
La animación histórica en Corral, al sur de Chile, es un caso excepcional

Jorge Morales Miranda

Consultor en Interpretación Ambiental y del Patrimonio
Algeciras, España

Contacto: jfmorales@ono.com

(Jorge nació en Valdivia, al sur de Chile. En la Bahía de Corral pasó sus vacaciones de infancia y adolescencia. Esta vez se reencontró gratamente con sus orígenes)

A raíz de un Curso de Interpretación que estaba impartiendo en la Isla del Rey, cerca de la desembocadura del río Valdivia, tuve la ocasión de visitar por enésima vez el Fuerte Castillo de Corral, en la ciudad de Corral. El objeto de la visita era analizar la posible oferta de servicios interpretativos en el Fuerte con los alumnos participantes en el Curso.

Tuvimos la suerte de ser recibidos y atendidos por dos corralinos directamente implicados en una de las actividades más interesantes que ofrece el Fuerte: la "Reanimación Histórica". Tal vez el término "reanimación" no sea el correcto para esta actividad, pero aquí eso es lo de menos. El caso es que se trata de la primera experiencia de Animación Histórica (los anglosajones le llaman *living history*) que se realiza en Chile.

Esta actividad comenzó en 1995, y desde entonces se realiza todos los veranos, con gran éxito. Evidentemente,

está orientada al turismo, en un intento de contribuir a la mejor comprensión de los acontecimientos históricos que allí tuvieron lugar, y como medio de implicar a la población local en la mejora y promoción de su patrimonio.

En la dramatización, las fuerzas chilenas de 1820, derrotan a las fuerzas españolas del Regimiento Cantabria. Los cañones son utilizados con pólvora negra, reviviendo en no más de 25 minutos uno de los hitos históricos de la fortaleza.

Nuestros anfitriones (además de brindarnos espontáneamente una buena explicación –interpretación– del significado del Fuerte) nos mostraron los uniformes (y con ellos nos vestimos) y demás indumentaria y aparejos. Puesto que nos presentamos como "del gremio", nos facilitaron todo tipo de detalles, y con amable complicidad nos contaron cómo realizaban el espectáculo.

En la acción participan decenas de lugareños, perfectamente entrenados y ataviados, donde la principal consigna interna es la seguridad,

puesto que hay "pirotecnia" por doquier. Como las cofradías de Semana Santa españolas, se tiran meses ensayando todos los detalles, con un entusiasmo que raya en la profesionalidad.

Los hechos: Los soldados del regimiento español, Cantabria, proceden a reforzar su guardia debido al inminente ataque de las fuerzas chilenas (acción histórica ocurrida en 1820). Al estruendo de las primeras cargas de las fuerzas chilenas, los soldados españoles comienzan a disparar hacia la Bahía sus poderosos cañones del calibre 24. Pasados unos minutos, se escuchan las cargas más cercanas de los chilenos, los que luego comienzan a ingresar al Castillo por sus murallas, iniciándose, entonces, un duro combate cuerpo a cuerpo, que termina con el triunfo chileno.

(Chile proclamó su independencia en 1810, pero las contiendas con los españoles duraron más de una década)

La reacción del público: No se trata de una simple representación teatral, sino de algo muy importante en interpretación del patrimonio: *la revelación de un significado*, es decir, la transmisión de un mensaje bien claro y nítido. Los actores dan voces, gesticulan, se mueven, caen heridos o muertos, y el público puede percibir una trama y finalmente un desenlace.

Los espectadores permanecen en una pequeña colina del mismo Fuerte, apartados de la representación, pero gritan y animan a los contendientes, identificándose con la batalla.

Incluso, se ha dado el caso de turistas españoles que (evidentemente) apoyan a las fuerzas instaladas en el Castillo... y (lógicamente) reciben los correspondientes abucheos de la concurrencia chilena. Pero la cosa no va más allá... como la euforia deportiva de un partido de fútbol.

Terminado el acto, el público puede conversar con los actores, tocar las armas o vestirse con los uniformes de la época. Se pueden hacer fotos y tomar imágenes de vídeo. Ese es el momento para puntualizar detalles de la historia que pasaron inadvertidos o que no se pueden dramatizar con facilidad.

Se trata de un digno ejemplo de interpretación del patrimonio, que ojalá se reproduzca en otros lugares.

