

SECCIÓN

Interpretación y Patrimonio Cultural

Una sección natural e histórica de apoyo a nuestra gestión en el territorio

La Interpretación del Patrimonio (IP) en el encuentro de la gestión cultural y territorial

Marcelo Martín
marcelomarti@supercable.es

Desde hace ya un tiempo vengo dándole vueltas a una idea y creo haber descifrado el mensaje que pretendo transmitir: la IP puede y debe ser la disciplina que se ubique en la confluencia entre la ordenación territorial, la gestión del patrimonio, el turismo u ocio cultural, y el desarrollo local. ¡Vaya pretensión! Pero como la considero justa voy a requerir de ustedes un poco de trabajo intelectual y leer, de forma pausada y reflexiva, el siguiente listado de frases encadenadas; tómense un tiempo para ello...

- La *ordenación del territorio* se sustenta en favorecer la comunicación entre ámbitos geográfico-socio-culturales más allá de delimitaciones estancas y preestablecidas.
- La ordenación del territorio pretende establecer un modelo territorial. Este modelo debe sustentarse en principios orientadores: la consideración de la diversidad natural y cultural del territorio como un valor; el uso sostenible de los recursos; la cooperación territorial y la cohesión social entre las diferentes áreas del territorio. El modelo está compuesto por "sistemas territoriales". Estos sistemas son: el sistema de ciudades (compuesto por redes de ciudades); el sistema de articulación territorial (redes de comunicaciones); y *el sistema de patrimonio territorial (natural y cultural)*, (unidades físico naturales, elementos naturales de conexión, culturas territoriales diferenciadas por áreas geográficas, redes de ciudades patrimoniales, etc.).
- La *cultura* no puede estar ausente de una política de ordenación territorial.
- El *patrimonio* es un reflejo material e inmaterial de nuestra cultura pasada y el escenario previsto para la construcción de nuestra cultura futura.
- El patrimonio no puede estar ausente de una política de *desarrollo territorial*.
- El *turismo cultural* se sustenta en la explotación sostenible de los recursos patrimoniales y cuyo fin último es el desarrollo territorial.

- No puede haber una correcta explotación de los recursos patrimoniales sin establecer un vínculo entre dichos recursos y la *sociedad*.
- La *Interpretación* es una disciplina que posee una amplia gama de pautas y directrices metodológicas para la comunicación con el público, para la presentación del patrimonio *in situ* a ese público, y para transmitir un mensaje impactante que, en lo posible, trascienda al mero hecho de la visita. Es un eficaz instrumento de gestión que merece ser bien planificado, para reducir los impactos negativos e infundir unas actitudes y comportamientos positivos para con el patrimonio (incluido el entorno social).
- La interpretación no puede estar ausente de la ordenación y desarrollo del territorio, de la gestión patrimonial ni del turismo cultural si queremos que finalmente el *vínculo patrimonio y sociedad* sea efectivo, duradero y eficaz.

Un poco complejo, es verdad. Podemos volver a leerlo si es preciso. Lo que intento encadenar no es una secuencia lógica o jerárquica de pasos metodológicos, sino establecer una sucesión ordenada de sentencias que permitan establecer nexos entre el territorio, sus recursos, su desarrollo y sus habitantes. Y cómo nuestra disciplina puede y debe ubicarse en un sitio estratégico, al mismo tiempo que romper con los estereotipos a la que se la ha encasillado en España: ser simplemente una herramienta de comunicación, la cual, a veces, ni siquiera se la usa como tal y sí como una medalla para colgarse en el pecho de cierto sector de la gestión del patrimonio natural y cultural.

Ubicarse en un sitio estratégico no significa pretender suplantar, obviar, trascender o simplemente desconocer el rol que tienen el cúmulo de conocimientos y metodologías de gestión de los sectores implicados sino el de lograr un protagonismo al tiempo que una actitud de diálogo y comprensión de lo complejo que resulta un fenómeno cuando se lo intenta tratar de forma transdisciplinar. Y será por aquello de nuestra destacada capacidad de revelar significados y acercar conceptos sin desdeñar una apelación a lo emocional, a lo más humanista de cada uno de nosotros.

El segundo llamado de atención acerca del protagonismo conectivo que espero de nuestra disciplina es la insistencia en su capacidad de planificar esa Interpretación a través de técnicas y metodologías de trabajo que son, a mi entender, el lado menos difundido y explicitado de nuestra profesión: la planificación interpretativa. Esta capacidad única de vincular territorio, recurso, comunicación, servicio, protección y desarrollo no es común encontrarla así tan bien definida y con tantas aristas de trabajo en los otros sectores que aquí vinculo.

