

---

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

BOLETINES ANTERIORES EN:

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

*“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”*

## ESTE BOLETÍN

### EDITORIAL

#### CARTA DEL PRESIDENTE SALIENTE

#### CARTA DEL NUEVO PRESIDENTE DE LA AIP

#### ARTÍCULOS:

- Un agradecido silencio II: el Campo Santo en Salvador de Bahía (Brasil). Ana María Mansilla Castaño
- ¿Interpretación ideológica o la ideología del intérprete? Óscar Navajas
- Desafíos educativos para los museos en la Argentina. Por Claudio Bertonatti
- *Veus de la història*, una exposició interpretativa. Carmina Bonmatí Lledó, Antonio Espinosa Ruiz, María Jesús Marí Molina, y Malena Lloret Sebastià
- La accesibilidad intelectual del patrimonio en Gipuzkoa: un análisis de las propuestas de presentación. Ana Galdós Monfort
- Interpretación y Difusión preventiva, objetivo: la prevención. De la persuasión a la acción directa. Santos M. Mateos Rusillo

#### DOCUMENTO:

- De la Interpretación a la Protección ¿Hay una base teórica? Sam H. Ham, Ph.D.

Pasa el tiempo y los ciclos se repiten. La única forma de asegurar el futuro es la renovación. Y eso es lo que ha vuelto a ocurrir en la AIP: un cambio de Directiva que nos permite disfrutar de savia nueva y nuevas energías. Y, así, nuestro *Boletín* comienza con un mensaje de despedida de la antigua Directiva, en boca de Alberto Jiménez, junto a otro, de Antonio Espinosa, que da la bienvenida a los nuevos tiempos y al nuevo equipo que habrá de gestionar la AIP durante los próximos tres años.

Seis son los artículos que conforman este nuevo número de *BI*. En el primero de ellos, Ana María Mansilla nos habla nuevamente del Campo Santo de Salvador de Bahía y de las estrategias que se están llevando a cabo para acercar su patrimonio tanto a los visitantes como a la gente que lo visita en busca del recuerdo de sus allegados.

Óscar Navajas reflexiona por su parte sobre interpretación ideológica y la ética de conjugar este trabajo profesional con la ideología de la persona que realiza la interpretación. Se trata de un artículo provocativo que no nos dejará indiferentes.

En el tercer artículo, Claudio Bertonatti nos relata de manera directa cuáles son, desde su punto de vista, los desafíos educativos a los que se enfrentan en la actualidad los museos en la Argentina, y cuáles son las condiciones que han de darse para su logro.

Los educadores y técnicos del Museo Municipal de la Villajoyosa nos hablan sobre *Veus de la història*, una exposición interpretativa llevada a cabo por dicho Museo, exponiéndonos cómo se ha desarrollado el proceso y cuáles han sido los elementos que han tenido en cuenta para asegurar la transmisión efectiva y relevante de los asuntos tratados en ella.

Ana Galdós Monfort desarrolla su artículo en torno a la accesibilidad intelectual del patrimonio en Gipuzkoa y enfoca su esfuerzo a explicarnos los pasos que ha seguido en el análisis y evaluación de la puesta en valor de nueve sitios con potencial interpretativo en esa provincia vasca.

Por último, Santos M. Mateos Rusillo reflexiona sobre distintas estrategias de acercamiento del patrimonio a la sociedad, bien por vías directas y evidentes, frente a otras estrategias más sutiles, y enfrentando desde el punto de vista metodológico la persuasión y la acción directa.

Y como siempre, nuestro número termina con la sección Documentos. Esta vez ofrecemos un nuevo artículo de Sam H. Ham en el que analiza desde un punto de vista crítico y a la luz de la psicología cognitiva la ya famosa frase: “Por la interpretación, entendimiento; por el entendimiento, aprecio; por el aprecio, protección” y que finaliza recordando la genialidad del padre de esta disciplina, Freeman Tilden.

Como siempre, esperamos que nuestras lectoras y lectores disfruten de estos artículos. También, y como cada semestre, os seguimos invitando a participar y a visitar nuestra página Web en busca de antiguos *Boletines* y documentos de interés para los amantes de la Interpretación.

Jorge Morales Miranda  
Francisco J. Guerra Rosado (Nutri)  
**EDITORES**

## CARTA DEL PRESIDENTE SALIENTE

Han transcurrido más de seis años desde que comenté con algunos de los socios fundadores la necesidad de empezar a “vernós las caras” los socios y socias de la AIP a través de las asambleas anuales. Después de nuestra primera reunión, pasaron tres años en que fui Secretario y otros tantos como Presidente. En este periodo he aprendido, he disfrutado, he crecido profesionalmente. Y todo ello, gracias a los socios y socias que me han acompañado en esta andadura.

En este *Boletín*, a modo de cierre de una etapa y con cierto conocimiento de causa, os quiero comentar, si me lo permitís, lo siguiente:

He tenido como compañeros de Directiva un número de personas a las que agradezco públicamente su apoyo, su dedicación y su esfuerzo. Una serie de personas de las que me alegro haber conocido pues hoy son para mí grandes amigos a los que quiero.

Junto con estas personas he tomado decisiones y he desarrollado trabajos en ocasiones muy buenos, en otras buenos, en otras manifiestamente mejorables. Pero, en todas las decisiones y trabajos, obrando desde la buena voluntad y ofreciendo cada persona lo mejor de sí misma.

Lo mismo puedo de decir de un número mayor de personas asociadas que he ido conociendo durante las seis asambleas a las que he asistido.

He visto cómo crece la asociación en sus cimientos, asentando una buena base que permita encarar los innumerables y duros retos futuros. Ese crecimiento, viene dado en parte por el incremento del número de personas asociadas, pues con ello la diversidad de opiniones y puntos de vista (muchas veces expresados en nuestra Lista de correos) contribuyen, sin ningún lugar a dudas, a la clarificación y el establecimiento de nuestras bases conceptuales.

Por último, me alegro de estar en esta asociación, por su labor, el ambiente entre socios, vuestra confianza, lo que me habéis hecho vivir, y por su apasionante futuro.

Desde estas líneas, también me gustaría dar las gracias por su cariño y apoyo a un sinfín de personas asociadas, pero creo que los redactores de este *Boletín* no me lo permiten, ni tampoco estimo oportuno extenderme pues debo dejar paso a nuestro nuevo Presidente y su equipo. Un equipo que surge de una Asamblea celebrada tras unas Jornadas que no terminan nunca de superar en calidad a las anteriores (por difícil que nos parezca). Jornadas que siempre se deben a un grupo de personas que durante un año planifican, organizan y preparan un evento de estas características.

Desde aquí mi enhorabuena y agradecimiento al Grupo Territorial del Levante de la AIP, y mis mejores deseos y apoyo a la nueva Junta Directiva.

Alberto Jiménez  
Compañero y socio de la AIP

## CARTA DEL PRESIDENTE ENTRANTE

En la reflexión que los editores de esta publicación me piden como nuevo presidente de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio, no puedo comenzar de otro modo que agradeciendo, en nombre de la Directiva entrante y de todos los socios y socias, el gran trabajo que la Directiva saliente ha venido realizando en los últimos años, en los que, entre otras cosas, nos hemos dotado de Web, hemos desarrollado una importante labor formativa y de difusión, hemos consolidado una línea editorial propia, ampliado los contactos con otras instituciones y asociaciones e incrementado notablemente el número de personas asociadas, además de mantener el espléndido tono de este Boletín y otras acciones que están posicionando a la AIP como referente, cada vez más ampliamente conocido y valorado en los diferentes ámbitos que tienen que ver con el patrimonio en España y en América. La progresión de la AIP ha sido, desde luego, extraordinariamente rápida, lo que sin duda responde a la importancia y a la necesidad de nuestra disciplina en la valorización y en la implicación de la sociedad en la conservación de su patrimonio, tanto natural como cultural.

Mantener el funcionamiento de la Asociación ya es una labor que consumirá gran parte de nuestros esfuerzos, que obviamente serán proporcionales a nuestra disponibilidad profesional y personal; pero, además, los retos que tenemos por delante son importantes, entre otros: los aprobados en la última Asamblea de Alicante, como la celebración del I Congreso Internacional de Interpretación de la AIP en 2011, y sucesivamente de forma trianual, manteniendo el modelo de Jornadas en los años intermedios; o la concesión de los I Premios de Interpretación del Patrimonio en 2010.

La nueva Junta Directiva está compuesta por un grupo de socias y socios que cubre un amplio espectro geográfico y profesional (desde la empresa a la universidad, desde los parques naturales a los museos o a la animación aplicada al patrimonio). Tomamos el testigo de la dirección de la Asociación con ganas de trabajar y con ilusión, pero a nadie se le escapa que la AIP podrá llegar allá donde todos sus miembros –de los más veteranos a los recién incorporados– sean capaces de empujarla. Nos proponemos, para ello, trabajar en un estilo participativo que optimice los resultados que la gran potencialidad de la Asociación hace posibles actualmente.

En fin, agradecemos desde aquí a los socios y socias la confianza que depositáis en la nueva Directiva y la disposición a arrimar el hombro que muchas personas ya habéis manifestado en estas semanas, y que nos permitirá alcanzar los objetivos que nos proponemos.

**Antonio Espinosa Ruiz**  
**Presidente de la AIP**

### Un agradecido silencio II: el Campo Santo en Salvador de Bahía (Brasil)

Ana María Mansilla Castaño

Departamento de Prehistoria. Universidad Complutense de Madrid

[anamansillac@hotmail.com](mailto:anamansillac@hotmail.com)

Relativamente poco tiempo después de la apertura al público en 2006 del Cementerio de los Ingleses en Salvador de Bahía, se pone en marcha en marzo de 2007 un nuevo circuito cultural, como explícitamente se denomina, cuyo objetivo es dar a conocer la dimensión artística, principalmente, del Campo Santo. Este cementerio fue el primero en construirse extramuros a mediados de la década de los treinta del siglo XIX, incorporando la práctica de enterrar a los muertos lejos de la iglesia. Hasta ese momento sólo a los marginales y a los esclavos se les destinaba un lugar distante de la iglesia. Por lo que hubo una fuerte oposición inicial al uso del Campo Santo como lugar de enterramiento, dando lugar incluso a una revuelta denominada *cemeteirada*. Sólo a mediados del siglo XIX fue aceptándose su uso siendo enterrados en él principalmente los miembros de la clase rica de Salvador.

