



Asociación para la  
Interpretación del  
Patrimonio

# Boletín de Interpretación

ISSN 1886-8274

Depósito Legal: GR-1361/2002 - España.

Enero de 2014 - Número 29

Se permite y aconseja su reproducción y difusión.  
La AIP no es responsable de las opiniones expresadas por los autores en los artículos.

*“La interpretación del patrimonio es el ‘arte’ de revelar in situ  
el significado del legado natural o cultural,  
al público que visita esos lugares en su tiempo libre”*

[www.interpretaciondelpatrimonio.com](http://www.interpretaciondelpatrimonio.com)



Géiseres del Tatio (Atacama, Chile)

**Editores:** Jorge Morales Miranda y Francisco J. “Nutri” Guerra Rosado

# ESTE BOLETÍN

## EDITORIAL

## CARTA DEL PRESIDENTE

## ARTÍCULOS:

- Los principales documentos a tener en cuenta del Seminario de Interpretación del Patrimonio. Seminario de Interpretación del Patrimonio, CENEAM
- Evaluación del uso de la Interpretación del Patrimonio para la sostenibilidad turística en áreas rurales: el caso de Patones. Iris Martín Hernanz y Fernando Martín Gil
- Experiencias de interpretación en torno a la conservación de especies en peligro de extinción (1). Diego Martín Cortés
- Por un año nuevo con reflexión... desde la comunicación del patrimonio. Marcelo Martín
- Oportunidades. Víctor Fratto

## DOCUMENTOS:

- Un poco de psicología ayuda mucho. Sam H. Ham

Iniciamos este número con la habitual Carta del Presidente que describe los aspectos clave del momento presente en nuestra asociación: la traducción del nuevo libro de Sam Ham, el cambio de imagen corporativa de la AIP y las XIII Jornadas de la AIP que se celebran en marzo de este año.

Este número del *Boletín* cuenta con cinco artículos de contenido diverso en nuestra sección general y un sexto artículo de nuestro socio de honor, Sam Ham, en la sección “Documentos”.

El primer artículo tiene como autor al Seminario de Interpretación del CENEAM. Este grupo de trabajo lleva ya varios años desarrollando un conjunto de documentos técnicos referidos especialmente a la cualificación de los profesionales de la interpretación del patrimonio, aunque también a otros temas de interés en la profesión. En el artículo se nos presentan algunos de los documentos elaborados y que podrían ser de interés y de referencia para nuestros lectores.

El segundo artículo, de Iris Martín Hernanz y Fernando Martín Gil, es una continuación del anterior y nos presenta los resultados de una investigación realizada en Patones de Arriba, Madrid; su enfoque se dirige a determinar hasta qué punto la interpretación es una herramienta eficiente para garantizar la sostenibilidad de los procesos de desarrollo turístico en áreas rurales como la del objeto del estudio.

El tercer artículo, que tendrá su continuación en el próximo número, tiene como autor a Diego Martín, quien analiza las estrategias relativas a los programas de interpretación vinculados especies en peligro de extinción, como es el caso del quebrantahuesos, comparando la eficacia de modelos de visita guiados y autoguiados en exposiciones interpretativas.

A continuación, Marcelo Martín reflexiona en su artículo sobre el actual estado de la profesión de intérprete del patrimonio, analizando el reconocimiento que esta posee así como su papel en la gestión de dicho patrimonio en momentos de crisis. La situación de precariedad laboral de los trabajadores, a pesar de su alta cualificación y preparación, y un análisis de los factores que han influido en esta situación.

Concluye la sección otro de nuestros habituales colaboradores, Víctor Fratto, desde Argentina. Víctor nos habla de mensajes y comunicación en interpretación, especialmente de aquello que tiene que ver con los significados y el guión lógico, así como la capacidad de ambos aspectos para estimular a los visitantes a pensar y a sentir respeto hacia el lugar que están visitando. Como el propio autor concluye, se trata de ver a cada visitante -y la ocasión de poder contactarlo- como una oportunidad para la conservación del patrimonio.

Terminamos este *Boletín de Interpretación* con un ensayo del maestro Sam Ham, publicado recientemente en el *Interpretation Journal* de la Association for Heritage Interpretation del Reino Unido, en el que, partiendo de un conjunto de preguntas que considera especialmente importantes para los intérpretes, enfoca su discurso al análisis de las aplicaciones de la psicología a la práctica de la interpretación cotidiana, así como a su importancia a la hora de producir impresiones perdurables y relevantes en las mentes de la audiencia.

Esperamos, como siempre, que estos artículos sean del interés de quienes nos siguen habitualmente.

Un caluroso saludo invernal desde el hemisferio norte.

**Jorge Morales Miranda**

**Francisco J. (Nutri) Guerra Rosado**

**EDITORES**

# CARTA DEL PRESIDENTE

Amigas y amigos,

Cuando este *Boletín* vea la luz estarán a punto de producirse diversos acontecimientos que, con toda seguridad, marcarán el devenir de este primer año de nuestra Junta Directiva.

En primer lugar, estará ya muy avanzada la traducción al castellano de la última obra de Sam Ham : “*Interpretation - Making a difference on purpose*”. Sin lugar a dudas, este proyecto constituye uno de los mayores esfuerzos económicos que ha emprendido la AIP en su historia, y es un reto y una satisfacción para quienes estamos implicados en esta tarea.

Como sabéis, Sam Ham es un autor de referencia para todos nosotros que ha abierto un interesante modelo conceptual en interpretación, el *enfoque temático* a la comunicación, basado en la importancia de la organización de los mensajes, la necesidad de que estos sean relevantes al ego del visitante y amenos: su ya conocido modelo T.O.R.E., en castellano T.O.R.A.

En este, su último libro, Sam incorpora nuevas aportaciones desde la perspectiva más psicológica del mensaje interpretativo que ayudan a evaluar la eficacia y la eficiencia del mismo y que van a resultar, a mi entender, herramientas muy útiles para todos aquellos que quieran marcar una diferencia elaborando o asesorando en la construcción de mensajes que “hagan pensar” y resulten “potentes” para provocar el pensamiento de la audiencia.

Por otro lado, estamos ya en la recta final del proceso de participación entre asociadas y asociados para la elección del nuevo logo de la asociación. El diseño elegido por medio de la votación online en marcha ha de ser el núcleo de la renovación de la imagen corporativa de la AIP.

También están convocadas ya las XIII Jornadas de la AIP, que este año tienen como tema general la Planificación y la Evaluación en Interpretación del Patrimonio. Como sabéis, uno de los grandes retos a los que nos enfrentamos los intérpretes del patrimonio es el de llevar a cabo procesos que justifiquen las intervenciones en este ámbito, que avalen los contenidos y las estrategias implicadas en los procesos de comunicación y que, además,

racionalicen desde el punto de vista económico las inversiones destinadas a este tipo de proyectos.

En este contexto, las Jornadas se centran en poner en valor la importancia estratégica de la planificación y la evaluación y acercar sus técnicas a quienes aún no han podido acceder a ellas.

Nos felicitamos de haber podido reunir, para los días 13 y 14 de marzo, a tres expertos internacionales como son Mikel Asensio, Francisco J. Guerra “Nutri” y Jon Kohl. Estamos seguros que sus aportaciones constituirán elementos de reflexión y acción útiles para nuestra labor como intérpretes. O sea que... ¡nos vemos en Madrid!

Y a todas y todos, un feliz 2014.

**Òscar Cid**

**PRESIDENTE DE LA AIP**

## Los principales documentos a tener en cuenta del Seminario de Interpretación del Patrimonio

**Seminario de Interpretación del Patrimonio**  
 Centro Nacional de Educación Ambiental (CENEAM)-Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA)  
<http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/>

Con el inicio del año 2014, el Seminario de Interpretación del Patrimonio del Centro Nacional de Educación Ambiental (CENEAM) se encamina hacia los nueve años de existencia. Un periodo de tiempo suficiente para la elaboración de documentos, algunos de ellos de interés para las personas vinculadas de una u otra forma a la Interpretación del Patrimonio. Aprovechamos por tanto la oportunidad que nos brinda este *Boletín* para hacer mención explícita a algunos de ellos que consideramos de especial utilidad al lector.

