

La difusión del patrimonio. Actualización y debate

The diffusion of heritage. Updating and debate

Marcelo Martín Guglielmino

Arquitecto. Asesor en interpretación del patrimonio

Resumen

La difusión es uno de los tres pilares de la gestión del patrimonio. Su definición merece una revisión a la luz de nuevas disciplinas y estrategias de comunicación incorporadas en los últimos diez años. En derredor de ella otras gestiones como la de los espacios naturales protegidos y el turismo cultural amplían las ideas y conceptos de los que debe hacerse cargo la difusión.

Palabras clave: Difusión del patrimonio; interpretación del patrimonio, valor de uso, puesta en valor; uso público, desarrollo local, producto patrimonial.

Abstract

Diffusion is one of the three pillars of heritage management and its definition deserves a revision taking into account the new disciplines and communication strategies of the last ten years. Other tasks around it, like those being done by natural protected areas and cultural tourism, widen the ideas and concepts that are to be in charge of diffusion.

Keywords: Heritage diffusion. Heritage interpretation. Use value. Public use. Local development. Heritage product.



Marcelo Martín Guglielmino

Arquitecto argentino, español de adopción, su trayectoria profesional lo ha llevado por innumerables trabajos y proyectos profesionales que abarcan la arquitectura, la gestión del patrimonio, el diseño y más recientemente la Interpretación del Patrimonio. Realiza una labor docente no formal en amplitud de foros, cursos y facultades.

Actualmente trabaja para el sector público (Empresa de Gestión Medioambiental) y el privado (Grupo Entorno) en asesoramiento y diseño de equipamientos de uso público y centros de visitantes. Ha sido responsable durante más de una década del Departamento de Difusión del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico

Contacta con el autor: gumino54@telefonica.net

¿Cuál es la distancia que media entre lo que filosofamos en torno del patrimonio y la proyección que su explotación y disfrute tiene para la sociedad real?

No cabe duda hoy, de que el siglo XX fue un tiempo de reconocimiento de la importancia de la defensa y conservación de la biodiversidad, la hora de mirar con curiosidad y protección la diversidad cultural de todos los pueblos del planeta. Reconocimientos que se materializaron en leyes, convenciones internacionales y acciones directas.

Se ha superado el concepto de patrimonio como objeto, tesoro histórico y estético, para ingresar en una concepción más amplia que incluye el contexto físico, social y cultural y el reconocimiento del valor de uso del patrimonio, todo ello como referente y comprensión del sentido de pertenencia y de identidad de una comunidad¹.

Aunque compleja es aún la rémora que traemos de aquella época del patrimonio tesoro, donde la valoración de los recursos está en función de su tamaño, originalidad, antigüedad, monumentalidad, pintoresquismo, tradicionalismo, escasez, excepcionalidad. Complejidad que persiste en la selección y profundidad en investigación del patrimonio; con las modalidades para su conservación, y con las formas de gestión e inversión de recursos para la difusión.

En tal sentido es interesante el análisis del mercado formativo de postgrado en gestión del Patrimonio, amplísimo y diverso. Un somero estudio de los programas de cursos y maestrías que se ofrecen nos permite afirmar que la distancia entre las técnicas de conservación y restauración, las de documentación y las de marketing y comunicación se han disparado respecto de los avances en metodologías de investigación o en técnicas de difusión.

Esta distancia marca la tendencia, y con ello me refiero a la diversidad de temas e inclusión de prácticas nuevas que arriban de disciplinas que no están, todavía, muy asentadas en los programas de licenciaturas universitarias. Un gran aparato técnico científico para restaurar conservar, un espectro técnico expresivo y mediático avanzado para comunicar. En los extremos, el conocimiento y la difusión de ese conocimiento, en esencia parece relegado respecto de la parafernalia anterior, todo ello sin desmerecer en nada su efectividad particular.

Abordaremos entonces en este artículo el tema de la difusión del patrimonio, lo cual, como ya habrán observado (y quizá discutido) separo del de la comunicación. Me remito para ello a la definición que hiciera en 1996:

Difusión es una gestión cultural mediadora entre dicho patrimonio y la sociedad.

Gestión porque implica un proceso complejo que abarca documentar, valorar, interpretar, manipular, producir y divulgar no ya el objeto en sí, sino un modelo comprensible y asimilable de dicho objeto en su relación con su pasado histórico y su medio presente. **Cultural** porque se opera con la obra del hombre, tangible e intangible,

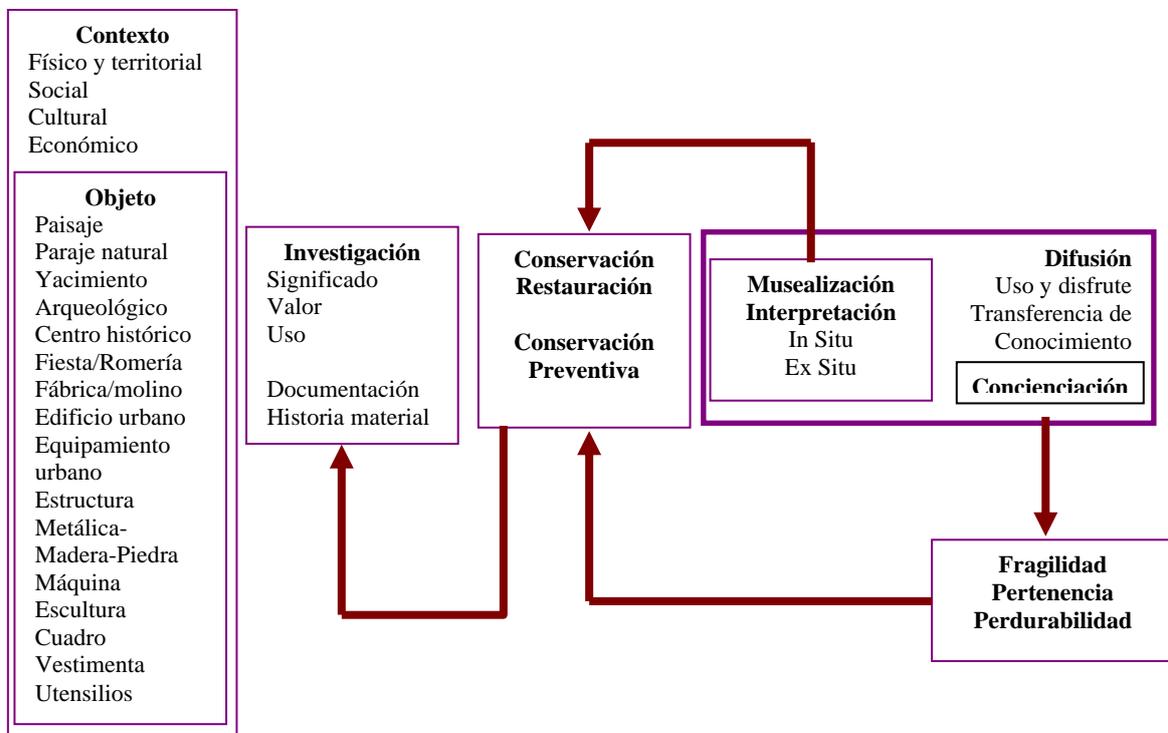
¹ MARTINI, Yoli. A. *Patrimonio Cultural: gestión y difusión como alternativa de integración latinoamericana*, En http://juanfilloy.bib.unrc.edu.ar/completos/corredor/correddef/comic/MARTINIY.HTM#_edn2