Frente a la intervención interpretativa sencilla en el Cementerio de los Ingleses, más orientada a la conservación, recuperación y preservación del espacio, fomentando el respeto por el lugar a través de la información que lo da a conocer y desde el planteamiento de un ritmo de visitas poco numeroso. En esta segunda experiencia hay una clara vocación de contar con un gran número de visitantes. Éstos responden a dos perfiles, el de los que frecuentan el cementerio por motivos personales, a los que se pretende sensibilizar hacia la belleza artística que encierran los muros del cementerio, y el de los turistas. A éstos se les ofrece un atractivo turístico diferente, incorporando esta visita a la de otro museo también recientemente abierto al público y situado en el centro histórico de Salvador. Se trata de la Sta. Casa de Misericordia, institución responsable de ambos espacios. Se pretende desmitificar el cementerio como espacio vedado a la visitación y abrirlo como un lugar de contemplación y de conocimiento de la sociedad pasada y contemporánea.

Se aprecia claramente el valor que se ha dado a la dimensión interpretativa al incorporar una mínima infraestructura, espacio de acogida para venta de entradas y recuerdos, diferentes recursos para facilitar la comprensión del lugar, un audio introductorio, cartelería, varias guías que acompañan las visitas y una publicación de pequeño formato. Ésta se encuentra a medio camino entre un folleto para realizar la visita autoguiada, para lo cual faltaría incorporar la dimensión gráfica con un buen plano y un itinerario definido, y un catálogo, por la variada información que ofrece, la historia de la Sta. Casa de Misericordia, una lista de las figuras relevantes enterradas en este cementerio, con una muy breve información biográfica, una explicación de los elementos simbólicos y artísticos que caracterizan los mausoleos, en ocasiones las inscripciones funerarias, un glosario de términos y una ilustración con los diferentes versiones de cruces existentes. Una información rica e

interesante, pero no del todo adecuada para la visita autoguiada, faltando la información clave que ayude a la orientación. Aunque en el suelo se ha señalado la ruta a seguir, colocando como marcadores pequeños círculos de mármol para orientar al visitante pues es fácil perderse. Únicamente en la entrada y en el espacio de recepción se ha colocado un plano del cementerio.

El grado de complementariedad entre los distintos recursos interpretativos no está muy definido aún. Así, la visita guiada es agradable, ayuda a situarse en el espacio, explicando las tumbas más destacadas incluidas en el itinerario, también alguna otra no incluida en el mismo y con actitud abierta a explicar todas aquellas de interés para el visitante. Si bien los comentarios son prácticamente los mismos ofrecidos en los textos de los carteles. No queda claro el criterio que se sigue en el paso de unas a otras, si es cronológico, temático, etc. pareciendo más una sucesión de obras de arte diversas. Teniendo en cuenta el tipo de información que proporcionan los carteles, o totems como los denomina la guía, resultan algo agresivos visualmente, dado el espacio de visita y culto, pues son de gran tamaño y metálicos lo que contrasta un poco con el entorno en el que se encuentran, donde el mármol y la madera de la vegetación son los elementos materiales predominantes.

En este primer circuito cultural el hilo conductor es el arte cementerial, por lo que prácticamente todos los demás aspectos están ausentes. Se menciona la dimensión artística de la poesía que impregna el lugar, pero luego no se trata. No se hace ninguna referencia a los textos de una gran riqueza que se encuentran esculpidos en las lápidas. Son escasos los comentarios sobre aspectos que ayuden a entender la vida en la ciudad de Salvador a mediados del siglo XIX, cuando se empezó a utilizar el cementerio, tampoco se hace referencia a los cambios vividos a lo largo del tiempo, en cuanto a la evolución de los gustos estéticos, a la edad y las causas de las muertes, información que sí se ofrece en el Cementerio de los Ingleses y que guarda relación más con las inscripciones funerarias que con los aspectos simbólicos y artísticos. La visita se realiza por las partes mejor conservadas del cementerio, que se encuentra en un desigual estado de conservación. Pero no permite conocer los diferentes tipos de enterramientos, de hecho sólo se incluyen los mausoleos, sobre los nichos y los enterramientos directamente en el suelo, como los que se encuentran dentro del propio espacio de acogida, no se dice nada.

Dado el carácter reciente y novedoso de este circuito cultural, sería muy interesante acercarse a la perspectiva del público, de cara a la posible ampliación de itinerarios temáticos que no son tratados actualmente y para saber si hay un cambio de percepción del lugar, si surgen nuevas interpretaciones del mismo. A partir de la observación durante la visita guiada se podía apreciar la existencia de un claro público potencial, un público adulto que se interesa por la dimensión artística y estética, siendo este el perfil de casi todas las personas que leían los carteles, tanto mujeres como hombres. Siendo el comentario común tras su lectura que estaban descubriendo lo que antes les había pasado desapercibido. Por ejemplo después de ver la fotografía y leer el cartel se sorprendían de que una imagen tan significativa, de hecho imagen de marca del Campo Santo, la Estatua de la Fe, fuera justamente la que se encontraba a su lado y ante la que acababan de pasar sin darse cuenta de su presencia.

Un factor clave que puede contribuir a la buena receptividad de este circuito cultural entre el público es su accesibilidad, por un lado el Campo Santo se encuentra cerca del centro histórico itinerario obligado

de toda visita turística y por otro lado, el itinerario discurre por un espacio plano y cuenta con un elevador para sillas de ruedas que permite salvar la escalinata de acceso desde la entrada hasta la capilla del cementerio.

Teniendo en cuenta el diferente tipo de público visitante, turista, principalmente extranjero, y población local, una dualidad que se tiene en cuenta de hecho al incluir en portugués e inglés el audio introductorio, la incorporación de la dimensión histórica y no sólo artística facilitaría la implicación de dicho público en un doble sentido. Por un lado, en el caso de la población local al establecer vínculos entre sus propias experiencias ya del siglo XXI relativas a las prácticas funerarias y los recuerdos, tradiciones familiares y sociales de los siglos pasados. En este sentido en el espacio de acogida se recuerda una práctica común aún en el siglo XX de tocar una campana que se encuentra expuesta al público para anunciar el paso del cortejo fúnebre a la vez que los vecinos cerraban sus ventanas y colocaban una vela en señal de compasión por el difunto. Por otro lado, en el caso del público de procedencias diversas podría acercarse un poco más a un pasado estrechamente conectado con el presente, así los nombres de las figuras ilustres pueden pasar desapercibidas para quien no conoce la historia de la ciudad diluyendo el protagonismo ininterrumpido de determinadas familias bahianas.

El Cementerio de los Ingleses y el Campo Santo suponen dos formas diferentes de presentar al público una misma temática, los cementerios como espacio de contemplación, meditación, recreación artística y conocimiento histórico-cultural. Varían los medios utilizados y el enfoque dado. Si bien, en ambos casos hay que destacar la iniciativa por un lado de conservación y por otro de divulgación, así como la novedad de ofrecer un tipo de atractivo turístico cultural alternativo al que se ofrece habitualmente en la visita a Salvador de Bahía, una imagen impresionista de cultura afro, capoeira, danzas, culinaria y legado artístico barroco. La incorporación de los cementerios en los itinerarios turísticos supone apostar por la diversidad temática y la complementariedad pues son lugares que forman parte de la historia viva de la ciudad.

# ¿Interpretación ideológica o la ideología del interprete?

Óscar Navajas  
Universidad Antonio de Nebrija  
Madrid  
[onavaja@nebrija.es](mailto:onavaja@nebrija.es)

La idea primigenia de este escrito no parte de una búsqueda de las referencias teóricas. Como comprobarán, existe una ausencia palpable de referencias documentales. La base de este “artículo” es la experiencia (o desencanto) personal.

En diversas ocasiones he comentado en los foros de la AIP mi vinculación con la recuperación e interpretación<sup>1</sup> del Patrimonio de la Guerra Civil Española. Esta actividad me ha traído diferentes encasillamientos ajenos a los verdaderos principios, valores y pensamientos que un profesional (en este caso de la Museología y la Cultura) pueda tener con sus obligaciones.

Algo que considero fundamental en una sociedad es la Identidad Cultural. Ésta ofrece al individuo la “fortuna” de vivir en un conjunto social. Comportamientos, valores, creencias, pensamientos trascendentales, folclore, su memoria<sup>2</sup>, patrimonio cultural o sentido de territorio son algunas de las características básicas que conforman la identidad del conjunto de una población local o global.

Si bien es cierto todas estas características conectadas unas con otras —pues unas no pueden sobrevivir en el tiempo sin la existencia de la otra—, conforman lo que podría denominarse la Identidad Ideológica. Estos valores, estas creencias, esta memoria, ese territorio y esa cultura material que una sociedad colecciona fetichistamente como herencia sacralizada es lo que nos da nuestro sentido de estado y nación.

Desde el fin de la Segunda Guerra Mundial y con el comienzo de la postmodernidad y la globalización que, paso a paso, inundaba todos los aspectos de la vida, la búsqueda de raíces adquirió una velocidad inusitada. La aceleración del ritmo de vida, de los mercados financieros, las modas, o simplemente la aceleración de la fluidez de la información por medio de la revolución tecnológica trajeron; por un lado el multiculturalismo: el conocimiento de otras culturas, de su forma de pensar, la asimilación de valores diferentes a los propios. Por otro lado, la globalización y la postmodernidad trajeron: deslocalización, aculturación, una pugna entre el binomio de lo local y lo global. Cuanto más ha crecido la globalización más han aumentado los sentimientos nacionalistas y, desde mi punto de vista, el sentido de diferenciarse.

En 1957 Freeman Tilden sentaba las bases de la Interpretación del Patrimonio y guiaba a generaciones de intérpretes que se construía en este paradigma histórico. La cuestión que se nos plantea en este punto es averiguar cuál es la identidad del intérprete. En otras palabras: ¿puede un interprete, cuya profesión es vocacional y con un alto grado de cualificación ser partidista, moverse por los caminos de parcialidad?

---

<sup>1</sup> He de reconocer que mi interpretación son más bien pretensiones de interpretación.

<sup>2</sup> Utilizo el término de memoria como sinónimo de historia, del camino histórico que ha tenido un pueblo o la humanidad en general.



*El intérprete de patrimonio es, y advierto que esto no trata de ser una definición sino una afirmación, aquel que media entre lugar y visitante, revelando los significados que ayuden a una mejor comprensión, que ofrezcan la posibilidad de convertir la visita en una vivencia que a la larga contribuirá a proporcionar el encuentro entre patrimonio y sociedad.*<sup>3</sup>

El intérprete es aquel profesional capaz de transmitir un legado (natural y cultural), convirtiendo esa experiencia en única, reveladora, enriquecedora: provocadora. El intérprete es ese profesional de los profesionales, es el que domina su disciplina y sabe enriquecerse con el resto de disciplinas. El intérprete es el que, y recogiendo palabras de Jorge Morales Miranda, es capaz de: planificar la interpretación, diseñar herramientas, servicios y equipamientos interpretativos, dominar las técnicas de comunicación y evaluar su propio trabajo interpretativo.<sup>4</sup>

*Cada acto de presentación del Patrimonio es único e irreplicable, el intérprete es una especie de artesano de experiencias, que tiene como material de trabajo tres elementos fundamentales: discurso, espacio y tiempo. En el juego de discurso-espacio-tiempo el intérprete conecta el patrimonio tangible con el intangible.*<sup>5</sup>

Quizás, las inquietudes que quiero mostrar aquí estén encaminadas a preguntarse: ¿Hasta qué punto el intérprete es objetivo o puede controlar su subjetividad? ¿Cómo ser objetivos cuando la interpretación es subjetiva? Una buena interpretación se fundamenta en la planificación, donde entra la investigación y estudio de aquello que posteriormente se va a interpretar. Por eso es realmente imprescindible conocer dónde están los límites que pueden hacer de la interpretación una herramienta manipuladora, o si se prefiere, políticamente incorrecta.