Los principales documentos dirigidos “al exterior” que aquí presentamos son de dos tipos. En el primer caso nos referiremos a documentos elaborados por participantes del Seminario, integrados en grupos de trabajo, como respuesta a propuestas del propio Seminario, mientras que, en el segundo caso, se trata de documentos aportados por personas que han sido invitadas a desarrollar una ponencia en el contexto del Seminario.

### Documentos elaborados por los participantes del Seminario

- **Bases para la definición de competencias en Interpretación del Patrimonio. Fundamentos teóricos y metodológicos para definir las Competencias Profesionales de Especialistas en Interpretación del Patrimonio en España (IV y V Seminario. Formato: Texto; 38 páginas. Autores: Jorge Morales; Francisco J. “Nutri” Guerra; y Araceli Serantes).**

Sin duda uno de los documentos con más envidia del Seminario. Aunque dentro de la página web del CENEAM aparece como documento en dos encuentros (cuarto y quinto), es el incluido en el segundo de ellos (V) el que puede considerarse definitivo. Además de establecer, como indica en su título, unas bases para la definición de competencias en Interpretación del Patrimonio, este documento aporta numerosos elementos relativos al acervo teórico de la disciplina e incide en la importancia de la interpretación como instrumento de gestión.

- **Propuesta de cualificación profesional “Intérprete del patrimonio natural y cultural”.** (VI Seminario. Formato: Texto; 9 páginas. Autores: Mercedes Martínez, Teresa Fernández, Jorge Morales, Guillermo Ayala, Francisco J. Guerra “Nutri” y Alberto Jiménez).
- **Criterios técnicos orientadores para la contratación de obras, equipamientos y servicios relacionados con la comunicación e interpretación del patrimonio.** (VI Seminario. Formato: Texto; 9 páginas. Autores: Lola Falcó; Miguel Ángel Pinto; y Pepa Ferrando).

Este documento, muy sencillo (dicho esto en el mejor de los sentidos), cumple sobradamente con los objetivos para los que fue realizado. Sus contenidos se ajustan estrictamente a lo esperado: servir de orientación a los gestores para la contratación de servicios interpretativos (aunque también incluye una breve presentación del

Seminario y de la propia IP, en ambos casos con la intención de proporcionar un contexto al lector/a).

- **Guía de Recomendaciones para Formación no Reglada en Interpretación del Patrimonio.** (VI Seminario. Formato: Texto; 9 páginas. Autores: Marlene Anaya; Juan Vicente Ledesma; Malena Lloret; y Paloma Sánchez)

Como en el caso anterior, se trata de un texto sencillo y operativo dirigido específicamente a entidades que trabajan la Formación Ocupacional y los Centros colaboradores de Empleo. Puede ser interesante para personas que se dedican profesionalmente a la formación en Interpretación, especialmente por los aspectos metodológicos que incorpora.

- **Dossier informativo sobre IP.** (VI Seminario. Formato: Texto; 8 páginas. Autores: No constan en el documento)

Este dossier es también un documento operativo dirigido específicamente a docentes del título “Técnico superior en guía, información y asistencias turísticas”.

- **Documentos del Observatorio de Buenas Prácticas del Seminario** (VIII Seminario. Formato: Texto. Autores: Cristina Alfonso Seminario; Anna Escarpanter Llandrich, Alberto de Armas Estévez)

Los resultados de varios años de trabajo del grupo se concretan en los siguientes documentos. Sin duda, una interesantísima batería de herramientas para la evaluación de intervenciones interpretativas:

- Presentación-Introducción del Observatorio de Buenas Prácticas en comunicación del Patrimonio
- Ficha base para el análisis de casos
- Análisis evaluativo: introducción y cuestionario para el análisis

## Documentos elaborados por otros autores y presentados en el Seminario

- **Ideas para la formación “esencial” en Interpretación.** Jorge Morales. (III Seminario. Formato: Texto; 13 páginas)

Se trata, más que de un texto técnico propiamente dicho, de una reflexión personal del autor -a modo de ensayo- basada en su vasta experiencia.

- **Los elementos indispensables en la formación de intérpretes.** Sam H. Ham. (IV Seminario. Formato: Texto; 8 páginas + Presentación de PowerPoint).

En este caso se trata de un texto sobre el modelo TORA (que ya aparece en otros documentos, algunos publicados en el *Boletín de Interpretación*).

- **Evaluación de los programas de interpretación. Una aproximación desde el estudio de caso de la red de Parques Nacionales.** María Muñoz Santos (V Seminario. Formato: Presentación de PowerPoint).

Este PWP recoge los elementos básicos de la tesis de la autora, particularmente en lo relativo al capítulo de Evaluación. Dicho capítulo ha sido recientemente publicado por el MAGRAMA.

- **La interpretación en la planificación y la gestión de visitantes en espacios naturales protegidos.** Javier Gómez Limón (VII Seminario. Formato: Presentación de PowerPoint).

Al tratarse de una presentación en PWP no tiene cabida en una publicación, pero además los contenidos tratados en forman parte (en gran medida) del Manual 03 - EUROPARC-España: Plan de acción para los espacios naturales protegidos del Estado español.

Toda la documentación presentada en este artículo, como aquella de carácter “interno” viene recogida en la dirección web:

<http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/interpretacion-del-patrimonio-natural-y-cultural/>.

# Evaluación del uso de la Interpretación del Patrimonio para la sostenibilidad turística en áreas rurales: el caso de Patones

Iris Martín Hernanz  
Universidad Estatal Amazónica, Ecuador  
[irs20@hotmail.com](mailto:irs20@hotmail.com)

Fernando Martín Gil  
Universidad Autónoma de Madrid  
[f.martin@uam.es](mailto:f.martin@uam.es)

En España la Interpretación del Patrimonio (IP) es una disciplina muy joven, al contrario que en países anglosajones como Gran Bretaña y EEUU, donde se han elaborado investigaciones que aportan un mayor conocimiento teórico y práctico sobre la materia. A pesar del creciente protagonismo del uso de la IP como instrumento de puesta en valor del patrimonio, existe un claro déficit en investigaciones empíricas que evalúen su eficacia para la gestión y la sostenibilidad del turismo tanto en España como en otros países (Orams M.B., 1996). Este es un problema generalizado en el caso del turismo rural español: son muy numerosas las experiencias de desarrollo en las que se utiliza la IP para la puesta en valor turística del patrimonio territorial, pero apenas se han realizado estudios que evalúen sus posibles impactos positivos para un correcto desarrollo del turismo en este tipo de territorios.

El punto de partida de este artículo, que recoge parte de los resultados de una investigación más amplia<sup>1</sup>, es determinar hasta qué punto la IP es una herramienta eficiente para garantizar la sostenibilidad de los procesos de desarrollo turístico en áreas rurales<sup>2</sup>. En la investigación de referencia se evalúa, mediante dos estudios de casos realizados en los municipios

---

<sup>1</sup> Tesis doctoral titulada “La Interpretación del Patrimonio como herramienta de sostenibilidad turística en áreas rurales”, defendida en 2012 en la Universidad Autónoma de Madrid, Departamento de Geografía.

<sup>2</sup> En el artículo del Boletín de Interpretación nº 28, “Reflexiones en torno al uso de la Interpretación del Patrimonio para la sostenibilidad turística en áreas rurales”, se aportan conclusiones en este sentido.

madrileños de Patones y Montejo de la Sierra, el alcance de la disciplina como instrumento de sostenibilidad turística en espacios rurales, se plantean sus principales potencialidades y debilidades y una serie de pautas para una aplicación más efectiva.

En este documento presentamos de forma sintética los principales resultados de uno de los casos estudio de la investigación, el realizado en Patones de Arriba, pequeño núcleo rural de población declarado Bien de Interés Cultural por la Comunidad Autónoma de Madrid.

Este espacio contiene patrimonio natural y cultural relevante que incluye un núcleo de población representativo de la arquitectura vernácula serrana, una geología y geomorfología sobresalientes y un paisaje de calidad. Su localización a escasos 45 minutos de viaje por carretera del principal centro emisor de turismo de España, Madrid y su área metropolitana, hace de este un lugar muy frecuentado, en fines de semana, por excursionistas madrileños.