¡Saludos, amigos de Corral!

Referencia complementaria:

Reanimación Histórica. Folleto divulgativo de la Ilustre Municipalidad de Corral, "Comuna de Corral". Valdivia, Chile.

Contacto en:

oficinaturismocorral@entelchile.net

La presentación ante los grupos

(O cómo ponemos el cascabel al gato)

Miguel Ángel Pinto Cebrián

Senda de la Naturaleza Fuentes Blancas, Burgos

Contacto:

Miguel-Angel.Pinto@cma.jcyl.es

(Miguel Ángel, más conocido como Pinto, es guía intérprete de personas, animales, plantas y cosas. Agudo "pajarólogo", es un viejo colaborador de este *Boletín*)

Supongo que todos los guías con ciertas horas de vuelo en este oficio, que se hace a base de contar cosas a la gente más variopinta en los lugares más diversos, estarán de acuerdo en que en la presentación ante los grupos nos jugamos el correcto desarrollo de la visita. De hecho, todos los manuales que versan sobre interpretación dedican algunas hojas al asunto que casi siempre pasamos por alto. Y eso es una pena, porque la experiencia indica que como no conectemos en los primeros diez minutos (incluso antes, me

atrevería a decir) con el público, la visita terminará siendo una más de tantas en la vida de las personas que tuvieron la santa paciencia de soportarnos una hora y media.

Se trata de generar un vínculo entre el guía y el grupo, que permanezca con los menores altibajos posibles durante el transcurso del recorrido.

Este vínculo se podría traducir en una especie de complicidad a la hora de ir desvelando los misterios que vamos a encontrar en el paseo. Es, en cierto modo, una forma de conseguir una atmósfera adecuada que contribuya a que la visita sea única en la experiencia de las personas que nos acompañan. Esto no sólo ayudará a mantener un aceptable nivel de atención en el público, también se obtendrá un recuerdo de cierta intensidad en el tiempo después de la visita.

De manual es la presentación no por clásica menos eficaz de “Buenos días, me llamo Fulano, soy el guía de este sitio y espero que pasen un rato agradable”. Esto es formal, educado, se dice quién eres y qué haces y, además, dices lo que esperas del grupo. Como decía, esto es de libro. Y funciona, aunque a muchos guías nos haya costado acostumbrarnos a decir nuestro nombre al público por aquello de la impresión de ser algo muy “a la americana” o parezca afán de protagonismo. Nada de eso; simplemente consiste en decir cómo te llamas para que te pregunten por tu nombre cuando sea necesario; ciertamente la visita será más cercana al visitante, sobre todo si empleamos después sus nombres más adelante, si es posible.

Aunque sabemos que no es bueno juzgar al primer vistazo, lo cierto es que este modelo de plantearnos cosas sobre otras personas está muy extendido, más de lo que deseáramos. Es decir, que según nos vean llegar, así nos van a catalogar.

Quitar la idea preconcebida que sobre nosotros hayan adquirido es complicado porque no dispondremos de mucho tiempo.

Esta es otra razón para poner un poco de esfuerzo en conseguir presentaciones apetecibles, con gancho.

No sólo se trata de presentarse como guía; también hay que dejar claras las normas de funcionamiento, es decir, aquello que casi siempre empieza por “no haga” y que hay que transformar en “usted puede ayudar si hace...”. A veces es complicado, pero las preguntas de reflexión pueden ayudarnos. Por ejemplo, en un jardín botánico es obvio que no se debe arrancar flores, y emplear un mensaje del tipo “este lugar recibe cinco

mil visitantes al año y gracias al respeto que muestran hacia las plantas, ustedes hoy pueden verlas y conocerlas”, es mejor que el tradicional: “no se permite arrancar flores”. Desde luego, es un inicio que hace pensar, y eso encaja con la comunicación interpretativa.

Además, aun en el caso de que algún visitante arranque flores porque no pensó en su momento o realmente no le interesa el asunto, es más que probable que alguien del grupo (que sí pensó) le llame la atención si se ha creado la atmósfera de sensibilidad adecuada. Esto puede permitirnos varias cosas: ganarnos al grupo en labores de conservación, evitar que seamos nosotros los que juguemos a ser policías (no hay nada peor que un guía que continuamente amenace a su público con denuncias), recibimos retroalimentación y por eso podemos valorar el mensaje empleado y su eficacia. Después vendrá esa fase del trabajo del guía –muy poco conocida, pero de gran importancia– que es buscar las causas de la baja o alta efectividad de los mensajes empleados.

