

CÓMO ACERCAR LA ANTROPOLOGÍA A LA REALIDAD COTIDIANA.

Reflexiones sobre nuevos medios y soportes

María Peláez Murciego

Profesional de la comunicación cultural
maria_p_m@yahoo.es

APPROACHING ANTHROPOLOGY TO DAILY LIFE. Thinking about new means and media

Resumen: A pesar de la utilidad que puede tener la antropología para comprender nuestro mundo global y cambiante, sus análisis permanecen ocultos a la sociedad fuera de la comunidad científica (y muchas veces dentro también), la gente toma sus referentes de las reflexiones de la publicidad, el arte o los medios de comunicación perpetuando prejuicios y destacando los conflictos. Para propiciar un acercamiento al mundo, la antropología académica debería abrirse a la multidisciplinaridad, prescindir del artículo y la monografía como únicas formas de divulgación, perder el miedo a la competencia y volcarse en la formación en antropología de segmentos profesionales (médicos, trabajadores sociales, cooperantes, etc.). Por otra parte, la aplicación práctica de la antropología en el sector privado puede favorecer que las directrices empresariales se muevan en una línea de desarrollo humanamente más sostenible, aunque sin duda este punto generaría muchas dudas éticas.

Abstract: Despite how useful Anthropology can be to understand our global and changing world, anthropological analysis are not available for society beyond scientific community. People take their references from advertising, art, or mass media, which allows prejudices to be perpetuated. Academic Anthropology should be open to multidisciplinary methodology if it want to be close to society, it should forget the articles and monographs as exclusive formats for spreading knowledge, it should be fearless to loose it power as academic field and should be firmly involve in the educational programmes for other professional fields as medicine, social work, development and cooperation, etc. Furthermore, if Anthropology will be applied in the private initiative, company strategies would be more sustainable, and human resources policies would be more people friendly. But this issue could make arisen ethic doubts.

Palabras clave: Profesionalización. Imagen pública. Antropología en la empresa. Medios audiovisuales. Arte. Professionalization. Public image. Anthropology in the companies. Audiovisual media. Art.

I. Introducción

En los últimos años y desde la obligada implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, a través del llamado proceso de Bolonia, en España, la Antropología se ha visto sacudida por una serie de cuestionamientos que atacaban su existencia desde lo más profundo. Esto ha supuesto un toque de atención a la disciplina que ha visto su futuro amenazado. Después de mucho esfuerzo por parte de comisiones de estudio, con las que los antropólogos españoles tenemos, sin duda, una deuda, la Antropología ha conseguido su sitio en la universidad. Sin embargo, lejos de quedar resuelta cualquier polémica, ante la constatación de la escasa visibilidad de la Antropología, los antropólogos hemos reavivado un debate para la búsqueda de nuestro papel activo en la sociedad contemporánea, convencidos del poder transformador de la Antropología y de las importantes aportaciones que puede proporcionar para solventar los problemas actuales.

En este contexto de búsqueda de un papel del antropólogo fuera de la vida académica quiero reflexionar sobre la aparente dicotomía que existe entre la “Antropología académica” y la apenas inexistente en España, “Antropología profesional” que se desarrolla fuera de la universidad. Lo científico *versus* lo profesional, o lo que parece ser su equivalente en las discusiones sobre los planes de estudios, la teoría *versus* la práctica, es un debate político que surge siempre que se recurre a la formación universitaria como garante de empleo. La profesionalización de la antropología, su emancipación de la vida académica y su incursión en el mundo empresarial, acarrea dilemas éticos y de legitimación para los que los antropólogos debemos buscar soluciones si queremos una antropología viva que realmente actúe como una herramienta útil y activa, de liberación y no de dominación. Por otra parte, para conseguir estos nichos de actividad fuera de la universidad, la antropología tiene ante sí el reto de hacerse conocer, de crearse una imagen pública con la que identificarse cómodamente y que le permita de forma fácil encajar en un perfil profesional. Definirse, sin miedo a traicionar el rigor científico, es una asignatura pendiente de los antropólogos. Hacer llegar sus investigaciones al público general es otra. Si queremos que la Antropología sea reconocida debemos empezar a explicar qué hacemos y para qué sirve lo que hacemos.

