

Boletín de Interpretación

AIP Asociación para la Interpretación del Patrimonio – España Número 6, enero de 2002

Se permite y aconseja su reproducción y difusión, sobre todo como material impreso.
La AIP no es totalmente responsable de las opiniones expresadas por los autores en los artículos.

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

ESTE BOLETÍN

Este *Boletín de Interpretación* número 6 viene cargado de colaboraciones de una gran diversidad de orígenes. En realidad, a estas alturas bien podríamos estar hablando del *Boletín Iberoamericano de Interpretación*. O incluso más. Y es que, progresivamente, hemos ido incorporando artículos de colaboradores del “extranjero” (¿qué extranjero? esta palabra suena un poco estúpida hoy en día), y ya es un hecho que contamos con una publicación virtual, aunque muy real y tangible, en la que tienen cabida las ideas y experiencias de cualquier persona, independientemente de su procedencia.

La variedad y calidad de estas colaboraciones aporta, sin duda, una gran riqueza al *Boletín* y a la práctica de la interpretación, a la vez que nos pone en contacto con idiosincrasias y realidades muy diversas.

Este número se abre con un interesante análisis de “la cruda realidad”: las dificultades para hacer llegar a nuestros clientes la verdadera esencia de la disciplina en la que trabajamos.

Nuestro amigo y colaborador Marcelo Martín continúa con sus interesantes *reflexiones críticas* sobre el patrimonio, el turismo y el desarrollo sostenible, en un artículo cuya lectura nos puede hacer recapacitar sobre la complejidad del proceso de acercamiento del patrimonio al público.

El grueso del número son varios artículos que analizan diversos aspectos relacionados directamente con la actividad profesional del guía – intérprete, tanto desde la perspectiva europea como iberoamericana.

Y hacia el final hay un interesante artículo que aborda las cuestiones relacionadas con el “acceso” a la interpretación, un aspecto que seguro será del interés de todos aquellos que diseñan estructuras y

equipamientos para el público, o son responsables de “dar cabida” a todo tipo de destinatarios, incluyendo a los discapacitados.

Por otro lado, este número del *Boletín* aparece cuando faltan apenas dos meses para que, después de varios años de vida de la asociación, tengamos nuestro primer encuentro general. Esta asamblea de socios debe servir para planificar las estrategias de la AIP en los años venideros, por lo que la participación de todos los socios y socias es fundamental para el futuro de nuestra asociación. Es por ello que, además de insistir en la necesidad de contar con vuestra colaboración para el *Boletín*, os pedimos que, en la medida de vuestras posibilidades, valoréis la oportunidad de participar en este encuentro. El mero hecho de conocernos personalmente creemos que ya merece la pena.

Jorge Morales Miranda
jfmorales@ono.com

Francisco Guerra Rosado “Nutri”
seed@arrakis.es
fguerrar@uoc.edu

EDITORES

CARTAS

Estimados Editores:

He recibido todos los *Boletines de Interpretación*, y me ha encantado colaborar con el número 5 y en este número 6. Me parece muy interesante poder obtener toda la información que contienen y sentirme actualizado.

El percibir que uno está en sintonía con prácticamente todos los rincones desde donde escriben, interpretan, construyen y reciben también este material, es recibir alimento en mayor proporción al que uno es capaz de dar. Es algo por lo que quería simplemente felicitarles como editores, ya que no es nada sencillo, pero los méritos y las satisfacciones vienen de igual manera.

Alfio Verdechia
Caracas, Venezuela

Problemas a la hora de “vender” la IP. O de cómo comerse un caramelo sin hacer ruido

Alberto Jiménez
Cristina Alfonso
ostadar@ctv.es

Isabel Ibarrola
Ana Varela
isaibarrola@eresmas.com

(Estos cuatro trabajadores de la interpretación en Navarra ponen el dedo en una de las llagas de la práctica profesional. Lo hacen con tranquilidad y optimismo, aunque pueda parecer lo contrario)

En este artículo hacemos una reflexión desde la perspectiva del guía-intérprete que trabaja desde hace algunos años en este ámbito de la interpretación del patrimonio (IP) y que, de vez en cuando, para sanear su economía y para “promocionar eso de la IP” intenta llevar a cabo proyectos relacionados.