pasada y presente, que rodea e influye en el ciudadano de hoy hasta ser parte misma de su historia y por tanto de su identidad. **Mediadora** porque requiere de una técnica y un soporte material independiente del objeto y ajena al sujeto que la recibe.

Caigo en la cuenta de que ha transcurrido más de una década, que ha hecho su entrada en escena la interpretación del patrimonio, la dinamización del patrimonio, la inclusión social, las nuevas tecnologías, conceptualizaciones tales como patrimonio como factor de desarrollo, accesibilidad, sostenibilidad, virtualidad, etc.

Por tanto, es momento de plantearse una reelaboración o ampliación de aquella definición.

La Difusión es uno de los tres pilares en los que se sustenta la gestión del patrimonio y su misión es establecer el necesario vínculo entre el Patrimonio y la Sociedad.



En este esquema de la dinámica de la gestión patrimonial observamos las relaciones especiales de la difusión en dicha gestión. Difusión en su doble vertiente de dar, por una parte, accesibilidad al uso y disfrute del patrimonio a la sociedad y, por otra, como una actividad de transferencia de conocimiento. La musealización y la interpretación son las disciplinas para la presentación del patrimonio al público, tanto en su contexto, en un yacimiento arqueológico o centro histórico, por ejemplo, como fuera de su contexto, en un museo o un centro de visitantes. El objetivo fundamental es la concienciación de la sociedad de los conceptos de *fragilidad*: el patrimonio puede perderse; de *pertenencia*: el patrimonio es de la sociedad; y de *perdurabilidad*: el patrimonio debe legarse a las generaciones futuras.

El Patrimonio pertenece y es producto de la sociedad, tanto en su materialización original como en su contextualización actual. Pero no siempre la sociedad es consciente

del valor de pertenencia que posee ni del alcance del reconocimiento de todo lo que definimos como Patrimonio. Esta es la clave de la importancia que establecemos en nuestra nueva definición de dicho vínculo, al que nosotros equiparamos con *reconocimiento*. Es decir, que la misión de la Difusión es establecer un **reconocimiento** del patrimonio por parte de la sociedad.

Este vínculo implica dotar a la relación patrimonio/sociedad de accesibilidad física e intelectual y de sensibilización frente a los conceptos de fragilidad, perdurabilidad y pertenencia que aquejan al patrimonio.

La eficacia en el vínculo implica un trabajo en forma directa e indirecta con la sociedad:

Directa cuando se gestiona a través de las instituciones del patrimonio: museos, archivos, bibliotecas, centros históricos, yacimientos arqueológicos, espacios naturales protegidos, jardines botánicos, reservas o jardines zoológicos y todos aquellos otros agentes culturales públicos o privados en cuyo trabajo se incluya la gestión del patrimonio natural o cultural.

Indirecta: cuando la difusión se incluye en planes o programas de formación y/o divulgación profesional; en la relación con los medios de comunicación social; en programas de promoción e información cultural a nivel general y/o en estrategias turísticas.

Volvamos a establecer, desde otra perspectiva, qué es la difusión: es la actividad que permite convertir al objeto patrimonial en producto patrimonial, a través de un proyecto que integre la interpretación en si, es decir la materialización de la definición conceptual del bien convertido en mensaje apropiable e inteligible, y la transmisión, comprendida como un proceso de identificación y satisfacción de las necesidades del usuario, y que implica un conjunto de actividades destinadas a dar a conocer, valorar y facilitar el acceso a la oferta cultural.

La difusión debe de estar en todo el proceso de gestión, es decir, desde el primer momento en que se obtienen resultados en una investigación sobre un bien patrimonial, éstos deben ser ofrecidos al ciudadano mediante exposiciones, medios de comunicación, visitas, concienciación en distintos ámbitos de la ciudad (asociaciones de vecinos de distintos barrios, colegios, institutos, asociaciones de mayores, etc.). Este proceso de vinculación no debe de cesar hasta que llega el momento de ofrecer terminada la intervención, la puesta en valor, la musealización o la interpretación en donde se brinde una visión holística y asequible a múltiples públicos².

En todo el proceso de gestión deben de abrirse las puertas al ciudadano para que sea testigo y protagonista de lo que está ocurriendo con un bien que le pertenece, por ello debe de tener acceso al estudio histórico-artístico, a la excavación arqueológica o a los resultados e hipótesis que se han obtenido de ella, etc.

Fomentar el uso, promocionar su visita, divulgar su valor, concienciar sobre su fragilidad, interesar por su preservación, todo eso organizado, con técnicas adecuadas, con planes bien dotados, con campañas bien organizadas. Se trata de eso e incluye todas

² Mi agradecimiento a Ana María Gómez, colega de Granada, en este comentario y en la lectura que hizo del documento.

esas acciones también entre profesionales específicos de nuestra gestión y de otras disciplinas afines.

La difusión implica una serie de acciones y conceptualizaciones que normalmente tienen vida propia, pero que desde mi punto de vista son parte indisoluble de la gestión denominada Difusión: la puesta en valor, la interpretación del patrimonio, el uso público y la incorporación de los bienes culturales en estrategias turísticas y /o de desarrollo local.

Puesta en valor

El primer escollo en el uso de este término consiste en que 'puesta en valor' es un galicismo que tiene difícil traducción y, en general, se ha *calcado* del francés. Buscando una buena traducción al español se duda entre **valorar, valorizar, reconocer** (el valor de algo) y otras.

Una primera aproximación vinculada al Patrimonio en sí o, mejor planteado, a una operación cultural sobre el bien destinada a la doble estrategia de conservación e interpretación, define la puesta en valor como interpretación + presentación.