II. Teoría vs. Práctica: Reflexiones sobre la Incursión de la Antropología en la Empresa

En 2010 culminaron las reformas para la implantación de los planes de convergencia europea en el ámbito de los estudios superiores. Por Real Decreto, en España se estableció que los nuevos planes debían orientar su mirada a la inserción de los titulados universitarios en el mercado laboral y fue este uno de los criterios que se utilizó para la aprobación de los títulos de grado.

El estudio preliminar realizado para la aprobación por la ANECA (Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación) del título de grado en Antropología social y cultural, publicado en febrero de 2005, ponía de manifiesto que la Antropología se encontraba en situación de desventaja frente a otras ciencias sociales, en esta carrera hacia la profesionalización, por su condición de licenciatura de segundo grado.

Por esa peculiaridad, la Antropología se encontraba hasta hace muy poco en un lugar intermedio, y ha sido en la universidad donde ha encontrado un refugio seguro. Su metodología la encumbra en el mundo académico y le otorga un gran prestigio entre las ciencias sociales que consideran la etnografía como una herramienta de “gran refinamiento y sofisticación

técnica y metodológica” tal y como explica el mismo estudio. Sin embargo, el hecho de que los licenciados provengan de otras diplomaturas previas hace que la Antropología se convierta en un complemento formativo para profesiones ya definidas (enfermeros, trabajadores y educadores sociales, etc.) y por eso, hasta ahora su escasa visibilidad en el mundo profesional no había sido un problema. A día de hoy, la Antropología aparece totalmente desvinculada de su aplicación social fuera de la Academia. El antropólogo, que tiene como principal objeto de estudio los cambios y las relaciones en los grupos sociales, ve como sus aportaciones no son requeridas en ningún ámbito de intervención social, o de gestión cultural y del patrimonio, y cuando son solicitadas lo son, en muchas ocasiones, desde el desconocimiento de las verdaderas aportaciones que puede hacer la disciplina. Ante este olvido del mundo laboral, la Antropología se refugia en la Academia y la ensalza como único lugar donde desarrollar su labor de investigación. Llevar a cabo investigaciones antropológicas sin el respaldo de la Academia es prácticamente imposible por cuestiones de legitimación del trabajo realizado. Si, por ejemplo, existiera una institución (como el Colegio profesional en el que se está trabajando últimamente) que garantizara la calidad del trabajo antropológico realizado fuera de la academia se facilitarían la disolución de la dicotomía dentro / fuera de la universidad y situaría a todos los antropólogos en un mismo plano aunque en tareas diferentes.

A la par que la Antropología lucha por conseguir su espacio en el mundo profesional, el mercado de trabajo va cambiando y en ese sentido, el mapa de las empresas sociales y culturales en los últimos años se ha agrandado considerablemente. En el escenario de crisis global en el que nos encontramos, la confianza en el estado del bienestar, que en España no cuenta con una larga trayectoria, se tambalea. Las instituciones públicas recortan en temas sociales y culturales sus presupuestos, dejando grandes agujeros en los que la iniciativa privada a visto una oportunidad de negocio. Comienza a proliferar la empresa social como método de gestión de recursos privados con fines sociales y culturales. Organizaciones que dejan de ser dependientes de las subvenciones públicas y hacen de la sostenibilidad, la acción social o la gestión cultural su eje de actividad desde una estructura empresarial, son las que hoy en día configuran el llamado “cuarto sector”. En este panorama de gestión de la actividad desde una estructura transparente y comprometida, el antropólogo puede encontrar su hueco sin miedo a la disposición de los presupuestos públicos para temas de investigación. Sin embargo, ante nosotros está el reto de hacer ver a esas empresas, igual que al resto de ONG, fundaciones, asociaciones, etc. la necesidad de incorporar un antropólogo en sus equipos para una mayor eficacia en sus proyectos.