La IP es capaz de pensar en todo ello a la vez y en forma coordinada.

Quizá sea un problema de escala cuando pretendo llevar nuestra disciplina a un contexto territorial y social bastante más amplio que un parque natural o un yacimiento arqueológico. En esto puede radicar mi atrevimiento, pero intuyo que podemos dar respuesta a un planteo territorial más amplio que los citados.

La conversión del patrimonio, tangible e intangible, en un producto de consumo de ocio cultural, acorde con las nuevas exigencias, es una realidad que no debería escandalizarnos si ese consumo se piensa desde la comunicación del recurso. Ahora bien, puede resultar un verdadero fracaso hacer el esfuerzo y correr el riesgo de promover nuestro patrimonio como arbitrio de desarrollo local y que dicho producto se genere a partir de narrativas anticuadas y momificadas en versiones tradicionales, en sistemas de trabajo uni o bi disciplinares sin sensibilidad hacia los visitantes, en sistemas de comunicación sofisticados tecnológicamente pero carentes de las hipótesis de conocimientos renovadas que exigen las circunstancias, sin la participación de los actores sociales (que no deben limitarse a los técnicos y profesionales) comprometidos en el desarrollo y, lo más importante, sin la participación de la sociedad local protagonista insalvable de cualquier proyecto de desarrollo que sea exitoso.

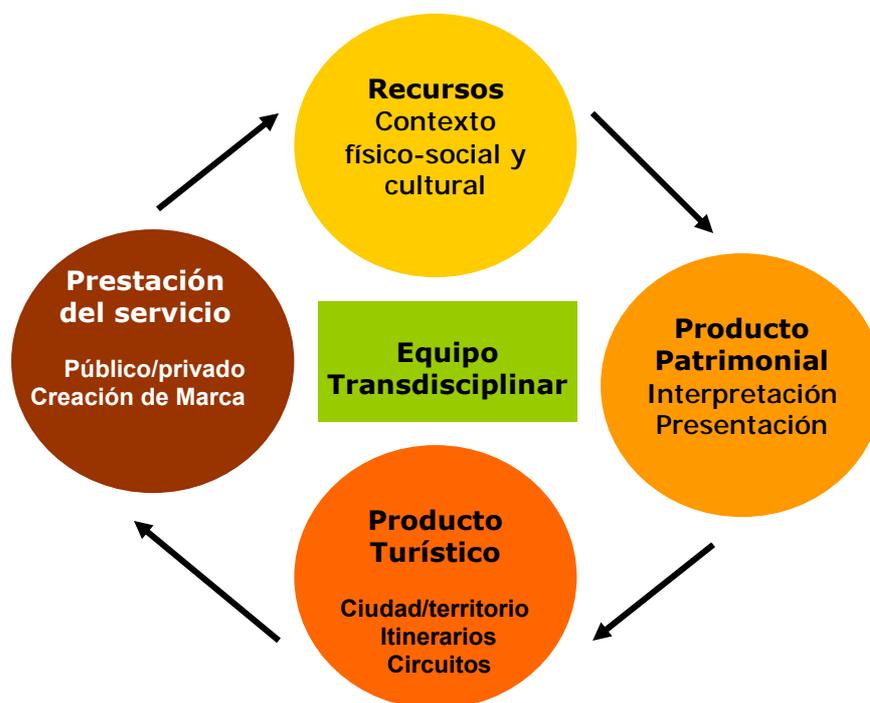
La clave del cambio en la gestión del patrimonio como eje del desarrollo territorial y local recaerá en la *generación*,

producción, interpretación y presentación, no ya del patrimonio en sí como una serie meramente relacionada de sitios, monumentos, edificios y objetos artísticos de valor material y simbólico, sino también, y en mayor medida, de todas las manifestaciones culturales y sociales vinculadas a esa valiosa materia y que, de su interpretación, permita al visitante y al propio habitante extraer las claves cognoscitivas que le hagan disfrutar del territorio visitado o propio más allá de la mera fruición visual de lo natural y cultural.

¿Cómo puede realizarse esta tarea sin planificar territorialmente, sin planificar culturalmente, sin planificar turísticamente? Y aún si así lo hiciéramos, desde mi perspectiva, no tendría garantía de las claves para determinar la vinculación física, intelectual y emotiva de los recursos con los visitantes y la población local, en un todo comprensible y estructurado que permita asegurar la comunicación efectiva, la presentación del recurso, el servicio público, el diseño y ubicación de los equipamientos complementarios, el recorrido y los cambios y sensibilización esperados de nuestra audiencia, amén de la evaluación y actualización del sistema a lo largo del tiempo.