En la presentación también es interesante empezar provocando a los visitantes para, de alguna manera, crear cierta incertidumbre positiva que genere curiosidad.

Para esto se puede partir de los conocimientos generales que la media de visitantes tiene acerca de lo que vayamos a trabajar y, a través de una pregunta de respuesta inmediata pero errónea, que sorprende por ir contra todo lo aprendido o supuestamente dado como verdadero (y que nadie se preocupa en comprobar) es una posibilidad. Por ejemplo, en un bosque podemos encontrar muchos árboles con musgos y líquenes. Cualquier guía de la naturaleza tiene aquí un pretexto para hablar años y años de este rasgo tan apetecido. Algo que todo el mundo sabe (o la mayoría de la gente escuchó en campamentos veraniegos o en la escuela) es que los musgos y líquenes en el tronco de un árbol nos indican el norte (en el hemisferio sur).

Bueno. Según esto, saber donde está el norte es muy sencillo y nadie tendría por qué perderse. Si en las proximidades del lugar de la presentación se encuentra un árbol con musgos y líquenes que se orienten al sur, en contra de todo lo aprendido, no es difícil que al preguntar al público sobre la orientación la respuesta sea “norte”. El guía, entonces, con una brújula de bolsillo comprueba lo que se ha dicho y... ¡Están al revés! Esos líquenes se obstinan en indicar el sur y no el norte... Si nos fiamos de este método de orientación es probable que queriendo ir a los Picos de

Europa acabemos en la Serranía de Cuenca.

El guía ahora puede sugerir que el campo no es *sota, caballo y rey*; que en el resto de la visita lo que nos espera es ir descubriendo pequeñas cosas como ésta, que nos ayuden a entender cómo es este lugar (y cualquier otro que se encuentren). De esta manera el grupo dispondrá de una buena dosis de curiosidad merced a la provocación que supone partir del derribo de algo que se daba por supuesto (hay verdades a medias, como esta de los líquenes y musgos; otras son falsas, como la habilidad de los sapos para dejar ciega a una persona con un certero escupitajo en los ojos...). Y, de paso, se oferta la posibilidad de ingresar en la cofradía de Santo Tomás, que duda y se pregunta las cosas antes de admitirlas como verdaderas, lo que no es en absoluto negativo, sino más bien todo lo contrario.

Otro aspecto interesante a emplear en la construcción de las presentaciones es conocer cosas sobre el lugar de origen de los visitantes. A veces esto es complicado porque el grupo es de lo más diverso, pero

si se detecta una mayoría de cierta procedencia geográfica, el hacer alusiones pertinentes al terruño ayuda mucho.

De todas formas, no hay que cargar demasiado las tintas; el objetivo es hacer más familiar el lugar para las personas que lo visitan y, de paso, favorecer posibles analogías posteriores en puntos concretos del paseo.

También la presentación es el primer contacto con el grupo, y al guía le sirve para valorar sobre el terreno las posibilidades de la visita. Un guía con cierta experiencia sabe, con muchas probabilidades de acierto, qué va a pasar en la próxima hora, si conectará o no con el público y si la visita será “de formato” o algo especial y enriquecedor para todos los presentes en el pequeño rincón del Planeta en el que se desarrolla el paseo.

En resumen, la presentación es mucho más importante de lo que a veces consideramos, y podríamos tratar el asunto, por lo menudo, de forma más extensa. No todas las presentaciones son iguales y tampoco sirven para todos los grupos por igual. De hecho, es interesante disponer en la cartuchera cerebral varias presentaciones adaptadas a los distintos tipos de grupos potenciales. Y todas ellas se desarrollan desde el mismo marco físico, que seguro dispone de rasgos interpretativos suficientes como para pasar una vida completa desmenuzándolos.

Personalmente, empleo al menos cinco presentaciones diferentes según grupos y épocas del año.

Y cada temporada procuro ensayar con alguna nueva para aumentarlas. Esto no sólo ayuda a cambiar de disco (recordemos que los guías no somos un disco rallado); también permite el inicio de actividades relacionadas con la investigación y mantener ese espíritu de reto, de buscar nuevas líneas, tan importante en este oficio.

