

IV SEMINARIO DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO

(11, 12 y 13 de junio de 2009, Valsain-Segovia)

Resultados y acuerdos del encuentro



Causan baja en el seminario:

Javier Arbuniés

Jesús Mateos Mateos

Luisa María Gómez del Águila

Resultados del encuentro:

1- Se desarrolló una videoconferencia formativa sobre “Los elementos insustituibles en la formación de intérpretes” a cargo de Sam Ham (Department of Conservation Social Sciences, College of Natural Resources, University of Idaho, EEUU). En el **Anexo I** se adjunta el texto de la ponencia y la presentación empleada. Esta ponencia se encuentra disponible durante un tiempo sin determinar en los siguientes links:

<http://mediasite.for.uidaho.edu/mediasite/Viewer/Viewers/Viewer320TL.aspx?mode=Default&peid=85e01814-84b0-4194-bcee-4b1b27a8681f&pid=8897f8e4-414d-41e2-961e-008a168cb80f&playerType=WM7>

ó en: www.EcologyOnline.net/seminars.htm

2- Se presenta y se avala por parte de todos los asistentes al seminario el documento “Bases para la definición de competencias en Interpretación del Patrimonio” como documento base de referencia en las acciones formativas. En el **Anexo II** se adjunta este documento.

3- Con respecto a la Formación reglada, Teresa Fernández presenta la situación actual legislativa en la formación en Interpretación del Patrimonio y traslada una serie de demandas que la Federación de Entidades de Educación Ambiental (FEEA) propone al seminario. Tras un extenso debate se responde a dicha Federación: ver **Anexo III**. Este anexo será remitido a la FEEA por parte del coordinador del Seminario.

A su vez, se toma como compromiso difundir y hacer llegar a las consejerías autonómicas de educación y al Ministerio de Educación el documento elaborado por el Seminario como documento revisado de referencia base que garantice la correcta docencia en IP. Esta tarea se desarrollará a través de los coordinadores del Seminario, desde el CENEAM y aprovechando la vinculación existente con el Ministerio por parte de la FEEA.

4- Con respecto al análisis de la formación en Interpretación en España, tras la presentación llevada a cabo por parte de Marlene Anaya y Malena Lloret, se acuerda realizar informes personales sobre la formación actual en cada comunidad con objeto de elaborar un informe único. La realización de los informes personales deberá desarrollarse antes de fin de 2009, se deben enviar al correo del coordinador (Alberto Jiménez: ostadar@ctv.es) y éste los remitirá a Marlene Anaya para que elaboren el informe a presentar en el próximo encuentro 2010 del Seminario.

5- Difusión de la IP en España. Lola Falcó llevó a cabo una presentación sobre un esquema base de estrategia de comunicación-difusión de la IP. Centrada en esa estrategia, expuso una serie de líneas de actuación (se adjuntan en el **Anexo IV** las líneas generales de trabajo para la difusión) de las cuales el Seminario optó por intentar desarrollar algunas de ellas. Concretamente:

- Compromiso desde el seminario de invitar a elaborar un documento de consenso (CEFAPIT-AIP) para la formación en IP en la Diplomatura de Turismo en las Universidades.
- Elaboración de una batería de temas a proponer a las Universidades. Para desarrollar líneas de investigación en éstas (centrándonos prioritariamente en las

que ya se tienen contactos: Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de A Coruña, Universidad de Extremadura, Universidad de Alicante)

- Solicitar presencia para estar en un subcomité técnico de AENOR (se empleará el modelo de solicitud ya elaborado por Carlos Ortega)
- Iniciar trámites para elaborar un folleto de difusión para gestores (AEGP, Europarc-España, etc...)
- Comunicar a la AIP las líneas de trabajo presentadas por Lola Falcó y los compromisos adquiridos citados anteriormente.

6- Observatorio de buenas prácticas sobre comunicación e interpretación del patrimonio. Alberto de Armas hace una presentación sobre el trabajo desarrollado: elaboración de una encuesta, lanzamiento y resultados obtenidos de las respuestas recibidas hasta la fecha (Ver **Anexo V**). El grupo de trabajo se compromete a:

- Solicitar a la AIP (a las personas asociadas) información y posibles sugerencias a cerca de colectivos existentes que sean posibles destinatarios de la encuesta elaborada (todo ello con objeto de aumentar el campo de muestreo)
- Para facilitar la gestión y el contacto de envío-recepción de la encuesta, incluir en la lista de correos de la AIP un correo específico de este trabajo.
- El listado de colectivos que se obtenga, enviarlo al CENEAM para que esta entidad contacte con ellos y enviar la encuesta.
- Se mantiene el criterio de, tras obtener resultados, enviar esta información elaborada a todas las personas /colectivos que hayan respondido a la encuesta.
- Esta información obtenida, especialmente aquella relacionada con la formación en IP, será remitida al grupo de diagnóstico de la formación en EP constituido por Marlene Anaya y Malena Lloret.

7- Como representación de la CEFAPIT, Carlos Ortega (apoyado por Juan Vicente Ledesma) desarrollaron una presentación sobre la Norma europea de Servicios Turísticos UNE –EN de Requisitos para la prestación de programas de formación y cualificación profesional de guías de turismo.

Derivada de esta presentación, se constata la deficiencia sobre formación y evaluación en Interpretación que tienen los guías turísticos en España para cumplir con la Norma. Se plantea: ¿De qué forma el Seminario puede colaborar en subsanar las deficiencias detectadas?

Como concreción, el Seminario propone informar a la AIP de las necesidades de la CEFAPIT con objeto articular el posible diseño, ponentes y la gestión de acciones formativas básicas a través de un posible acuerdo o convenio AIP-CEFAPIT.

Otras cuestiones:

- Se enviará a todos los asistentes las presentaciones efectuadas en el Seminario.
- Se mantienen las fechas del próximo seminario a celebrar en la primera quincena de junio (tras la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente)
- Tras la celebración del encuentro del Seminario, en contactos con Sam Ham, éste ha accedido gustosamente a formar parte de este Seminario.
- Por decisión del coordinador y por guardar la coherencia con otros seminarios del CENEAM, los documentos a divulgar desde la web del CENEAM serán documentos presentados en los encuentros y que sean de interés para el público en general. Los documentos internos, presentaciones hechas por los grupos de trabajo, actas y compromisos, etc... serán enviados de forma directa a los componentes del propio seminario. Al respecto, en la web se colgarán **los anexos I, II, III y V del pasado encuentro.**

Los Elementos Indispensables en la Formación de Intérpretes

Sam H. Ham, Ph.D.
Department of Conservation Social Sciences
University of Idaho
USA

Presentación al Seminario para la
Interpretación Natural y Cultural en España

11-13 de junio de 2009

Deseo agradecer a Alberto por invitarme a que ofrezca algunas opiniones sobre los elementos indispensables y esenciales de los programas de formación en interpretación en España. Pienso que lo que ustedes están haciendo es importante y oportuno, y que reportará grandes dividendos en los próximos años. Por eso, además de agradecerles, les ofrezco mis felicitaciones sinceras por este importante esfuerzo.

Hoy voy a hacer tres observaciones. La primera tiene que ver con la calidad que debemos aparejar a la interpretación profesional, y las otras dos se centran más en la manera en que formamos a los futuros intérpretes a pensar, razonar, y abordar su trabajo.

1. El Modelo TORA:

Como muchos de ustedes saben, he dedicado mi vida profesional a intentar entender las características de la interpretación efectiva y exitosa (lo que para mi significa una interpretación que atrae y mantiene la atención y que se centra en una idea relevante). Estas características sólo son cuatro, después de más de un siglo de investigaciones sobre cómo la comunicación influye en el ser humano. Ustedes las reconocerán como el modelo TORA

que he investigado y he enseñado las últimas tres décadas a más de 40.000 intérpretes en unos 50 países.

Creo que estoy siendo profesionalmente objetivo cuando digo que estas cuatro letras (T, O, R, y A) ahora constituyen una especie de “estándar mundial” para el profesionalismo en la interpretación. El modelo TORA (y su más viejo hermano, el marco AROT) se ha adaptado a los programas interpretativos por todo el mundo, y hoy en día constituye una parte central de la formación de intérpretes en la mayoría de los lugares donde he trabajado.

Por esta razón, no podría ofrecerles unas recomendaciones honestas para el futuro de la formación en interpretación en España sin primero mencionar este modelo básico y fundamental. Cada una de las letras trae con ella un sistema de métodos y técnicas que un intérprete debe entender y utilizar para dar calidad a su interpretación. Considero que capacitar en los fundamentos del modelo TORA es un elemento esencial de la formación en interpretación en cualquier parte, especialmente en países como España donde hay un fuerte compromiso con el desarrollo profesional.

2. Hay que conocer a la audiencia:

La segunda observación que deseo ofrecerles tiene que ver con la perspectiva del intérprete principiante, es decir, cómo les enseñarán ustedes a los futuros intérpretes a prever a sus audiencias y lo que su trabajo pretende lograr con esa gente. Es decir, ¿cuál es el resultado que produce la interpretación efectiva?

Déjenme comenzar con la necesidad de entrenar a los futuros intérpretes en la capital importancia que tiene el conocer a sus audiencias. No quiero decir simplemente que es importante que conozcan sus características socio-demográficas, que pueden ser útiles hasta cierto punto. Sino que es necesario enseñarles a cómo comprender a sus audiencias, para que así puedan ajustar su enfoque y metodología de acuerdo a lo que saben acerca de esa audiencia. En la comunicación, todas las cosas dependen de la audiencia, y cuando la audiencia cambia, todo lo demás virtualmente puede cambiar también. Lo que pudo tener éxito para una determinada audiencia, podría fallar para otra.

Esto es obvio para todos nosotros, pero, precisamente porque es tan obvio, a menudo no se le da el debido énfasis en la formación en interpretación.

