Patrimonio, recurso y producto. *Learning from* la Lista de correos de la AIP

Marcelo Martín, arquitecto
gumino54@gmail.com

> *El término "recurso patrimonial" me parece una solución interesante pero tentativa. Digo esto porque en lugar de diferenciar los conceptos "recurso" y "patrimonio", los fusiona. Déjenme plantear esta posibilidad: Todo patrimonio es recurso pero no todo recurso es patrimonio. El patrimonio es el ejemplo(s) más destacado de cualquier categoría de recurso. Por ejemplo, hay muchos diamantes en el mundo (recurso) pero solo muy pocos son patrimonio (Diamante Hope en el Museo Nacional de Historia Natural en Washington, DC) dotado con un significado extraordinario y por eso el Diamante Hope se ha convertido en patrimonio merecedor de un lugar tan noble en el salón de minerales. Si uno está de acuerdo con esta proposición entonces "recurso patrimonial"resulta redundante.* Jon Kohl

Durante varios años de "militancia" con la interpretación en la AIP, he sido una gota malaya sobre la importancia de formarnos, también, en las disciplinas que conforman la gestión del patrimonio integral, ya que nuestra inclusión en el entramado profesional y también en el administrativo de la tutela del patrimonio es fundamental, y atañe a un campo bastante más amplio que la Difusión para los del cultural y el Uso Público para los del natural (utilizo un lenguaje coloquial para entendernos).

Interpretar, en el sentido de la planificación y comunicación estratégica que sigue aproximadamente las normas internacionales de común aceptadas, no se ubica claramente en una cadena jerárquica o en un despacho tal o cual de una institución patrimonial. Es, sin ambages, una disciplina transversal.

Hay y debe haber interpretación en la Difusión, tercer pilar de la gestión patrimonial clásica (investigar, conservar y difundir), así como hay y debe haber interpretación en el Uso Público en los Espacios Naturales (protegidos o no), incluida la permanente compañera de viaje: la educación ambiental, y en el otro caso: la educación no formal en torno al patrimonio (años hace de aquellos gabinetes pedagógicos en museos e instituciones).

¿Dónde queda entonces la transversalidad? En el ya reiterativo pero nunca conseguido trabajo transdisciplinar (ni inter, ni multi).

El intérprete puede estar en la línea de fuego con los visitantes, pero también en la retaguardia donde se "cocina" el plan, donde se sofríen los contenidos de un museo, centro de visitantes o exposición, o se hornea el diseño de un sendero o itinerario cultural en un espacio natural o un territorio histórico… por no abundar con publicaciones, folletos, webs, y demás visitas virtuales.

Es por ello que el intérprete no es un ser elegido por la divinidad para escribir esquelas mortuorias en carteles con no más de 80 palabras, en helvética y sin justificar a la derecha; o para guiar como un ángel en el intrincado mundo de piedras arqueológicas o geológicas descubriendo lo que deberían decirnos si fuésemos Einstein comiendo galletas.

El intérprete debería ser, desde mi particular punto de vista, múltiple, todoterreno, muy informado, flexible, creativo, nada esquemático y muy tolerante y que, como un verdadero "metomentodo", puede transitar por los pasillos, a veces claros y otras intrincados, de la gestión del patrimonio integral.

Entonces, colegas, hay que ampliar los criterios de mira y los de campo.

No voy a definir el patrimonio porque es innecesario y podríamos debatir hasta el infinito. Mejor sentar criterios:

- Todo no es patrimonio.
- El patrimonio natural y cultural es una unidad indisoluble.
- No todo el patrimonio (material e inmaterial) puede sostener una explotación sustentable tanto para su uso y disfrute como para generar una rentabilidad a la comunidad que lo sostiene a través de sus impuestos.

Si un recurso se define como (RAE):

> 2. m. Medio de cualquier clase que, en caso de necesidad, sirve para conseguir lo que se pretende.
>
> 6. m. pl. Bienes, medios de subsistencia.
>
> 7. m. pl. Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa.