La **puesta en valor** está vinculada con un proyecto, es decir, es una operación espacial para establecer un orden de ese espacio y jerarquizar sus funciones en un “proyecto total” que constituya su adecuación y puesta al día. El proyecto es, sin duda, un instrumento y una metodología de intervención del que se pueden desagregar dos componentes esenciales: el cultural y su formalización. El primero es producto final de un proceso de investigación histórica donde se vincula la historia del bien, la cultura del lugar (*locus*) y el mensaje que ese bien debe transmitir al visitante, un concepto amplio que implica la comprensión cabal del bien por el usuario y su apropiación intelectual. El segundo componente es la formalización del mensaje operado directamente sobre el bien, instrumentado a partir de la cultura proyectual y trabajando con el espacio: implica diseño, organización, jerarquización de espacios y funciones y conservación.

Valor de uso

Es posible atribuir una buena cantidad de valores diferentes al Patrimonio. En este sentido, podemos determinar algunos de ellos como el valor de uso, el valor material, el valor simbólico, el valor emotivo, el valor social y por cierto, de forma destacada, el valor educativo³.

Es imposible la existencia de una cultura sin patrimonio y una sociedad sin memoria; el valor social convierte al patrimonio del presente en una realidad imprescindible para la comprensión de esas culturas y sociedades y a sí mismas y, también, para permitir su comprensión a generaciones posteriores⁴.

³ FONTAL MERILLAS, Olaia. “La dimensión contemporánea de la cultura. Nuevos planteamientos para el Patrimonio Cultural y su educación”. En *Comunicación educativa del patrimonio: referentes, modelos y ejemplos*. Coord. Roser Calaf y Olaia Fontal. Gijón: Ediciones Trea, 2004.

⁴ FONTAL MERILLAS, Olaia. *La educación patrimonial. Teoría y práctica en el aula, el museo e Internet*. Gijón: Ediciones Trea, 2003.

Existe también un valor de la dimensión cotidiana del patrimonio, teniendo en lo cotidiano el sustrato evidente de nuestra memoria social y abono para la memoria y la construcción de nuestra cultura actual. Comportamientos, hábitos, pensamiento, el entorno social como medio de transmisión cultural y de memoria histórica, idea que subyace en forma evidente en nuestra definición de la difusión del patrimonio como gestión cultural mediadora entre el patrimonio y la sociedad.

El Patrimonio constituye un documento excepcional de nuestra memoria histórica y, por ende, clave en la capacidad de construcción de nuestra cultura, en la medida que nos posibilita verificar acumuladamente las actitudes, comportamientos y valores implícitos o adjudicados de la producción cultural a través del tiempo. Junto a estos testimonios de pasadas espiritualidades, recibimos otra serie de documentos procedentes del campo teórico, filosófico, literario, etc. que complementan tal perspectiva de análisis y comprensión.

El conocimiento de la historia posee en sí mismo todos los elementos de los que es parte el proceso de formación de la conciencia que de sí tiene una comunidad. 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. Respecto de los valores, podemos estructurarlos al menos en dos aspectos radicalmente opuestos en el campo del patrimonio: el **valor de consumo** de los objetos patrimoniales o, por el contrario, el valor que presenta para la identidad cultural de la comunidad o **valor de uso**⁵.

En el primer caso, el valor de consumo, se consideran prioritarios aquellos bienes que presentan atractivos ya sea por su valor artístico relevante 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 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 crearán una falsa autenticidad. 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

⁵ WAISMAN, Marina. *El interior de la historia*. Bogotá: Ed. Escala, 1990; *La arquitectura descentrada*. Bogotá: Ed. Escala, 1995.

más creativas. Los valores por reconocer serán entonces los que hacen referencia 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, es decir, la lectura de ese objeto 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 patrimonio es considerado como apoyo para la memoria social, uno de los valores fundamentales por considerar será la presencia de sus habitantes. Al poner en primer plano la capacidad de identificación y apropiación por parte del grupo social, este grupo pasa a ser considerado como protagonista de cualquier operación que se emprenda: la intervención en el patrimonio tenderá al arraigo y desarrollo de la población, evitando a toda costa su expulsión, o su marginación.

Por otro lado, al considerar a los habitantes como parte fundamental del patrimonio, se compromete al reconocimiento de la necesidad de cambio, de adaptación a nuevas necesidades, nuevos hábitos, transformaciones funcionales, etc. Por eso el congelamiento de situaciones edilicias o urbanas no puede ser la meta de la conservación ni de un proyecto de turismo cultural, se plantea la necesidad de hallar en cada caso la solución que permita el delicado equilibrio entre la preservación de la identidad y los necesarios cambios.

La interpretación del patrimonio

Los niños han dejado de fabricar o imaginar sus juguetes, los abuelos cuentan ya pocas historias, los museos intentan satisfacer la demanda a través de visitas virtuales, y la compra de libros, discos, vestimenta, e incluso la del supermercado, se realiza simplemente a través de un correo electrónico. Hasta proliferan los casinos virtuales, mientras las *web cam* horadan desde la tumba hasta el lecho de amor.

Asimilamos el concepto de progreso a la complejidad de la comunicación, tanto en sofisticación de medios como en gasto de recursos. Pero, por contrapartida, los mensajes se sintetizan hasta hacer desaparecer letras, adjetivos, pronombres personales, ritmos, cadencias y sentido poético al calor de un inmediato SMS.

Frente a un mundo hiperrelacionado, donde la comunicación es permanente, inmediata, invasiva/intrusiva y hasta intimidatoria, de lo que se trata es de estimular el contacto real con los recursos del planeta.

¿Qué lugar ocupan entonces los chamanes, ancianos, cuentacuentos, narradores, fabuladores, juglares y demás especies de comunicadores que contaban historias y compartían el saber y las tradiciones alrededor de un fuego primigenio?

Existen sin dudas otras miles de posibilidades de comunicación que no se encuadran en esta breve, apocalíptica y provocativa descripción inicial. La palabra del Dalai Lama, una canción de protesta, un cartel bien redactado en la jaula de los caimanes, un relato breve en la página cultural de un periódico dominical, una oración sentida y franca, ejemplos muchos de literatura infantil y juvenil, un sabio guía de naturaleza...

Llevamos muchos, muchos años, hablando y trabajando en la necesidad de difundir y comunicar los valores de eso que denominamos patrimonio cultural y natural.

Necesidad por múltiples razones que cubren cientos de páginas impresas y que no vamos a repetir ahora. Sin embargo, de todos esos esfuerzos hay una línea que me interesa traer a colación en este escrito. Podemos comenzar con John Muir⁶, uno de los impulsores del movimiento de conservación de la naturaleza del siglo XIX en los Estados Unidos y responsable del logro de convertir al Yosemite Park en parque nacional en 1890. Tuvo un discípulo aventajado, Enos Mills⁷, quien compartió con su maestro el sueño del parque nacional de Yosemite. Fue un guía de naturaleza aventajado y con una técnica superior a los demás: ayudó a centenas de visitantes a descubrir “la belleza de las flores silvestres más pequeñas, así como la grandeza de los dramáticos glaciares y de las formaciones rocosas. Llegar a la cima de la montaña no era la verdadera meta”⁸.