Treinta años de experiencia me han enseñado que los intérpretes principiantes simplemente deben saber cómo aprender acerca de sus audiencias (cuáles son sus intereses, sus capacidades, sus gustos y preferencias, y cómo se divierten). Los intérpretes que tienen respuestas a este tipo de preguntas pueden adecuar su enfoque y estilo comunicativo de acuerdo a las características de la audiencia. Éstos, en mi opinión, son los intérpretes más acertados y exitosos.

3. ¿En qué consiste el “éxito” en la interpretación?

Sin embargo, para lograr el éxito (o ser efectivos), los futuros intérpretes primero deben tener claro en su propia mente en qué consiste el “éxito” en la interpretación. En otras palabras, ¿cómo pueden lograr el éxito si no saben lo que es?

Lamentablemente, en algunos lugares todavía subsiste la errónea idea de que el propósito de la interpretación es enseñar a la audiencia, y que el principal indicador del éxito interpretativo es el número de los datos que la

audiencia puede recordar. Según esta idea, tenemos éxito cuando nuestras audiencias son capaces de contestar correctamente a preguntas sobre el contenido técnico que un producto interpretativo les presenta.

A esto lo llamo el “modelo maestro dice”, donde los intérpretes dan los datos a los visitantes y después evalúan su propio funcionamiento en función de cuántos de esos datos puede recordar la audiencia más tarde.

Permítanme decir que es natural que los intérpretes principiantes piensen de esta manera, porque poseen mucho conocimiento técnico, y hasta cierto punto, probablemente obtuvieron el empleo debido a este conocimiento. A veces, sin embargo, esto da al principiante una idea incorrecta sobre cuál es el propósito de su trabajo y el resultado que quiere alcanzar.

La mayoría de los intérpretes saben que nuestra meta es conseguir que nuestras audiencias aprecien los lugares y rasgos que interpretamos. Pero es una gran equivocación presuponer que simplemente con entregar más conocimiento a la audiencia eso la va a conducir a apreciar. Los estudios sencillamente no apoyan la idea de que el aprender, en sí, crea el aprecio.

Por lo tanto, es incorrecto juzgar el éxito de nuestros esfuerzos según la cantidad de datos que pueda recordar la audiencia.

Ésos son dos mundos distintos: recordar y apreciar. Lograremos un gran avance profesional si somos efectivos en convencer a la siguiente generación de intérpretes en lo que Freeman Tilden intentó decirnos hace más de medio siglo: la interpretación no es instrucción, sino que es provocación.

Gracias a centenares de estudios, hoy en día sabemos que la principal manera en la que la gente llega a apreciar algo es pensando mucho (y de un modo positivo). Esto es simplemente lo que Tilden intentó decirnos. Él sabía (y los estudios actuales lo han probado) que la capacidad de cualquier visitante para desarrollar un aprecio reside en los pensamientos que ella o él ha tenido en su propia cabeza.

Por eso, el trabajo del intérprete no consiste sólo en impartir su conocimiento a sus visitantes, sino en presentar unos datos seleccionados con el propósito de provocar el pensamiento en los visitantes, y que creen sus *propios*

conocimientos, su *propia* comprensión. De esta comprensión puede surgir y desarrollarse el aprecio y el amor.

Por lo tanto, en lugar de entender el “éxito” como unos visitantes que dan respuestas correctas a preguntas sobre nuestro contenido, ¿no sería mejor contar y clasificar el número de nuevos pensamientos que nuestra interpretación generó en sus cabezas?

Según la psicología cognitiva, la respuesta es definitivamente sí.

Bueno, espero que algunas de estas observaciones sean útiles para ustedes mientras continúan desarrollando su visión para formar a los intérpretes del futuro. Me gustaría mucho mantenerme informado sobre su proceso o contribuir otra vez en un futuro cercano. Una vez más, las felicitaciones y les agradezco mucho por invitarme a que haga esta breve presentación.

Buen día.



Los Elementos Insustituibles en la Formación de Intérpretes

(Algunas observaciones)

Sam H. Ham
Universidad de Idaho



Elemento 1: Modelo TORA

- Temática
- Organizada
- Relevante
- Amena



Elemento 2: Hay que conocer a la audiencia

- Sus características
- Sus intereses
- Sus gustos
- Sus preferencias
- Como se divierte



Elemento 3:

¿Qué constituye el “éxito” en la interpretación?

- ¿Cuál resultado debe producir?



Modelo de Interpretación “El maestro dice”

- El maestro dice
- El estudiante regurgita



El objetivo principal de la interpretación no es la instrucción, sino la provocación.

Freeman Tilden (1957)



Un intérprete hace una diferencia cuando los visitantes crean significados propios.

Meaning Making is the "End Game"





¡Gracias!

Bases para la Definición de Competencias en Interpretación del Patrimonio

Fundamentos teóricos y metodológicos para definir las Competencias Profesionales de Especialistas en Interpretación del Patrimonio en España

Autores de la adaptación de este documento:

Jorge Morales Miranda
Francisco "Nutri" Guerra Rosado
Araceli Serantes Pazos

Consultor en Interpretación del Patrimonio, Algeciras
Servicios de Educación y Estudios Ambientales, S.L. (SEEDA), Sevilla
Departamento de Pedagogía e Didáctica, Universidade da Coruña

**Seminario Permanente de Interpretación del Patrimonio
Centro Nacional de Educación Ambiental - CENEAM, España**

Contenidos del documento

1. Introducción
2. La interpretación es un conjunto de métodos y técnicas de comunicación
 - 2.1. La definición de interpretación no es inmutable
 - 2.2. Hay tres interpretaciones esenciales
 - 2.3. La interpretación puede ser atendida o no atendida por personal
 - 2.4. Principales aportaciones al acervo teórico de la interpretación
 - 2.5. El técnico con competencias en interpretación puede provenir de diferentes campos ocupacionales
3. La interpretación es un instrumento de gestión
 - 3.1. Los recursos patrimoniales poseen significado y tienen relevancia
 - 3.2. Los visitantes buscan algo que sea valioso para ellos mismos
 - 3.3. Las instituciones tienen una misión que cumplir
4. Metodología de la interpretación
 - 4.1. Aportaciones de la psicología del conocimiento
 - 4.2. La interpretación debe generar conexiones entre el visitante y los significados del recurso
5. Competencias para la interpretación
 - 5.1. Competencias en los fundamentos de la interpretación
 - 5.2. Competencias en los *tres pilares* de la interpretación
 - 5.2.1. Competencia en el Conocimiento del Recurso
 - 5.2.2. Competencia en el Conocimiento de la Audiencia
 - 5.2.3. Competencia en las Técnicas Adecuadas
6. La interpretación es un proceso
7. Pautas para la efectividad del mensaje interpretativo
8. Aspectos competenciales para los técnicos en interpretación del patrimonio
9. Referencias

1. Introducción

Este documento está basado en el texto homólogo del National Park Service de EE.UU. (2007): *Foundational Competencies for All National Park Service Interpreters*[♦], fundamentos que han permitido definir y avanzar en el definitivo perfil de las competencias profesionales de los miles de trabajadores que desarrollan funciones de interpretación del patrimonio (natural y cultural) en esa institución estadounidense.

El texto que aquí aportamos es una adaptación del anterior a la realidad española, e incluye, además, los últimos avances sobre la teoría de la interpretación en el ámbito internacional. Describe los aspectos esenciales de la interpretación desde el punto de vista de su metodología, con el propósito de que pueda contribuir a la futura definición de las **competencias profesionales** de los técnicos y trabajadores que tengan a la interpretación entre sus funciones laborales, sea cual fuere su profesión de origen.

El objetivo de este documento es plantear unos “mínimos comunes” para que cualquier persona –de cualquier profesión de origen– que tenga entre sus funciones “interpretar/ presentar el patrimonio a los visitantes”, conozca, asuma y utilice el lenguaje técnico y la metodología de la interpretación.

El documento va destinado, por tanto, a técnicos que trabajan en el ámbito de las cualificaciones profesionales, en primer lugar, y también a otros profesionales abocados a proyectos de diseño de programas formativos, concededores o no de la interpretación del patrimonio. Las Competencias Profesionales descritas en el apartado 5 son sólo unas propuestas iniciales que habrá que analizar, madurar y, llegado el caso, definir con más precisión por especialistas en definición de competencias profesionales.

Este texto ha sido revisado y ratificado por los integrantes del Seminario Permanente de Interpretación del Patrimonio del CENEAM.

[♦] Texto traducido por la Asociación para la Interpretación del Patrimonio –AIP– como “Bases de la Interpretación”.

2. La interpretación es un conjunto de métodos y técnicas de comunicación

La *interpretación del patrimonio*, tal como la abordamos aquí, es un conjunto de métodos y técnicas de comunicación que se utilizan para revelar el significado de un lugar que es visitado por el público. El objetivo de esta acción es conseguir que, con el entendimiento de los significados por parte del público, éste adopte una actitud de respeto y aprecio por el lugar que visita. Los programas y servicios “interpretativos” deben ser amenos, breves y claros, además de directos en el lenguaje.

Es una disciplina que se puede utilizar por distintos profesionales: biólogos, técnicos en turismo, arqueólogos, historiadores, museógrafos, educadores ambientales, etc. Por lo tanto, la interpretación es una herramienta, una estrategia de comunicación a disposición de cualquier trabajador que tenga entre sus funciones y tareas la atención *in situ* a diverso tipo de visitantes, principalmente público “no-cautivo”.

Aunque puede haber especialistas en interpretación del patrimonio, considerados como profesionales en esta materia, lo más habitual es que se considere una disciplina más que una profesión. Esto quiere decir que, por el momento, es mucho más útil y práctico que la interpretación se integre como materia de estudio para diferentes profesiones y ocupaciones.