Desde hace años, Patones de Arriba atraviesa numerosos problemas que ponen en duda la sostenibilidad de la actividad turística. Entre ellos destaca la saturación y congestión por la afluencia masiva de visitantes durante buen número de fines de semana al año y los impactos que genera el acceso y estacionamiento de vehículos. Ante estos problemas que afectan a la calidad ambiental del destino, al grado de satisfacción con la visita turística y a la calidad de vida de los residentes, el municipio ha puesto en marcha numerosas medidas. Algunas han incorporado la IP aunque en pocos casos esta se ha aplicado con eficacia destacando, en este sentido, un centro de acogida de visitantes, un ecomuseo, una senda de acceso al núcleo y la panelización de elementos patrimoniales. Aunque en todas ellas se ha recurrido a la IP para la puesta en valor del patrimonio, tan solo en un proyecto titulado “Diseño de una guía interpretativa del patrimonio natural y cultural del municipio de Patones” se aportan propuestas que, desde esta disciplina, contribuyen a

la gestión del turismo y la conservación del legado natural y cultural.

Para analizar hasta qué punto la IP ha sido una herramienta eficiente para garantizar la sostenibilidad del desarrollo turístico de Patones de Arriba se realizó una recogida sistemática de información con cinco objetivos:

- evaluar la situación del turismo en el territorio de referencia,
- analizar los problemas ambientales y socioeconómicos generados por la actividad,
- conocer la opinión de los actores sociales involucrados sobre los problemas del desarrollo turístico,
- identificar las medidas correctoras aplicadas, y
- valorar la incidencia de aquellas relacionadas con la IP.

Con el fin de identificar las medidas correctoras aplicadas, valorar la utilización de la IP y su contribución a la gestión y la planificación de un desarrollo turístico sostenible, se recogió información sobre los servicios relacionados con esta disciplina, prestando especial atención a la calidad de los mismos. El trabajo incluyó la elaboración de cuestionarios específicos de evaluación de centros de visitantes, rutas autoguiadas y rutas guiadas con el objetivo de valorar, entre otras cuestiones, los atributos que definen la calidad de la interpretación mediante una escala del 1 al 4. El modelo diseñado adaptó al ámbito de estudio la metodología planteada para evaluar la calidad de visitas guiadas del Parque Nacional de Cabañeros (Benayas, J. et al., 2000) y la calidad del uso público en la Red Española de Parques Nacionales (Benayas et al., 2007; Muñoz M., 2008). En paralelo, se contó con la colaboración de un panel de expertos de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio que revisó el sistema de evaluación y aportó propuestas.

En total se aplicaron cuarenta y ocho indicadores agrupados en siete factores centrados en la gestión, el personal, el diseño del equipamiento, el diseño del medio, la aplicación de técnicas de Interpretación del Patrimonio, el mensaje y la valoración general de los mismos.

Los visitantes disponen de una oferta de servicios y equipamientos de acogida gestionados por entidades como la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Patones y/o la Mancomunidad del Embalse del Atazar. De ellos han sido evaluados los del entorno inmediato de Patones de Arriba: el centro de visitantes "CITECO", el "Ecomuseo de la Pizarra" y la "Senda Ecológica del Barranco de Patones". Todos fueron

creados a partir de propuestas de proyectos previos orientados a mejorar el desarrollo turístico municipal y son gestionados por el Ayuntamiento de Patones.

La senda ecológica se acondicionó para ofrecer a los visitantes alternativas de acceso a Patones de Arriba y minimizar los impactos generados por el tráfico y estacionamiento de vehículos en este pequeño núcleo de población. Sin embargo, la gestión actual es inadecuada (2,2 puntos de valoración sobre un máximo de 4) especialmente en lo relativo al mantenimiento. Además, se trata de un equipamiento infrautilizado que no puede considerarse interpretativo puesto que no utiliza las técnicas apropiadas (2) y el mensaje no cuenta con los requisitos mínimos para definirse como tal (1,5).

El Ecomuseo de la Pizarra fue una de las primeras iniciativas desarrolladas para poner en valor el patrimonio histórico y cultural local. Tampoco presenta excelentes resultados en la gestión (2,2), diseño del recorrido (2,2) y del medio (2,4) y no puede ser considerado un servicio interpretativo porque no utiliza técnicas interpretativas (1,7) ni el mensaje cumple los mínimos necesarios (2,3).

CITECO muestra elevados niveles de calidad de personal (3,25), una gestión aceptable (2,8) y un diseño del equipamiento adecuado (3). Sin embargo no puede considerarse un servicio de interpretación porque ni la exposición ni el audiovisual utilizan técnicas interpretativas (2 exposición y audiovisual) y el mensaje no cumple los requisitos para definirse como tal (2 exposición y audiovisual).

Los resultados obtenidos permiten concluir que en Patones de Arriba:

- Entre las propuestas relacionadas con la IP, pocas tienen que ver con la dotación de personal, aspecto que contribuye a la mejora de la calidad de los servicios de interpretación y al cumplimiento de sus objetivos.
- Muy pocos servicios turísticos se utilizan para fomentar cambios de "valores sociales", actitudes de respeto y conservación hacia el patrimonio, dirigir los flujos de visitantes y controlar sus impactos negativos.
- Abundan los servicios y equipamientos que utilizan el apelativo "interpretativo", pero no cumplen los objetivos y principios necesarios para poder definirse como tal.
- La mayoría de los equipamientos evaluados evidencia problemas de mantenimiento, un problema central de la sostenibilidad del turismo relacionado con la escasa capacidad financiera de la mayoría de ayuntamientos rurales.



- Los contenidos de paneles, guías y folletos presentan múltiples carencias, en parte porque han sido elaborados por personas que, a pesar de contar con numerosos conocimientos sobre el patrimonio natural y cultural, no disponen de la formación necesaria en Interpretación del Patrimonio.

En definitiva, la investigación empírica evidencia que Patones de Arriba apenas dispone de servicios de interpretación de calidad, por lo que difícilmente han podido contribuir a la sostenibilidad turística. Pese a que visitantes y vecinos los utilizan y consideran que contribuye al conocimiento del patrimonio y su valoración -dos de los objetivos de la interpretación-, la situación actual implica una clara pérdida de oportunidades puesto que la IP podría contribuir a la sostenibilidad turística de Patones desde varias perspectivas:

- Aumentando la información sobre los servicios y recursos, satisfaciendo una de las cuestiones demandadas por los visitantes (sostenibilidad económica).
- Aportando herramientas que permitan la mejora de la gestión turística en el control del flujo de turistas redirigiéndolo, mediante visitas guiadas y rutas autoguiadas bien gestionadas a lugares que no tienen problemas de saturación y congestión (sostenibilidad ambiental).
- Reduciendo los impactos de los visitantes incidiendo en el cambio de sus comportamientos (sostenibilidad ambiental y social).
- Contribuyendo a que los visitantes entiendan los problemas que genera el acceso en tráfico rodado a un núcleo urbano de elevada fragilidad (sostenibilidad ambiental)
- Ampliando la oferta complementaria de un micro destino excesivamente especializado en turismo gastronómico (sostenibilidad económica).
- Satisfaciendo demandas de residentes, como la realización de visitas guiadas, que generarían nuevo tejido empresarial y empleo de calidad (sostenibilidad económica).
- Incrementando la satisfacción de los visitantes, facilitando el tratamiento cultural de los recursos y la puesta en valor del patrimonio (sostenibilidad social, económica y cultural).

**Lecturas citadas** (por orden de aparición en el texto):

Orams M.B., 1996. "Using Interpretation to Manage Nature - base tourism". En *Journal of sustainable tourism*: 4 (2), 81-94.

Martín I., Martín G., 2013. "Reflexiones en torno al uso de la Interpretación del Patrimonio para la sostenibilidad turística en áreas rurales" *Boletín de Interpretación* nº 28. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, 6-8.

Benayas, J. Blanco, R., Gutiérrez, J. 2000. "Evaluación de la calidad de visitas guiadas a Espacios Naturales Protegidos". En *Tópicos de Educación Ambiental* 2: 69-78.

Benayas J., et al. 2007. "Análisis de los modelos de uso público de la Red de Parques Nacionales". En *Proyectos de Investigación en Parques Nacionales: 2003/2006*. Organismo Autónomo Parques Nacionales.

Muñoz, M. 2008. "Evaluación y financiación del uso público en los Espacios Naturales Protegidos. El caso de la Red Española de Parques Nacionales". Tesis doctoral del Departamento de Ecología de la UAM.

