8: 19-29.
- Varine, H. de. 2008. “Musées et développement local, un bilan critique”. <http://www.hugues-devarine.eu/book/documents/article> [consulta: 4 de marzo de 2021].