Parece que algún muro va cayendo, pero muy lentamente.

Resulta que cuando intentas ofrecer tus servicios (humildes trabajadores de a pie de Educación Ambiental y de Interpretación del Patrimonio) como equipo que desarrolla labores interpretativas en distintos medios, se presentan las dificultades de “casi siempre”.

Son dificultades que en muchas ocasiones imposibilitan la labor o la modifican –a veces de forma sustancial– con respecto al proyecto originario perdiendo su “esencia o filosofía interpretativa” (y con esto no queremos decir que no estamos abiertos a contribuciones y/o correcciones hacia nuestro trabajo).

Esto nos ha ocurrido últimamente con relativa frecuencia en distintos contextos. Parece que hoy por hoy en nuestra comunidad autónoma vende lo interpretativo y las entidades contratantes (nos referimos a ayuntamientos, secciones de la administración, etc., no especialistas) se muestran receptivas a todo aquello que tiene el adjetivo de “interpretativo” (aunque no se sepa a ciencia cierta qué es eso).

Está claro que nosotros no poseemos la verdad absoluta en estas cuestiones y que no somos quién para decir a nadie: “¡Oye, que lo tuyo no es interpretativo y no tienes que ofrecerlo como tal!”. Allá cada cual con sus ideas, pero no nos negaréis que duele el recibir información y principios teóricos de técnicos de IP en todo el mundo, de la AIP España, etc., y ver que nada de esto se aplica en lo que se ha vendido, desarrollado y (¡glub!) publicitado, como interpretativo.

También queremos decir que algo ya se ha hecho, que se está trabajando bien y que eso es bueno para que sirvan de ejemplo (un ejemplo vale más que mil proyectos). Por eso empezábamos el artículo con eso de que algún muro ya va cayendo.

Pero concretemos esas dificultades

La primera dificultad es que el responsable de la entidad contratante no está en absoluto puesto en el tema interpretativo. Por ello, al recibir o ver el “producto final de mano” (en nuestros casos: un folleto que acompaña y guía un paseo, o diversos paneles) se quedan con la sencillez del lenguaje, la concreción y brevedad de los mensajes, y lo escueto del paseo. Dicho sea de paso, que te digan “esto resulta un poco simple” puede entenderse como un halago, un refuerzo que te anima a continuar en el duro empeño de hacer entender que de esa “sencillez” se trata.

“Éstos nos quieren engañar, con lo que les pagamos me traen esto”, deben pensar.

Dentro de este apartado hay dos posibilidades con respecto al contratante:

- 1) La representación de la entidad contratante es especialista o técnica en el tema que se aborda, por lo que, digamos, son todavía más sensibles a esa sencillez o “simpleza”.

En este caso, es seguro que para el contratante hay muchas cuestiones que no se abordan o no se explicitan en el folleto. Por eso, decir “tan poco” les resulta ¿absurdo? ¿inútil? Nunca se plantean por qué les iban a interesar unos datos o una información, para ellos apasionante, a la mayoría de los mortales, y que casualmente constituyen el mayor porcentaje de visitantes que acuden al espacio.

- 2) El lado opuesto. La entidad no tiene ni idea (prácticamente), ni siquiera es técnica en el tema, ni en cuestiones interpretativas. Además, generalmente se trata de algo (hasta la fecha) distinto a lo ya existente, por lo que es difícil mostrar ejemplos. También hay que añadir que, en algunos casos, se fijan en los paseos o publicaciones que han desarrollado en el ayuntamiento vecino, el valle de al lado o los del Departamento “contrario”... y se precisa “algo parecido” aunque no interpretativo.

En este caso también sueles recibir críticas a tu trabajo que, bueno, cabe asumir si corresponde. Pero es que encima recibes al final unas amables sugerencias sobre cómo dar la información a los futuros visitantes, sugerencias que contemplan a la mayoría de los visitantes como personas capaces de subir fuertes pendientes, soportar el barro o el pedregal, capaces de leer mapas y curvas de nivel, y con un nivel de formación en los temas tratados equiparable al del técnico del apartado anterior.