Ciertos patrimonios, como el de la Guerra Civil Española que señalaba al comienzo del texto, se encuentran continuamente en el punto de mira de actitudes partidistas, en el límite de uno u otro bando. Me considero seguidor acérrimo de “hay que amar lo que se está interpretando”. Amar, un concepto eterno pero subjetivo y personal y, en cambio, se pretende que el intérprete sea atemporal, apolítico, neutral. ¿cómo conjugar esta paradigmática dicotomía? O en otras palabras ¿cómo mantener en equilibrio en esa cuerda floja al límite del abismo?

Para poder contestar a todas estas preguntas, y aunque parezca una canalización, me gustaría utilizar un símil hollywoodiense para intentar explicar cómo pretendo el acercamiento al recurso patrimonio. El campo de trabajo ideal de un intérprete es el territorio “matrix”. Un espacio neutral donde desplegar todas las herramientas que le permitan otorgar al público una experiencia reveladora, provocadora. La tarea más complicada a realizar en ese campo esterilizado es poder transmitir al interlocutor, al visitante, que se encuentra en ese campo puro y que lo que debe hacer es jugar un papel con lo que se le intenta transmitir.

---

<sup>3</sup> Blaya Estrada, Nuria. La interpretación del Patrimonio como herramienta para la conversión del recurso patrimonial en producto turístico cultural. Reflexiones y propuestas. En:

<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/docs/pdf/Nuria.pdf>

<sup>4</sup> Morales Miranda, Jorge. ¿Qué somos?. En: *Boletín de Interpretación* nº 2, 1999. <http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/docs/pdf/boletin-2.pdf>

<sup>5</sup> Giner Sánchez, D. *Patrimonio y Turismo: la presentación e interpretación del patrimonio desde una perspectiva antropológica*. En: [www.davidginersanchez.googlepages.com/Patrimonioyturismo.Lafuncindelguadet.pdf](http://www.davidginersanchez.googlepages.com/Patrimonioyturismo.Lafuncindelguadet.pdf)

Transformar el espacio en un escenario, en un espacio ritual<sup>6</sup>, donde el turista pueda desenvolverse sin tapujos, con la suficiente autonomía como para olvidar todo lo que conoce y poder construir sus propias afirmaciones a partir de lo que se le está transmitiendo.

Hasta este punto el componente idílico de la función y el espacio en el que trabaja el interprete es asequible desde el punto de vista de que el profesional de la interpretación debe transmitir todo aquello que es rigurosamente verídico, y el turista está, o debe estar, abierto a cualquier inyección de estímulos. Queda, por tanto, por tratar el entorno exterior al intérprete y a su público. Recordando las palabras de Christian Carrier:

*Llamo interpretación ideológica a todo dispositivo que acompaña la presentación del objeto de estudio, y a todo instrumento que intente dar una explicación histórica, económica, sociológica, religiosa o cualquiera otra. Es interpretación ideológica toda explicación o demostración que depende de un sistema de pensamiento, generalmente de carácter global, que intente dar al objeto de estudio su lugar dentro de un conjunto coherente construido o reconstruido, o a todo instrumento que tienda a construir un universo comprensible por el público, por deducción o analogía, con la ayuda de la metáfora o de la alegoría.*

*Hacer una interpretación ideológica es construir un relato que integra el objeto de estudio, es construir una explicación, una cronología, un entorno, un contexto. Es narrar, contar, construir una ficción alimentada, dentro de lo posible, con las garantías científicas que se imponen para legitimar lo bien fundado de la actuación.*

*Podemos definir como ideológico toda integración en una explicación relevante de la nación, de la etnia, de la religión, tan pertinente como sea, y todo lo que depende de lo simbólico, de la convicción, de la fe, del museo de las ideas, aunque presente aspectos contradictorios y minoritarios.*<sup>7</sup>

El mayor peligro que conlleva esta interpretación es la manipulación. Las formas de pensamiento, las ideas políticas o metafísicas, son fácilmente susceptibles de ser reelaboradas de una forma partidista. La labor mediadora del intérprete en esta “lucha” de intereses es ardua y, lo que es peor, dificulta sus labores profesionales.

El profesional de la interpretación debe ser capaz de estar por encima de los juicios dirigidos o de los prejuicios. Su labor debe estar o debería estar en una neutralidad ideológica. Neutralidad, en el sentido de que la figura del intérprete –no su mensaje– es una herramienta más de la interpretación. Neutralidad, entendiendo que el mensaje interpretativo y provocador que emiten los conocimientos técnicos del intérprete, no es directamente vinculante a la personalidad y condición religioso/política del mismo. En definitiva, neutralidad, pues lo importante es el mensaje y no el intérprete.

Por esto este artículo se dirige a aquellos que sin conocer la disciplina de la Interpretación del Patrimonio, sus metodologías, sus objetivos, sus fines, juzgan las actuaciones de los intérpretes. Y este escrito está dirigido a aquellos que utilizan la interpretación de una forma partidista,

---

<sup>6</sup> Arnau Amo, J. Arquitectura técnica empírica. Escuela Técnica Superior de Arquitectura. Bilbao, 1975.

<sup>7</sup> Carrier, Christian. Teoría y Práctica de la Interpretación. *PH, Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, ISSN 1136-1867, nº 25, 1998, Pág. 140-147

sesgada, sin la delicadeza de interesarse por las inquietudes del público al que se transmite.

Me gustaría finalizar recordando palabras de Carlos Fernández Balboa:

*(...) Parecería necesario recordar que nuestro negocio no es la atracción masiva de público, no es el turismo, no es el parque temático, ni el mega show... nuestro “negocio” es preservar y comunicar el patrimonio.*<sup>8</sup>

En nuestro trabajo, personas del espacio y del tiempo, somos “únicamente” mediadores de un mensaje: el del legado patrimonial.

---

<sup>8</sup> Fernández Balboa, C. 2005. Interpretando al intérprete. *Boletín de Interpretación* nº 13, p 7.

# Desafíos educativos para los museos en la Argentina

Por Claudio Bertonatti ♦  
Buenos Aires  
[informa@vidasilvestre.org.ar](mailto:informa@vidasilvestre.org.ar)

Podríamos apuntar muchos desafíos, pero atender estos cinco puede ser suficiente para provocar cambios elocuentes. No espere leer aquí grandes revelaciones porque sólo apunté un puñado de anhelos que considero realistas, posibles o practicables cuando hay vocación y voluntad.

- 1. Revelar qué son y para qué sirven los museos.** En un contexto nacional e internacional confuso, con pobreza, hambre y desocupación pareciera que los museos son sólo para que los disfrute un sector minoritario de la sociedad con buen pasar económico. Si a un grupo de personas le pidiéramos que enuncien palabras con las que asocian el término “museo” el resultado podría arrojar esto: “viejo”, “aburrido”, “muerto”, “naftalina”, “silencio” y otras palabras que en estas circunstancias arrastran una connotación negativa. ¿Cómo lograr, entonces, que un museo despierte entusiasmo, emoción, interés y “adrenalina”? ¿Y cómo distinguir un museo de algo que no lo es (aunque use su nombre, como sucede con el “Museo de los niños” del Shopping Abasto)? Creo que la respuesta puede estar en hacer honor a la definición de museo del ICOM.
- 2. Enfatizar la importancia de los museos para la ciudadanía.** Pensemos que ellos trabajan para rescatar el patrimonio. Patrimonio que es de todos y que tiende a deteriorarse o destruirse por causas naturales o humanas, pero ante la indiferencia o insensibilidad de la mayoría de las personas. Por lo tanto, la comunicación del museo debe emitir mensajes en esa dirección, a través de sus entradas, folletos, exhibiciones, audiovisuales, visitas guiadas, catálogos, etc. No resulta obvio.
- 3. Ofertar actividades insertas en los currícula de los distintos niveles y carreras** con las que el museo considera oportuno y pertinente relacionarse. En tal sentido, cuando más digerida esté la actividad para trabajar fuera y dentro del aula con el tema propuesto desde el museo, mayor eficacia tendrá. Para ganar protagonismo e incidencia, el museo tiene que apuntar a educar desde adentro del sistema educativo y no desde su periferia.
- 4. Ofertar actividades “puertas afuera”.** El museo también debe ir tras su público, ya sean estudiantes o docentes, empresas o entidades de bien público. Para ello existen las cajas educativas con materiales didácticos, los audiovisuales y las presentaciones en PowerPoint, las piezas “de sacrificio” (como las que carecen de los datos básicos de colección o las que ya están muy dañadas). Esto, por citar algunos ejemplos. Un museo puede actuar como un cuartel de bomberos. Sucede que las causas de los verdaderos “incendios” del patrimonio

---

♦ Museólogo, naturalista y docente. Profesor de Interpretación II en el Instituto CEPEC, Director de Comunicación y Educación de la Fundación Vida Silvestre Argentina y Director Académico del seminario internacional sobre ecoturismo de la Cátedra UNESCO de Turismo Cultural.

están fuera de sus puertas. Allí es donde hay que buscar a los indiferentes que conforman el grueso del público no cautivo.

5. **Aplicar las estrategias de la interpretación (animación, demostración y participación).** Esto para lograr una comunicación efectiva al servicio del patrimonio y de la educación del visitante. En estos *Boletines de Interpretación* sobran ideas y propuestas para llevar a la práctica.