2.1. La definición de interpretación no es inmutable

En el Diccionario de la Real Academia Española (Vigésima Segunda Edición) encontramos estas siete definiciones para el verbo *interpretar*:

1. Explicar o declarar el sentido de algo, y principalmente el de un texto.
2. Traducir de una lengua a otra, sobre todo cuando se hace oralmente.
3. Explicar acciones, dichos o sucesos que pueden ser entendidos de diferentes modos.
4. Concebir, ordenar o expresar de un modo personal la realidad.
5. Representar una obra teatral, cinematográfica, etc.
6. Ejecutar una pieza musical mediante canto o instrumentos.
7. Ejecutar un baile con propósito artístico y siguiendo pautas coreográficas.

Conviene aclarar que ninguna de estas acepciones describe o define en su totalidad a la disciplina que nos ocupa. Es más, podríamos asegurar que otras áreas profesionales ya utilizan para sí la palabra (tal y como ocurre con las acepciones 2, 5, 6 y 7), y que algunas familias profesionales cercanas al ámbito de la interpretación a veces la utilizan de manera incorrecta y sin rigor.

La interpretación que nos ocupa tiene relación con las cuatro primeras acepciones. Sin embargo, la disciplina “interpretación del patrimonio” necesita especificar más su acción y su entidad distintiva de otros enfoques. Así, a lo largo de décadas han ido

surgiendo varias definiciones referentes al trabajo que realizan los técnicos en interpretación, guías intérpretes y diseñadores de productos interpretativos en general. Los intentos por definir a la disciplina continúan desarrollándose, y el concepto de interpretación sigue evolucionando, a la luz de la investigación y de la práctica.

A continuación presentamos algunas citas que definen a “esta” interpretación. Nótese cómo la mayoría coincide en expresar que la interpretación ayuda a los visitantes a relacionarse con el recurso de un lugar y, al mismo tiempo, busca que sus experiencias sean personalmente relevantes y significativas. Las presentamos aquí en orden cronológico:

- La interpretación es una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones mediante el uso de objetos originales, experiencias de primera mano y medios ilustrativos; en lugar de simplemente transmitir la información de los hechos. (Tilden, 2006). (Publicada en inglés en 1957).
- La interpretación es ayudar al visitante a sentir algo que el intérprete siente: sensibilidad hacia la belleza, la complejidad, variedad e interrelaciones del medio ambiente; un sentido de asombro y un deseo de saber. Debería ayudar al visitante a sentirse como en casa en el medio ambiente. Debería ayudar al visitante a desarrollar esa percepción (Wallin, 1965).
- La interpretación posee cuatro características que hacen de ella una disciplina especial: es comunicación atractiva, ofrece una información breve, es entregada en presencia del objeto en cuestión, y su objetivo es la revelación de un significado (Edwards, 1976).
- La interpretación pretende conseguir tres objetivos. El primero: ayudar al visitante a desarrollar una profunda conciencia, aprecio y comprensión del lugar que visita; el segundo: conseguir fines de gestión; y el tercero: promover la comprensión de los objetivos de la institución por parte del público (Sharpe, 1982).
- La interpretación es un enfoque de comunicación. Difiere de otras formas de transmisión de información en que es amena, relevante, organizada y tiene un tema. La interpretación implica la traducción del lenguaje técnico de las ciencias a términos e ideas que la gente que no es especialista los pueda comprender fácilmente (Ham, 1992).
- La Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP) plantea que “la interpretación del patrimonio es el ‘arte’ de revelar in situ el significado del legado natural y cultural al público que visita esos lugares en su tiempo libre (En: Morales, 2001).
- El Servicio de Parques Nacionales de los Estados Unidos define la interpretación como “un catalizador para crear en la audiencia la oportunidad de formar sus propias conexiones intelectuales y emocionales con los significados e importancia inherentes del recurso” (National Park Service, 2001, en Larsen, 2003).
- La Asociación Nacional de Interpretación de EE.UU. (NAI) define la interpretación como “un proceso de comunicación que forja conexiones emocionales e intelectuales entre los intereses del público y los significados inherentes al recurso” (Merriman y Brochu, 2003).

- La interpretación efectiva es un proceso creativo de comunicación estratégica, que produce conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el recurso que es interpretado, logrando que genere sus propios significados sobre ese recurso, para que lo aprecie y disfrute (Morales y Ham, 2008).

Por otra parte, es deseable que cada trabajador de la interpretación elija o componga su propia definición, que tampoco será inmutable, pues lo lógico es que evolucione con el tiempo según sus experiencias profesionales.

2.2. Hay tres interpretaciones esenciales

En nuestro contexto, podemos afirmar que la interpretación ocurre en tres niveles o ámbitos bien diferenciados; es decir, como mínimo son tres las “interpretaciones” que se relacionan con este trabajo de identificar significados en el recurso patrimonial, elaborar mensajes y ayudar a generar esos significados en el visitante (Morales y Ham, 2008):

Hay una *interpretación inicial*, representada por el análisis científico, propio de las disciplinas que estudian el patrimonio (arqueología, ecología, antropología, etc.). Esta **interpretación científica** forma parte de la metodología de diversos campos del saber, cuyos resultados y conclusiones suelen publicarse como trabajos científicos en revistas especializadas o tesis doctorales. Esta primera interpretación, eminentemente científica o técnica, es la materia prima para los que trabajan con el visitante, pues de aquí obtendrán el conocimiento preciso y riguroso que después convertirán los contenidos a presentar, aquello que se considera como *el mensaje interpretativo*.

La *segunda interpretación* tiene que ver con el origen de la denominación de esta disciplina: **traducción**. Aquí comienza la tarea de comunicar el significado de ese patrimonio, y aquí radica el cuerpo disciplinar de la interpretación del patrimonio: *traducir* a un lenguaje ameno y comprensible lo que quizá sólo conozcan los especialistas y expertos acerca de determinados aspectos del patrimonio natural o cultural. Al visitante no se le pueden contar las tesis doctorales, sino que, a partir del conocimiento, se le brindará una síntesis concebida como un mensaje atractivo, breve, claro y directo (ABCD), utilizando las técnicas y los medios más adecuados.

Y existe una *tercera interpretación*, que es la que más interesa como resultado final del trabajo: es la que se produce finalmente **en la mente del público**; su entendimiento, su propia producción de pensamientos y significados durante y después de su paso por una actividad o servicio interpretativo. Es el visitante el que elaborará, en última instancia, su propia noción del patrimonio que visita. Si esos pensamientos son profundos, pueden promover unas actitudes positivas y, eventualmente, unos comportamientos acordes con esas actitudes (Ham, 2007).

Por lo anterior, cuando un técnico en interpretación dice que le va a interpretar *algo* al público, en realidad está planteando tres aspectos (Morales y Ham, 2008):

- 1) “les voy a brindar una visión de ese algo, *basada en el conocimiento científico*” (la materia prima),

- 2) “les voy a *traducir* para que comprendan y aprecien mejor ese algo”, y
- 3) “les voy a *hacer pensar* con respecto a ese algo”.

Ya lo dijo Freeman Tilden (1957) en su cuarto principio: *La interpretación no es instrucción, sino provocación* (provocación del pensamiento, en Ham, 2007).

Este es el sentido y la acepción de interpretación que utilizamos en esta disciplina, sobre todo la *segunda* y la *tercera* interpretación –traducir y hacer pensar–, que constituyen la base para transmitir los valores y significados del patrimonio al público visitante.

2.3. La interpretación puede ser atendida o no atendida por personal

Básicamente, hay dos formas de hacer llegar el mensaje al público visitante por medio de la interpretación: por una parte están los servicios atendidos por personal y, por otra, los medios no personales. Los servicios atendidos por personal permiten que los visitantes interactúen con un intérprete en persona. Incluyen, entre otras modalidades, charlas, recorridos guiados, contactos informales y demostraciones prácticas de hechos o procesos significativos. Y los medios no atendidos por personal son carteles, audiovisuales automáticos, exhibiciones, folletos, etc. Sin embargo, independientemente de qué tipo de servicio interpretativo se trate, en todos los casos la definición de interpretación sigue siendo la misma (National Park Service, 2003).

Sea cual fuere el medio o soporte de los mensajes interpretativos, la interpretación proporciona un puente entre los significados de los recursos y los intereses de los visitantes. Conecta los objetos, colecciones o recursos naturales tangibles de un sitio con los conceptos intangibles que pueden representar. El técnico con competencias en interpretación tiene que procurar que esas conexiones se construyan según los intereses y experiencias personales de los visitantes, y la función del visitante es determinar qué conexiones utilizará.

2.4. Principales aportaciones al acervo teórico de la interpretación

La interpretación, como profesión, ha evolucionado a lo largo del siglo XX y principios del siglo XXI. A continuación se mencionan algunas de las personas que ayudaron a definir y desarrollar la interpretación como disciplina, junto con sus contribuciones más significativas.

- John Muir (1838 - 1914) fue uno de los primeros conservacionistas modernos. Sus cartas, ensayos y libros en los que narra sus aventuras en la naturaleza, todavía gozan de popularidad y vigencia. Su visión de la importancia de la naturaleza por sus valores intrínsecos y por los beneficios espirituales y prácticos

para la humanidad, ayudó a cambiar nuestra forma de ver el mundo natural. (Wikipedia).