# Experiencias de interpretación en torno a la conservación de especies en peligro de extinción (1)

Diego Martín Cortés

[diegomartincortes@gmail.com](mailto:diegomartincortes@gmail.com)

Hace unos años tuve la oportunidad de participar en la elaboración de contenidos para la exposición del Centro para la Biodiversidad y el Desarrollo Sostenible “Las Montañas del Quebrantahuesos”, sede de la Fundación para la Conservación del Quebrantahuesos ([www.quebrantahuesos.org](http://www.quebrantahuesos.org)) desde la que desarrolla su proyecto de reintroducción de esta especie en el Parque Nacional de los Picos de Europa.

Mirando hacia atrás, ahora que ha pasado el tiempo, creo que puede ser interesante compartir algunas reflexiones sobre la eficacia de dicha exposición para transmitir el mensaje deseado.

A nivel general, el diseño de la exposición estuvo marcado por el hecho de que las personas involucradas en él estuviésemos totalmente implicadas en el proyecto de conservación. Por un lado aportó aspectos positivos, como son la pasión por el mensaje que toda interpretación debería tener como llama interior, así como un conocimiento exhaustivo del recurso en todas sus facetas; por otro lado, quizá esa misma pasión total por el tema llevó a dar un exceso de información y a multiplicar los mensajes secundarios, lo que puede ser comprensible, dada la complejidad de un proyecto de conservación integral que aúna aspectos biológicos, culturales, económicos, políticos, etc.

Otro aspecto a tener en cuenta a la hora de evaluar la efectividad de los recursos, y también a la hora de su diseño, es la dificultad de mantener los recursos económicos ideales a lo largo del tiempo, lo que puede provocar que aquellos que fueron planificados para ser interpretados por un guía pierdan gran parte de su potencial al tener que ser interpretados de manera autónoma por los visitantes.

Teniendo en cuenta estos apuntes previos, me gustaría compartir algunos de los recursos que en mi opinión funcionaron mejor a la hora de transmitir el mensaje, avisando de antemano de que no oculto mi opinión de que, sea con recursos naturales o artificiales, la participación de un intérprete es vital

para crear “momentos interpretativos” verdaderamente efectivos.

## ¿Qué es eso de la biodiversidad?

La exposición pretendía enmarcar al quebrantahuesos y su programa de recuperación dentro del contexto general de la conservación de la biodiversidad y sus interacciones con el desarrollo sostenible de las áreas rurales. Pero la “biodiversidad” se ha convertido en uno de esos conceptos a los que de tanto repetir, les vamos quitando el significado; lo que hace que el reto sea aun mayor cuando quieres transmitir la importancia de su conservación a una audiencia no especializada.

Captar la atención del visitante es lo primero, y la verdad es que trabajando con una especie de las denominadas “bandera”, esto se facilita mucho. Un gran esqueleto de quebrantahuesos y unas espectaculares fotos de un gran pájaro naranja tragándose un hueso suelen ser suficientes para atraer la curiosidad del visitante y dirigir su atención hacia la diversidad biológica que esta alimentación representa. Pero lo que queríamos era utilizar al quebrantahuesos para lanzar un mensaje de globalidad sobre qué es la biodiversidad y por qué puede ser interesante su conservación. Con este fin, insertamos nuestro recurso estrella dentro de un esquema que pretendía presentar la diversidad de manera atractiva y significativa, huyendo del frío discurso habitual que resalta exclusivamente sus valores cuantitativos (número de especies). En cambio, planteamos la diversidad como el sin fin de estrategias de supervivencia desarrolladas por las especies del ecosistema cantábrico. Para ello se mostraban seis temas o retos a los que todos los seres vivos nos tenemos que enfrentar: alimentación, abrigo, defensa, reproducción, territorio y organización social.

Para ilustrar cada uno de los temas, se presentaban diversas soluciones desarrolladas por especies que comparten el ecosistema con el quebrantahuesos. Se

buscaron ejemplos con datos rigurosos a la vez que llamativos y de gran contraste, buscando un poco la inspiración en el estilo del gran comunicador televisivo David Attenborough. Estos ejemplos se ilustraban con fotos, datos y una caja sorpresa que al abrirla permitía descubrir muestras biológicas reales, como ejemplo, de la diversidad del tema tratado.

Pongamos un ejemplo concreto:

En el tema de la alimentación, tras hablar de la singular dieta del quebrantahuesos, y después de cotejar hipótesis con los visitantes sobre el porqué de preferir el hueso al chuletón, se presentaba la alimentación como el reto de conseguir la cantidad de energía necesaria para sobrevivir, y se mostraban los ejemplos dispares del metabolismo del oso pardo y de una musaraña. En el caso del oso se destacaban aspectos como la gran variabilidad de sus recursos alimentarios, su adaptación a alimentos tan “minúsculos” como los frutos otoñales o a banquetes como las grandes carroñas, y su capacidad para adaptarse incluso a la falta total de alimento mediante la hibernación. Todo esto se contrastaba con la frenética actividad alimentaria de una pequeña musaraña, cuyo acelerado metabolismo le obliga a ingerir varias veces su propio peso al día. Este concepto de adaptabilidad se remarcaba con una caja sorpresa que al abrirse mostraba varios cráneos reales de aves que ilustraban la idea de una manera más gráfica: diferentes picos para diferentes alimentos. Así se fijaba el mensaje: el reto común de conseguir energía = un sinfín de soluciones = biodiversidad.

En las visitas autoguiadas resulta altamente complicado, o no supimos hacerlo, que el visitante sea capaz de captar el mensaje global mediante su interacción aislada con los recursos. Siendo autocríticos, es probable que muchos de ellos pasen de sala con un par de datos curiosos y dos o tres imágenes espectaculares en la retina, pero sin un lugar permanente en su cabeza para el concepto de biodiversidad.

Sin embargo, esta estrategia resultaba muy fructífera y dinámica con un intérprete “contando el cuento”, dirigiendo la atención de un recurso a otro, hilando las relaciones entre ellos, avanzando a través de preguntas y provocaciones..., y permitía trabajar de manera muy satisfactoria y con diferentes tipos de público numerosos aspectos, entre los que destacaban:

- La singularidad biológica del quebrantahuesos mediante la comparación con otras especies para cada una de las temáticas.
- La vinculación afectiva entre el visitante y las diferentes especies al presentarlas como

protagonistas de una lucha por encontrar soluciones a retos para los que los seres humanos también tenemos que encontrar soluciones.

- La importancia de cada individuo para conservar el conjunto del ecosistema mediante la visualización de sus interacciones.
- La participación y la elaboración de hipótesis por parte de los visitantes como vía para generar respuestas.
- La búsqueda de respuestas al ¿Por qué?, presentando la evolución como motor de la biodiversidad de una manera muy atractiva y visual gracias a los ejemplos y a las referencias a la propia evolución del ser humano.
- La provocación, al invitar a reflexionar sobre el carácter no inteligente y aleatorio de la evolución, algo que choca con la percepción habitual de las soluciones evolutivas como decisiones conscientes de los seres vivos.

En esta sala he vivido algunos de los momentos más satisfactorios como intérprete, cuando gracias al recurso diseñado y a la inspiración comunicativa tenía la sensación de que algo se movía en el visitante. Podía sentir que había captado su atención y que estaban entendiendo los conceptos que quería transmitir, y cuando ya me perdía en la autocomplacencia de este fructífero “momento interpretativo” surgía el temido comentario: Muy bonito lo de la biodiversidad pero... ¿y a mi qué?

Mi experiencia sobre cómo intentar cerrar el proceso interpretativo contestando a esta pregunta, tendré que contarla en un próximo capítulo.

## Por un año nuevo con reflexión... desde la comunicación del patrimonio

Marcelo Martín, arquitecto

“Quién no sabe lo que busca, no interpreta lo que encuentra”. Alberto Rex González

Hace solo veinte años, cuando muchos de los que hoy intentan un acercamiento al mundo laboral en este sector estaban en el parvulario, la depresión post Expo 92 (de Sevilla) nos sumió en el oscurantismo profesional y hubo que movilizar mucho para que las administraciones se sacudieran el sopor y tomaran conciencia de la importancia que el sector cultural en general y el patrimonial en particular, iban a protagonizar en las dos décadas siguientes.