Los antropólogos estamos dispuestos a salir a la calle pero ofrecerse como investigador social en una empresa, en concreto como antropólogo ¿qué connotaciones disciplinarias conllevaría?, ¿qué conflictos éticos surgirían?

Por un lado, los tiempos de trabajo de la empresa no son los mismos que los de la universidad. Los presupuestos, siempre ajustados para temas sociales y culturales, hacen que la duración de las investigaciones sea mucho más corta. Hace unos años, una de las socias de Farapi, consultora de antropología aplicada ubicada en el País Vasco, me comentaba que teniendo en cuenta los presupuestos que manejaban las empresas y las instituciones públicas y los gastos que generaba su empresa, el tiempo medio que le podían dedicar a una investigación era de unos cuatro meses. Los antropólogos deben flexibilizar sus metodologías de trabajo y ajustarlas a la realidad del mercado, sin por ello rebajar la calidad o rigor de las investigaciones. Trabajar en ámbitos fuera de la Academia va a obligar a los

antropólogos a adaptarse a nuevas dinámicas. En realidad, lo mismo ocurre en la Academia, pues los departamentos, como únicas instituciones legítimas de investigación, aceptan más proyectos de los que podrían llevar a cabo, aún a riesgo de sobrecargarse y / o de entrar en el juego del mercado laboral precario. Sin embargo, sobre ellos no pesa el miedo a la deslegitimación como investigadores sociales válidos.

En diciembre del año pasado el New York Times publicó un polémico artículo sobre la decisión de la AAA (American Anthropological Association) de eliminar la palabra “ciencia” en sus planes a largo plazo. El periodista apuntaba que esta decisión reavivaba una tensión largamente sostenida entre “researchers in science-based anthropological disciplines — including archaeologists, physical anthropologists and some cultural anthropologists — and members of the profession who study race, ethnicity and gender and see themselves as advocates for native peoples or human rights.” Las respuestas no se hicieron esperar y los antropólogos americanos salieron, en primer lugar, en favor de la ciencia y de la reivindicación de su labor como científicos sociales, y en segundo lugar, a deshacer la falsa dicotomía que el periodista había argumentado en su artículo.

“What I want to show is that anthropologist online have taken this controversy as a way to reaffirm science, the interdisciplinary dynamics of anthropology and the importance of cultural approaches to understanding our own humanity” explica Daniel Lende, profesor de antropología en la Universidad de Florida del Sur, antes de hacer una larga recopilación de testimonios de muchos antropólogos pronunciándose en este sentido. Todos los antropólogos, incluidos los antropólogos sociales y culturales, aplican en sus trabajos el método científico. Lo que sí es cierto es que su campo de estudio es de muy variada índole y centrado en aspectos muy diversos, pero eso no significa que no tengan una base común. Dentro o fuera de la Academia, la antropología es una ciencia y como tal la aplican los investigadores sociales. La teoría no debe dejar nunca de acompañar a la práctica. Ambas forman parte de la misma acción.

Por otro lado, y tal y como parece insinuar el articulista, ¿la implicación sociopolítica está reñida con el método científico? La implicación sociopolítica es prácticamente imprescindible en el estudio antropológico si el investigador quiere establecer un marco en el que ubicar sus resultados. Y esto no debe suponer en ningún momento ir en contra del rigor científico y la ética del investigador. Si el antropólogo trabaja para una empresa su implicación sociopolítica no va a ir marcada por su ideología sino por los intereses económicos de la empresa, que en algún momento, pueden ir de la mano de intereses sociales y de los grupos investigados y en otros no. ¿Qué ocurre entonces? ¿Apoyar la profesionalización de la antropología puede convertirla en una herramienta de dominación capitalista como lo fue en el siglo XIX una herramienta de dominación colonial al servicio de las metrópolis? Dada la vertiente social de la disciplina, la mayoría de los antropólogos verán una auténtica traición el trabajo del investigador para satisfacer las necesidades de una sociedad consumista.