- Enos Mills (1870 - 1922) fundó la primera escuela de guías de naturaleza después de servir como guía a varios huéspedes de su hotel. Se convirtió en el principal promotor de la creación del Parque Nacional de la Montañas Rocosas. Y su entusiasmo por la conservación floreció durante su amistad con John Muir. Mills escribió veinte libros, incluido “Aventuras de un Guía de la Naturaleza”, un trabajo todavía relevante para los intérpretes.
- Freeman Tilden (1883 - 1980), fue escritor y columnista de periódicos. Recorrió varios parques para escribir sobre el Sistema de Parques Nacionales, interesándose por la calidad de los programas interpretativos. Este interés lo llevó a escribir su libro fundamental: “La Interpretación de nuestro Patrimonio”, publicado en 1957, donde esboza los **principios de la interpretación**:
 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.
 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.
 3. La interpretación es un arte, que combina otras muchas artes, sin importar que los materiales que se presentan sean científicos, históricos o arquitectónicos. Cualquier arte se puede enseñar en cierta forma.
 4. El objetivo principal de la interpretación no es la instrucción, sino la provocación.
 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.
 6. La interpretación dirigida a niños y niñas (digamos, hasta los doce años) no debe ser una dilución de la presentación a las personas adultas, sino que debe seguir un enfoque básicamente diferente. Para obtener el máximo provecho, necesitará un programa específico.
- “*Interpreting for Park Visitors*”, de William J, Lewis, publicado por primera vez en 1980, proporcionó guía y conocimientos prácticos para presentar programas interpretativos. Al igual que el libro de Tilden, el de Lewis sigue siendo un valioso clásico que ha ayudado a la consolidación de la disciplina. Lewis también proporcionó algunas de las primeras pautas de orientación y formación para la capacitación en interpretación.
- “*Interpreting the Environmen*”, de Grant Sharpe (1980, reeditado en 1982), es un gran tratado que reúne prácticamente todos los aspectos relacionados con la interpretación, especialmente aquellos que tienen que ver con la práctica de la disciplina en diferentes situaciones (medio terrestre y marino, la astronomía, la historia, medio urbano, etc.), dando pautas para la planificación, el diseño de diversos medios y servicios y la evaluación de la interpretación.
- Sam Ham, es Director del Center for International Training and Outreach del Instituto de Recursos Naturales de la Universidad de Idaho, donde ejerce de profesor en el Departamento de Ciencias Sociales para la Conservación. Su libro

“Interpretación Ambiental, una Guía Práctica para Gente con Grandes Ideas y Pequeños Presupuestos” (1992) contiene las cuatro cualidades que distinguen a la interpretación de otros tipos de comunicación. Estas cualidades se han convertido en la base de la metodología de la interpretación (que comentaremos más adelante):

- a) la interpretación es amena
 - b) la interpretación es relevante
 - c) la interpretación es organizada
 - d) la interpretación tiene un tema
- Desde mediados del siglo XX el *National Park Service* (NPS) de EE.UU. ha sido pionero en la práctica profesional de la interpretación. En 1994, realizó una profunda reestructuración de sus planteamientos teóricos y metodológicos con respecto a la formación y acción interpretativa, proponiendo nuevos estándares profesionales y fórmulas para capacitar en las competencias en interpretación. Así, en 1996 se inaugura el “Programa de Desarrollo Interpretativo” en el *Mather Training Center*, liderado por el Director de Formación David Dahlen, además de Michael Watson, David Larsen y más de un centenar de especialistas de esa institución. Desde ese momento, todo el enfoque de la interpretación se centrará en el desarrollo de **los tres pilares de la interpretación**, enunciados como una ecuación: $(CR + CD) \times TA = OI$, donde,
 - CR: Conocimiento del recurso
 - CD: Conocimiento del destinatario
 - TA: Técnicas apropiadas
 - OI: Oportunidades para interpretar(Este punto lo desarrollamos más adelante)
 - “Guía Práctica para la Interpretación del Patrimonio - El Arte de Acercar el Legado Natural y Cultural al Público Visitante”, publicado por Jorge Morales Miranda en 1999, constituye la primera referencia de esta disciplina en España. Es una extensa revisión bibliográfica de la metodología y la práctica de la interpretación.
 - Francisco “Nutri” Guerra Rosado y Jorge Morales Miranda editan en 1999 el *Boletín de Interpretación*. Este Boletín electrónico de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio (España) reúne por primera vez trabajos producidos por autores de nuestro entorno idiomático, así como traducciones de textos de prestigiosos profesionales de la interpretación de otros países.
 - David Larsen (Ed.) publica en 2003 el libro “*Meaningful Interpretation*” (Interpretación Significativa), un excelente compendio, basado en el Programa de Desarrollo Interpretativo del NPS. Este libro explica el proceso de la interpretación, cómo analizar y mejorar productos interpretativos, y brinda gran cantidad de ejemplos y ejercicios prácticos tanto para los aprendices como para el personal con más experiencia.

2.5. El técnico con competencias en interpretación puede provenir de diferentes campos ocupacionales

Independientemente de su origen profesional (historia, ciencias de la educación, arquitectura, turismo, museología, educación ambiental, biología, etc.), el técnico en interpretación es el agente que hace de mediador entre el público visitante y los significados de un recurso (parque natural, parque nacional, parque arqueológico, geoparque, museo, ecomuseo, sitio histórico, ciudad monumental, etc.). Su mediación puede ser directa: por ejemplo trabajando como guía u ofreciendo una charla, o indirecta: como planificador y/o diseñador de medios y mensajes no atendidos por personal (carteles, folletos, audiovisuales, exposiciones). Proporciona orientación, información e inspiración en la justa medida y en el momento preciso, para que los visitantes tengan una experiencia más completa, de mayor disfrute y significado.

Diverso tipo de profesionales, principalmente de la cultura, el medio ambiente y el turismo, pueden llegar a desarrollar competencias en interpretación (y sería lo deseable) siguiendo una capacitación básica para tal efecto.

Como Seminario Permanente de Interpretación del Patrimonio, preferimos la opción de que la interpretación del patrimonio forme parte del acervo de competencias de otras profesiones. Así, consideramos que estas profesiones-ocupaciones son, entre otras, las siguientes:

- Formadores en interpretación
- Planificadores de la interpretación
- Gestores de equipamientos con servicios interpretativos
- Diseñadores de medios interpretativos -TICS
- Creadores de contenidos para la formación
- Educadores ambiental
- Planificadores y gestores de uso público
- Guías de turismo
- Guías intérpretes del patrimonio natural
- Guías de montaña
- Museógrafos
- Agentes medioambientales/ forestales
- Informadores en centros de visitantes
- Informadores en espacios naturales protegidos
- Informadores en oficinas de información turística, OET/ CIT (HAY QUE TRADUCIR ESTOS)
- Técnicos en marketing turístico

3. La interpretación es un instrumento de gestión

¿Por qué interpretamos los espacios, lugares y objetos que nos confían? En “*The fifth essence*” Freeman Tilden (sin fecha) brinda una razón lógica para proporcionar servicios interpretativos a los visitantes:

Es cierto que cada monumento “habla por sí mismo”. Pero, desgraciadamente, habla en un lenguaje que el visitante medio no puede entender. La belleza y la majestuosidad de las fuerzas de la naturaleza no precisan interlocutores, constituyen una experiencia espiritual personal. Pero cuando hay preguntas como ¿por qué? o ¿qué? o ¿cómo ha sido esto? [los intérpretes] deben estar preparados para responder. Y eso requiere una paciente investigación a la par que el desarrollo de un programa que encaje en una gran variedad de necesidades.

Los recursos tangibles que preservamos en parques, museos y lugares históricos son importantes para mucha gente. Parte del poder que tienen esos recursos patrimoniales es la capacidad que poseen para transmitir cosas diferentes a mucha gente diferente. Hacemos interpretación para ayudar a los visitantes a descubrir y comprender los significados profundos de estos sitios. A los visitantes que ya conocen el lugar, los intérpretes les ofrecen la posibilidad de desarrollar un mayor entendimiento, a ver el enclave con otros ojos. Los significados que proporcionan dichos lugares pueden ayudar a los visitantes a que se inspiren y disfruten.

Traducir los significados de los recursos patrimoniales a un lenguaje que los visitantes puedan comprender asegura un mejor y más eficiente uso del sitio; de modo que las razones fundamentales por las que debemos hacer interpretación en un lugar se justifican por estos tres aspectos:

- a) La interpretación revela los significados que representa un lugar,
- b) Ofrece experiencias valiosas para los visitantes, y
- c) Cumple con la misión de gestión de la institución que lo administra.

3.1. Los recursos patrimoniales poseen significado y tienen relevancia

Cada recurso, público o privado, sutil u obvio, tiene la suficiente relevancia (habla con mucha fuerza a suficientes personas o con suficiente fuerza a unas pocas) como para haber alcanzado el estatus de protección (Larsen, 2003).

Los recursos de un lugar contienen ideas que pueden enriquecer la vida de los visitantes. La interpretación ayuda a los visitantes a explorar la importancia de los recursos del área y a entender su significado más amplio.

Es probable que estos espacios estén protegidos por alguna legislación o que estén catalogados con alguna figura de protección. La mayoría estaremos de acuerdo en que la razón principal para proteger esos enclaves es porque **significan** algo importante para las personas (Ham, 2002; Larsen, 1997), y su significado y valores les confieren atributos de patrimonio; los hemos recibido en herencia y tenemos la

responsabilidad de usarlos correctamente para legarlos a las futuras generaciones. Estos lugares **representan** algo importante para los individuos en particular y la sociedad en general: opciones para el desarrollo, conexión con una memoria colectiva, reafirmación de la identidad o posibilidades para el esparcimiento (Morales, 2008). Las posibilidades son múltiples, y cada persona conectará con los significados según su propia perspectiva y experiencia.

La interpretación pone de relieve esos significados para que no se pierdan u olviden.

A quienes todavía no conocen el recurso que visitan, la interpretación puede ayudarles a descubrir sus significados y relevancia, y serán los visitantes quienes controlarán y decidirán qué mecanismos o enlaces van a desarrollar para conectar con el recurso. Aunque algunos significados sean admitidos por los integrantes de una sociedad, el valor y aceptación de esos significados es personal.

De hecho, los significados que la audiencia encuentra en los productos interpretativos no tienen porqué ser exactamente los que pretende o supone el intérprete. Puesto que los productos interpretativos están abiertos a una amplia gama de interpretaciones, puede que generen muchos otros significados, además de los planificados por el intérprete. Este hecho de que los visitantes encuentren sus propios significados en un producto interpretativo no representa ningún problema, ya que la interpretación no es un mensaje empaquetado, cerrado y único. Los caminos y puentes no previstos por el intérprete, y que pueden conducir a una actitud de cuidado hacia el recurso, son tan legítimos como las oportunidades para “conectar” que el técnico en interpretación haya preparado intencionadamente.