Solo una pequeña minoría sabía qué era un centro de interpretación, aunque poco entendían de patrimonio cultural; la frase clave era “patrimonio como factor de desarrollo”, sin especificar qué patrimonio y mucho menos qué desarrollo. No había interpretación del patrimonio, ni se hablaba de dinamizar, y mucho menos de comunicar. Estaba establecida la Difusión, aunque carecía de una definición concreta. No había desembarcado aún la formación que incorporara conceptos de producto patrimonial, ni muchísimo menos industrias culturales, término afianzado por los franceses que no tuvo toda la repercusión que luego alcanzaría. Y sin embargo, no éramos unos paletos culturales, buscábamos bibliografía, en francés y en inglés, ya que los italianos, académicos ellos, no ingresarían tampoco a toda esta modernidad lingüística y Memorabilia, la Carta de Riesgo y la conservación preventiva, eran sus máximos protagonistas.

Podría trazarse un paralelismo con la pregunta que todos podemos hacernos hoy: ¿Cómo podíamos vivir sin internet, sin teléfonos móviles inteligentes, sin correo electrónico? Pues cómo podrían vivir sin interpretación, sin dinamización o interacción con el patrimonio... Pues así fue, y aunque políticos avisados supieron incorporar a su lenguaje términos de moda, llevamos muchos años intentando que, además, sepan qué son y cómo se aplican en la gestión sostenible de nuestro patrimonio.

España ha inmortalizado el “vivir por encima de nuestras posibilidades”, bueno, eso dicen ciertos sectores. Porque el Patrimonio, bendita herencia material e inmaterial de nuestra cultura en el pasado,

sigue viviendo muy por debajo de las posibilidades, aunque hoy esté rodeado de una terminología que sería la envidia de los semióticos y hermeneutas de los años 70.

Cuando afirmo que está por debajo de las posibilidades no me refiero a su restauración o revaloración, y sí a lo que debería haber sido la puesta en valor o, simplemente para ser coherentes con ese pasado carente de terminologías *ad hoc*, una digna expresión de su materialidad y de su mensaje como testimonio del pasado. Hemos invertido mucho como sociedad en rescatar edificios de la inopia, conjuntos de la barbarie y del olvido y objetos artísticos de todo tipo de la telaraña de museos sin climas ni luces apropiadas. Hay mucho realizado en este terreno. También se ha logrado un potente cambio en la percepción social del patrimonio. Hoy no resulta curioso ver a alguien vestido de “romano” en Itálica, y nadie diría que es un cofrade de la Macarena despistado; nadie se asombra por una visita teatralizada en cualquier sitio histórico o natural; ninguna madre cree que no haya una visita para niños organizada y atrayente para sus hijos en un fin de semana. Hasta mi tía sabe que existen centros de interpretación, aunque ella se empeña en llamarlos museos.

Todos somos capaces de reclamar un guía con formación y apropiada comunicación de lo que estamos visitando. Sabemos usar un *smartphone* con códigos QR y utilizar un monitor interactivo en un equipamiento cultural.

Estamos a la altura de nuestras posibilidades. Sin embargo, nunca el personal formado para la gestión patrimonial, y muy bien formado, viajado y alimentado, estuvo tan mal. Sí ya sé, es la crisis. Pero a mi edad creo que no es *por* la crisis, sino *a favor* de la crisis, o mejor dicho, de la privatización de la vida pública en aras de mejorar y ampliar al máximo los límites de un mercado potencialmente rentable.

¿Cómo puede ser que a mayor formación, con menor edad promedio, superior nivel de información, uso de idiomas y másteres y posgrados a diestra y siniestra, nuestros profesionales de la gestión patrimonial y cultural tengan tan pocas posibilidades? ¿Qué sucede aquí para que, una vez alcanzado el dichoso nivel profesional que señalábamos como la principal carencia para ser un país europeo con patrimonio

social y económicamente rentable, eso no sea posible?

Hay tres factores que fallaron: los políticos que decidieron entender lo que les convenía sobre intervenir en el sector cultural y patrimonial; la relajación de las exigencias de calidad para con el patrimonio por parte de los profesionales que tuvimos la suerte de producir equipamientos y acciones; la embriaguez generalizada que el disfrute sensorial produjo sobre otro tipo de disfrute más racional y a la vez emotivo.

Por supuesto que esta generalización no es una forma de diluir responsabilidades, sabemos que políticos y profesionales no podemos sentirnos igual de inocentes o culpables que nuestra sociedad como visitantes y usuarios de nuestro trabajo.

Es justamente el reconocimiento de nuestro papel en la gestión del patrimonio lo que me lleva a reflexionar sobre el actual estado de nuestra profesión.

Vivir en tiempos revueltos implica mucho más que una buena formación y el dominio de idiomas, si no se quiere ir uno de su tierra. La dureza de las situaciones que inducen a depresiones, a mirar para otro lado, a abandonar la senda para transitar a pie por la peligrosa autovía de la globalización nos necesita armados de herramientas de carácter ideológico, que no político, respecto de lo que se debe hacer, de lo que podemos hacer y de lo que nos dejan hacer. He aquí la trilogía de la cuestión, todo ello bajo el manto de la interdisciplinariedad.

Decía que la percepción social del patrimonio y las vías de acceso que tiene hoy la sociedad en su conjunto han mejorado mucho. No tengo dudas, solo matices. Pero debo llamar la atención sobre la calidad de las experiencias que generan esa percepción, de los objetivos extra patrimoniales que se esconden detrás de ejemplificadoras actividades y, finalmente, de los nunca evaluados niveles de satisfacción de esa percepción por parte de los gestores (y, agregaría, del propio patrimonio si pudiera hablar).

Hace tiempo escribí esto: “en asociación a estas ideas tienen lugar otras vicisitudes de carácter programático como la consideración de la comercialización del patrimonio, el marketing cultural, etcétera”. Comienza a suceder que también nuestros países encargan su patrimonio a gestores empresariales que introducen los conceptos de la mercadotecnia al patrimonio. Aunque para muchos políticos y administradores de la cultura esto puede parecerles acientífico, y a veces hasta vulgar, sin embargo recomiendan a sus gestores culturales que

aprendan de ellos, alegando que se corre el riesgo de “perder audiencia”. La gestión del patrimonio cuenta de este modo con el respaldo de profesionales de comercialización, financiación y estudios sobre preferencia de los visitantes, lo cual, de por sí, no nos resulta totalmente inadecuado, en tanto y en cuanto no abandonemos nuestro patrimonio en manos de una concepción generalista, abonada de todas las técnicas del mercado que sean necesarias sino, por el contrario, aboquémonos a una plena concepción humanista de nuestro patrimonio, aun a riesgo de no parecer progresistas o “vernos de lleno lanzados a la bancarrota”.

“El proyecto de la aplicación de la gestión empresarial al patrimonio, con todas sus vertientes positivas, comienza a desembarcar acriticamente en estas latitudes. La necesidad de la puesta al día del debate patrimonial desde todas sus perspectivas: investigación, documentación, intervención y difusión no puede dejar de lado esta problemática. Cuando el mercado se coloca por encima de las necesidades, la cultura, entendida como parte de ese mercado, hace inútiles todas aquellas empresas que no sean eficaces; así sucede que la investigación histórica pierde valor frente a una historia como supermercado de imágenes; las restauraciones cobran interés en la medida del marketing cultural y los centímetros de prensa que generan; la documentación solo importa cuando se digitaliza y puede convertirse en productos interactivos de distribución masiva, y las disciplinas como la museología y las técnicas expositivas ingresan definitivamente en el campo de la comunicación”.

“Lo que da en llamarse el pensamiento único o el proceso de globalización sitúa en primer plano un predominio absoluto de la mercantilización de todo aquello que puede ser mercancía como un modo imperativo y que muchas veces queda encubierto por el concepto de eficacia (donde quizá fuera más apropiado la eficiencia o lo apropiado). Pero sobre todo ha surgido como consecuencia de esa transición paulatina de un modelo de gestión del patrimonio guiado por el imperativo conservacionista, a otro orientado por criterios de rentabilización, proceso que, en definitiva, creemos que se debe situar en la estela de uno más amplio (en el que estamos inmersos y por ello aún no se vislumbran con claridad sus límites y rasgos) de transición de un modelo de Estado moderno centrado en la administración de personas a un Estado postindustrial centrado en la administración de recursos y servicios” (MARTÍN, 1998).