Ángel Palerm plantea que la antropología, antes que disciplina científica, fue una tradición cultural con dos vertientes: la cesarista (que otorga a la antropología un uso para la dominación del otro) y la platónica (que muestra la antropología como una herramienta de emancipación, de liberación, de revolución). Si la antropología irrumpe en la empresa ¿lo hará siempre en su versión cesarista? ¿Puede la antropología seguir siendo socialmente comprometida auspiciada por la iniciativa privada? Creo que son muchas las cosas que deben cambiar para que eso ocurra, pero creo también que es imprescindible que la antropología

extienda su campo de acción. La antropología necesita incorporarse al ámbito privado, no sólo como estrategia de supervivencia de la disciplina, sino para comenzar el cambio en las dinámicas de consumo, de relaciones laborales, de planteamientos de obtención de beneficios, etc. que trasformen nuestro entorno en el lugar donde queremos vivir.

III. Posibilidades de Visualización Pública de la Antropología

Si bien, como he comentado antes, la Antropología goza de un gran reconocimiento entre las ciencias sociales por su metodología, su visibilidad social en comparación con ellas se ha visto frenada, en parte por las características de la titulación (de segundo grado) y en parte por su tardía implantación en la universidad, acorde con el estudio preliminar para la aprobación del título de grado de febrero de 2005.

El mismo estudio explica que la mirada global y comparativa de la antropología, que es la que otorga un carácter novedoso a la hora de abordar los problemas sociales y culturales, es a la vez el principal obstáculo para la creación de una imagen definida del antropólogo y por tanto para el reconocimiento de unas funciones que le proporcionen un espacio por derecho propio en el mundo laboral. Podemos afirmar que la universidad no dota al estudiante de perfil profesional alguno, más allá de la docencia y el mundo académico, pero posiblemente porque este aún no existe. La realidad es que el antropólogo y la Antropología carecen de una imagen social con la que identificarse y esto va en perjuicio de la implantación de los antropólogos como profesionales en el mercado de trabajo.

La presentación del antropólogo

“La antropología es lo que hacen los antropólogos”. Si esta es la definición que ofrecemos a los demás por miedo a simplificar, por miedo a errar al definir la complejidad de la disciplina, por miedo a tener que entrar en la discusión de la cientificidad del método antropológico, por miedo a que no nos comprendan, etc. no es de extrañar que al identificarnos como antropólogos nos hagan referencias al yacimiento de Atapuerca o nos miren admirados antes de preguntar: “¿y qué hace un antropólogo?”. Esa falta de concreción en nuestra presentación consigue que no generemos una necesidad de nuestra labor, y que cuando esta existe no siempre concuerde con la realidad de lo que podemos ofrecer. Para ejemplificar esto recurriré a un proyecto que realizamos para un ayuntamiento de un pueblo castellano hace unos años. El ayuntamiento se había dirigido a la Universidad Complutense (volvemos al asunto de la universidad como único centro de la labor antropológica) en busca de un investigador. El ayuntamiento conocedor de la existencia de documentos en el Archivo de Tordesillas con relación a su pueblo, quería realizar una investigación sobre la historia del municipio. Para ello querían solicitar una subvención que acababa de publicar la Junta de Comunidades para sufragar “investigaciones sobre el patrimonio etnológico”, primando aquellas que ayudaran a conservar o recuperar el patrimonio inmaterial. ¿Por qué recurrir a un antropólogo? La persona indicada para hacer un estudio sobre patrimonio etnológico es, sin duda, un antropólogo. ¿Lo es también para realizar una investigación histórica? La corporación municipal lo que buscaba era recuperar la historia de su pueblo a través de documentos históricos. Si bien el antropólogo podría realizarlo, un historiador o un documentalista especializado en archivos habría sido más apropiado. ¿Qué esperaban de los antropólogos? El antropólogo está en el imaginario colectivo asociado al “mundo rural”/ “mundo primitivo” y al estudio del pasado, de lo antiguo. Por eso el antropólogo