3.2. Los visitantes buscan algo que sea valioso para ellos mismos

En los mejores casos, los intérpretes promueven intensas experiencias recreativas que se conviertan en algo mágico donde todo se une, donde existe un placer sin trabas en el conocimiento y la experiencia: un mayor placer de vivir, una mayor comprensión del lugar que ocupamos dentro del esquema global, una confianza positiva en el futuro (Beck y Cable, 1998).

Los motivos por los cuales la gente acude a visitar estos recursos son, como cabe suponer, tan variados como variada es la gente, desde el elemental esparcimiento hasta la búsqueda de sensaciones elevadas, pasando por el interés genuino, la diversión y la simple curiosidad. Pero todos los visitantes tienen en común el buscar algo de valor para ellos mismos (Larsen, 1997). Los humanos, por naturaleza, buscamos darle un sentido a nuestras experiencias.

Freeman Tilden expuso que los visitantes “quieren vagabundear o echar un vistazo, respirar profundamente, pasear, montar a caballo, hacer fotos, mezclarse con la gente haciendo todo eso, y olvidar su trabajo o existencia rutinaria” (Tilden, 1951). Pero Tilden comprendió también que esas experiencias en un sitio con valor patrimonial para muchos no eran suficientes. Los recursos “ya no son solamente algo para mirar, sino que encienden la chispa de la curiosidad y tienden la mano. Son pocos los visitantes que no se la estrechan. Hay secretos; y son pocos los que no quieren penetrar en algunos de ellos”. Los técnicos en interpretación son los

profesionales que revelan dichos secretos traduciéndolos a un lenguaje que el visitante pueda entender.

Lo que atrae a los visitantes son los recursos que poseen los lugares de importancia patrimonial; por tanto, los recursos son la base de los programas de interpretación, pues son ellos los que contienen valor.

El visitante tiene sus intereses personales y el recurso patrimonial visitado posee significados importantes. Ésta es la realidad, y el desafío consiste en poner en común estos dos aspectos (Morales, 2008).

3.3. Las instituciones tienen una misión que cumplir

La interpretación es un instrumento de gestión porque contribuye a la consecución de un fin: la conservación; y esto se puede conseguir dando a conocer a los visitantes significados e ideas y haciendo posible que retengan y expresen sus propios valores; pero generando necesariamente actitudes de respeto y custodia por el patrimonio que es interpretado.

Las instituciones que tienen a su cargo la protección y salvaguarda de recursos patrimoniales deberían cerrar el círculo de gestión incluyendo planes específicos para atender de manera profesional a sus visitantes. Estos planes establecerían sus objetivos para que el público conozca, comprenda, aprecie, disfrute y respete el patrimonio visitado. Hay que conseguir que de una inicial “preocupación” por el patrimonio se avance hacia una “actitud de cuidado y tutela” por parte de los visitantes (Larsen, 2007).

La cuestión a resolver consiste en poder contar con esos visitantes como “aliados” para el manejo y la gestión del lugar, de tal forma que se conviertan en un factor positivo para la conservación de ese patrimonio (natural o cultural), y que no sean la causa de diversos problemas, como degradación del patrimonio, pérdida de objetos, vandalismo, e incluso molestias a otros visitantes y a los habitantes locales (Morales, 2008).

El interés por algo es el primer paso hacia su cuidado. La interpretación, concebida como “la voz” del sitio, puede ser una herramienta esencial en la gestión de sus recursos.

Las instituciones que administran el patrimonio natural y cultural no pueden preservar eternamente esos valores si el público no participa activamente en su conservación.

4. Metodología de la interpretación

La interpretación del patrimonio, como herramienta metodológica para la comunicación con los visitantes, en la actualidad se fundamenta en los planteamientos del investigador Sam Ham, quien postula que para hacer más efectiva la comunicación ésta debería tener en cuenta y aplicar ciertos aspectos de la psicología cognitiva.

Además, el *National Park Service* de EE.UU. brinda un enfoque que plantea que la “misión de la interpretación” consiste en conseguir *conectar* los intereses de los visitantes con los significados tangibles e intangibles inherentes al recurso.

4.1. Aportaciones de la psicología del conocimiento

La metodología de la interpretación se tiene que adecuar a una realidad muy concreta (Ham, 1992):

- a) el visitante se encuentra disfrutando de su tiempo libre, y
- b) “no es cautivo”, no está obligado.

El concepto de “cautividad” y “no-cautividad” se refiere al hecho de sentirse o no obligado a prestar atención (Ham, 2005). Este nivel de atención es variable según sean las circunstancias, y resulta notoriamente alto en el caso de los estudiantes de la enseñanza formal que se sienten obligados por motivaciones externas, como los exámenes y otras exigencias. Sin embargo, en individuos que disfrutan de su tiempo libre este nivel de atención normalmente es bastante bajo, puesto que no hay ninguna obligación para poner atención, salvo por una motivación interna (el interés personal).

Considerar o pasar por alto esta predisposición psicológica del visitante *no-cautivo* es lo que puede hacer que una determinada presentación del patrimonio al público tenga éxito o fracase. Aquí radica la clave de la cuestión a abordar. No basta solamente con pretender que los visitantes *comprendan* el mensaje, sino que les tiene que *interesar* de forma personal para captar su atención y mantenerla, además de poder hacerlo en un lapso de tiempo razonable, bastante breve, por lo general. Es decir, el éxito de la interpretación se basa en ofrecer una información que sea trascendente para el público visitante.

Hay que realizar un esfuerzo por **atraer la atención del visitante** que no tiene porqué estar interesado en aquello que se le cuenta; los mensajes interpretativos tienen que ser **fáciles de comprender**, o relativamente fáciles de procesar por la mente de los sujetos; y la interpretación ha de ser **entretenida y agradable**, por la razón antes expuesta: no existe ninguna obligación para prestar atención.

Sam Ham (1983, 2006) propuso hace años aplicar las bases de la psicología cognitiva, puesto que así se podría “sintonizar” con el visitante de forma más efectiva, teniendo en cuenta cómo percibe, selecciona, procesa, almacena e integra la información en sus estructuras mentales, reforzando sus creencias o produciendo otras nuevas.

La interpretación debe cuidar que, en el resultado final de cara al público, se cumplan las siguientes consideraciones (Ham, 1992):

- 1) **Amena:** agradable, atractiva, con poder para captar la atención. Si no se da este primer paso, el resto del esfuerzo resultará estéril.
- 2) **Relevante** para el público, en dos aspectos:
 - a. **Significativa**, con mensajes comprensibles que evoquen *significados* claros en la mente del público, y
 - b. **Personal**, *relevante para el ego* del visitante, que lo involucre y tenga en cuenta sus experiencias personales. Así se consigue mantener la atención.
- 3) **Organizada:** en un guión o esquema conceptual lógico. La estructura donde van las ideas debe facilitar que el público “siga el hilo” sin perderse, y que le ayude a organizar la información en su mente (por ejemplo, ordenando las ideas de forma jerárquica, en orden cronológico, o siguiendo una narrativa como la estrategia de un cuento). Y para que este esquema sea realmente efectivo se debe aplicar como norma el que siempre haya menos de cinco subtemas enunciados (para evitar el efecto de “mezcolanza de ideas”).
- 4) **Temática:** con esta expresión, Ham se refiere a que el mensaje interpretativo debe tener una idea o *tema* claro y definido. La construcción de esta idea es equivalente a la de una oración, **con sujeto, verbo y predicado** (*oración-tema*). Esta frase debe ser formulada como una afirmación que sintetice la idea principal del mensaje, es la noticia principal que representará el sentido y la esencia de los valores del lugar. Y si el tema es *potente*, provocará pensamientos más profundos (Ham, 2007).

4. 2. La interpretación debe generar conexiones entre el visitante y los significados del recurso (según NPS)

El *National Park Service* plantea que la interpretación tiene que facilitar las conexiones entre lo que le interesa al visitante y el significado de los objetos, colecciones o rasgos de un sitio. Estas conexiones personales y esos potentes significados serán lo que el visitante tal vez recuerde tras su visita a ese sitio, más que las tácticas de una batalla o los nombres de las especies de plantas de un parque natural. La interpretación significativa y relevante sintoniza con los corazones y las mentes del público y responde a la pregunta “¿Por qué tendría que preocuparme?”

Las conexiones entre el público y los significados pueden suponer momentos de revelación intelectual y emocional, momentos de percepción, lucidez o descubrimiento. Las oportunidades para que los visitantes *conecten* de modo significativo con el recurso surgen cuando un intérprete vincula con efectividad los recursos tangibles de un sitio con los significados intangibles que esos recursos tienden a representar en la mente de *cada* visitante.

Significados Tangibles e Intangibles

Utilizamos la palabra tangible cuando hacemos referencia a los elementos físicos de un lugar. Lo tangible es concreto, es algo que tiene características materiales que se pueden percibir a través de los sentidos: ver, tocar, probar, oír u oler. Ejemplos son:

- un barco
- un árbol
- un lugar (paisaje, un campo de batalla, una calle, etc.)
- una montaña
- un fósil
- un objeto real en un museo

Sin embargo, los personajes importantes, eventos, relatos y procesos (geológicos, biológicos o históricos), a pesar de que no son realmente concretos, también tienen características físicas y pueden ser considerados tangibles.