Antecedente del conocido Freeman Tilden, identificó el verdadero papel del guía, en tanto traductor de lo que se ve y experimenta.

El libro de Tilden, *La interpretación de nuestro patrimonio*, editado por fin en español por la Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP)⁹, con sede en nuestro país, resume la meta del guía: “iluminar y revelar”, términos que no eran ajenos con la religiosidad manifiesta de nuestros destacados protagonistas, y que formaron parte de los seis principios en los que organizó la disciplina Interpretación del Patrimonio (IP), verdaderos principios básicos sobre los que se sustenta la concepción y metodología de trabajo, que aún sigue siendo desarrollada por otros insignes profesionales abocados a comunicar el legado natural y cultural al público visitante en su tiempo libre.

Hay toda una serie de importantes autores como Williams Lewis, muchos de los funcionarios del National Park Service (NPS), y otros autores como Don Aldridge, que ubican los inicios de la disciplina a mediados del siglo XIX, y de forma paralela, en los parques nacionales de los Estados Unidos -inspirada en las ideas de conservación de la naturaleza-, y en los parques de la vida costumbrista escandinavos -basado en la idea de divulgar la etnología regional europea, también Sam Ham, autor del libro *Interpretación Ambiental* [Ilustración 1] editado por North American Press, Rachel Carson, Ted Cable y Larry Beck, autores de la ampliación de los seis principios de Tilden hasta quince, como actualización del trabajo del maestro, Tim Merriman y Lisa Brochu, autores del libro en español *Interpretación personal*, editado por la NAI (Nacional Association of Interpretation), David Uzzell, y, más recientemente, David Larsen del NPS. Todos estos autores han sido también incorporados a la profunda revisión documental acerca de la disciplina realizada en español por Jorge Morales Miranda, chileno de nacimiento y español de adopción, en su ya referente trabajo *Guía Práctica para la Interpretación del Patrimonio* [Ilustración 2], editado por Tragsa y la Junta de Andalucía, que lleva ya más de dos ediciones. La IP es probablemente una de las disciplinas con más definiciones en el mundo profesional en general. Hay decenas de ellas y su explicitación lleva senderos de tinta en todos los idiomas. Quizá la de Tilden sea la primera y buena para trabajar: “una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones mediante el uso de objetos originales, experiencias de primera mano y medios ilustrativos, en lugar

⁶ BROCHU, Lisa y MERRIMAN, Tim. *Interpretación personal. Conectando su audiencia con los recursos patrimoniales*. The National Association for Interpretation (NAI). InterpPress (ed.), 2003. Ver también http://www.sierraclub.org/john_muir_exhibit

⁷ Ibidem, p. 6. Ver también <http://www.nps.gov/home/historyculture/upload/MW.pdf,MillsBio,b.pdf>

⁸ Ibid.

⁹ Ver <http://www.interpretaciondel patrimonio.com/blog/>

de simplemente transmitir la información de los hechos”. Vienen a menudo las aclaraciones del “arrepentimiento” del maestro por el uso del adjetivo *educativo*, pero no es mi caso, me vale la original. La AIP, a través de Morales y Guerra Rosado, reescribieron y adoptaron la siguiente definición, que encabeza su página web: “La interpretación del patrimonio es el arte de revelar *in situ* el significado del legado natural, cultural o histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio”.

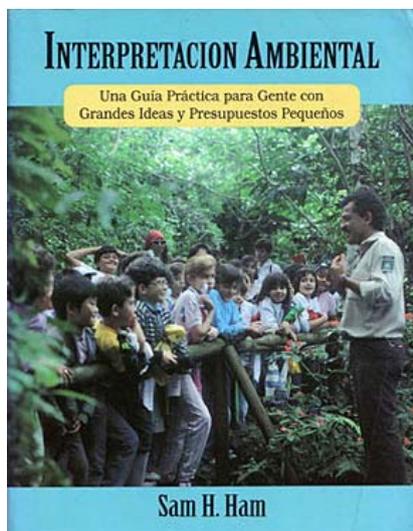


Ilustración 1

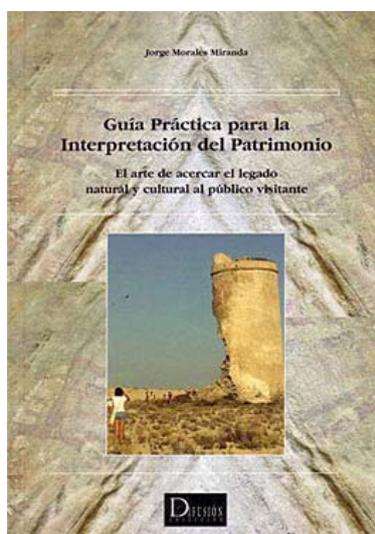


Ilustración 2

Ham dice, en su libro ya citado, que la IP es una traducción del “lenguaje técnico de una ciencia natural o un campo relacionado” al lenguaje y comprensión de los visitantes. Pero no sólo de traducción se trata la IP, también de información reelaborada, del descubrimiento de los valores y significados del sitio por el visitante, de intenciones de cambio de conducta a través del aprecio del patrimonio y mucho más.

La Interpretación es una oportunidad y solo tiene lugar en la mente del que la recibe. Además de lo que nos dejó dicho el maestro Tilden, la interpretación es un proceso de

crecimiento personal, cuya eficacia se nutre de un aporte regular de investigación selectiva y bien dirigida, y un arte en materia de comunicación.

Muchos de los profesionales que trabajan en y con la IP sostienen, con conocimiento de caso, que los visitantes expuestos a servicios atendidos por personal adquieren un mayor conocimiento y un mayor grado de disfrute en su experiencia interpretativa que aquellos expuestos a medios no atendidos. Diferenciamos así la interpretación personal (una persona interpreta para otras), de medios interpretativos estáticos o dinámicos gráficos, audiovisuales, interactivos y/o tridimensionales.

Tengamos principios

Espero no aburrir con mi constante referencia a Tilden [Ilustración 3], no pertenezco a la línea más ortodoxa de la disciplina, reconozco ser bastante hereje al respecto, pero hay cosas insuperables como estas seis sentencias, escritas en un libro que su autor afirma no pretender ser definitivo, ni poner límites.