Cuando sostengo que hoy es tan importante estar armado de ideas y principios como de conocimientos y experiencia no creo estar muy errado. Pongamos por

caso, nuevas ideas en el campo de los guías de patrimonio.

Los *greeters* o anfitriones son voluntarios que dan la bienvenida a los turistas en su ciudad o región, y muestran de forma gratuita una visión de la ciudad como lo harían con los amigos o la familia. Es una forma de turismo social; los residentes participan en las actividades de los turistas, y los turistas tienen la oportunidad de obtener una experiencia más cercana de la vida cotidiana del lugar visitado. “¡Los *greeters* no hacemos tours! Compartimos experiencias personales”.

Si pudiéramos establecer una amplia polémica seguramente, como todo en la vida, habría al menos tres posiciones básicas, la primera, que considero la más corriente, en vista de la tradición elitista de casi todo lo referente al patrimonio histórico-artístico (reforzado con la vieja nomenclatura), que nos situaría en el campo del intrusismo, de la falta de conocimientos y de la “calidad” de la visita. Un segundo grupo que considera que “todo es patrimonio”, que hay que acabar con los relatos estáticos y dirigistas de nuestra memoria y que los ciudadanos tienen el derecho inalienable, por ser los depositarios del legado cultural, de participar en la gestión y difusión de su patrimonio. En medio, un grupo entre progresista y despreocupado que ve tantas contras como aciertos al tema y que, en aras de una mejor convivencia y comprensión de ciertos colectivos, mira hacia otro lado o practica el *laissez faire*.

Este ejemplo sirve para ver qué tipo de diseño de interiores interno tenemos, a la hora de pensar y atraer nuevas perspectivas de acción/reacción entre el Patrimonio y la sociedad que lo sustenta.

Transcribo un párrafo de un correo electrónico de una amiga, en torno a esta cuestión: “Como educadora ambiental, me rebelo ante los equipamientos de educación ambiental que no contratan a educadores profesionales. Sin embargo, la experiencia me ha hecho repensar si esta idea es una verdad absoluta. En una aldea del interior de Galicia, asolada por el éxodo rural, hay un equipamiento en el que, como voluntarios, “prestan sus servicios” las abuelas y abuelos de la aldea. Así dicho es aberrante, pero cuando uno se involucra en la experiencia descubre que no existen jóvenes, y mucho menos, jóvenes formados en ese entorno, que solo viven personas muy mayores, que van enfermando por soledad y abandono, y que los promotores tenían como objetivo claro la puesta en valor de la cultura y los valores de esa comarca, recuperando el “alma” del lugar a través de sus pobladores... A lo que se suma que una

de las fórmulas que encontraron fue ofrecer a las personas mayores una actividad y un compromiso, que incluía dar a conocer sus saberes y formas de hacer (lo que les obliga a seguir reinventando la tradición y a tener contacto con pequeños y jóvenes, es decir, con esa población que ya no existe en su aldea). Cuando un profesional como nosotros “comprende” el contexto social y material, “entiende” que los responsables optaran por renunciar a contratar a una persona “experta” en educación ambiental, muy probablemente desconocedora de ese mundo y contexto, y apostaron por recuperar y no dejar morir las tradiciones, giros lingüísticos, cantos, bailes... dándole protagonismo a los pobladores que, como voluntarios, reciben una “pequeñísima” remuneración importantísima en sus frágiles economías de jubilados agrarios... y que han vuelto a ocupar las casas, las calles, los oficios... **Cuando lo vi y lo viví como protagonista, pensé que siempre existe una idea nueva como excepción a la norma”.**

Creo que más que crisis, lo que nos afecta es el estilo “miseria”. *Greeters*, *sherpas*, micropagos... todo es micro, empezando por los sueldos.

El emprendimiento, la biografía digital, el marketing personal, la explotación de una creatividad superficial, los *networking*, los *team building*, etc., etc., han llegado para quedarse y ocupar el lugar que antes ocupaba la discusión y el debate por el valor y el potencial del patrimonio natural y cultural como motor de desarrollo local y fuente de identidad para los ciudadanos. ¿Sigue vigente esta obviedad? Ya sé que resulto exagerado, si no lo fuera no tendría oportunidad de que me leas. Pero reflexionemos sobre la gran cantidad de subtemas y preocupaciones que vinieron a competir con los problemas esenciales de la comunicación estratégica de nuestro patrimonio a la sociedad. Cuántos cursos de interpretación, museografía didáctica, educación ambiental se dejan de emitir para darle lugar a la dinámica de grupos, la mercadotecnia o cómo venderle un paseo guiado a esos *guiris*...

A ver si empezamos a reivindicar que haya trabajo y veremos cómo se acaban los “intrusismos”, los microsueños, y dejamos la microvida para volver a ser personas completas.

## Referencia

Martín Guglielmino, M. (1998). “El espíritu de la época. Modernización o posmodernización del vínculo entre el patrimonio y los ciudadanos”. *Boletín PH*, N° 25, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, págs. 120-129.

# Oportunidades

Víctor Fratto

Intérprete del Patrimonio

Subsecretario de Conservación y Áreas

Protegidas de la Provincia del Chubut

Patagonia Argentina

Hace muy poco oí a una especialista en áreas protegidas decir que el turismo muchas veces causaba problemas, pero que valía la pena “soportarlo” porque con el pago de sus entradas colaboraba con el mantenimiento a la conservación del patrimonio. No era la primera vez que lo escuchaba y la verdad es que un razonamiento de este tipo me lleva a reflexionar sobre el triste lugar en que estamos poniendo al visitante en todo esto ¿Es un pagador de entradas? ¿Es solo una especie de benefactor que aporta su granito de arena a la conservación?

Que el turismo mal manejado puede ocasionar impactos negativos, no cabe duda, pero no por ello podemos reducir al visitante a un pagador de entradas, cuando en realidad cada visitante es, o por lo menos debería ser, una oportunidad de sumar un aliado para la conservación del patrimonio.

Si fuéramos políticos y necesitáramos el voto de una persona que viene a cenar a nuestra casa, buscaríamos cada oportunidad, cada momento posible para hablarle de lo bueno que es nuestro proyecto. Ya sea en la charla previa a la cena, durante la misma, con el postre o el café. Pero, seguramente, no lo dejaríamos ir sin entregarle nuestro mensaje.

Cuando una persona visita un lugar con valores patrimoniales deberíamos hacer exactamente lo mismo. ¿Qué oportunidades tengo para abordarla? ¿Cuándo ingresa? ¿En medio del recorrido? ¿Cuándo está en una actividad guiada? ¿Cuándo se detiene frente a un panel? La respuesta es: en todas las ocasiones que sea posible deberíamos buscar la oportunidad de conectar emocionalmente al visitante con los significados del patrimonio que está visitando.

Parte de la clave de todo esto se encuentra en los significados.

Antoine de Saint-Exupéry -que voló sobre esta misma Patagonia- escribió en *El Principito*: “lo esencial es invisible a los ojos”, y algo similar ocurre con los significados. El significado de un elemento es justamente aquello que nos estimula a pensar y a sentir, independientemente de las características

propias del elemento. Por ejemplo, frente a una punta de lanza tallada en piedra podemos decir que: es de obsidiana negra, roca vítrea, *extrusiva*, ígnea, de bordes filosos, fracturas *concooidales*, base ancha y de 700 años de antigüedad. Hasta aquí solo tenemos información que se guardará, o no, en la mente de un visitante. Probablemente si no es el único elemento que le presentemos, gran parte de la información no la recordará. Sin embargo, si apelamos a los significados que puede tener, a aquello “invisible a los ojos”, podemos rescatar algunos como: habilidad, hambre, cacería, riesgo, destreza, enseñanza, familia y otros más que pueden despertar sentimientos en nosotros y que, por lo tanto, nos vinculan emocionalmente con el objeto. Estos conceptos seguramente perdurarán mucho más en nuestro interior, pero además hacen que el elemento que tenemos en frente tenga valor, relevancia y, por lo tanto sintamos, la necesidad de conservarlo.