en este caso se presentaba como la figura idónea, independientemente de que la petición del pueblo no correspondiera con un estudio sobre patrimonio etnológico (de hecho, casi planteaban un estudio radicalmente diferente basado en un relato diacrónico de hechos considerados históricos y no en un estudio de la historia cotidiana, que se enfocaría desde distintos niveles superpuestos). En vez de solucionar el error inicial de concepto, y en un afán de conciliación de los objetivos de la subvención y del ayuntamiento, propusimos un proyecto con dos partes: por una el análisis histórico-documental y por otra, una etnografía del pueblo que recopilara los usos y costumbres locales. La investigación se realizó y según testimonio del equipo investigador que lo llevó a cabo, sus resultados no llegaron a tener ningún tipo de aplicación práctica que fuera de utilidad al pueblo. Lo primero que debimos hacer era interrogar sobre las verdaderas necesidades del pueblo (dinamización turística, integración social, revitalización cultural, etc.) para poder ofrecerles una solución desde la antropología. Si queremos borrar esa imagen del antropólogo cuya actividad no va más allá de lo meramente folclórico debemos ser pedagógicos con aquellos que requieran nuestra intervención (especialmente si es de forma accidental) y explicar para qué puede servir nuestra disciplina y aplicarla con resultados visibles, de esta forma iremos abriendo un abanico de posibilidades tanto de demandantes como de ámbitos de actuación de la disciplina.

Hemos visto en este ejemplo cómo se solicitó la intervención de un antropólogo sin considerar que fuera el investigador más apropiado. En otros casos, se contrata a consultores con perfiles diversos, que además son antropólogos, sin tener en cuenta esa formación. El educador social, el animador sociocultural, el gestor empresarial son contratados para realizar un proyecto específico, o para que aporten propuestas para un problema concreto. Si estos profesionales son además antropólogos utilizarán técnicas y métodos de investigación, para realizar su trabajo, propias de la antropología, sin embargo, esta labor quedará oculta por su perfil profesional definido por el que fueron contratados. Se levanta el debate de si merece la pena poner hincapié en el hecho de que el profesional contratado por otros méritos es también antropólogo y que el trabajo encomendado va a ser encarado desde esa disciplina; o si por el contrario, no conviene especificar y simplemente llevar a cabo la tarea propuesta. No poner de relevancia este trabajo antropológico contribuye a la invisibilización de las aplicaciones prácticas de la disciplina. Si la institución, pública o privada, que ha solicitado la intervención comprende qué aportaciones puede proponer el antropólogo (al que han llegado casualmente), en futuras ocasiones requerirán directamente el servicio de un antropólogo directamente. Se abrirá así otro frente de trabajo para la disciplina.

El antropólogo es en sí mismo el mejor embajador de la disciplina. Lo es ante los que piden respuestas y lo es ante sus compañeros de equipo. La sociedad es un todo complejo que se puede analizar desde muy distintas perspectivas y a muy distintos niveles. Los equipos multidisciplinares permiten un acercamiento a la realidad mucho más exhaustivo y completo. Los antropólogos pueden dotar a los grupos de trabajo perspectivas abiertas y flexibles que permitan observar los hechos desde ángulos más imaginativos. Hacer valer nuestra visión al resto de investigadores sociales con los que compartamos proyectos es también fundamental, no sólo para la obtención de mejores resultados, sino para asegurar el puesto de la antropología en los equipos multidisciplinares.