En esta sucesión de tareas no garantizadas veo exactamente el rol de la IP en un proceso de trabajo transdisciplinar de lo territorial, lo turístico, lo cultural y el necesario desarrollo local.

Analicemos el siguiente esquema de trabajo sobre un proyecto de desarrollo local, sustentado en la explotación sostenible de los recursos naturales y culturales:



Entendemos que un producto patrimonial no es lo mismo que un producto turístico, y quienes trabajamos en la gestión del patrimonio y su explotación como recurso turístico cultural y recreativo debemos manejar estos conceptos.

Desde el punto de vista de las estrategias turísticas, un producto turístico es aquel que cubre una experiencia de viaje en su conjunto, desde que el turista sale de su domicilio hasta que regresa. Un producto turístico es un conjunto de elementos que hacen del viajar un arte intangible, una experiencia interesante y atractiva para turistas y visitantes.

Entendemos como producto patrimonial a la elaboración de un sistema diverso e integrado que mediante estrategias de interpretación, presentación, exhibición, conservación y promoción tenga como objetivo producir un complejo de mensajes, actividades y equipamientos que brinde al visitante una serie de pautas cognoscitivas, informativas y lúdicas para que éste satisfaga eficientemente su demanda de ocio cultural en su tiempo libre.

Todo diseño de productos turísticos debería tener un perfil sostenible o bien tender hacia la reducción de los impactos ambientales, lo que generará calidad ambiental de nuestra oferta.

Los planificadores del turismo sostenible, buscan con el diseño turístico la representación tangible de un producto o servicio turístico, de acuerdo a una *idea creativa previa*.

Entendemos como rentabilidad económica, social y ambiental lo que desde la gestión del patrimonio denominamos factor de desarrollo local. Discrepamos en cuanto a la tercera premisa antes enunciada respecto a trabajar con una idea creativa previa. El territorio necesita de un estudio, una investigación de su historia, desarrollo y características principales que darán sustento científico a su interpretación. En función de ello el diseño del producto patrimonial implica definir un concepto o criterio clave, que a modo de lo que hoy denominamos "marca", singularice y posicione a la ciudad y a partir del cual se desarrolle el tema argumental que permita englobar toda la actuación y planificación interpretativa bajo una unidad conceptual.

La prestación del servicio es, sin duda, la parte del plan de mayor problemática y donde se condensarán todos los éxitos y fracasos que de él se deriven. Para esta tarea es imprescindible un trabajo conjunto y comprensivo del sector público y del privado; la presencia de un liderazgo destacado en la gestión por parte de la administración local; la asistencia

continua de un dirección cultural que corrija en todo momento los posibles desvíos que la prestación puede generar sobre los objetivos trazados; la existencia de una "marca" del plan y sus productos que impacte en el consumidor y sea al mismo tiempo un sello de garantía de todos los productos que se ofrecen al consumidor, tanto los directamente ligados al plan como todos aquellos aspectos complementarios de la oferta turística integral como son las gastronomía, la hotelería el transporte y los servicios complementarios. Entre estos últimos se destacan dos especialmente sensibles a la hora de una evaluación del producto por parte de los usuarios: la información orientación (oficina de turismo) y la comprensión de los mensajes culturales que se ofrecen en el territorio (centro de recepción de visitantes).

El ciclo se completa con la reinversión de parte de los beneficios del plan en la mejora de los recursos y el ciclo se continúa con la permanente actualización de investigación de los recursos su reelaboración y redefinición a la hora de nuevas investigaciones y por tanto adecuación de los productos las ofertas y la comercialización y difusión de nuevos elementos que realimentan el sistema.

Vemos así que podemos plantear la IP desde diversas escalas de trabajo, una macroscópica inserta en un trabajo transdisciplinar conjuntamente con los planificadores territoriales, los gestores patrimoniales, los planificadores turísticos y los gestores del desarrollo local y otra escala microscópica, y por tanto más cercana al ciudadano que es el arte de revelar in situ el significado del legado natural o cultural, al público que visita esos lugares, en su tiempo libre (AIP). Es decir, y cito a Jorge Morales, una disciplina que conecta con la manera de pensar de los visitantes, y en todo momento pretende la efectividad de su intervención; y la efectividad no es otra cosa que:

- un público que ha estado dispuesto a recibir un mensaje / explicación
- un público que ha comprendido el mensaje
- un público que ha asimilado algo de ese mensaje
- y un público que –gracias al mensaje interpretativo– es capaz de adoptar unas actitudes y comportamientos adecuados al lugar que visita, y al patrimonio en general".