Ahora vamos a llevarlo a la práctica. Elaboremos un mensaje que produzca significados. Nos enfrentamos a la punta de lanza y pensamos cuáles son los significados que puede tener (ya los mencioné) y, de todos ellos, vamos a utilizar los conceptos “destreza”, “enseñanza” y “familia”. Entonces mi mensaje puede ser: “La destreza para tallar puntas de lanza como esta se transmitía de padres a hijos”. Claro está que en el resto del relato podemos seguir incorporando otros conceptos. No obstante, necesitamos preguntarnos ¿Habrán más significados que no se nos ocurrieron? Seguramente sí. ¿Cómo podemos saber cuáles son? ¿Consultamos a un arqueólogo? Probablemente sea una buena idea. Pero otra buena idea sería preguntarle a una persona común que no esté relacionada profesional o laboralmente con el objeto, y de allí pueden surgir significados como: muerte, guerra, valor de venta en el mercado ilegal, etc. Considerar aquellos significados que están fuera de nuestra lista también es importante, tanto para intentar mostrar que no son los que favorecen la conservación del patrimonio (venta), como para poder anclarnos a alguno de ellos y a partir de ahí orientarlos hacia aquellos significados que despertarán el deseo de proteger la pieza.

Hasta aquí los significados.

Otro elemento que suele faltar es el guión lógico y fácil de seguir, sobre todo cuando presentamos objetos de la naturaleza. Parecería que es más fácil contar historias en torno al patrimonio cultural y, sin embargo, con la naturaleza también se pueden hacer relatos completos que tengan una introducción, un desarrollo y un final. Aun cuando la naturaleza nos suele presentar el desafío constante de la “distracción”. Un guacamayo que pasa volando frente a nuestros visitantes en medio de un relato es algo con lo que no podemos competir; sin embargo, si tenemos un guión lógico y ameno, después del guacamayo podremos retornar a nuestro cuento. Y la gente recordará nuestro cuento, junto a algunos elementos que lo integran.

La falta de un guión lógico (la “O” del modelo TORA, de Sam Ham) hace que el sitio, el contexto, pierda valor porque se presentan objetos aislados y no conformando parte de un todo.

Por último, el abordaje. Si estamos convencidos de que cada visitante es un potencial aliado, entonces también hay que abordarlo cuando se presente la oportunidad. Por esta razón, y sobre todo en los centros de visitantes, no sirve que los informantes o intérpretes se pasen toda la jornada laboral detrás de un mostrador o escritorio. Hay que salir de allí atrás, caminar entre los visitantes, escuchar sus comentarios, ver sus gestos y estar dispuestos a entablar una conversación para ampliar la información de lo que están observando haciendo *interpretación espontánea*, darle significado a los elementos y estar dispuestos a aceptar que aquello que con tanto esfuerzo quisimos transmitir, no es interpretado de la misma forma por nuestros visitantes. Puede pasar.

Estas son técnicas propias de la interpretación del patrimonio. Como toda técnica, se enseña y se aprende. No sirve que en un sitio (parque, museo, jardín botánico, sitio histórico, etc.) haya un par de buenos intérpretes si el resto del personal que puede entrar en contacto con los visitantes no es capaz de generar ese vínculo entre el visitante y el patrimonio. Quienes tenemos la responsabilidad de administrar estos sitios tenemos el deber de capacitar al personal en técnicas de interpretación del patrimonio. Los intérpretes, por su parte, tienen la responsabilidad de hacer conocer a los administradores de sitio que existen formas de hacer que la gente que nos visita nos ayude a conservar. Y no solo a conservar, sino también a respetar las normas del lugar. Porque si hay una herramienta efectiva para la gestión del patrimonio es justamente la interpretación.

Apliquemos la interpretación del patrimonio.

Hagamos que cada vez seamos más los que queremos conservar aquello que en definitiva es de todos.

Trabajemos para que los visitantes sean más que pagadores de entradas y de impuestos. Veamos a cada visitante como una oportunidad, y que su paso por nuestra área o centro no quede en oportunidades perdidas, que todas las visitas sean oportunidades ganadas.



Para ir preparando la bienvenida al nuevo libro de Sam Ham, *Interpretation - Making a difference on purpose* (que la AIP está traduciendo al castellano), presentamos este artículo publicado en el *Interpretation Journal* de nuestros colegas del Reino Unido y que reúne un excelente destilado del conocimiento fresco que aporta el autor.

## Un poco de psicología ayuda mucho<sup>♦</sup>

Sam H. Ham, Ph.D. Professor Emeritus  
Department of Conservation Social Sciences  
College of Natural Resources  
University of Idaho, Moscow  
[sham@uidaho.edu](mailto:sham@uidaho.edu)

(Traducido por: Jorge Morales Miranda)

En respuesta a un comentario expresado por Susan Cross en el *Interpretation Journal* de la Association for Heritage Interpretation (Reino Unido), su editor David Masters invitó a Sam Ham a escribir acerca del valor de la psicología para los intérpretes.

### No es muy difícil

He aquí algunas cuestiones relevantes para los intérpretes:

- ¿Quiere que la gente de su audiencia sea provocada para que piense con profundidad (por ejemplo, con asombro, con admiración, con estremecimiento)?
- ¿Quiere que la gente aprecie o se preocupe por las cosas que usted interpreta?

---

<sup>♦</sup> “A Little Psychology Goes a Long Way”. Artículo publicado en *Interpretation Journal* 18(2): 12-14. Association for Heritage Interpretation (Reino Unido). Reproducido con permiso del autor y del editor.

- ¿Quiere que la gente elija comportarse con respeto, o incluso defender e lugar o el objeto que usted interpreta?

Si su respuesta a cualquiera de estas preguntas es “sí”, probablemente usted encuentre un consejo bien fundamentado en una o más ramas de la psicología. Efectivamente, puesto que el interés de los intérpretes es producir impresiones en las mentes de su audiencia, la psicología es la ciencia social que tiene que ver específicamente con esta cuestión. Tal como lo explico en mi nuevo libro *Interpretation - Making a Difference on Purpose*, los intérpretes disfrutan de una ventaja distintiva cuando poseen un entendimiento básico de las vías por las que su trabajo puede marcar una diferencia plausible. Por el contrario, cuando carecen de estos fundamentos, tienden a usar unos curiosos enfoques a la interpretación.

Para ilustrar esto, permítame utilizar un ejemplo inspirado por el anterior número del *Interpretation Journal* (Volumen 8, número 12). En una discusión muy interesante entre James Carter y Carolyn Lloyd Brown sobre el futuro de la interpretación, Susan Cross dijo algo importante acerca de por qué un poco de conocimiento en psicología puede ayudar a un intérprete profesional a entender y poner en una práctica razonable el consejo de Tilden con respecto a *relacionar, provocar y revelar*. El comentario de Susan solo eran unas pocas palabras insinuadas en una idea más amplia que ella exponía. Pero esas palabras de Susan resonaron para mí, como lo hubiesen hecho para cualquier especialista en las ciencias de la psicología que apuntalan la práctica de la interpretación:

*Las tantas veces citadas palabras de Tilden “provoque, relacione, revele” están bien en cuanto a que representan una simple ayuda nemotécnica para la comunicación convincente. [Pero] no creo que sea suficiente como para equipar a una intérprete del siglo XXI y que su voz sea oída en el centro de la Era de la Comunicación (p. 15).*

### Valor añadido

Con 35 años de experiencia como profesor de psicología de la comunicación, no podría haber expresado la esencia de la preocupación de Susan mejor que ella. Como ella sugiere, la tan citada tríada de Tilden “provoque, relacione, revele” puede sonar “bonita”, pero no conlleva mucho valor adicional a un intérprete de campo. Debido a que mi concordancia con Susan proviene completamente de mi conocimiento de la psicología, parece ser un buen punto de partida para destacar algunos puntos sobre el valor de la psicología para los intérpretes practicantes.