La interpretación implica conectar estos recursos tangibles con los conceptos e ideas que representan, es decir, con sus significados intangibles. Los significados intangibles son abstractos e incluyen procesos, relaciones, ideas, sentimientos, valores y creencias. Ejemplos:

- democracia
- libertad
- opresión
- muerte
- vida
- salud
- pérdida
- amor

Al conectar los recursos tangibles con sus significados intangibles el recurso se hace más relevante y cobra más valor para los visitantes. Por ejemplo, si la muralla histórica de una ciudad se vincula con los conceptos de defensa, poder, aislamiento, dolor o seguridad, el lugar se convierte en algo más significativo para los visitantes y, al mismo tiempo, se hace más fácil que vean su importancia y apoyen su conservación para que otros la visiten.

“Un guía de naturaleza [intérprete] está insuperable cuando discute los hechos de forma que atraigan imaginación y razón, cuando pone carne y pasión a hechos áridos y fríos, convirtiendo en historias vivas los objetos inertes” (Enos Mills: *Adventures of a Nature Guide*, 1920).

5. Competencias para la interpretación

5.1. Competencias en los fundamentos de la interpretación

A. Descripción de la Competencia

La interpretación en el patrimonio natural, sitios históricos, arqueológicos y culturales, ha demostrado ser un apoyo importante para la conservación de los mismos. Siendo la conservación de los recursos patrimoniales la meta principal de la interpretación, los trabajadores en este campo (intérpretes o técnicos en interpretación) tienen la misión de conseguir que su audiencia (los visitantes) *se interese* por el patrimonio que visita, en primer lugar, para que pueda surgir en ellos una *actitud de aprecio y custodia* hacia esos recursos, en segundo lugar. La interpretación da sentido y justifica los esfuerzos para la conservación de lugares y objetos de valor patrimonial (naturales o culturales) puesto que ayuda a que el público descubra los significados e importancia de dichos recursos.

Esta competencia requiere que los técnicos en interpretación comprendan la esencia de esta disciplina, sus estándares profesionales, cómo evaluar la interpretación, y cómo funciona el proceso de la interpretación efectiva. Estos conocimientos no son estáticos, y evolucionarán constantemente a lo largo del tiempo.

Tanto los técnicos en interpretación que comienzan a trabajar en este campo, como los intérpretes con más experiencia, deben tener en cuenta –de manera ineludible– estos preceptos, así como las recomendaciones para las buenas prácticas cuando tengan que crear (diseñar, ejecutar) y mejorar sus productos interpretativos, además de para planificar, diseñar medios y actividades más complejas.

Los responsables de la gestión de sitios con recursos patrimoniales deberían también conocer y utilizar estos planteamientos para las buenas prácticas, de forma que puedan articular, coordinar y evaluar las opciones y funciones interpretativas como apoyo indispensable a las tareas de gestión y conservación del recurso.

Todas las intervenciones en el trabajo diario, las tareas de evaluación y la formación/ capacitación en interpretación deberían incorporar la filosofía y las pautas metodológicas contenidas en estas *Bases para las Competencias en Interpretación del Patrimonio*.

B. Estándares de la Competencia

Los técnicos en interpretación deberían:

- Comprender su misión como mediadores en el proceso de generar conexiones entre los significados del recurso y los intereses de la audiencia.
- Comprender la importancia de los tres pilares de la interpretación y las relaciones equilibradas entre sus componentes: conocimiento del recurso, conocimiento de la audiencia y las técnicas interpretativas, para diseñar productos y actividades de interpretación bien fundamentados en estos tres elementos.

- Comprender y ser capaces de aplicar en la metodología del trabajo los fundamentos teóricos enunciados por Ham, según los cuales, la interpretación es Amena, Relevante, Organizada y Temática.
- Ser capaces de desarrollar de forma cohesiva una idea central (oración-tema) en sus productos y actividades de interpretación, así como de comprender la importancia y utilidad de la interpretación temática.
- Comprender y reconocer las oportunidades para aplicar las técnicas necesarias para que la audiencia realice sus propias conexiones intelectuales y emocionales con los significados del recurso que es interpretado.
- Estar resueltos a reflexionar sobre los principios, las bases metodológicas, el proceso de interpretación y sus mejores prácticas, profundizando en su conocimiento para aplicar estos avances y madurez profesional en todas las actividades interpretativas.
- Desarrollar y aplicar las técnicas necesarias para evaluar cuantitativa y cualitativamente los éxitos y fracasos de sus productos y actividades de interpretación con el objetivo de optimizarlos.

5.2. Competencias en los *tres pilares de la interpretación*

Para proporcionar oportunidades interpretativas es esencial combinar un conocimiento sólido del recurso con un conocimiento de la audiencia y las técnicas interpretativas apropiadas. Estos tres pilares son la base de todo servicio interpretativo que pretenda ser efectivo.

Los tres pilares de la interpretación

Hay muchas maneras de visualizar las relaciones entre los elementos que componen la interpretación. A continuación se describen tres. La ecuación interpretativa describe la relación como si fuese una fórmula matemática donde la combinación adecuada de los elementos da como resultado una oportunidad interpretativa. El triángulo interpretativo muestra que los elementos tienen que estar equilibrados para producir el efecto deseado (Cuadro 1). El último modelo describe la interpretación como un arte, compuesto por elementos que se pueden enseñar.

La ecuación interpretativa: $(CR + CA) TA = OI$

El Conocimiento del Recurso que posee un intérprete (CR), combinado con su Conocimiento de la Audiencia (CA), se tiene que conjugar con una Técnica Apropiada (TA) para proporcionar una oportunidad interpretativa (OI). Cuanto mayor sea el conocimiento del recurso y de la audiencia por parte del intérprete, y cuanto más apropiadas sean las técnicas para presentar ese conocimiento, habrá más probabilidades de brindar a los visitantes una oportunidad para que formen sus propias conexiones personales con el recurso. Aunque está claro que es imposible representar un producto interpretativo en su totalidad con una fórmula, la ecuación

interpretativa es una abstracción útil para ayudar a recordar los ingredientes clave de una buena interpretación y cómo se relacionan entre ellos.

El triángulo interpretativo



Los lados del triángulo lo conforman el conocimiento del recurso, el conocimiento de la audiencia y las técnicas apropiadas. Sin un equilibrado diseño y ejecución adecuados de estos tres elementos, no puede saltar la chispa de la oportunidad interpretativa. Por ejemplo, si el intérprete tiene un gran conocimiento del recurso pero poco de la audiencia, puede que se seleccionen técnicas interpretativas inapropiadas o ineficaces para esa audiencia.

La interpretación como arte

Otra forma de concebir la relación entre los tres pilares de la interpretación efectiva es visualizar una combinación de conocimiento e intuición como si se tratase de una expresión artística. En este caso, la interpretación es un ARTE...

A = Audiencia

R = Recurso

Te = Técnicas adecuadas

... que combina muchas ARTes. Y todo ARTE se puede aprender hasta cierto punto (Tercer Principio de Freeman Tilden).

Estos tres modelos son sólo herramientas que se pueden aplicar a la formación y perfeccionamiento de los técnicos en interpretación. Lo importante no es cómo se recuerdan estos elementos, sino que cuando se crea un producto interpretativo, éstos sean aplicados con habilidad. En el Servicio de Parques Nacionales (y posteriormente en los programas de certificación de la NAI), el conocimiento del recurso, el conocimiento de la audiencia y las técnicas apropiadas son aptitudes de base que definen el trabajo de los intérpretes y que han sido validadas para su uso en los estándares profesionales.

Las tres secciones siguientes describen los conocimientos, aptitudes, habilidades y comportamientos esenciales que son necesarios para obtener y aplicar los estándares profesionales en estos tres componentes.

5.2.1. Competencia en el Conocimiento del Recurso

Para traducir de forma apropiada los significados de los objetos y recursos patrimoniales de un sitio, los técnicos en interpretación deben conocer esos recursos lo suficiente como para hablar (o escribir) con claridad, propiedad y rigor. Es tarea de los intérpretes facilitar la conexión entre los intereses de los visitantes y los significados del recurso, labor imposible si no se cuenta con un conocimiento sólido y preciso del recurso. Los conocimientos del recurso son los cimientos, **la materia prima** sobre la que se construyen los servicios interpretativos; y los mensajes que elaboran y transmiten los intérpretes son una síntesis de ese conocimiento, **la punta del iceberg** de todo lo que sabe el intérprete. Recordemos que la interpretación es revelación basada en la información, pero que la información por sí sola no es interpretación (segundo principio de Freeman Tilden, 2006).

Las instituciones que trabajan con técnicos en interpretación, así como las acciones formativas para desarrollar Cualificaciones Profesionales, deberían tener en cuenta estas competencias, que definen los conocimientos, aptitudes y habilidades relativos a un sólido conocimiento del recurso.

A. Descripción de la Competencia

La interpretación se sirve de conocimientos multidisciplinarios para posibilitar que diferentes tipos de público establezcan conexiones relevantes y significativas con los recursos patrimoniales del lugar que visitan. Los intérpretes de cualquier nivel deben conocer a fondo los avances de la investigación, los rasgos tangibles y conceptos asociados, el contexto, interrelaciones, procesos, valores humanísticos y otros significados que tengan que ver con el recurso. Los técnicos en interpretación deben entender también los múltiples puntos de vista relativos al recurso, así como las condiciones pasadas y presentes del mismo, y tener la habilidad de interpretarlas para todos los visitantes.

B. Estándares de la Competencia

Todos los intérpretes deberían:

- Conocer físicamente el recurso, así como las fuentes documentales y orales precisas para ahondar en su conocimiento; y comprender la importancia de la investigación y el conocimiento profundos del recurso, así como por qué deberían ser actualizados, precisos y entendibles.
- Comprender cómo la investigación puede apoyar la habilidad del intérprete para facilitar a la audiencia oportunidades de establecer conexiones intelectuales y emocionales con los significados e importancia de un recurso.
- Usar la filosofía, metodología y supuestos de las disciplinas profesionales para investigar y evaluar la solvencia y validez de las fuentes de información.