Finalmente, para alcanzar estos cinco desafíos es importante crear cinco condiciones:

- A) **Generar alianzas con medios y periodistas que potencien la labor del museo.** Para ello es importante plantear actividades dirigidas exclusivamente a periodistas. Se los puede invitar a la inauguración de las salas o exposiciones, se pueden organizar talleres de capacitación en alguno de los temas centrales de los que se ocupa el museo, pero con un anclaje en los temas de actualidad.
- B) **Construir alianzas con donantes y auspiciantes** (agencias de cooperación internacional, embajadas, empresas, organizaciones de bien público, etc.). Será necesario tener la apertura para saber escuchar sus necesidades e intereses. Sólo así se puede construir una relación que beneficie a ambas partes.
- C) **Tener en claro que para realizar todo esto se necesita convicción, pasión, capacitación, vocación** para compartir, apoyo financiero y respaldo político.
- D) **Planificar una táctica para convencer, emocionar o persuadir a los decisores políticos sobre la importancia de dar vuelo al museo.** Un funcionario inteligente podrá deducir que un museo exitoso no sólo logra resultados científicos, educativos y recreativos. También deja rédito político.
- E) **Cada museo debe ser un ámbito de realizaciones personales e institucionales.** En muchos museos se respira aire de frustración, con pocos recursos, personal y apoyo. Es importante que todo el personal asista con alegría y optimismo, ratificando que su trabajo le da sentido al museo y a su propia vida.

## Veus de la història, una exposició interpretativa

Carmina Bonmatí Lledó

Antonio Espinosa Ruiz

María Jesús Marí Molina

Malena Lloret Sebastià

(Miembros del equipo del Museo Municipal de Villajoyosa, Alicante)

[museo@villajoyosa.com](mailto:museo@villajoyosa.com)

La exposición temporal *Veus de la història* (Voces de la historia) tuvo lugar en Villajoyosa (Alicante) del 27 abril al 20 de julio de 2007, organizada por el Museo Municipal. Las dos sedes elegidas son dos edificios emblemáticos de la ciudad: el Chalet de Centella, magnífico edificio de los años treinta, de estilo ecléctico (mezcla de estilos clásicos y modernos típico de la época), obra de Juan Vidal, y la *Barbera dels Aragonés*, casa solariega de una familia muy influyente que se asentó en *la Vila* (nombre popular de Villajoyosa que utilizaremos a partir de ahora) desde el siglo XIII hasta 1992. A pesar de tratarse de dos edificios históricos, las salas donde se ubicó la exposición eran totalmente accesibles (en Barbera la accesibilidad se incluyó en el proyecto de rehabilitación del edificio).

El Museo tenía el encargo de producir una exposición sobre los personajes más importantes de la ciudad durante toda su historia. Esto hizo que elaborar el guión museológico fuera un auténtico rompecabezas, porque había que establecer un hilo conductor lógico entre los personajes, evitando que el resultado pareciera una enciclopedia de autores. Optamos por agruparlos por temáticas: políticos y militares, deportes e industrias, en la sede Barbera, y artes y ciencias, en la sede Centella. Ésta estaba dividida en salas también temáticas: letras y ciencia, fotografía, pintura y artes escénicas. El resto, se expusieron en la sala principal de la sede Barbera (antigua *cambrà* o almacén agrícola de la planta superior de la casa), con un video en pantalla gigante (en realidad, un PowerPoint de calidad). Los del deporte quedaron en una sala más pequeña, dentro del mismo espacio, y las industrias se expusieron en el altillo de la *cambrà*.

Los personajes de la *cambrà* de Barbera eran los más descontextualizados y se hacía necesario contar algo sobre Villajoyosa en su momento vital. Conscientes de que no podíamos narrar simplemente la historia de la ciudad, ya que el centro eran los propios personajes, ideamos dos estrategias: en primer lugar, éstos se convertían en un medio para interpretar los principales hitos de aquélla (el alcalde romano Quinto Mantio permitía contar que tuvimos una de las nueve ciudades romanas del País Valenciano; el requeridor de la costa Pedro Aragonés daba pie a descubrir que la Vila fue capital del distrito de defensa anticorsaria de la Marina Baixa); en segundo lugar, diseñamos una línea amarilla adherida al suelo que cumplía varias funciones, como dibujar el itinerario a seguir en todo el espacio expositivo de Barbera –ordenando la circulación de los visitantes– coincidiendo con cada personaje, dibujar un círculo con una fecha y un acontecimiento principal que ocurrió en la historia de la Vila (así, en 74 d.C. es declarada *municipium*; en 1543, villa real; en 1911, ciudad...) y, en fin, constituir una barrera psicológica para el visitante, con el fin de que no se acercara demasiado a las piezas originales que no estaban en vitrina.

**La relevancia al individuo** era relativamente fácil de conseguir: se trataba sobre personajes de la historia local, aunque partíamos de un relativo

desconocimiento por parte de la población local (aunque no total: los veinte años de divulgación intensiva van dando sus frutos y han generado un evidente interés y demanda). La exposición debía resultar, por tanto, todo un descubrimiento para los visitantes (apuntemos aquí que el apego de los vileros hacia su ciudad es más alto de lo común). Teniendo en cuenta que se hablaba de más de treinta personajes, más clubes deportivos, industrias tradicionales, etc., prácticamente toda la población tenía algo suyo en la exposición. Había que buscar la relevancia también en las figuras poco conocidas o más lejanas en el tiempo, por ejemplo haciendo mención a un lugar, un edificio, una calle a la que estuvieran vinculados o a la que dieran nombre.

Para llevar a cabo este trabajo fue imprescindible una intensa labor de **investigación y documentación**. De hecho, como insiste el propio Tilden en el primer capítulo de su libro, sin una investigación profunda no puede haber buena interpretación; nos gusta compararlo con un perfume o un licor, que no pueden destilarse sin una gran cantidad de materia prima. De algunos personajes apenas teníamos datos, mientras que de otros nos encontramos con libros e incluso con tesis doctorales. La complejidad estribó en localizar a personas relacionadas con cada uno de los personajes, para obtener no sólo información sino también piezas para la exposición. La experiencia fue muy satisfactoria por la implicación social que se logró, pero muy difícil, sobre todo porque los plazos de tiempo con los que trabajamos eran mínimos. Finalmente logramos reunir datos suficientes, en algunos casos incluso para realizar exposiciones monográficas de un solo personaje. En la sede Centella se diseñaron nueve tótemes de 200 x 173 cm (uno para cada figura) que consistían en una imagen y un texto de unas 90 palabras (en castellano y valenciano, de color muy distinto para uno y otro, y con letra Arial de más de 1 cm para permitir su lectura desde lejos y a personas con resto visual). En la sede Barbera, los personajes de la historia estaban representados por un panel de 200 x 250 cm con una imagen que lo ocupaba todo y un texto de unas 60 palabras, además de las piezas (en vitrina o no) que lo acompañaban. Además de breves y bien legibles, los textos eran sencillos y comprensibles, sin ruido en el mensaje, un aspecto que cuidamos especialmente en todas nuestras exposiciones. De hecho, comprobamos que los visitantes los leían.

En la brevedad de los textos tuvimos que hacer dos excepciones en los deportes y en las industrias. Consideramos que, en el primer caso, el objetivo era que los deportistas vileros que habían destacado, al menos, a nivel nacional (y sus familias, amigos, alumnos, etc.) encontraran su nombre en los paneles. En los paneles de las industrias del chocolate, navales y de las salazones buscábamos algo similar: hacer mención a todas las familias que forman parte de la historia de estas industrias. Por tanto, aquí la relevancia al ego necesitaba cientos de palabras, tantas como fuera –razonablemente– necesario: entre 300 y 600, aproximadamente (en cualquier caso, se mantuvo el vocabulario comprensible y, en lo posible, ameno).

En todo momento quisimos potenciar los **aspectos afectivos** que tenía el tema de la exposición. Para ello buscamos fotografías con imágenes entrañables de la ciudad; la música de fondo de la sede Barbera era de las fiestas de moros y cristianos; un traje de rey moro de 1947, año trascendental para la consolidación de las fiestas (además, todo el mundo recordaba que ese año pasó algo especial: el Rey se negó a rendir el castillo, como le dictaba el guión). También se puso el nombre de la persona o familia que prestó cada pieza, como reconocimiento a la participación de la población local, y esto ayudó a incrementar las visitas. Por otro lado, tratamos de recrear, mediante una escenografía, una

antigua fábrica de chocolate mediante una fotografía a gran tamaño y diversos objetos relacionados con la elaboración de este producto, incluido el cacao que daba aroma al espacio.

Las **reacciones** que se buscaba provocar en el público eran, en primer lugar, la sorpresa y, en segundo lugar, la emoción, sin necesidad de invertir un presupuesto muy alto del que, por otro lado, no disponíamos. En esta línea, se hizo uso de maniqués al uso, a los que se cubrió la cara (la única parte visible) con una simple tela flexible mate de color marrón para quitarle todo protagonismo. Sí que fue necesaria, para el caballero templario, la consulta a un especialista en indumentaria militar medieval, con el fin de conseguir una fiel reproducción de la cota de malla y de la vestimenta característica de esta orden militar en 1300 (la cota se realizó en una empresa especializada, pero el ropaje lo confeccionó el voluntariado cultural del museo basándose en la documentación que se nos proporcionó).

Se logró al transmitir al público algo de lo que la sociedad local apenas era consciente, que Villajoyosa había sido cuna de numerosos personajes excepcionales (esa era, más o menos, nuestra frase-tema), y mostrar piezas interesantes como el collar orientalizante (es la pieza arqueológica más importante y se ha expuesto pocas veces por motivos de seguridad), un premio planeta, una medalla de oro olímpica, las piezas del rito fundacional de las termas romanas o la fotografía que ganó el Premio Nacional de Bellas Artes en 1967.

Aunque la exposición estaba diseñada para que el visitante la recorriera por su cuenta, se diseñaron visitas guiadas. Fue un gran acierto, porque estas visitas fueron, en muchos casos, un intercambio de información, de experiencias y de anécdotas. Muchos visitantes locales conocían curiosidades de algunos objetos y personajes, por lo que los contenidos de la visita se iban nutriendo del público cada día.

En cuanto a la transmisión de mensajes en positivo, sustituimos el habitual “prohibido hacer fotos” por el mensaje “Su flash emite 100 veces más ultravioletas del que soportan las piezas de la exposición”, junto al icono estándar.

Por otro lado, y conscientes de que para los **niños** era muy complejo situar a cada personaje en su contexto histórico y en su disciplina, para ellos el Servicio de Visitas Guiadas desarrolló un taller en la sede del Chalet Centella que consistía en un juego de preguntas para destacar los personajes más relevantes para ellos, como Álvaro Esquerdo, quien costeó el colegio que lleva su nombre, donde buena parte de los vileros ha estudiado primaria durante casi un siglo.