Ilustración 3

1. *Cualquier interpretación que de alguna forma no relacione lo que se muestra o describe con algo que se halle en la personalidad o en la experiencia del visitante, será estéril.* Más claro, agua.
2. *La información, tal cual, no es interpretación, la interpretación es revelación basada en información, aunque son cosas completamente diferentes. Sin embargo toda interpretación incluye información.* Por justificar mi texto agrego, frente a mi audiencia expreso “esto es un lagar”, pero en lugar de eso podría decir ¿quién sabe cómo es el sitio donde se pisa la uva o se exprime la oliva? o muchos de ustedes saben que el vino puede exprimirse pisando descalzo la uva, ¿saben como se llama ese lugar?
3. *La interpretación es un arte que combina otras muchas artes, sin importar que los materiales que se presenten sean científicos, históricos o arquitectónicos. Cualquier arte se puede enseñar en cierta forma.* Tal vez cambie su ropa para dirigirse a la audiencia, cuente una historia graciosa o se guarde ostensiblemente un paquete de patatas en el bolsillo para tirarlo luego en un cesto. También se puede asistir a cursos de entrenamiento para mejorar las presentaciones.

4. *El objetivo principal de la interpretación no es la instrucción sino la provocación. ¿Qué resulta más fácil, por ejemplo con un niño, decirle la importancia fundamental que tienen las proteínas de un alimento o preguntarle quién resulta más fuerte de los que comen toda su comida? Sin exagerar y citando a Merriman “los esfuerzos provocadores captan la atención de la gente y los invitan a una experiencia interpretativa. También estimulan la audiencia a investigar por su propia cuenta, después de terminado el programa”.*
5. *La interpretación debe intentar presentar un todo en lugar de una parte, y debe estar dirigida al ser humano en su conjunto, no a un aspecto concreto. Podemos decirle a nuestros visitantes la definición científica de la marisma o bien decirles que el motor que mueve el sistema de las marismas es la luna, para luego explicar todo el proceso.*
6. *La interpretación dirigida a los niños (digamos hasta los 12 años) no debe ser una dilución de la presentación a los adultos, sino que debe seguir un enfoque básicamente diferente. Para obtener el máximo provecho, necesitará un programa específico. Sin palabras.*

Retomemos el tema de seguir definiendo con más precisión a la IP, para ello utilizo la de Morales en uno de sus últimos escritos¹⁰. “La interpretación del patrimonio es un proceso creativo de comunicación estratégica, entendido como el ‘arte’ de conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso patrimonial visitado”.

¿Qué quiere decir con *comunicación estratégica*? Que tiene un objetivo que cumplir y es decisivo para el desarrollo de esas conexiones que pretende establecer. Intelectual y emocionalmente.

Los romanos hablaban del *genius loci*, el espíritu del lugar. Interpretar es hacer evidente ese espíritu del sitio, de una forma holística, valores materiales, simbólicos y de pertenencia en un todo complejo que es mucho más fácil de transmitir orientándonos al total de la persona y no a una de sus partes, provocando sensaciones, o apelando a una presentación emotiva, todo ello con el fin de resultar una experiencia agradable y enriquecedora.

Sobre el concepto de comunicación, Sam Ham observó cuatro características necesarias en la IP: debe ser entretenida; debe ser relevante; debe estar organizada y debe tener un tema. Esto último siempre parece una perogrullada, pero vale esta aclaración sencilla: muchas veces estamos frente a una persona que nos habla intensa y locuazmente, nos eclipsa, pero cuando nos despedimos tenemos la convicción de no saber qué dijo o qué quiso decir. El tema es el punto principal de lo que queremos comunicar acerca de un rasgo del patrimonio.

Ser entretenida es muy claro y relevante también, si nos atenemos al primer principio de Tilden (busca más arriba nuevamente). Cuando dice organizada no se refiere a un problema de horarios, modalidades, normas, etc., sino a la estructura misma de la comunicación y a la facilidad y falta de esfuerzo de nuestra audiencia para captar tal

¹⁰ MORALES MIRANDA, Jorge. “El sentido y metodología de la interpretación del patrimonio”. Universidad De Vic (en prensa).

mensaje. Hay límites en la cantidad y organización de temas, y, por ejemplo, los que saben mucho de esto, dicen que cinco es el mayor número de ideas diferentes que podemos utilizar con la certeza de que sean manejadas por nuestros visitantes.

El proceso de la Interpretación del patrimonio

Según Jorge Morales Miranda	Según el Nacional Park Service (adaptado de David larsen)
<ul style="list-style-type: none"> a) Se parte del reconocimiento de una necesidad: hay que conservar el patrimonio –visitado o visitable–, explicándolo <i>in situ</i>, para conseguir el aprecio y una actitud de custodia por parte del público. b) Se estudia y se analiza toda la información posible relativa al recurso patrimonial. Incluso hay que analizar qué recursos tienen más potencial interpretativo y cuáles tienen menos (no se puede hacer interpretación en todas partes). c) Hay que determinar y analizar a la audiencia real y potencial: qué tipo de público es el que visita o podría llegar a visitar el lugar. d) Se comienza a concebir y diseñar de forma creativa un mensaje atractivo, breve, claro y directo (ABCD). e) Hay que seleccionar el medio y las técnicas de interpretación adecuadas. f) Tenemos que conseguir que el público tome contacto con ese mensaje: que lean un texto de una exposición, que escuchen a un guía, etc. g) El proceso concluye con una idea bastante clara en la mente de los visitantes: un significado que les estimule a una determinada actitud. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Definir el sitio tangible, objeto, persona o acontecimiento que queremos que el público aprecie y respete. Analizar exhaustivamente toda la información necesaria. b) Identificar los significados intangibles que enlazan con los atributos tangibles del recurso. c) Identificar los conceptos universales (ideas intangibles importantes para la mayoría de las personas). d) Identificar las características del público. e) Determinar la idea central incluyendo en ella un concepto universal (esta idea central se redacta con <i>sujeto, verbo y predicado</i>). f) Seleccionar técnicas interpretativas que ayuden a conectar al visitante emocional e intelectualmente con los significados, relacionando éstos con la idea central. g) Presentar al público las ideas complementarias de forma cohesiva, desarrollando oportunidades para establecer conexiones y reforzando la idea central.

Creo que lo más interesante por resaltar de estos cuadros es el concepto de conectar tangibles e intangibles. Definamos algunos conceptos:

Elementos y atributos tangibles: nos referimos a las propiedades de índole física del rasgo o sitio patrimonial.

Elementos intangibles: conceptos y propiedades de índole abstracta que surgen a partir de los atributos tangibles del recurso. Por ejemplo, cálido, cautivador, suave, engañoso.