Vehículos de comunicación de la antropología

Comentaba antes que la imagen del antropólogo se relaciona con lo rural y con lo

antiguo, por supuesto, también con lo exótico. Y no es de extrañar. Una herramienta clave en la divulgación de la antropología son los museos, plataformas de acercamiento de la disciplina al público general. Y la imagen que de la antropología proyectan los museos, tanto el nacional como los distintos regionales y municipales, es precisamente esa: una mirada nostálgica a la tradición, a los usos y costumbres que por alejados en el tiempo o en el espacio nos resultan extraños y extravagantes. Museos que surgen para anclar los principios de una identidad regional o local y que lo hacen desde el pasado olvidando la situación presente. En el pasado congreso de Antropología se reflexionaba sobre el tema: “una gran parte de los museos etnológicos nos presentan sólo visiones del pasado de la sociedad, sin ser capaces de reflexionar a través de éstos sobre nuestro presente y nuestros temores”. Pero los coordinadores del simposio “El futuro de los museos. Consideraciones para un debate” apuntaban una solución:

“Como señala Pomian (1996: 47-48), los museos no pueden continuar siendo templos de la nostalgia, lugares de conservación de las diferencias culturales perdidas, el cementerio donde se llora la diversidad perdida: tienen que explorar el presente por ‘tomar conciencia de lo que hemos ganado y del que hemos perdido. Lo viejo y lo nuevo. El pasado y el futuro’. En eso, la antropología juega con ventaja, puesto que la disciplina puede ofrecer muchas respuestas y elementos de reflexión sobre muchos de los temas que más preocupan a las sociedades actuales: el multiculturalismo, los problemas de identidades, los conflictos religiosos, los grandes movimientos migratorios o la génesis de la violencia. Sólo en la medida en que podamos convencer a las autoridades del interés fuertemente político y social de este objetivo, podremos conseguir recursos para inversiones suficientes.”

Si se consigue ese cambio en los museos conseguiremos por un lado, definir un nicho profesional para el antropólogo y por otro, actualizar la imagen del antropólogo de cara a la sociedad, convirtiéndolo en un científico social con relevancia, que puede ayudar a interpretar los problemas contemporáneos y analizar escenarios de cambio que pueden derivar en situaciones conflictivas.

Pero los museos no dejan de ser plataformas ya creadas e institucionalizadas. Los antropólogos debemos crear otras nuevas plataformas con las que mostrar las reflexiones que la antropología puede hacer en relación a nuestra realidad contemporánea. Para poder acercarnos al público es necesario utilizar nuevos canales y nuevos medios más atractivos. La imagen es, sin duda, el lenguaje más llamativo. Lo audiovisual nos inunda, la televisión y el cine son vehículos de transmisión de mensajes masivos, y sin embargo, la antropología no encuentra su espacio ahí.

De nuevo el miedo a faltar al rigor científico convierte la antropología visual en un mero soporte de etnografías. La diferencia entre el reportaje y la antropología visual es que lo periodístico se deja llevar por lo noticioso, por lo anecdótico y la antropología visual por lo relevante para la investigación. Y eso parece abocado a identificarse con aburrimiento. Y no es cierto. El género documental nunca ha sido “mainstream”, sin embargo, tiene su público, igual que lo tiene el cine de terror. Hay documentales que interesan más y los hay que interesan menos al gran público, sin embargo, tienen su público. La antropología visual no tiene público. ¿Por qué nunca se cuenta con antropólogos como asesores para el guión de documentales sociales y si se cuenta con historiadores tanto para documentales como para