Como conclusión, decir que fue un trabajo intenso y complejo en algunos aspectos, como en la **pertinencia** de los contenidos: simplemente para la selección de personajes, tuvimos que establecer unos criterios estrictos y nunca a gusto de todos, pero la clave para evitar que eso se convirtiera en un problema –de hecho, no llegó a serlo– fue transmitir esos criterios en positivo, de la siguiente manera: se ha escogido a personajes ya fallecidos, con dos excepciones, que son, por una parte, el deporte (que era una auténtica exposición dentro de la exposición) y, por otra, dos personas concretas con dos premios nacionales cada uno (lo que sirve de homenaje a ambos, el traductor Francisco Torres Oliver y el actor Manuel Galiana); además, ampliar la lista de personajes sólo habría llevado a quemar material para futuras exposiciones monográficas sobre, por ejemplo, la literatura o la música, y a cargar muchos más textos de nombres y de datos, haciéndolos completamente indigestos. Una vez explicados, el público los comprendió y se evitó la polémica (en algún caso recurrimos al



humor: si alguien se quejaba de no aparecer, le respondíamos que mejor así, porque de lo contrario ya habría fallecido).

Pudimos comprobar el resultado en la misma inauguración: la afluencia fue masiva, pero no sólo eso, sino que acudieron sectores de lo que se suele llamar “no público” (especialmente jóvenes de las estéticas más variadas), lo que llamó la atención de los responsables políticos y de los visitantes más habituales. Unos querían ver la pieza que habían prestado, otros nunca habían visto el collar orientalizante, otros buscaban nombres entre los deportistas o entre los fabricantes de salazones, algunos chavales querían ver la foto a tamaño real (o la copa, o la medalla, o el cinturón...) de su monitor deportivo y muchos sentían sólo curiosidad debido a la campaña de expectación que se hizo en la prensa local mediante preguntas como “¿has visto alguna vez una medalla olímpica?”

En general, solemos trabajar apoyándonos en una gran base poblacional y en las asociaciones y grupos locales de todo tipo (hemos hecho exposiciones sobre fútbol, danzas tradicionales, con compañías de fiestas, con empresas, con parroquias...), pero nunca lo habíamos hecho de una forma tan amplia. El material obtenido abre las puertas a otras exposiciones monográficas en un futuro próximo.

# La accesibilidad intelectual del patrimonio en Gipuzkoa: un análisis de las propuestas de presentación

Ana Galdós Monfort  
Irún, Guipuzkoa  
[agaldos@uoc.edu](mailto:agaldos@uoc.edu)

## Presentación

El artículo que aquí se presenta trata de explicar los pasos que se han seguido en el análisis de nueve espacios de presentación del patrimonio *in situ* en el territorio de Gipuzkoa. Los resultados de dicho análisis se expusieron en las VII Jornadas de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio celebradas en Alicante el 6 y 7 de marzo de 2008 bajo el título: *Modelos de presentación del patrimonio in situ en Gipuzkoa: Información frente a Interpretación*.

El objetivo del estudio realizado era el de comprobar qué pautas se estaban utilizando para dar a conocer el patrimonio en Gipuzkoa y a partir de aquí, en caso de que dichas pautas no permitieran la comprensión de los lugares de interés patrimonial, diseñar un modelo de presentación del patrimonio que permitiera la accesibilidad intelectual de los bienes. El diseño de este nuevo modelo se engloba dentro de la tesis doctoral titulada *Accesibilidad intelectual del patrimonio en un contexto urbano*, que se está llevando a cabo en la actualidad. La aplicación de la propuesta de presentación, que se diseñará de acuerdo a los principios de la Interpretación y de la Museografía Didáctica, será evaluada con el fin de poder comprobar las dificultades que presenta el patrimonio a la hora de poder comprender el conjunto histórico en el que se ubica.

## Las dificultades en la accesibilidad intelectual del patrimonio

El patrimonio cultural por sí mismo, sin ningún elemento de descodificación, sin ningún tipo de presentación, se caracteriza por encerrar una serie de **dificultades** –barreras de comprensión– que impiden al visitante apropiarse cognitivamente y emocionalmente de él. Cuando un bien de interés cultural se decide acondicionar para su presentación al público, el ejecutor de la puesta en marcha ha de tener en cuenta estas barreras y debe hacer uso de los mecanismos necesarios para convertir el patrimonio no sólo en un bien accesible físicamente sino también en un bien accesible intelectualmente. Lograr esta accesibilidad es imprescindible para que la comprensión del patrimonio deje de ser un problema o una dificultad y se convierta en una herramienta que permita descodificar los mensajes del patrimonio en diferentes niveles de complejidad.

Uno de las principales dificultades que presenta el patrimonio con respecto a su accesibilidad intelectual es la de su relativa **opacidad** (Garrido, 2001). Los bienes patrimoniales suelen ser comprensibles para determinado sector de la población, los estudiosos y eruditos. Con la simple contemplación, este sector poblacional es capaz de ver más allá de los aspectos formales, porque posee los conocimientos para hacerlo. Pero, la gran mayoría de la sociedad no goza de los códigos necesarios para poder descifrar e interpretar todo lo que encierra el patrimonio. Carece de instrumentos para leerlo.

La **falta de familiaridad** es otro de los problemas que se encuentran en el patrimonio (Garrido, 2001). El elemento patrimonial suele ser algo ajeno y alejado de la realidad del visitante. Suele encerrar una gran complejidad como consecuencia de los variados usos y las diferentes fases constructivas en las que se ha visto envuelto. Una complejidad difícilmente adivinable por el visitante. Además, aparecen descontextualizados del entorno en el que fueron creados provocando, por una parte, una mayor dificultad para comprender su significado y, por otra, generando una mayor lejanía entre la persona y lo que se observa.

El patrimonio aparece en nuestro entorno **sin conexión** aparente con otros elementos patrimoniales próximos a él. Esta falta de conexión origina que los bienes patrimoniales aparezcan ante el visitante como si fueran bloques estancos, donde lo único que uno puede hacer es contemplarlo desde el punto de vista estético o como exaltación del pasado. El verdadero valor del patrimonio no puede ser comprendido sin tener en cuenta por qué esas sociedades decidieron ese lugar y ese momento. Las manifestaciones del hombre no suelen obedecer a caprichos, sino a unas circunstancias ambientales y culturales.

Por otra parte, el patrimonio por sí mismo no transmite ningún **mensaje coherente** y eficaz capaz de ser aprehendido por el visitante. Sin la presencia de elementos que ayuden a realizar una lectura diferente a la de la simple visualización, el único mensaje que puede llegar es el de considerar, de nuevo, si lo que se está viendo gusta estéticamente o no y concederle un valor por lo que de ruina o de antiguo tiene. Por lo que el verdadero valor del patrimonio, aquel que demuestra que es un testimonio de la vida del ser humano y no un elemento meramente contemplativo, no se refleja sin el diseño de unas pautas que nos permita ver más allá.

El Patrimonio Cultural es además un elemento **inanimado**. El sustrato de la humanidad, las historias personales, el devenir individual o colectivo, en definitiva los elementos animados que se encuentran detrás de todo elemento cultural, no se perciben por sí mismos, porque el visitante no tiene las claves para ello (Garrido, 2001). El alma del patrimonio está por tanto, escondida.

Una vez planteados los problemas inherentes que encierra el patrimonio –opacidad, falta de familiaridad, descontextualización, mensaje poco coherente, elemento inanimado– se procedió a realizar un análisis de varios espacios de presentación *in situ* del patrimonio en Gipuzkoa. Las pautas seguidas por estos espacios nos iban a permitir evidenciar si habían logrado solventar las dificultades del patrimonio y si habían conseguido acercar el pasado a sus visitantes.

### **El análisis. La elección de los criterios de evaluación**

El análisis se realizó en un total de nueve espacios de presentación del patrimonio –Basagain, Zerain, Monte Urgull, Conjunto histórico de Igartza, Parque de Mirandaola, Ecomuseo de la sal, Conjunto histórico de Irún, Parque Natural de Plaiiaundi y Parque Cultural de Pagoeta–. Todos ellos son lugares donde se presenta el patrimonio *in situ* y gozan de rigor científico en sus propuestas de presentación.

Para realizar el estudio se elaboró una ficha-evaluación donde se analizaba principalmente el tipo de mensaje que se estaba transmitiendo. No se valoraba la importancia del lugar, el valor patrimonial o el rigor científico con el que se había realizado la presentación del lugar, sino si el mensaje utilizado era capaz de superar

la opacidad, la falta de familiaridad, la ausencia de un mensaje coherente, la descontextualización y la falta de animación que caracterizan al patrimonio. En definitiva, si se había logrado obtener una correcta accesibilidad intelectual.

Y para analizar si el tipo de mensaje utilizado había logrado subsanar los problemas inherentes a los bienes culturales se tuvieron en cuenta una serie de criterios que están basados en la correcta aplicación de la Interpretación: *el proceso creativo de comunicación estratégica, entendida como el arte de conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso patrimonial visitado* (Morales Miranda, J., 2008), y en la denominada Museografía didáctica: *la ciencia que da a conocer de forma comprensible conocimientos diversos así como las estrategias y técnicas que los procesos de transmisión conllevan* (Hernández Cardona, 2005). Conscientes de que tanto la Interpretación como la Museografía son dos herramientas necesarias para convertir el patrimonio en un bien **accesible** porque facilitan la presentación y el uso **social** del patrimonio ofreciendo diferentes lecturas y opciones para un uso **activo** de los bienes de interés cultural y natural (Ballart Hernández, 2001), se decidió partir de sus principios para establecer los criterios de evaluación. A continuación se enumeran los criterios empleados:

- Estructuración del tema ¿el tema se estructura en una única idea, está constituido por una frase simple, breve y completa, es específico, interesante y motivador? ¿existe una conclusión?
- Utilización de tecnicismos: ¿se abusa de ellos?, si se utilizan ¿se explican los términos complejos?
- Necesidad de conocimientos previos para captar el mensaje. ¿Se da por hecho que el visitante conoce ciertos aspectos o se parte de lo que el visitante conoce y a partir de ahí se genera un nuevo conocimiento?, en definitiva ¿se va de lo conocido hacia lo desconocido?
- Relevancia al ego ¿Alude directamente al visitante? ¿Tiene en cuenta sus experiencias pasadas?
- Implicación de la población local ¿existe una relación entre el patrimonio presentado y la población donde se ubica?
- Tipo de mensaje: textual, iconográfico, auditivo, visual, sensorial
- Capacidad para estimular la participación: qué tipo de técnicas se utilizan para ello
- Niveles de profundización. ¿Se tienen en cuenta los diferentes tipos de usuarios que acuden?
- Características del texto: tipo de escritura, colores, utilización de las mayúsculas, cantidad
- Características de las imágenes: dibujos, fotos, reproducciones, planos, mapas, caricaturas
- El mensaje atiende tanto a conceptos como a procedimientos ¿se explica el “cómo lo sabemos”? ¿se muestra el proceso de investigación a través del cual los historiadores o arqueólogos han llegado a esas conclusiones?
- Público objeto: a quién está dirigido el mensaje: escolares, familias, visitantes individuales...