Conceptos universales: son también conceptos abstractos pero de carácter superior o elevado en la valoración que posee el visitante. Por ejemplo, amor, libertad, paz, ideales.

Conexión emocional con el visitante: oportunidad que ofrece el texto para producir emociones en el público

Conexión intelectual con el visitante: oportunidad que ofrece el texto para que el público comprenda conceptos e ideas

Podríamos así seguir recorriendo temas y temas como los estudios de público, el establecimiento de los temas, la técnica de comunicación oral y escrita, los medios interpretativos personales y no personales, la evaluación, etc. Pero esto es un artículo y no un curso sobre Interpretación.

Dijimos que la IP 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. Pero también es un eficaz instrumento de gestión para reducir los impactos negativos e infundir unas actitudes y comportamientos positivos para con el patrimonio (incluido el entorno social)¹¹. Para ello hay que introducir el concepto de planificación interpretativa.

La disciplina ofrece una técnica para vincular eficazmente al patrimonio y la sociedad, pero para racionalizar su aplicación necesitamos de un proceso de planificación, de forma que la oferta de “servicios interpretativos” sea ordenada y eficaz. Hablamos entonces de una herramienta con una amplia versatilidad que nos permite trabajar en la esfera del turismo cultural, en la difusión del patrimonio en general y en la gestión de poblados y centros históricos, yacimientos o lugares de interés cultural, así como del uso público en espacios naturales protegidos, jardines botánicos y parques zoológicos.

Quizá sea ésta la dimensión de la disciplina menos conocida y con menor inserción práctica en la gestión del patrimonio natural y cultural, pero sin duda es la clave de la relación del público y el patrimonio en el marco de la gestión integral de territorios y equipamientos.

Sus finalidades son amplias y variadas: comunicar el significado del lugar de forma interesante y efectiva, contribuir a la satisfacción de las necesidades del visitante, proteger los recursos, favorecer un buen uso del territorio concentrando o dispersando a los visitantes. La lista se completa con objetivos de índole menos específica, pero no por ello de menor importancia, como intentar mejorar la calidad de vida de los habitantes locales, promover una buena imagen de la institución gestora y producir ahorro de recursos económicos en los presupuestos de gestión y mantenimiento.

Esta planificación, nos precisa Morales en su libro, conduce a la elaboración de las recomendaciones oficiales para la institución que gestiona los recursos y establece las políticas relativas al desarrollo, filosofía y ejecución de los programas interpretativos, relacionando programas, servicios, medios y personal para obtener los fines propuestos.

¹¹ MORALES MIRANDA, Jorge. “La planificación interpretativa asegura la excelencia en interpretación”, En <http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/docs/pdf/Planificacioninterpretativa.pdf>

Sin pretender entrar más en su práctica, sintetizamos a continuación las etapas del proceso de planificación:

1. Estado previo o análisis de la situación de partida.
2. Formulación de objetivos (con actitud realista y verificables en la evaluación)
3. Inventario de recursos, y recopilación de información (específica)
4. Análisis: potencial interpretativo del recurso, conocimiento de los destinatarios, objetivos para la interpretación, selección de temas y definición de medios y equipamiento.
5. Síntesis: confluencia de ideas, propuestas, necesidades y recursos con el objeto de redactar el
6. Plan de Interpretación: documento dinámico que establece, regula y organiza la toma de decisiones para la
7. Ejecución del plan y su posterior
8. Evaluación y seguimiento.

Para concluir esta exposición del estado de la cuestión de nuestra disciplina, vamos a dedicar algunos párrafos al análisis sobre la oferta de formación en la misma en España. En nuestro país, la formación reglada o universitaria se limita al curso de posgrado realizado desde hace casi diez años por la Universitat Oberta de Catalunya y a algunos módulos que se insertan dentro de diferentes carreras: ciencias ambientales, turismo... En este caso, el número de horas dedicadas y el tratamiento responden exclusivamente al interés del profesorado. Más allá de estos casos existe una gran oferta de cursos de duración y temática variada organizados por consejerías de medio ambiente y cultura, el ministerio de medio ambiente, empresas públicas, etc. Por desgracia, todos estos cursos se desarrollan sin un verdadero control de la calidad.

Desde nuestra particular perspectiva, creemos que el intérprete de patrimonio debería formarse en una licenciatura que podría estar ubicada entre la educación y la comunicación. O bien ser una formación de posgrado para diversas licenciaturas. Hoy creo que apenas estamos en una formación autodidacta, autónoma, disgregada y a nivel de los módulos de formación profesional. Una formación por horas y totalmente desestructurada tanto en contenidos como en sitios donde acceder a ella. Salvo el caso de la UOC, la inmensa cantidad de módulos en cursos largos o maestrías no alcanzan a configurar ni el más mínimo perfil de un profesional imprescindible.

Las instituciones educativas apenas reparan en esta disciplina, y aunque la conocen y la quieren ver descrita en sus programas, no hacen nada por adecuarse a generar sistemas reglados para su estudio. Las administraciones públicas nacionales, autonómicas y locales, saben de sobra de su existencia, pero no forman a sus técnicos, quienes son luego los encargados de exigir calidad en los equipamientos y dotaciones de uso público, en espacios naturales protegidos o en museos o centros de visitantes de amplia temática que asolan los territorios españoles.

Uso Público¹²

La dinámica introducida por las renovadas demandas de ocio por parte de la sociedad, turismo cultural y de naturaleza, tienen, en su mejor proyección, una respuesta adecuada en el universo del patrimonio natural que esperamos sea compartida por los gestores culturales territoriales: el concepto de uso público.

Se trata de la ordenación de actividades producidas por la demanda de naturaleza con fines recreativos, educativos y turísticos, a la que podemos agregar ahora también respuestas a la demanda socioeconómica de las poblaciones locales.

Según EUROPARC España, el uso público es el conjunto de equipamientos, actividades y servicios que, independientemente de quien los gestione, debe acometer la administración del espacio natural protegido con la finalidad de acercar a los visitantes a sus valores naturales y culturales, de una forma ordenada y segura, que garantice la conservación y difusión de éstos a través de la información, la educación y la interpretación ambiental¹³.

Siguiendo con esta definición, el uso público cumple una serie de funciones básicas relacionadas con la visita de los ciudadanos a los espacios naturales protegidos: divulgación, información-orientación, recreación, interpretación del patrimonio, educación ambiental, comunicación, seguridad, turismo (oferta complementaria), señalización, etc. Además, puede llevar una serie de funciones asociadas a las anteriores: capacitación, publicaciones, promoción y comercialización.