ficciones históricas? ¿No puede formar el antropólogo la mirada de los directores para que sepan abordar los temas mejor, sin perder detalles fundamentales para la comprensión del objeto de estudio? Y si le damos la vuelta: ¿no puede rodearse el antropólogo de un equipo al que dirigir para expresar sus análisis en formato audiovisual? Directores como José Luis Guerín (*En construcción*, 2001), Mercedes Álvarez (*El cielo gira*, 2004), Nicolas Philibert (*Ser y Tener*, 2002) o Laurence Cantet (*La clase*, 2008) plantean una mirada antropológica a distintas realidades, urbanas y rurales, desde lo colectivo y desde lo personal. Sus películas han sido admiradas por el público y por la crítica cinematográfica. ¿Por qué la antropología no se asocia a esta forma de contar historias? Estos cineastas se permiten lanzar reflexiones a un público que elige que le cuenten cosas de su realidad y de otras realidades contemporáneas que le son más ajenas. ¿Podemos considerarlo cine antropológico? Estos realizadores no siguen un método de investigación antropológico para realizar su cine: falsean situaciones, planos, conversaciones, etc. Puede que estas distorsiones sean necesarias en el lenguaje visual para conseguir contar la realidad analizada de una forma fiel, ¿puede permitirse la antropología incurrir en estas manipulaciones? Los antropólogos nos sentimos cómodos con la escritura porque es el formato en el que aprendemos a expresarnos. Contar las cosas de forma audiovisual requiere un aprendizaje más complejo que no todos somos capaces de alcanzar. El proceso de elaboración de una investigación visual antropológica no difiere mucho de la de un documental que no utiliza actores reales, que tiene un proceso de filmación de meses e incluso años y que se guía por un guión semiestructurado en temas y /o personajes. Todos los problemas desaparecen a la hora de clasificar los documentales sobre civilizaciones ya desaparecidas, pueblos que viven aislados, formas de vida “tradicionales”, folklore y ritos religiosos, etc. Estas temáticas son identificadas inmediatamente con la antropología. Volvemos de nuevo a la imagen de un antropólogo centrado en objetos de estudio “no contemporáneos”. Tampoco los antropólogos tenemos miedo a afirmar que eso es cine etnográfico. ¿Qué sucede entonces con los documentales actuales, aquellos que muestran la delgada línea entre la ficción y la realidad? Los realizadores que ofrecen su mirada con cierto corte antropológico deben ser conscientes de lo que la antropología les puede ayudar a enriquecer su discurso. La mirada personal del director, igual que la del investigador social, está cargada de responsabilidad social ante lo que va a mostrar y la forma de hacerlo. Los resultados visuales pueden ser obras muy personales, igual que lo pueden ser las monografías, el concepto de arte puede entrar también en juego, pero en cualquier caso, son la expresión de realidades y conflictos que interesan a la gente. El antropólogo debe saber salir de los soportes habituales y utilizar otros medios de expresión para dar a conocer sus análisis de las sociedades en proceso de cambio. Unir el nombre de la antropología a un cine de trascendencia para el público permitirá hacer entender que el papel del antropólogo no queda relegado al estudio de tradiciones y pueblos remotos sino que puede ofrecer una mirada reflexiva a realidades muy complejas. El periodismo se acerca a la noticia por novedosa, por llamativa. El antropólogo también se acerca a esos temas de actualidad y los analiza en contexto y perspectiva holística, sólo tiene que saber mostrarlos de forma interesante, al fin y al cabo, la salud, la alimentación, los espacios en los que vivimos, la educación, etc. son temas de gran interés para todos. Condenar la antropología visual a un público residual escolar o de instituciones es rechazar uno de los formatos que más proyección pública puede proporcionar al antropólogo.

Sucede lo mismo con la fotografía documental. En las últimas décadas la fotografía va encontrando su sitio en el mundo del arte. La fotografía desde sus inicios asombró por