SECCIÓN

COMENTARIOS APARTE...

*Esta idea fue de **Santiago Gallego Picard**, compañero y eterno colaborador. Pretende dar cabida al análisis de todos aquellos centros de visitantes y programas de interpretación habidos por el mundo. El único requisito es que sean visitados por el público general, es decir, turistas, visitantes, paseantes, domingueros, familias, etc.*

Hay que intentar sintetizar en pocas palabras todo lo interpretativo que en ellos exista o sea reseñable. Sin olvidar obviamente su localización, precio de entrada u otros aspectos que merezcan la pena. No es un apartado para buenos ni malos; es un apartado abierto para que luego la gente opine y/o pregunte.

• MUSEO DE LA CERVEZA

Lugar: Cervecería Kunstmann, en Valdivia, Chile.

Localización: Carretera a Niebla, pasado el Puente Cruces, cerca del cruce a Curiñanco.

Precio: entrada gratuita.

Horarios: todos los días de la semana, en horario habitual de restaurantes y bares.

Descripción: El Museo de la Cerveza es un anexo de la Cervecería y Fábrica de Cerveza Kunstmann. Todo el recinto posee unas dependencias muy acogedoras, realizadas en el estilo de las fábricas de cerveza del Tirolo. Es un ejemplo positivo de la influencia alemana

en esta zona del sur de Chile (colonos de finales del siglo XIX).

Comentario: El museo, que se puede abordar y entender en unos 20 minutos, es TOTALMENTE ACCESIBLE A DISCAPACITADOS. Es un buen exponente como “caso” de interpretación del patrimonio. Está realizado de forma profesional (tal vez por museógrafos), incorporando “una noticia” en los títulos de sus paneles. Aparte de explicar de forma sencilla cómo se fabrica la cerveza (excelentes caldos), brinda también unas notas acerca de la vida familiar y los aspectos históricos y humanos de la familia fundadora. Digno de visitar por el público en general y por entusiastas de la interpretación del patrimonio.

SECCIÓN

CONCEPTOS DE INTERPRETACIÓN

Definiciones

Countryside Commission (Inglaterra):

“La interpretación es el proceso de desarrollar el interés, el disfrute y la comprensión del visitante por un área, mediante la explicación de sus características y sus interrelaciones”.

Queensland National Parks and Wildlife Service (Australia)

“La interpretación es el proceso de estimular y alentar el aprecio en los visitantes por su patrimonio natural y cultural, además de comunicarles los ideales y las prácticas de conservación”.

Los objetivos específicos en interpretación

(Para saber, sentir y hacer)

Por: Jorge Morales

Todo intento de realizar interpretación, como cualquier otra intervención de tipo social, cultural o educativa, debe tener algún propósito, alguna finalidad, pensada para que contribuya a un mejor estado de las personas y las cosas.

En este oficio no realizamos acciones “porque sí”, sino que éstas van encaminadas a conseguir situaciones que redunden –por ejemplo– en la conservación del patrimonio que va a ser objeto de interpretación, en el disfrute por parte del público y su comprensión de una realidad, o –incluso– en la mejora de la imagen de la institución. Puede haber múltiples propósitos, pero éstos debemos tenerlos bien claros y definidos... escritos en un documento, sea un programa o un proyecto de diseño bien concreto, como un sendero en un jardín botánico, una exhibición en un museo o una charla al aire libre.

Como todos pueden saber o imaginar, hay distintos niveles de objetivos, desde el punto de vista jerárquico. En interpretación estos objetivos suelen ser:

- 1) *Generales:* metas, políticas (por ejemplo, “contribuir a una óptima utilización del espacio en el parque histórico”)
- 2) *Secundarios:* que conducen a temas o conceptos (por ejemplo, “mostrar los aspectos más significativos de los cursos de agua en el parque natural”)
- 3) *Específicos:* es decir, el efecto que queremos producir en el público –éstos son los que nos interesan– (“que los visitantes crucen el puente en silencio”, por ejemplo).

Es muy importante considerar la **redacción** de los objetivos específicos, porque ahí está la clave para poder formularlos (y para poder cumplirlos y evaluarlos). Se redactan desde la perspectiva de lo que queremos que ocurra en el público, de la forma más concreta posible.