La pregunta que cabe hacerse es ¿por qué los gestores del patrimonio cultural disperso en el territorio carente de protecciones especiales no promueven este concepto, incluso cuando existe el conocimiento de la alta fragilidad de los recursos patrimoniales tangibles e intangibles?

Hay una gran carencia en el ámbito de la gestión cultural y patrimonial, la falta de planificación, o, lo que es lo mismo, el acometer proyectos de restauración, recuperación de emergentes materiales de otras épocas, realización de equipamientos culturales de difusión patrimonial (museos etnográficos, ecomuseos, parques culturales, rutas o itinerarios, centros de visitantes mal llamados de interpretación, etc.), sin conexión con el territorio ni estudios históricos que apunten a la contextualización de dichos equipamientos y los recursos tangibles e intangibles de un territorio.

La planificación es el primer paso antes de programar actuaciones.

Tanto los “naturales” como los “históricos” se ven superados por las demandas y muchos diseñan sus programas de instalaciones de acogida, difusión e interpretación,

¹² SALAS ROJAS, Juan Manuel et.al. “La Interpretación del Patrimonio en la relación del Patrimonio y la Sociedad en prensa; Interpretación y Uso Público en Espacios Naturales Protegidos”. En *Uso Público en Espacios Naturales Protegidos y Difusión del Patrimonio Cultural*. Sevilla: AIP, 2007 (en prensa). MARTÍN GUGLIELMINO, Marcelo. “O coñecemento mutuo como estrategia dunha xestión coordinada entre o medio ambiente e a cultura”. *Revista Interea Visual*, n. 5, septiembre 2005, pp. 7-11.

¹³ Europarc-España, Organización implicada en la planificación y gestión de los espacios naturales protegidos del Estado español. www.europarc-es.org/

gabinetes pedagógicos o aulas de naturaleza sin haber tenido la precaución de analizar los aspectos prioritarios del uso público: tipo y cantidad de visitantes, situación, tipología, diversidad y accesibilidad física e intelectual de los recursos naturales y culturales susceptibles de convertirse en productos culturales de consumo, y, por ende equipamientos de uso público; algo insospechado como la capacidad de acogida (en algunos monumentos como la Alambra recién se tuvo en cuenta este concepto hace muy pocos años), tanto de los espacios naturales como de los recursos patrimoniales; conocimiento del grado de desarrollo de la oferta turística que les afecta; sistemas de transporte privado y público no sólo en parques naturales sino también en territorios culturalmente frágiles con poblados históricos carentes de infraestructuras; etc.

La demanda turística se centra habitualmente en los lugares más emblemáticos del territorio con los consiguientes impactos negativos e insatisfacción de los visitantes, caso que hace muy difícil un cambio de sentido debido a una falta primigenia de planificación.

La aplicación del concepto de uso público en territorios no protegidos significa organizar lo disperso, encauzar las actividades no reguladas, aprovechar las sinergias que producen los programas de desarrollo local. En síntesis, nuestros poblados históricos o comarcas con una fuerte identidad cultural no pueden carecer de uso público, no pueden mantener la falta de regulación de la estancia y actividades de los visitantes, aún cuando a veces existen equipamientos y servicios, pero irracionalmente localizados, como tampoco carecer de una serie estudiada y planificada de mensajes, tanto los estrictamente informativos como los de carácter interpretativo y educativo, que permitan mejorar el sentido de responsabilidad del ciudadano de forma que acreciente su sensibilización y actitud de respeto hacia el patrimonio.

Después de trabajar varios años en la administración de cultura de la Comunidad Autónoma de Andalucía, creo oportuno hacer un llamado a los gestores de patrimonio acerca de tres acciones básicas que podrían tender a comprender e implementar un sistema de uso público en territorios no protegidos: proponer delimitaciones territoriales sustentadas en homogeneidad territorial, cultural y productiva (comarcalización); realizar inventarios patrimoniales (tangibles e intangibles) relacionados con dichas delimitaciones; realizar una planificación cultural e interpretativa de dichos territorios y, finalmente, fomentar la coordinación de administraciones de forma que la realización o adecuación de recursos patrimoniales, la construcción de nuevos equipamientos culturales complementarios, la difusión e interpretación, los programas educativos y la oferta turística se organicen de forma coherente y relacionada con el territorio tanto en su pasado como para su futuro.

Debemos intentar, “naturales” e “históricos”, abandonar la sustitución de la programación por la planificación. Podemos afirmar que se trabaja en programas donde se reúnen un conjunto de actuaciones en las diferentes áreas de la gestión (conservación, documentación, difusión, interpretación, educación, señalización, ejecución de equipamientos, etc.), pero sin disponer de un diagnóstico de partida o una estrategia general para la gestión (por no introducir el concepto de falta de modelo de gestión, que requeriría de un análisis más profundo para el que no hay espacio en este artículo). Tareas y acciones carentes luego de compatibilidad, coherencia argumental y de objetivos, dispersión territorial, falta de eficacia y otros sesgos que no enumeramos para no abrumar más al sufrido lector.

Frente a la perspectiva planteada hasta el momento, conviene concluir con una serie de propuestas prioritarias para el desarrollo o aplicación de la interpretación. Valgan éstas como aportaciones que permitan enriquecer la gestión del patrimonio natural y cultural en el territorio, reforzando su implantación y desarrollo.

La interpretación del patrimonio debería estar contemplada en los planes y programas de uso público, mediante criterios incluidos en los modelos específicos y como línea de actuación claramente delimitada. Para ello, consideramos oportuno incluir criterios interpretativos en los planes y programas de uso público, así como inventariar y evaluar la potencialidad interpretativa de sitios y rasgos en los territorios culturales y espacios naturales protegidos.

Es básico poner en marcha un programa de “buenas prácticas” en interpretación del patrimonio; para establecer un modelo de interpretación, donde queden definidos los objetivos de servicio y de comunicación, los indicadores, las herramientas para llevarlo a cabo y los medios para su evaluación.

Para alcanzar una visión integradora y de conjunto se propone la utilización de tres temas generales: el paisaje, el patrimonio integral y el desarrollo sostenible.

Debería mostrarse el patrimonio natural y cultural a través del paisaje para relacionar e integrar el patrimonio natural y cultural vinculado e identificar los procesos de evolución del territorio. En este sentido, podrían identificarse los paisajes representativos a partir de las regiones ecológicas ya identificadas. A partir de aquí, y para los espacios naturales protegidos de cierta magnitud y diversidad (parques naturales), se pasaría a identificar los paisajes significativos de cada uno. Además de estos paisajes se individualizarían los sitios y rasgos naturales y culturales asociados (relacionados con el patrimonio etnográfico).