Una segunda dificultad se relaciona con que estas entidades contratantes no consideran al público casual en su tiempo de ocio.

A veces no se contempla en absoluto este público sin mayor interés y que es objeto de la interpretación. Se da por supuesto que el público visitante es “docto” e interesado en la materia. Sin embargo, en cantidad de ocasiones, este sector casual es el más amplio de cuantos visitan el espacio o lugar.

Eso nos lleva a plantearnos preguntas maquiavélicas: ¿Habrá alguna

discriminación hacia ese público? ¿Queda mucho mejor que aquí sólo vengan especialistas, técnicos, montañeros, profesionales, en vez de la familia Simpson que tantas veces comenta J. Morales?

¿Realmente se asume el principio de que el público tiene derecho a visitar los Espacios Naturales?

En este caso también ocurre a veces que el medio utilizado para apoyar o desarrollar la interpretación (folleto, guía, panel, etc.) no tiene el formato o el envoltorio lujoso (digno de la excelencia de una institución) que el contratante quiere ofrecer a ese su público ideal.

En tercer lugar, parece que hoy en día todo es interpretativo. Hemos visto empresas que han vendido itinerarios botánicos (nombre de la planta en castellano, euskera y latín) como interpretativos, folletos puramente informativos como propios de la interpretación y, al contrario, empresas que han trabajado exhibiciones con la IP como referente en la forma de comunicar, que han quedado fuera del “circuito” y puestas en entredicho.

Las soluciones... (algunas de las empleadas)

Pero bueno, cerremos ya el tema. Nosotros hemos constatado (fruto de la experiencia y/o la picaresca) algunas prácticas necesarias para que crean que lo que has hecho es útil y fruto de un estudio pormenorizado:

- a) Cada vez que se entrega un proyecto, hay que “redescubrir la IP”. Es decir, hay que dedicar un amplio apartado a decir “a qué llamamos IP” y que “no es algo que lo decimos nosotros, sino que es algo que está avalado por numerosos técnicos de todo el mundo” (por ahora creemos que no es necesario poner su teléfono de contacto).
- b) Por supuesto, no dar nada por hecho y/o dejarlo en “los documentos internos de trabajo”. Así que habría que entregar todo el trabajo de planificación de la acción interpretativa incluyendo documentos “de campo”: matrices de potencial interpretativo, índices (IPI), objetivos (de todo tipo) para cada mensaje; es decir, que el proyecto sea gordo, majo, potente, que aunque seguro que no lo van a leer dé sensación (y lo sea) de documento técnico, especializado y sobre todo trabajado.
- c) Estar siempre presentes en la presentación del documento para poder explicar el trabajo. Es una forma

Reflexiones críticas sobre Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible II

de poner rostros al proyecto. Y aquí es donde el verdadero intérprete debe mostrar sus habilidades pues nos surge una duda:

¿Hay que ser interpretativo con la entidad contratante y mostrarle todo claramente y bien para que entienda a la primera las finalidades del proyecto?

O por el contrario...

¿Hay que darle una chapada tan técnica que, aunque se haya quedado aplanado y no haya entendido nada, no demos opción a interrogantes y demos que en este campo somos los mejores?

Seguramente habrá que recurrir a la psicología del intérprete para que en cada caso se sepa cómo actuar.

Cuando al final consigues que tu proyecto salga adelante,

luego fallan otro tipo de cuestiones que aunque las has citado y renombrado, nadie las ha considerado: presupuestos posteriores para mantenimiento, labores de seguimiento y evaluación,

pero bueno, éstos son otros temas que no son objeto de la presente reflexión.

Ya veis que hoy nos hemos levantado a contrapié y algo negativos. Os aseguramos que otros días nos levantamos todos más alegres.

Estos comentarios son meras reflexiones y situaciones que se han producido y se ha originado en nuestro trabajo cotidiano, extensibles o no a otras regiones. Sólo queríamos hacerlas públicas y comentar que, a veces, el impedimento para la AIP viene de otras cuestiones totalmente ajenas a ella. Seguro que de esto todos sabemos bastante.