- Soportes y recursos utilizados: paneles, guías, audiovisuales, interactivos, demostraciones, publicaciones, maquetas
- Relación con otros lugares de la zona ¿existe contextualización?
- Lugar de recepción ¿Existe un centro de recepción para los visitantes?, ¿de qué tipo?
- Actitud del visitante ante el mensaje: pasivo o activo ¿se invita a la participación? ¿se invita a la reflexión y/o la crítica? ¿cómo?
- Conexión con el visitante ¿Se logra conectar al visitante con el significado del lugar visitado? ¿cómo?

Todos estos criterios se plasmaron en una base de datos Access que permitió extraer las conclusiones del estudio.

### **Las conclusiones**

Del análisis realizado se concluyó que la presentación del patrimonio al aire libre en el territorio de Gipuzkoa sigue las pautas de un modelo clásico. En su diseño se emplea como principal medio la señalética (rótulos, paneles) con un contenido textual de carácter histórico y con un importante uso de tecnicismos. La variedad de recursos y de soportes es muy escasa. A través de las demostraciones, elementos decodificadores de un gran poder visual, se logra dotar a estos espacios de una mayor singularidad consiguiendo al mismo tiempo acercar un poco más el legado cultural al público visitante. Son espacios basados en la transmisión de información, cuyo mensaje está alejado de los principios de la Interpretación, puesto que, entre otras cuestiones, no revela el significado profundo del lugar, no actúa como entretenimiento, no inspira, no provoca, apenas es relevante, no se logra conectar con el visitante, no se tiene en cuenta la dificultad de comprensión que pueda tener el público, prevalece el concepto histórico frente a lo que pueda ser significativo para el usuario, y el mensaje no se planifica a partir de un único tema, quedando éste en apartados estancos e inconexos. Son lugares donde se produce una exposición numérica y literaria, donde no se da opción a la comprensión del pasado.

Estas conclusiones se detallan en la comunicación presentada en las VII Jornadas de Interpretación del Patrimonio.

### **Algunas obras consultadas**

- Ballart Hernández, J. y Juan i Tresseras, J. 2001. Gestión del patrimonio cultural. Ariel Patrimonio.
- Garrido, C. 2001. Diez principios para la divulgación del Patrimonio. MediaMweb. Educación Ambiental e Interpretación del Patrimonio en Internet. Boletín. Mayo.
- Hernández Cardona, F.X. 2005. Museografía didáctica en Museografía didáctica. J. Santacana y N. Serrat (Coords.). Pág. 25-61. Ed. Ariel. Barcelona.
- Morales Miranda, J. 2008. El sentido y metodología de la Interpretación del Patrimonio. En: Mateos Rusillo, Santos M. (Coord.), La comunicación global del patrimonio cultural, Gijón: Trea. (en prensa)
- Morales Miranda, J. 1998. Guía práctica para la interpretación del patrimonio. Consejería de Cultura, Junta de Andalucía. Sevilla.
- Santacana, J. y Serrat, N. (Coords.). 2005. Museografía didáctica. Ed. Ariel. Barcelona.

# Interpretación y Difusión preventiva, objetivo: la prevención. De la persuasión a la acción directa

Santos M. Mateos Rusillo

Historiador del arte y profesor de Comunicación del patrimonio cultural en la Universidad de Vic, Barcelona

[santimateos@yahoo.es](mailto:santimateos@yahoo.es)

## Situando la cuestión

Desde hace ya unas pocas décadas, los recursos patrimoniales están más expuestos que nunca a la interacción con el público visitante, especialmente desde el momento en que industrias como la turística participan plenamente en su activación. Partiendo de la doble convicción que:

1. los recursos patrimoniales son un sinsentido sin un uso social; y
2. los turistas con intereses culturales y naturales no son una horda de predadores incultos que lo arrasan todo a su paso cual plaga bíblica.

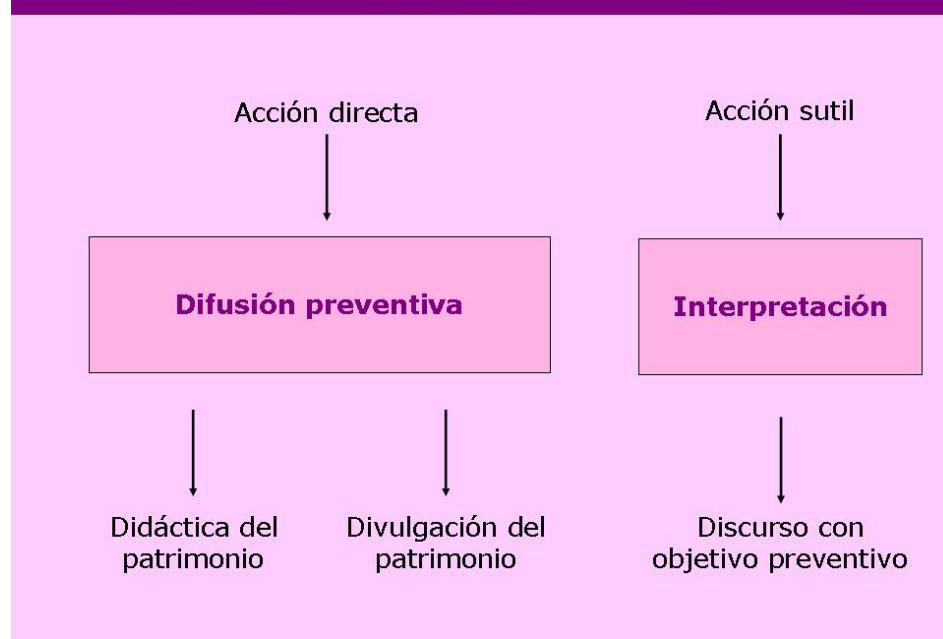
Las ciencias patrimoniales tienen el reto de aportar soluciones que transformen esa realidad negativa de partida en oportunidades, que permitan un cambio significativo en la potenciación del uso de los bienes culturales sin mermar su preservación y en la apreciación de sus usuarios.

Por tanto, ya no puede ser suficiente con trasladar a un público mayoritario los resultados de la investigación científica de base mediante las disciplinas que convergen en la difusión cultural, pues la actual situación demanda la inclusión, implícita o explícita, de un tipo de mensajes que fomenten y favorezcan aquella interacción de la manera más sostenible.

Concretamente hablaremos de una disciplina y de una estrategia que permiten la construcción de esos mensajes preventivos. La primera, la Interpretación del patrimonio, viene haciéndolo de forma implícita desde su nacimiento hace ya más de un siglo de la mano de *guías de la naturaleza* como Enos A. Mills, pionero en sentar las bases filosóficas de la disciplina en su ensayo *Adventures of a Nature Guide and Essays in Interpretation* (Friendship, Wisconsin: New Past Press, 1920). La segunda, una estrategia comunicativa que debería integrarse en otras disciplinas como la Didáctica y la Divulgación del patrimonio, nacida hace menos de tres décadas en el campo de la conservación preventiva con el objetivo de hacerlo de forma explícita (véase el cuadro en la página siguiente). Propuestas comunicativas en las que el público tiene un papel protagonista.

## Conseguir el objetivo mediante la persuasión

Aunque sea poco menos que suicida plantear y publicar una nueva definición de la Interpretación en una revista especializada en el tema, creo que es necesario para fijar ese sutil matiz persuasivo que permite alcanzar el objetivo preventivo. Obviamente no me puedo permitir el lujo de partir de la nada para hacerla, más bien la construiré siguiendo el método del Dr. Frankenstein, mediante el ensamblaje de cuatro



definiciones que me parecen especialmente acertadas (las de Don Aldridge, Ted Ritzer, la National Association for Interpretation<sup>9</sup> y Sandra Rideout-Civitarese, Michel H. Legg y David M. Zuefle):

*La Interpretación es una disciplina basada en un proceso de comunicación encargado de fomentar conexiones emocionales e intelectuales entre los intereses de los visitantes y los mensajes propios de los recursos patrimoniales de la manera más apropiada, relevante y efectiva posible, de forma que:*

1. mejore la calidad de la experiencia recreativa;
2. los visitantes tomen conciencia del significado del recurso que visitan; y
3. desarrollen el deseo de conservarlo.

Esta tríada secuencial que va del disfrute al conocimiento para finalizar en el amor y el respeto, un auténtico mantra en el ámbito de la disciplina y de la difusión cultural en general,<sup>10</sup> responde al principio decimotercero de los propuestos por Larry Beck y Ted Cable: “La interpretación debería estimular las capacidades de la gente e infundir un deseo de sentir la belleza de su alrededor, para elevar el espíritu y propiciar la conservación de aquello que es interpretado” (Beck & Cable, 2002: 8 y 137-145). Totalmente en sintonía con el comentario de uno de los *padres* de la disciplina, Enos A. Mills, para quien “una de las mejores lecciones que se puede obtener en el cálido ambiente de los parques es el deber de conservar las bellezas naturales” (Mills, 1920: 236).

Cuestión que ha sido puesta en cuarentena recientemente por la psicología de la cognición y el comportamiento. Cada vez son más los estudios experimentales que ponen en entredicho que con esa fórmula

<sup>9</sup> Véase la casa virtual de la NAI: <http://www.interpnet.com>

<sup>10</sup> El mantra “Por la interpretación, entendimiento; por el entendimiento, aprecio; por el aprecio, protección” procede de un anónimo Manual Administrativo del Nacional Park Service de USA, como nos informa Freeman Tilden (Tilden 2006: 73).

tan sencilla se incida necesariamente en el comportamiento de los visitantes, planteándose cuadros más complejos para conseguirlo (Ham, 2007a). Una buena Interpretación (aparentemente sencilla pero en realidad tremendamente compleja, como bien sabemos quienes trabajamos con ella) puede completar la fórmula con éxito (Ham, 2007b). Seguramente la Interpretación sea como el *xirimiri* que cae en el País Vasco, una fina pero pertinaz lluvia que posiblemente no calará a corto plazo pero que a la larga empapará inconscientemente de nuevas experiencias y sensaciones a los visitantes.

Pero puede ser, como de hecho lo es, que en determinados recursos patrimoniales no sea suficiente con la sutileza persuasiva que propone la Interpretación, ya sea por la mayor presión de visitantes, las características sumamente frágiles del propio recurso, la urgencia en tomar medidas correctoras, etc. En esos casos la estrategia pasa por la utilización de un arma menos sugestiva y más informativa, menos sutil y más contundente: la Difusión preventiva.