su capacidad de reproducción fiel de la realidad y como tal se ha utilizado para acercar mundos y situaciones ajenas a nuestros ojos. Una vez implantada la técnica fotográfica, esta se ha ido separando de la mera reproducción para ir convirtiéndose en un vehículo de expresión del propio fotógrafo. Y a medio camino entre la descripción fiel de la realidad y la mirada personal del artista encontramos la fotografía documental. Hay reportajes fotográficos que son auténticos ejemplos de antropología visual y que sin embargo no son identificados como tal. Sirva como ejemplo el trabajo del artista Antoni Muntadas y su serie *Media Sites / Media Monuments*, en el que revisita lo que el llama “lugares de memoria”, donde tuvo lugar algún acontecimiento de relevancia política y/o social años más tarde de que ocurriera; Bleda y Rosa (Premio Nacional de Fotografía) que con sus imágenes de la serie *Memoriales* reflexionan sobre la monumentalización de la memoria histórica y la relación entre memoria y olvido; Juan Valbuena, joven fotógrafo que trabaja actualmente en el Proyecto Salitre, una recuperación de la identidad de 14 senegaleses que viven en Madrid en una casa-patera, a través de imágenes generadas por ellos mismos y que luego compondrán 14 libros individuales; o Gervasio Sánchez (Premio Nacional de Fotografía), que ha publicado “*Vidas minadas*” y “*Vidas minadas. Cinco años después*”, un seguimiento de varios personajes que sufrieron heridas y mutilaciones siendo pequeños por las minas antipersona; o Isabel Muñoz, y su reciente trabajo sobre la Infancia en el que retratos que reflejan la identidad (por vestuario, entorno, actitud, objetos con los que se retratan) de niños de todo el mundo, con una serie de textos explicativos y los artículos de los Derechos de la infancia; y así tantos fotógrafos reconocidos y jóvenes que reflexionan sobre distintas realidades y que acaban expresando en forma de fotografía. La Antropología también puede ofrecer esa mirada comprometida a la sociedad, explicar mejor las causas y consecuencias de temas tan variados como la inmigración, la reorganización del espacio, la conservación de la memoria, las situaciones de violencia, la universalidad y diversidad de ciertos principios, etc. Hay fotógrafos documentales que tienen una base sólida detrás de su trabajo y sus imágenes son el resultado de un estudio concienzudo de bibliografía y observación participante. Sin embargo, la Antropología nunca aparece ligada a la fotografía documental, igual que en el caso del cine documental, dejamos que sean otros los que reflexionen sobre nuestros temas de estudio. Los antropólogos debemos aprender a encontrar nuestro espacio en el mundo audiovisual y utilizar ese canal para dar a conocer nuestra disciplina. Un ejemplo de esto mismo puede ser la exposición *Domestic* que organizó la asociación *Photographic Social Vision* y que se definía como “una muestra de carácter documental, artístico y científico, que gracias a una convocatoria internacional a fotógrafos profesionales, aúna la mirada de más de 80 autores que tratan lo doméstico como tema. El trabajo riguroso en equipo entre personas de distintas disciplinas culturales y científicas ha hecho posible el desarrollo de su guión expositivo que a lo largo de la exposición facilita 8 claves de interpretación del ámbito doméstico”. Una de esas disciplinas era la Antropología y en su nombre la antropóloga Cecilia Montero intervino en la elaboración de ese guión, junto a ella una socióloga, una historiadora y una psicóloga desarrollaron los textos que servían para dirigir la mirada y reflexionar sobre el espacio doméstico. Sin duda este es el mejor ejemplo para imaginar nuevos formatos en los que expresar las investigaciones antropológicas.

Bibliografía

LENDE, Daniel

2010 *Anthropology after the “Science” controversy: we’re moving ahead*, en Neu-

roanthropology Blog, <http://blogs.plos.org/neuroanthropology/2010/12/11/anthropology-after-the-science-controversy-were-moving-ahead>.

PALERM, Ángel

2006 *Historia de la etnología: los precursores*. México: Universidad Iberoamericana.

ROIGÉ, Xavier, FERNÁNDEZ, Esther, ARRIETA, Iñaki

2008 “El futuro de los museos etnológicos. Consideraciones para un debate”. En *XI Congreso de Antropología: retos teóricos y nuevas prácticas*. Donostia: Ankulegi Antropologia Elkartea.

ROIGÉ, Xavier (Coord.)

2005 *Estudio preliminar título de grado en antropología social y cultural*. Madrid: AN-ECA.

WADE, Nicholas

2010 *Anthropology a Science? Statement Deepens a Rift*, *The New York Times*, en <http://www.nytimes.com/2010/12/10/science/10anthropology.html>.