Marcelo Martín

marcelomartin@supercable.es (personal)
boletin@iaph.junta-andalucia.es (trabajo)

(Como profano y medio cavernícola –según sus palabras–, Marcelo colabora hace tiempo con nuestro Boletín, enriqueciendo con sus sesudas reflexiones este campo naciente. Aunque no es ingeniero, tiende puentes entre esto que llamamos interpretación y otras facetas de la gestión del patrimonio. O sea que de cavernícola nada. Y de profano... los lectores juzgarán)

La naturaleza compleja y plural del patrimonio natural y cultural implica “una gestión integral que articule investigación y gestión, produzca conocimiento y utilidad práctica, aproxime pasado y presente (...) La gestión integral implica comprender el trabajo en torno del patrimonio como una cadena o sucesión de trabajos que se inicia con la identificación y recuperación del registro, continúa con su estudio y valoración, ofrece soluciones a la administración actual de los bienes que lo integran, posibilita su revalorización y rentabilización como recurso cultural y culmina con la difusión”.

La difusión cuenta con la interpretación. Esta última es una de las herramientas –entre otras– que permite convertir al objeto patrimonial en producto patrimonial,

a través de un proyecto que integra la definición conceptual del *bien*, convirtiéndolo en un mensaje apropiable e inteligible, a través de un proceso de comunicación que satisface las necesidades del usuario, y que implica un conjunto de actividades destinadas a dar a conocer, valorar y facilitar el acceso a la esencia del significado del bien patrimonial. Ahí es cuando cobra un completo sentido aquello que denominamos “oferta cultural”.

Sobre el concepto de valor

La apropiación de la historia a través de sus testimonios materiales e inmateriales es una labor compleja, en la que se pretende comunicar cómo los objetos, las tradiciones o el paisaje no tienen valor por

lo que son, sino por lo que representan (objetos, signos). La valoración de un objeto no radica en su mayor o menor antigüedad y belleza, conceptos meramente subjetivos basados en prejuicios, sino en la medida que nos informa de los aspectos históricos (económicos, sociales, de mentalidad, etc.) de la época que se pretende enseñar. Podemos estructurar los valores al menos en dos aspectos radicalmente opuestos en el campo del patrimonio: el valor del consumo de los objetos patrimoniales o, por el contrario, el valor que presenta para la identidad cultural de la comunidad o el valor de uso.

En el valor de consumo se consideran prioritarios aquellos bienes que presentan atractivos ya sea por su valor artístico o simplemente por su originalidad, curiosidad o extravagancia. En este caso la presencia de la población será evaluada positivamente en tanto contribuya a reforzar la imagen pintoresca y será tratada como un objeto de consumo más o desechable en tanto no agregue nada especial al carácter del sitio. El tratamiento del patrimonio (cultural, en este caso) se inclinará, desde esta perspectiva, a congelar situaciones “valiosas”, para lo cual se propondrán restauraciones o arreglos más o menos escenográficos, que “pongan en valor” los elementos considerados de mayor atracción y, por tanto, crear una falsa identidad. No pueden admitirse en este caso cambios creativos que pongan el patrimonio al servicio de la población existente. El valor queda directamente relacionado con la productividad económica, con lo que se confunde valor estético y originalidad genuina con extravagancia o *decorativismo* superficial.

Si, por el contrario, la trascendencia se asocia a la consolidación de la identidad cultural del grupo social, el patrimonio adquirirá valor en función de su capacidad como elemento de identificación y apropiación del entorno inmediato y del paisaje por parte de la comunidad. Las teorías y métodos, tanto para la determinación de los bienes culturales como para su tratamiento, conducirán a operaciones de rescate y conservación más creativas. Los valores por reconocer serán entonces los que hacen a cuestiones relacionadas con las vivencias sociales, con la historia de la comunidad, esto es, al papel que el objeto ha desempeñado en la historia social.

Se debe atender, también, a la lectura que de este patrimonio hace la gente, donde el individuo reconoce el hábitat de un determinado grupo sociocultural y, finalmente, a la capacidad para conformar su entorno significativo, a conferir sentido a un fragmento urbano, etc. Si el