### **Cuando es necesaria la acción directa**

Una herramienta estratégica que, de forma independiente o integrada en la elaboración del discurso divulgativo o educativo, es capaz de sensibilizar al público visitante de la fragilidad de los recursos patrimoniales fomentando actitudes activas de respeto y buen uso. Un enfoque, iniciado en los años ochenta por el reconocido especialista en conservación preventiva G ael de Guichen, que asumiría como suyo el ICCROM (Centro Internacional de Estudios para la Conservación y la Restauración de los Bienes Culturales), al incluirlo a partir del año 1991 como uno de sus estatutos, concretamente el quinto: "Apoyar las iniciativas que favorezcan la sensibilización del público sobre la conservación y restauración de los bienes culturales".<sup>11</sup>

Su objetivo esencial es la sensibilización entre los usuarios de los bienes culturales activados, mediante recursos comunicativos, de su fragilidad y de las dificultades para mantenerlo en buenas condiciones de conservación, potenciando entre ellos actitudes activas de respeto y protección. Como bien expresa Monica Ardemagni, hasta hace poco responsable de proyectos para la sensibilización del público del ICCROM: "Prevenir no quiere decir solamente tomar determinadas medidas para impedir el deterioro del bien, sino también informar al público que ese bien es frágil, que puede desaparecer para siempre y que necesita particular atención. La relación con el bien cultural se limita todavía al conocimiento de su existencia o de su importancia; hoy es necesario agregar otro elemento: la conciencia de su fragilidad" (Ardemagni, 1997: 89).

Un nuevo planteamiento que supone un cambio de paradigma sobre el papel y la responsabilidad de los usuarios: de consumidores predadores a consumidores protectores. Cambio de paradigma que se basa en el ofrecimiento de información a los usuarios y los medios de comunicación de los procesos de conservación o restauración de elementos o conjuntos patrimoniales. Una alianza en la que se trabaja desde hace ya algo más de veinte años, que empezó con proyectos dirigidos al público infantil, para ampliarse paulatinamente al público adulto y a determinados sectores profesionales como los medios de comunicación (Grattan, 2004). Como muestra de los proyectos dirigidos a los jóvenes, resalta el primero de los impulsados por el ICCROM y el ICR (Istituto Centrale del Restauro), *Save Marcus Aurelius*, iniciado el año 1985 para sensibilizarlos sobre el

---

<sup>11</sup> Véase la casa virtual del ICCROM: <http://www.iccrom.org>



deterioro del patrimonio aprovechando la restauración de la estatua ecuestre del emperador Marco Aurelio. Para el público adulto, es interesante el proyecto *Let's save our heritage together*, de 1997, planificado para sensibilizar a los visitantes del sitio arqueológico de Ostia Antica. Entre los preocupados por plantear la cuestión entre los profesionales de los medios de comunicación, el premio *Media Save Art Award*, otorgado por vez primera el año 1991 para premiar al mejor producto periodístico sobre el tema. Los esfuerzos del organismo internacional, en esta materia, se están centrando últimamente en conseguir la inclusión de mensajes explícitos sobre la fragilidad del patrimonio en las guías turísticas de gran tirada y difusión, como las guías *Lonely Planet*, *Michelin* o *Touring Club* (Ardemagni, 2004: 8).

Prácticamente de forma paralela al ICCROM, el CCA (Centro di Conservazione Archeologica di Roma) inició una línea de trabajo propia que incluía esos aspectos comunicativos al público, con ejemplos como el del proceso de restauración del Arco de Septimio Severo en el Foro Romano (el 1985) o el proceso de conservación del Atrio del Museo Capitolino (entre 1990 y 1993), entre otros muchos. Uno de sus proyectos de sensibilización, ya mítico, fue "Colosseo Mio", llevado a cabo en el Coliseo a finales de los años 90, con seis programas pensados para seis tipos diferentes de público (Nardi, 1999).

Experiencias que pronto llegarían a España, donde fue pionero el Museo Arqueológico de Granada con el proyecto, para público infantil, que se desarrolló a partir del llamado Guerrero de Baza, muy en sintonía con aquel del ICCROM & ICR y Marco Aurelio (San Martín *et al.*, 2001).

En definitiva, una estrategia comunicativa que consigue ese cambio de actitud y comportamiento:

- justificando con determinadas recomendaciones la actitud que se les exige durante la visita para colaborar en su uso correcto y respetuoso; y
- explicando determinadas actuaciones o políticas de conservación preventiva que permiten visualizar de manera explícita el trabajo activo y continuado para conseguir su preservación.

Los recursos patrimoniales, ya sean museos, yacimientos arqueológicos o espacios naturales, verdaderos espacios de transmisión educativa y cultural, no deberían continuar utilizando exclusivamente medidas restrictivas para informar a sus usuarios de la actitud y comportamiento que se espera mantengan durante su visita. Las largas listas de prohibiciones pueden llegar a ser efectivas, pero sin lugar a dudas son nada o escasamente educativas. Cambiar el tono y explicar los motivos por los cuales se recomienda una determinada acción están más acordes con esos lugares de educación y cultura. Aunque bien es cierto que no se debe pecar de ingenuos como para creer que se deba abandonar totalmente la actual política de control y seguridad, cuando con bastante asiduidad nos asaltan y sobresaltan noticias de actos vandálicos perpetrados contra bienes culturales y naturales. Más bien lo que se propone es la utilización conjunta de ambas estrategias, la coercitiva y la educativa, planteando un futuro idílico (y quizá utópico) en que la primera ya no fuera necesaria.

### **La prevención mediante la comunicación: una fórmula óptima con *bonus track***

Como esas pistas ocultas que nos regala el mundo de la música, la inclusión de mensajes preventivos en los discursos que se trasladan a los

usuarios de nuestro patrimonio es una magnífica herramienta al servicio de la identidad corporativa de los propios recursos patrimoniales y de sus gestores. Muchas de esas cuestiones del día a día que normalmente no se explicitan a los visitantes, si fuesen integradas en el discurso que se traslada a los visitantes facilitaría que estos tuviesen una idea cabal de esos esfuerzos, lo que redundaría en la imagen que tendrán del equipamiento en cuestión y, por extensión, de sus gestores-conservadores, mucho más positiva que en la situación anterior en la que esa información se obviaba.

## Bibliografía

- Aldridge, Don (1972). Upgrading Park Interpretation and Communication with the Public. En: Elliot, Hugh (ed.), *Second World Conference on National Parks. Proceedings*. International Union for Conservation of Nature and Natural Resources, Morges (Suiza), p. 300-311.
- Ardemagni, Monica (1997). La conservación preventiva y el gran público. En: Hidalgo, José Manuel (Coord.), *Actas del Coloquio Internacional sobre la conservación preventiva de bienes culturales*, Excma. Diputación provincial de Pontevedra, Vigo, p. 89-104.
- (2003). ¿Público predador o público protector? Cómo involucrar al público en la conservación del patrimonio. *Mus-A. Revista de las instituciones del patrimonio histórico de Andalucía* nº 2, p. 99-103.
- (2004). ¡Atención visitante! *ICCROM Boletín* nº 30, p. 8.
- Beck, Larry; CABLE, Ted (2002). *Interpretation for the 21st Century. Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture*, Champaign, Illinois: Sagamore Publishing.
- Grattan, Naomi (2004). *ICCROM & Public Advocacy* [en línea], ICCROM, Roma. <<http://www.iccrom.org>> [consulta: 03/05/06].
- Ham, Sam H. (2007a). ¿Puede la Interpretación marcar una diferencia? Respuestas a cuatro preguntas de psicología cognitiva y del comportamiento. *Boletín de Interpretación* nº 17, p. 10-16.
- Ham, Sam H. (2007b). From interpretation to protection: Is there a theoretical basis? *Journal of the Association for Heritage Interpretation* nº 12(3), p. 20-23. ♦
- Mills, Enos A. (1920). *Adventures of a Nature Guide and Essays in Interpretation*, Friendship, Wisconsin: New Past Press.
- Nardi, Roberto (1999). Implicar al público: un nuevo enfoque de la educación para la conservación. *Museum international* nº 201, p. 44-50.
- Rideout-Civitarese, Sandra; Legg, Michel H.; Zuefle, David M. (1997). More Thoughts on the Differences Between Environmental Interpretation and Environmental Education. *Legacy* vol. 8, nº 6, p. 28-29.
- Ritzer, Ted (2005). Un gigantesco retroceso para la interpretación. Mi visión personal. *Boletín de Interpretación* nº 13, p. 16-18.
- San Martín, Concha *et al.* (2001). Sensibilizar para conservar: una experiencia con público infantil en un museo arqueológico. *PH. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* nº 34, p. 138-145.
- Tilden, Freeman (2006). *La interpretación de nuestro patrimonio*. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, Sevilla [ed. original *Interpreting Our Heritage*, Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1957].

---

♦ Nota de los Editores: este artículo es el que publicamos traducido al castellano en este mismo *Boletín*, a continuación.

# De la Interpretación a la Protección ¿Hay una base teórica?♦

Sam H. Ham, Ph.D.  
Department of Conservation Social Sciences  
Universidad de Idaho, EE.UU.

Traducido por: Franca Jordà

Puede que lo más citado de todo lo que se ha publicado sobre interpretación sea una frase de doce palabras escrita hace medio siglo por un guardaparque anónimo del Servicio de Parques de EE.UU. en un manual administrativo apenas conocido:

***Por la interpretación, entendimiento; por el entendimiento, aprecio; por el aprecio, protección.***

Cuando Freeman Tilden (1957: 38) citó dicho manual en *Interpreting Our Heritage*, dijo que esperaba que los intérpretes de todas partes recordaran y relataran con cierta frecuencia esa filosofía. No obstante, si hoy estuviera vivo, se quedaría impresionado por el alcance de su impacto. Medio siglo después esas doce palabras han llegado a ser una orientación filosófica en torno a la cual se congregan intérpretes de todo el mundo.

Pero, ¿se mantiene realmente la cadena de hechos descrita por Tilden, o son sus palabras sólo una frase bonita, cálida y nebulosa? ¿Existe una base teórica contundente que permita proclamar que la “interpretación” puede crear una cierta “comprensión” que llevaría sin duda a la gente a “proteger” los lugares que visitan? Creo que el peso de la evidencia dice “sí”.

Si vemos a la interpretación como un proceso de comunicación, podemos recurrir a los avances recientes en la psicología del comportamiento para examinar las relaciones causa-efecto que Tilden (y el guardaparque anónimo) proclamó que tendrían que darse cuando la interpretación está bien concebida. De hecho, en estos últimos treinta años, cientos de estudios publicados se han fijado en estas mismas relaciones. Los dos principales fundamentos teóricos que han guiado estos estudios son la teoría del comportamiento planificado (TCP) y el modelo de probabilidad de elaboración (MPE). Al examinar de nuevo las hipótesis de Tilden a la luz de estas teorías, llegamos a la ineludible conclusión de que este hombre era posiblemente incluso más brillante de lo que habíamos reconocido en un principio. Las ideas que contiene su famosa cita se han convertido en algo defendible, no sólo según muchos estudios, sino porque con ellas promovió la visión de “protección a través de la

---

♦ Basado en el original Ham, S. (2007). “From interpretation to protection: Is there a theoretical basis?” *Journal of the Association for Heritage Interpretation* 12(3):20-23.

interpretación” casi veinte años antes de que la TCP o el MPE fueran conocidas por los investigadores en psicología cognitiva: se podría decir incluso que fue un genio.