Adquisición de conocimientos

Para crear conexiones con significado en los visitantes, los intérpretes comienzan por adquirir conocimientos sobre el área; la relación con otros eventos y cuestiones de actualidad se hacen más claras; la diversidad de puntos de vista puede ser entendida más a fondo y se puede estar más preparado para hacer frente a temas controvertidos y provocadores.

El conocimiento es más que sólo los hechos relacionados con el recurso. Los técnicos en interpretación deben identificar y ser totalmente conscientes de los muchos y distintos significados intangibles y universales que representa el recurso para distintos tipos de público. Por ello, contar con un acervo cultural adecuado favorece el descubrimiento de un mayor número de conexiones entre el recurso y los visitantes.

A la hora de desarrollar el material interpretativo, los intérpretes deben tener el cuidado de basarse en una información exacta y evitar la tendencia a exagerar o a enfocar la información de forma sesgada para presentar un punto de vista determinado o suyo personal.

El estar inmerso en el sitio proporciona al intérprete la posibilidad de explorar de primera mano los significados de los recursos del lugar. Los intérpretes deberían examinar su propia relación con esos significados antes de intentar interpretarlos para su audiencia.

Otra tarea esencial para adquirir conocimientos sobre el recurso, es leer información escrita que provenga de una amplia variedad de fuentes. Es esencial asegurarse de la validez y exactitud de cualquier información que se utilice en los servicios interpretativos.

El conocimiento de un recurso también se puede adquirir hablando con gente que posea experiencia en el sitio: los empleados más antiguos, investigadores, conservadores e historiadores. Puede ser muy útil acercarse con cierta frecuencia a estos expertos y preguntarles algo como: “¿Cuál es el mensaje más importante que deberíamos tratar de dar al público sobre esta cuestión?” o “¿Qué impacto tiene este asunto en el lugar?”

Contar una historia más completa

Una de las ventajas de desarrollar un sólido conocimiento de los recursos de un sitio es la posibilidad que eso brinda al intérprete para contar más cosas. Si describe una batalla, ¿se trataba de “una victoria gloriosa” o de una “tremenda derrota”? ¿o ambas? Los intérpretes deben comprender muchas opiniones y perspectivas sobre cada asunto. Es necesario el uso de múltiples puntos de vista si se quiere contar una historia más completa y mostrar que un asunto puede perfectamente ser visto de muy distintas maneras. Los intérpretes deberían adaptarse y presentar múltiples puntos de vista en su interpretación, y no presumir de estar exponiendo lo que ellos piensan que es la única versión “oficial” o “verdadera” del recurso y de su significado. Los intérpretes animan a los visitantes a que vean los recursos desde perspectivas diferentes. Cuántas más perspectivas tengan los visitantes para escoger, más probabilidades habrá de que sean capaces de establecer conexiones con el recurso que sean relevantes para ellos. Al brindar a los visitantes una oportunidad pertinente

para conectar con los significados y la importancia del recurso, los intérpretes están contribuyendo a que reflexionen sobre sus propios conocimientos y actitudes y se preocupen más por el recurso y su conservación.

5.2.2. Competencia en el Conocimiento de la Audiencia

Un intérprete debe conocer a su audiencia para brindarle oportunidades relevantes de conexión con los significados e importancia del sitio. Comprender lo mejor posible a la audiencia durante el desarrollo de los productos interpretativos es esencial para brindar experiencias gratas al visitante. Sin un sólido conocimiento de la audiencia, los intérpretes no serán capaces de satisfacer sus necesidades. Podrían estar imponiendo interpretación a un visitante que tan sólo quería una breve información: no todos los visitantes requieren una experiencia interpretativa “intensiva”.

Es importante entender y respetar las razones por las que los visitantes vienen a nuestros sitios, y conocer “en qué punto se encuentran” con respecto a su conocimiento del sitio. No habrían venido de no haber algo en el recurso que ya tenía algún valor para ellos, sea éste recreativo, de conocimiento o de simple contemplación. Un buen conocimiento de la audiencia nos permite darnos cuenta de cuándo dejar que el visitante y el recurso interactúen por su cuenta y cuándo, cómo y dónde es conveniente el uso de la interpretación para ayudarle a descubrir nuevos o renovados significados en el recurso.

A. Descripción de la Competencia

Para desarrollar una interpretación que sea relevante para una amplia variedad de audiencias, es necesario el conocimiento de sus características, intereses, expectativas y múltiples puntos de vista, que pueden incluir: influencias y perspectivas psicológicas, sociales, culturales, económicas, políticas, religiosas, históricas y filosóficas. El conocimiento de las etapas de la vida, incluyendo distintas formas de aprendizaje del público y el desarrollo funcional entre sus diferentes miembros, es fundamental para satisfacer las variadas expectativas e intereses de esa audiencia. Entender las muchas motivaciones para visitar un lugar con valor patrimonial y ser consciente de los significados que existen, las interpretaciones actuales y las actitudes que tienen los visitantes sobre el recurso, pueden ser elementos muy importantes para lograr que la interpretación sea relevante al mayor número posible de visitantes.

B. Estándares de la Competencia

Todos los intérpretes deberían:

- Comprender la importancia de un conocimiento profundo de la audiencia para proporcionar oportunidades de conexión con los significados del recurso que sean relevantes (significativos y personales) para una gran variedad de visitantes.
- Comprender cómo puede ser utilizado el conocimiento exhaustivo de la audiencia para brindar oportunidades de conexión intelectual y emocional con los significados e importancia inherentes al recurso a una diversidad de personas.

- Usar la investigación y habilidades analíticas para adquirir un exhaustivo conocimiento de la audiencia.
- Comprender que la motivación de los visitantes es autogenerada y que, sean cuales sean sus perspectivas o intereses, ellos son potenciales custodios del recurso.

Adquisición de conocimientos

El conocimiento de la audiencia se logra al comprender cómo la gente aprende y se comunica, además de cómo sus motivaciones, valores, creencias, expectativas y experiencias configuran –y en muchos casos determina– su visita al sitio. Con esos conocimientos, un técnico en interpretación puede diseñar todo lo necesario para crear una “oportunidad interpretativa”, desde qué técnicas son las más adecuadas, la complejidad de la información a transmitir, hasta el estilo y formato de su presentación.

Los intérpretes deberían, en primer lugar, tener algún conocimiento de quién visita su parque, museo o sitio histórico y cómo utilizan el lugar. Hay que buscar en fuentes variadas la ayuda necesaria para comprender y relacionarse con la audiencia, especialmente en los estudios de frecuentación y usos del sitio. Cuanto más específica sea la comprensión del origen, necesidades, expectativas e intereses de la audiencia, más ajustado y más efectivo será el servicio interpretativo. E igual de importante es conocer cuál es la audiencia potencial, quiénes no suelen visitar el sitio, para poder captarlos y convertirlos en visitantes reales. Abordar la interpretación como algo para un difuso “público promedio” no es una forma eficaz de ayudar a que los visitantes se preocupen por los recursos del sitio.

Hay además ciertas teorías reconocidas que pueden ser fácilmente aplicables a la interpretación, que incluyen: teorías de comunicación básica, inteligencias múltiples, estilos múltiples de aprendizaje y psicología evolutiva, entre otras.

Y siempre estarán los sociólogos, demógrafos y expertos en estudios de público que podrán ayudar o formar parte de los equipos de planificación interpretativa o de diseño de productos y programas concretos.

Ser relevante para la audiencia

El conocimiento de la audiencia es crucial para lograr relacionarse con el visitante de manera efectiva. Consciente o inconscientemente, la audiencia querrá saber qué relación personal puede encontrar o “qué hay aquí para mí”.

El National Park Service (2004) aporta lo siguiente en “*The Interpretive Process Model*”, con respecto al análisis de los visitantes:

Los significados que la audiencia adscribe al recurso tienen mucho que ver con el éxito o fracaso de la interpretación. Una audiencia experta requiere un planteamiento distinto del que se da a los niños, personas mayores no expertas o visitantes extranjeros. Y, naturalmente, puede que un producto interpretativo dado tenga que copar con cualquier combinación de esos tipos de audiencia así como de muchos más.

Algunos lugares cuentan con informes sobre los visitantes e información demográfica oficial. En las conversaciones que pueden surgir de vez en cuando, los intérpretes pueden aprovechar para preguntar a los visitantes qué significa para ellos el recurso. Un visitante que dice que el bosque es un lugar de renovación espiritual, soledad y autoconocimiento requiere un programa significativamente distinto que uno que cree que el bosque es un lugar donde le puede morder una serpiente.

Los intérpretes pueden conseguir saber más sobre el público preguntándole, por ejemplo: “¿Qué le ha traído aquí hoy?”; “¿Qué esperaba encontrar?”; “¿Qué espera obtener aquí?”; “¿Qué espera que se lleven sus hijos de esta visita?” o “Si usted tuviera mi trabajo ¿qué le diría a la gente?” Un intérprete que sea consciente de esto y que tome notas de las respuestas a estas preguntas tendrá la oportunidad de confeccionar sus productos interpretativos a la medida de los intereses y conocimientos de los visitantes, además de incorporar los nuevos puntos de “relevancia” que haya descubierto.

Preguntar al visitante qué piensa o siente sobre un recurso tangible le puede evocar palabras y frases cargadas de emoción que pueden ser investigadas por el intérprete. Es fundamental recordar que por un conocimiento exhaustivo del recurso también se entiende un conocimiento exhaustivo de los distintos significados que los visitantes adscriben a ese recurso, por tanto el conocimiento del recurso y el de la audiencia están conectados y son inseparables.

Por otra parte, el uso de múltiples puntos de vista evidencia la inclusividad y el entendimiento de que los visitantes tienen derecho a mantener sus propias opiniones cuando entran en contacto con nuevas ideas. La incorporación de múltiples puntos de vista permite que el producto “sintonice” con un mayor número de visitantes.