Sostengo, luego, que un recurso es a la vez un **bien y un medio.**

Bien en cuanto a su funcionalidad (social, educativa, identitaria, etc., etc.), y un **medio** que nos permite (a través del uso de esa funcionalidad) lograr una rentabilidad social y económica.

Por tanto, **recurso patrimonial,** no es redundante, sino que es aquel patrimonio, natural o cultural, material o inmaterial, que nos permite, dentro de una planificación cultural a escala regional comarcal o municipal, utilizar su capacidad de:

1. Ser un referente histórico o natural,
2. Poseer un potencial de ser interpretado de acuerdo a temáticas generales adecuadas,
3. Ser capaz de recibir una explotación sostenible que permita formar parte de un programa de desarrollo social y económico sustentado en el turismo cultural.

El recurso patrimonial es entonces un medio y un bien que se ve afectado, por un lado, por todas aquellas normas de protección y conservación y, por otro, por la escala del proyecto, su contexto histórico y material y su capacidad para ser un acumulador cultural que permita ser reconocido por la sociedad en una dinámica de apropiación, uso, interpretación, disfrute y explotación sostenible.

Las cuevas de Altamira son patrimonio pero no son un *recurso*. La neo-cueva es un recurso patrimonial, en este caso sin ser en sí (todavía) patrimonio.

Sigamos ahora con **producto patrimonial.**

Cualquier emergente natural y/o cultural designado como un bien de interés histórico/natural por los mecanismo de activación patrimonial, que tienen sede en las instituciones y derivadas en muchos casos de lo académico (es decir, cualquier patrimonio, material o inmaterial), no es automáticamente un recurso; he dicho antes qué exigencias tiene dicho patrimonio para serlo.

Ahora bien, tampoco es en sí mismo un producto patrimonial, y lo defino como:

"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 este satisfaga eficientemente su demanda de ocio cultural en su tiempo libre".

Por tanto no podemos decir que tener recursos patrimoniales en nuestro territorio es sinónimo de poseer productos patrimoniales; debemos trabajar en ello, producirlos para luego integrarlos en estrategias turísticas sostenibles.

El producto patrimonial integrado en una estrategia turística es el resultado de:

- Puesta en valor
- Planificación integrada
- Gestión cultural

El producto será diseñado en función de pautas de lo que entendemos por autenticidad: selección de material culturalmente representativo y producción de escenas y manifestaciones que ayuden a proveernos de verosimilitud histórica.

¿Dónde queda la interpretación? En la transversalidad, actúa en la puesta en valor, trabajando codo a codo en dotar al bien de accesibilidad física e intelectual, junto a profesionales de la arquitectura, arqueología, biología, historia, museografía, etc. En la planificación integrada en el área a interpretar, definiendo las necesidades y servicios interpretativos; y en la gestión cultural participando en las visitas, actividades y difusión de dicho producto.

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 dichas 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. Es, en definitiva, el servicio o conjunto de servicios prestado en un lugar determinado a un precio fijado y en unas condiciones de calidad comprometidas. En los productos turísticos se incorporan ingredientes remunerados (alojamiento, comida, actividades, etc.) y otros no remunerados (clima, paisaje, naturaleza, cultura, etc.). Estos últimos, a pesar de no tener establecido un precio por su uso, influyen poderosamente en la decisión de compra del consumidor.

Por tanto, el patrimonio no es un producto turístico. NO lo es, por favor. El patrimonio es un objetivo, un reclamo, un despertador cultural que incita a visitarlo. Pero puede que no esté en condiciones de formar parte de una lista de sitios o monumentos visitables, que no sea capaz de recibir una gestión cultural sostenible. Y aun si cumpliera esas condiciones, tampoco sería tema de abrir las puertas y cobrar entrada; se necesita mucho trabajo y mucha planificación para convertirlo en un producto válido y sostenible para integrarse en un producto (o destino) turístico así como así.

Sería interesante que ahora algún autor de artículos o investigador del área de Turismo nos diera su visión para poder integrarnos complementariamente en torno a la comunicación, uso y disfrute del patrimonio, natural y cultural.