### **Por la interpretación, entendimiento**

La interpretación es provocación, no instrucción. En otras palabras, no pretendemos enseñar nada a nadie; tratamos simplemente de provocar pensamientos profundos en los visitantes. En psicología, al pensamiento con esfuerzo se le llama elaboración. El proceso de pensamiento sobre algo produce un entendimiento subjetivo en la persona. Así, cuando pensamos profundamente en una cosa, elaboramos nuestros propios significados con relación a ella, y esos significados constituyen nuestra comprensión de esa cosa. Por lo tanto, cuanto más provoca la interpretación a la gente a pensar sobre algo, mejor lo entienden, a su manera. Tilden llamó a eso “verdades personales”.

Las investigaciones en MPE han demostrado, en efecto, que cuanto más nos provoca el pensamiento una comunicación, más significados personales creamos sobre ese tema. O sea, la provocación lleva al significado o comprensión. Pero tenga en cuenta que comprensión no es lo mismo que “conocimiento” en un sentido académico. De hecho, los estudios muestran que cuanto más pretende el intérprete sorprender con su interpretación, *menos* probabilidades hay de que esas mismas personas logren realizar correctamente un test sobre los hechos que les presentaron. La comprensión consta de un conjunto más personal de “hechos” que no estarían incluidos necesariamente en una prueba factual de memoria. De un modo u otro, Tilden lo sabía, aunque la teoría de la comunicación que imperaba por entonces lo pasó por alto.

Lo que usted comprende de una cosa es simplemente lo que usted piensa de ella. Es como tener frases en la cabeza (“esquemas”, decimos en psicología). Estas frases son las creencias o convicciones que usted tiene. Puede que no sean completamente acertadas, y puede que otros no estén de acuerdo con sus creencias al respecto, pero ellas constituyen *su comprensión* de la cosa.

De forma que cuando la interpretación estimula el pensamiento, origina un proceso de elaboración que crea o, dicho de otro modo, impacta en la comprensión, generando un tipo de conversación interna en la mente de la persona que, a su vez, produce nuevas creencias o hace que las que existen se refuercen o cambien. Puesto que lo que usted cree sobre algo constituye su comprensión de ese algo, Tilden acertó de pleno al proclamar que la interpretación bien hecha puede llevar a la comprensión. Hasta aquí, estupendo.

### **Por el entendimiento, el aprecio**

Pero, ¿cómo puede llevar al aprecio el entendimiento? Introduzca aquí la TCP, que ha llevado literalmente a cientos de estudios a mostrar que lo que la gente cree sobre algo hace que surja su actitud al respecto. Las actitudes no son lo mismo que las creencias. Una creencia describe qué “es”, mientras que una actitud describe qué se siente: si es bueno o malo, correcto o incorrecto, positivo o negativo. Los sentimientos como gustar, amar, preocuparse y apreciar son actitudes. Cuando Tilden dice que nuestra comprensión de algo puede llevarnos a apreciarlo, está diciendo que nuestras creencias hacen surgir actitudes sobre ese algo, actitudes que están en consonancia con nuestras creencias y convicciones. Esto está bien reconocido por los estudios psicológicos,

siempre que se tenga claro a qué se refieren las creencias y las actitudes.

La frase anterior es importante porque un concepto como “aprecio” resulta vago hasta que se especifica el objeto de aprecio. En otras palabras: ¿qué es lo que se está apreciando? Para que la comprensión lleve al aprecio, o sea, para que las creencias lleven a las actitudes, tanto creencias como actitudes deben enfocar la misma cosa. Si queremos que los visitantes aprecien un *lugar*, la comprensión del *lugar* será la que determine su actitud sobre el mismo; si queremos que aprecien un concepto como “*biodiversidad*”, entonces serán sus creencias sobre *biodiversidad* las que determinarán sus actitudes al respecto. Esta necesidad de emparejar creencias y actitudes con su objeto (el lugar, el concepto, etc.) se llama en psicología el principio de compatibilidad (o de simetría). Las evidencias que avalan este principio son tan grandes que está siendo discutido ahora como una ley de la psicología humana (Ajzen, 2005). Para influir en una actitud sobre algo, un comunicador *debe* influir primero en las creencias que tiene la persona sobre eso mismo. Con razón Tilden (p. 37) vio una amplia gama de potenciales objetos de actitud:

*... un parque nacional, unas ruinas prehistóricas, un campo de batalla o un preciado monumento de nuestros eruditos e históricos antepasados*

Lo que él decía, sustentado en docenas y docenas de estudios llevados a cabo en las dos últimas décadas, es que si el intérprete estimula a la audiencia a pensar para que construya significados personales sobre cualquiera de estas cosas, el aprecio a esa cosa surgirá como una consecuencia natural. De nuevo, lo que reivindica Tilden resulta adecuado, siempre que los significados construidos sean positivos.

### **Por el aprecio, la protección**

Cuando Tilden describió el vínculo entre aprecio y “protección” estaba diciendo que una actitud de aprecio hacia algo llevaría a ciertos comportamientos. Se refería, sobre todo, a disuadir el vandalismo y a actos tan imprudentes como tirar cigarrillos encendidos en la vegetación seca (p. 38):

*El que comprende, no daña algo intencionadamente, ya que cuando comprende de verdad, sabe que eso es en cierto modo una parte suya ... Si usted maltrata algo hermoso, se maltrata usted mismo. Y esto es lo que la verdadera interpretación puede inyectar en la conciencia.*

“Aprecio” para Tilden era un tipo especial de actitud, una *general*, como la que siente un padre por su hijo. Su razonamiento era simplemente que las personas no harían daño a sabiendas a las cosas que aman. Como se refería a ello en general, no podía prever cada posible acto que podría o no llevar a cabo una persona. Pero lo que él intentaba hacer ver es que, si se provoca el pensamiento profundo en una persona sobre algo, esa persona creará muchos significados personales respecto de ese algo. Las cosas con significado nos importan, y si se nos da la oportunidad de actuar de una forma u otra respecto a algo con significado, normalmente escogemos un comportamiento de respeto o protección. Tanto el sentido común como las investigaciones respaldan esta afirmación.

Sin embargo, actualmente los intérpretes suelen estar interesados en usar la interpretación como una herramienta de manejo para reprimir o eliminar comportamientos muy *específicos* de los visitantes en entornos frágiles. Mis propias investigaciones en los últimos diez años han tenido que ver con problemas como el almacenamiento de la comida de los

campistas en territorio de osos, reducir la alimentación de animales salvajes (por los visitantes) en parques nacionales, persuadir a los visitantes para que se lleven la basura abandonada por otros visitantes y para que mantengan a los perros con correa, así como convencer a los turistas de que hagan donaciones a las organizaciones conservacionistas locales. El comportamiento de interés en cada uno de estos casos era muy específico y diferente de los demás, y la palabra “protección”, en la afirmación filosófica de Tilden, no capta lo específico de cada uno de esos comportamientos o las diferencias entre ellos.

Un hallazgo muy consistente en los estudios sobre la modificación del comportamiento humano es que, para tener éxito al influir en la gente para que se comporte de una forma dada, tenemos que conseguir influenciar sus creencias/convicciones sobre ese *comportamiento* específico. Si en sus creencias sobre emprender el *comportamiento* predomina lo positivo, le llevarán a una actitud positiva (apreciativa) sobre el *comportamiento*; lo cual a su vez aumenta la probabilidad de que se comporte como nosotros queremos. Los estudios, sin embargo, no respaldan la idea de que una actitud general sobre algo lleve a comportamientos específicos respecto a ello. Más bien muestran que otros factores influyen en nuestras actitudes sobre un comportamiento específico que puede que tenga poco que ver con nuestra actitud general. Esto explica por qué no todos los ambientalistas reciclan en sus casas, y no todos ellos realizan donaciones para cada causa o se unen a las organizaciones ecologistas. Estos comportamientos (reciclaje en casa, donar y adscribirse) dependen de las creencias, no sólo respecto a la naturaleza y el entorno, sino sobre el comportamiento específico en cuestión. Éste es el anteriormente citado “principio de compatibilidad”, que aparece de nuevo. Según muchos estudios de TCP, para influir en un comportamiento tenemos que empezar por ejercer influencia en las creencias que tiene la gente sobre ese *comportamiento* específico.

Pero el principio de compatibilidad no rebate de ningún modo la lógica de “aprecio” lleva a “protección” de Tilden. Al contrario, si pensamos que “aprecio” es la actitud positiva sobre algo, y que ese algo es un comportamiento, el vínculo actitud-comportamiento se sustenta bien según centenares de estudios realizados en los últimos 30 años más o menos. Por lo tanto, la interpretación que provoca creencias positivas sobre las consecuencias de un determinado comportamiento creará una actitud positiva respecto a ese comportamiento. Cuando eso ocurre, la probabilidad de que un visitante emprenda el comportamiento deseado aumenta significativamente. En otras palabras, por el aprecio, protección.

## Conclusión

Aunque puede que a algunos no les sorprenda escuchar que Tilden sabía realmente de lo que hablaba, tenemos que recordar que la cadena de hechos que él describió estaba basada en una comprensión intuitiva de la comunicación que no era apoyada o defendida por la ciencia cognitiva de aquel tiempo. Su idea de que los significados eran conclusiones personales generadas en la mente del visitante (antes que imbuidas por el intérprete) resultaba totalmente radical en los años 50, cuando prevalecía una visión más didáctica de la comunicación. Sin embargo, de un modo u otro, Tilden ya había sospechado que cualquiera de nosotros sólo es capaz de cuidar aquello que está basado en los significados que nosotros mismos nos construyamos. La interpretación que provoca a los visitantes para que piensen de modo positivo en algo hará que ese algo importe. Cuando nos importan las cosas, actuamos a su favor. Aunque

esto hoy es claramente evidente para la mayoría de los intérpretes, que Tilden entendiera este proceso y lo estructurara en esas doce palabras hace 50 años sugiere que él, y quizá el guardaparque anónimo, eran incluso más geniales de lo que algunos habíamos pensado.

## **Referencias**

Ajzen, I. (2005). Laws of human behavior: symmetry, compatibility, and attitude-behavior correspondence. In A. Beauducel, A., Biehl, B., Bosniak, M., Conrad, W., Schönberger, G., & Wagener, D. (Eds.), *Multivariate research strategies*. Maastricht, Netherlands: Shaker Publishers, 3-19.

Tilden, F. (1957). *Interpreting our heritage*. Chapel Hill, North Carolina, USA: University of North Carolina Press.