En primer lugar, alguien que sea entendido en psicología comunicacional nunca pondría las tres palabras en ese orden particular (provoque, relacione, revele). A pesar de que la “revelación” es, de hecho, el resultado de interés definitivo para Tilden (y así tiene sentido poner “revele” al final), él sabía que provocar el pensamiento (que es lo que genera la producción de pensamiento personal) debía estar precedida por la relevancia. Esto quiere decir que la interpretación primero debe intersectar lo que importa a la audiencia antes de que represente una oportunidad para provocar el pensamiento. Esto ha sido ampliamente demostrado en la psicología cognitiva. Aunque un intérprete que no sea consciente de estos estudios piense que “provoque,

relacione, revele” suene lógico, el peso de *muchísima* evidencia de la investigación en psicología nos dice que la secuencia correcta de estas tres importantes palabras *debe* ser: “relacione, provoque, revele”.

### El descifrado de la definición

Otra advertencia importante en el comentario de Susan nos lleva a la manera en que algunos descifran la definición de interpretación de Tilden. Una lectura cuidadosa de esa definición debería convencerle de que Tilden no estaba diciendo a los intérpretes que salgan a “revelar” significados e interrelaciones a sus audiencias (como implica el uso de los tres imperativos “relacione, provoque, revele”). La psicología, por supuesto, nos indica que las personas de una audiencia deben hacer su *propia* revelación, si es que esto sucede verdaderamente. Y esto ocurre de forma bastante natural como resultado del pensamiento que un intérprete hábil puede provocarles. El principal propósito de Tilden en su quinto capítulo de *Interpreting Our Heritage* fue enfatizar este importante punto (“no es instrucción, sino provocación”); pero cuando escucho a algunos intérpretes actuales hablar de la necesidad de “revelar” significados a sus audiencias, me doy cuenta que Tilden no tuvo éxito del todo. Este es un excelente ejemplo de cómo cerca de cuatro décadas de estudio de la interpretación a través de la mirada de un psicólogo me ha permitido ver un genio en el pensamiento de Tilden, y sé que de no ser así no lo habría visto.

### Una práctica equivocada

El desconocimiento de la psicología detrás del consejo de Tilden casi inevitablemente conduce a una práctica errónea. Un buen ejemplo de esto es cuando oigo a alguien recomendar a los intérpretes compartimentar el diseño de una charla, panel o carteles en senderos, como: “este párrafo provoca, y este párrafo relaciona, y luego este párrafo revela” -en una suerte de análisis de producto interpretativo del tipo “pintura por números” o “rellene los casilleros”-. Un entendimiento básico de la psicología contemporánea le dirá que relacionar, provocar y revelar, de ninguna manera son acciones separadas que usted pueda lograr independientemente con las palabras en un determinado párrafo de un texto escrito u oral. Muy al contrario, son fenómenos inextricablemente interrelacionados que deben acontecer al mismo tiempo, o como mucho, juntos -como describí anteriormente-. Y el intérprete incluso no tiene control sobre todos ellos. Hay estudios que

demuestran que la cuestión clave que el intérprete hace es “relacionar” (al conectar la interpretación con cosas que a la audiencia le importan). Como explicaré enseguida, ser relevante es una de las dos principales vías para incrementar la *probabilidad* de provocar el pensamiento. Así, si está bien hecho, el “relacionar” puede por sí mismo conducir al “provocar”, pero ambos no son en absoluto acciones separadas para un intérprete.

Y, por supuesto, la parte final de la tríada, “revelar”, depende completamente de la audiencia. Por lo tanto, decirle a los intérpretes que ellos deben “hacer” todas estas cosas (relacionar, provocar y revelar) parece más un intento poco coherente de rendir homenaje a la terminología de Tilden que una aplicación rigurosa de lo que él realmente quería decir.

Algunos hemos visto recomendaciones prácticas relacionadas con el “provocar” y “revelar” de Tilden, presentadas de esta forma: Un intérprete debería:

- provocar la atención, curiosidad o interés de la audiencia;
- revelar el tema o la idea central del mensaje.

### La palabra con “P”

Los intérpretes versados tanto en psicología cognitiva como en los textos de Tilden, puede que encuentren un poco curioso el primer punto de la recomendación anterior. Como el recurso nemotécnico al que se refería Susan Cross, puede sonar “bonito”, pero la utilización de la palabra “provocar” en este contexto es una excentricidad. Como bien saben casi todos los intérpretes, Tilden escribió con detalle acerca de la “provocación”, un término que utilizó con solidez refiriéndose al hecho de estimular a la gente para que genere sus propios pensamientos, y *no* para atraer su atención. Por tanto, utilizar la famosa palabra con “P” para referirse simplemente a atraer la atención parece perder el centro de lo que quizás es su lección más convincente para los intérpretes: *provocación, no instrucción*.

Algunos estudios de psicología cognitiva demuestran que la probabilidad de provocación incluso sucede dependiendo de dos factores: cuánto de relevante perciben las audiencias a la interpretación y si piensan que será fácil o difícil de procesar. Estos estudios evidencian que si la información a la que la gente pone atención es interesante para ellos (relevante), y si sienten que lo que leen o escuchan no les requerirá mucho esfuerzo (fácil de procesar), es más probable que se sientan estimulados a pensar

sobre aquello (provocación o, como se denomina en psicología, “alta probabilidad de elaboración”). Atraer la atención, por otra parte, depende de factores adicionales tales como la experiencia previa de las personas con la materia o contenidos, efectos de la fuente emisora, viveza gráfica y títulos. En el mejor de los casos, la interpretación *atrae* la atención y *provoca* el pensamiento.

Para un intérprete ducho en psicología, la segunda parte de la recomendación del apartado anterior, también le sonará muy rara. Como mencioné anteriormente, aunque la definición de interpretación de Freeman Tilden ciertamente incluye la frase “...pretende revelar significados e interrelaciones...”, es difícil imaginar que estuviese diciendo que algún intérprete “revele el tema o la idea central”, como sugiere su consejo. Por el contrario, Tilden enfatizó a lo largo de todo su libro *Interpreting Our Heritage* que los visitantes podrían revelar sus propios significados si el intérprete pudiese tener éxito solamente en provocarles el pensamiento. Esta relación es apoyada reiteradamente por la investigación en psicología cognitiva (Ham, 2008 y 2009). De hecho, si Tilden hubiese querido decir a los intérpretes que ellos mismos podían revelar significados e interrelaciones a sus audiencias, nunca hubiese escrito “no es instrucción, sino provocación”. Con un poco de conocimiento de psicología esto parecería bastante elemental.

### Resumen y conclusión

Espero que con este breve ensayo pueda ver que para apreciar la brillantez del consejo de Tilden -y para ser capaz de llevarlo a la práctica de forma útil- usted dispondrá de una ventaja distintiva si primero se arma con un sólido conocimiento de las vías a través de las cuales la interpretación puede marcar una diferencia plausible. Este entendimiento no solo aporta a los intérpretes un fundamento para descubrir por ellos mismos unos enfoques racionales a la interpretación, apoyados en la investigación, sino también les permite reconocer cuándo se les están dando consejos mal informados que alguien simplemente haya inventado.

Aunque la psicología no es la única ciencia social que nos puede enseñar algo útil acerca de la interpretación, cuando se trata de relevancia, provocación y producción de significados, es una disciplina muy difícil de superar. Si quiere leer más sobre las aplicaciones de la psicología a la práctica de la interpretación en el mundo real, puede ver otras publicaciones mías en las referencias (Ham, 2007a, 2007b, 2013).

## Referencias

- Cross, S. (2013). Extracto de: Where Are We Now? Have the Underlying Principles of Interpretation Changed since Tilden's Times? *Interpretation Journal* 18(1): 15.
- Ham, S. (2013). *Interpretation - Making a Difference on Purpose*. Golden, CO, USA: Fulcrum Publishing.
- Ham, S. (2008). De la Interpretación a la Protección ¿Hay una base teórica? *Boletín de Interpretación* número 18: 27-31.
- Ham, S. (2007a). Can Interpretation Really Make a Difference? Answers to Four Questions from Cognitive Psychology. In *Proceedings, Interpreting World Heritage Conference, March 25-29, Vancouver, Canada*. Fort Collins, USA: National Association for Interpretation, 42-52.
- Ham, S. (2007b) ¿Puede la Interpretación marcar una diferencia? Respuestas a cuatro preguntas de psicología cognitiva y del comportamiento. *Boletín de Interpretación* número 17: 10-16.
- Tilden, F. (1957). *Interpreting Our Heritage*. Chapel Hill, NC, USA: University of North Carolina Press.