El ámbito geográfico de aplicación de estos temas no debería ceñirse siempre a los límites del espacio natural protegido o la delimitación histórico cultural del territorio en cuestión. Esto dependerá de las relaciones de influencia que se quieran mostrar con respecto al resto del territorio. De igual manera, algunos espacios protegidos por su uniformidad paisajística no permiten una aproximación desde el punto de vista paisajístico, sino que requieren de la identificación de rasgos relevantes en su territorio.

Se debería, asimismo, mostrar el desarrollo sostenible a través de los usos y la conservación del espacio protegido para sensibilizar acerca de la necesidad de que se compatibilicen ambas visiones y contribuir a amortiguar los efectos indeseables derivados de las actividades turísticas y recreativas.

Para los equipamientos y dotaciones, y sus correspondientes servicios, se propone la selección de equipamientos susceptibles de convertirse en interpretativos a partir de los ya existentes, para incluirlos en los programas de uso público.

Por último, también son imprescindibles otras dos actuaciones

- La incorporación de las técnicas interpretativas al diseño y elaboración de los contenidos en proyectos de dotación de equipamientos de recepción (centros de

visitantes, puntos de información y ecomuseos), y recreativos (senderos señalizados, miradores y observatorios), así como en los jardines botánicos.

- La integración de la interpretación ex situ e in situ mediante la creación de conjuntos coherentes de equipamientos: centros de visitantes, senderos, miradores y observatorios, y la vinculación (quizá debiéramos decir creación) de ecomuseos con sitios de interés del espacio natural protegido, para darle proyección territorial a los temas tratados en el ecomuseo. Todo ello completado con diseño de programas de interpretación guiada para los equipamientos recreativos, incluidos los carriles cicloturísticos.

Del recurso a las estrategias de desarrollo local sustentadas en el patrimonio

Muchas veces las administraciones regionales o autonómicas tutoras de los temas de desarrollo local a partir de los recursos culturales están demasiado lejos de la población y sus necesidades más inmediatas. Las preocupaciones por los grandes monumentos y la conservación de un patrimonio de primera línea, provocan una ausencia institucional en instancias locales y frente a patrimonios que, a esta altura de las circunstancias, no pueden ser tildados de menores.

No se trata de programas de conservación ni documentación, sino de desarrollar alternativas para que, a través del estudio conjunto e interdisciplinario de la relación entre el patrimonio natural y cultural y la vida de sus habitantes, se trabaje concretamente sobre dos objetivos básicos:

- la valoración y difusión del patrimonio
- su recuperación y reconversión en producto cultural identificable y comercializable para, entre otros objetivos, apoyar el turismo local, nacional e internacional, permitiendo así la captación de fondos dispersos (europeos, nacionales, autonómicos, privados) que financien proyectos adecuados de intervención, conservación, documentación y difusión, sin repercutir seriamente sobre los presupuestos de la administración local.

Concretando aún más esta tarea diremos que sus objetivos serán:

- asesoramiento y cooperación para la propuesta y desarrollo de proyectos concretos de puesta en valor y difusión del patrimonio local
- interrelación con otros patrimonios locales de su misma comarca cultural
- coordinación con las demás áreas del proyecto de desarrollo para el asesoramiento y preparación de la documentación para la obtención de fondos a nivel europeo, nacional o comunitario;
- asesoramiento y ayuda en la definición de temáticas patrimoniales más acordes para su identificación local y regional;
- coordinación de esfuerzos entre ayuntamientos para la generación de programas cooperativos en difusión del patrimonio;
- divulgación científica del trabajo de reconversión del patrimonio en producto cultural que identifique a su población y le sirva como moneda de cambio en el proceso de intercambio cultural y desarrollo local a través del turismo; etc.

Dijimos en el inicio de este texto que la difusión es la actividad que permite convertir al objeto patrimonial (recurso) en producto patrimonial. ¿qué entendemos por producto patrimonial?

Debemos aclarar primero que no todo el patrimonio es un recurso, al menos desde la perspectiva de su integración en estrategias de explotación sostenible relacionadas con el turismo y/o el desarrollo local¹⁴. Entendemos por **recurso patrimonial** aquel medio que nos permite, dentro de una planificación cultural a escala regional comarcal o municipal, utilizar su capacidad de ser un referente histórico o natural, poseer un potencial de ser interpretado de acuerdo a temáticas generales adecuadas y capaz de recibir una explotación sostenible que permita formar parte de un programa de desarrollo social y económico sustentado en el turismo cultural.

Definimos 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. 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.

Patrimonio y Sociedad. El compromiso de una gestión integral

Para finalizar, quiero dejar una reflexión final sobre la Difusión del Patrimonio, tema central de este artículo. Concluimos en que podemos plantear la Difusión 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 la que nos propone la Interpretación del patrimonio: 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 Morales¹⁵, “una disciplina que conecta con la manera de pensar de los visitantes, y en todo momento pretende la efectividad de su intervención; efectividad no es otra cosa que:

¹⁴ MARTIN, GUGLIELMINO, Marcelo. “Interpretación del patrimonio y la gestión de los recursos culturales”. En Coord. Roser Calaf y Olaia Fontal. *Miradas al patrimonio*. Gijón: Editorial Trea, 2006.

¹⁵ Ibidem, p. 10.

- 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”.

El hombre de la sociedad mediática está condenado a perseguir simbólicamente la realidad que los simulacros le ocultan. De ahora en adelante, lo único que podrá hacer la humanidad es renunciar al deseo moderno de dominar el mundo de los objetos. Mientras más información, menos significado. Es de temer que en esta época, la creación de simulacros patrimoniales, al introducir nuevos conceptos en la difusión del patrimonio dentro de estrategias más ligadas a la comunicación que englobadas en procesos de tutela, interrumpa o condicione, de forma hasta ahora no evaluada, el necesario contacto del ciudadano con su patrimonio, destruyendo así la dimensión cultural del contexto patrimonial.

Desde nuestro trabajo cotidiano, y en la planificación de nuestra proyección futura, queremos establecer un nexo intelectual con el giro que viene produciéndose en las instituciones y las políticas patrimoniales, que supone centrarse en la comunidad frente al interés por los objetos. Del objeto al sujeto. Ello implica una mayor tendencia hacia la descentralización y territorialización de la gestión del patrimonio, hecho que comienza a tener sus concreciones en nuestra región.

Nos enfrentamos al reto futuro de mantener la difusión del patrimonio en una permanente actualización ideológica, donde prevalezcan los valores humanísticos, el compromiso con una gestión que no ponga en peligro nuestra herencia cultural y que consiga que todas las actividades que se realicen en torno del patrimonio sean un factor más de desarrollo social y económico.

Fecha de terminación: Noviembre de 2007