El respeto a la audiencia

El conocimiento de la audiencia no sólo es importante para brindar oportunidades interpretativas, sino que es esencial para poder ser respetuoso con ella. Los técnicos en interpretación deben identificar y respetar los valores e intereses personales específicos que los visitantes asocian al recurso. No debe olvidarse que, tal como afirma Larsen (2007), “en lo que concierne a lo que el visitante cree, piensa y siente, ÉL es el soberano”. Para ello, los intérpretes deben saber cuáles son esos valores e intereses. Deben tener en cuenta los “derechos del visitante”. Ya se trate de una visita in situ o virtual, los visitantes tienen derecho a:

- que se respete su privacidad e independencia;
- mantener y expresar sus propios valores;
- ser tratados con cortesía y consideración;
- recibir una información precisa y equilibrada.

5.2.3. Competencia en las Técnicas Adecuadas

El conocimiento de la audiencia y del recurso se presenta claramente en los derechos del visitante. Pero para lograr que los visitantes tengan oportunidades interpretativas existe otra parte de la ecuación que es esencial. Para poder “enlazar”

los recursos tangibles a los conceptos intangibles que representan se deben usar las técnicas interpretativas adecuadas. El hecho de declarar simplemente que un recurso es importante porque representa la lucha universal por la supervivencia no da oportunidad a los visitantes para formar *su propia* conexión con lo que significa o hace importante el recurso. Sin embargo, el uso de técnicas como el contar un cuento o realizar comparaciones –si son apropiadas para ese servicio en concreto– pueden generar oportunidades para conectar con el recurso, logrando que el visitante se preocupe por él, y quizás incluso contribuya a su cuidado.

A. Descripción de la Competencia

La interpretación cuenta con una amplia variedad de técnicas que, aplicadas apropiadamente, pueden generar oportunidades para que el visitante “conecte” con el recurso. La selección de técnicas debe estar siempre basada en los objetivos específicos del programa y en el conocimiento de las posibilidades y limitaciones de cada técnica. Es necesario, además, conocer tanto a la audiencia como al recurso para determinar la idoneidad de la técnica. También se debe considerar que se posean las habilidades necesarias para ejecutar el planteamiento técnico escogido.

B. Estándares de la Competencia

Todos los intérpretes deberían:

- Comprender el papel que tienen las técnicas interpretativas para promover una oportunidad de conexión intelectual o emocional con los significados e importancia del recurso.
- Conocer los puntos débiles y fuertes de cada técnica en particular.
- Identificar la idoneidad de una técnica en particular con relación al recurso, emplazamiento, circunstancias ambientales y audiencia.
- Ejecutar con habilidad una diversidad de técnicas de interpretación en los programas interpretativos, en el desarrollo e implementación de medios y en los contactos informales.

Idoneidad de las técnicas

Las técnicas deberían ser las que convienen a la audiencia, al recurso, a las circunstancias ambientales y al intérprete. Hay varios factores a considerar respecto a la audiencia a la hora de seleccionar las técnicas, algunos más obvios que otros. La edad, lengua de origen, las cuestiones sobre accesibilidad y tipo de grupo (familia, amigos, extraños) son algunos de los primeros a considerar. Otros factores incluyen:

- Lugar de residencia (rural, urbana, suburbana)
- Diversidad cultural e influencias culturales
- Nivel educativo
- Nivel cultural
- Condiciones del sitio
- Intereses
- Estilo de aprendizaje

- Género
- Tamaño del grupo
- Antecedentes socioeconómicos
- Etapa de la vida

Sin embargo, lo que tal vez brinde un mayor entendimiento a los intérpretes de cómo comunicar –qué técnicas y estrategias aplicar– son los intereses de la audiencia, sus gustos, sus preferencias y cómo se divierten (Sam Ham, comunicación personal[♦]).

Aunque dichas técnicas tienen que ser adecuadas para la audiencia, también lo tienen que ser para el recurso. Deben evitarse las técnicas que puedan afectarle negativamente, tanto a corto como a largo plazo. Los objetos y recursos de carácter sagrado requieren especial atención a la hora de seleccionar las técnicas y, para ello, es necesario que los intérpretes tomen contacto con otro personal del sitio, como administradores e investigadores.

Es fundamental que las técnicas que se elijan sean las apropiadas para la audiencia y el recurso, pero también tienen que ser adecuadas al intérprete. Un intérprete cuyas facultades para contar cuentos dejen mucho que desear no debería incluir la técnica de contar cuentos en su programa. Por otra parte, no se debería utilizar una técnica que no se haya practicado antes un número razonable de veces o con la que el intérprete no se sienta cómodo.

Selección de técnicas

Un programa interpretativo efectivo contiene múltiples puntos de vista para que sea relevante para muchos visitantes. De igual forma, este programa debería incluir una variedad de técnicas para ofrecer a los visitantes múltiples oportunidades de formar sus propias conexiones con los significados del recurso.

Hay muchas técnicas interpretativas, y ninguna es mejor que otra de por sí. Sin embargo, antes de seleccionar una técnica, el intérprete deberá haber identificado la idea central (oración-tema), los objetivos y la audiencia; así podrá estimar si esa técnica va a “encajar” en esa situación. Escoger técnicas al azar o porque sean del gusto personal del intérprete puede dar como resultado un programa que sólo llega a una pequeña parte del público.

Los técnicos en interpretación deben conocer y estar familiarizados con una gran variedad de técnicas y saber cómo aplicarlas con habilidad en diferentes situaciones. Por medio de la práctica, la experiencia, la autocrítica y una retroalimentación constructiva, se gana eficiencia tanto en la selección como en la forma de ejecutar las técnicas.

Hay que tener cuidado de no adoptar nuevas técnicas simplemente porque son nuevas. La clave está en examinar cuidadosamente lo apropiado de la técnica antes de comenzar a practicarla. Los intérpretes deben evaluar periódicamente la efectividad de las técnicas que usan, y reemplazarlas y actualizarlas cuando ya no logren los resultados previstos.

[♦] Director del Center for International Training and Outreach del Instituto de Recursos Naturales de la Universidad de Idaho.

Hacerlo atractivo

Sea cual sea la técnica que se seleccione, un servicio interpretativo debería ser motivador. Hacer preguntas que provoquen el pensamiento puede resultar tan participativo como proponer una actividad manual, de modo que todos los servicios interpretativos, medios incluidos, pueden ser participativos. Las técnicas interpretativas efectivas permiten que haya un cierto grado de participación e implicación de la audiencia.

Para que una interpretación sea eficaz es esencial que el visitante se involucre directamente, bien haciéndole llevar la experiencia con sus propias preguntas, inquietudes y observaciones o dándole algo específico o tangible para que conecte de forma personal. Hacer que los miembros de la audiencia compartan ideas y experiencias entre ellos puede posibilitar su participación sin que tengan que incluirse costes adicionales. Los medios interpretativos (como un folleto o los carteles de un sendero autoguiado) con textos bien diseñados pueden animar a los visitantes a participar en la experiencia interpretativa si se incluyen preguntas que les permitan reflejar sus propias experiencias o compartir sus ideas con otros miembros de su grupo.

Habilidades para comunicar

Los intérpretes y los servicios que brindan son el vínculo de comunicación entre el visitante y el recurso. Puede que el intérprete tenga planificado un maravilloso programa, pero si no tiene buenas habilidades para la comunicación o la transmisión de información, hasta el servicio mejor diseñado puede fallar. Los paneles sobrecargados de información pueden tener un efecto contrario al deseado (generar conexiones). En los servicios atendidos por personal, el contacto visual, situarse de cara al grupo, un volumen y tono apropiados, el correcto uso del lenguaje y algo de confianza, desempeñan un importante papel en la ejecución del programa. Las habilidades de comunicación y transmisión pueden incluir también descifrar y reaccionar ante lenguajes no verbales y superar las barreras de la comunicación. En los servicios que cuentan con medios es crucial que los textos y diseños sean claros, concisos y organizados para que lleguen eficazmente a la audiencia.

6. La interpretación es un proceso

Las Partes

Hay varias formas de abordar el desarrollo de los servicios interpretativos porque la interpretación es un proceso muy creativo. Pero, aunque los enfoques sean diferentes, normalmente incluyen las siguientes partes esenciales:

- Conocer las motivaciones, expectativas y conocimientos previos de los visitantes.
- Identificar los posibles temas interpretativos principales de todo el sitio.
- Definir los objetivos para el servicio o producto interpretativo.
- Seleccionar el rasgo tangible. Si son varios, escoger uno como icono para enfocar el servicio interpretativo.
- Identificar los significados intangibles que representan los recursos tangibles.
- Verificar que los significados intangibles incluyan conceptos universales (tales como vida, amor, muerte, supervivencia, familia) con los que la mayoría de la gente puede relacionarse de alguna manera.
- Identificar a los destinatarios específicos del servicio interpretativo.
- Realizar una tormenta de ideas para elegir una que actúe como hilo conductor del servicio y dé coherencia a las diversas partes del mismo.
- Escribir un enunciado específico en forma de oración-tema que exprese esa idea.
- Seleccionar las técnicas apropiadas que ayuden a “enlazar” los recursos tangibles con los significados intangibles que representan.
- Seleccionar una estrategia basada en la idea principal (oración-tema) para organizar los contenidos del producto y así poder generar conexiones intelectuales y emocionales con los significados del recurso, de manera que la audiencia pueda seguir el programa “sin perder el hilo”.

Las partes unidas en el Proceso de la Interpretación

El Modelo de Proceso Interpretativo recomendado por el *National Park Service* (2004) presenta un procedimiento para unir las partes del proceso. Este modelo, adaptado a nuestra realidad y terminología, es el siguiente:

- Paso 1. Seleccionar un lugar, objeto, personaje o acontecimiento tangible sobre el cual se quiera destacar su significado e importancia ante los visitantes.
- Paso 2. Identificar los significados intangibles que surgen de ese patrimonio tangible.
- Paso 3. Identificar los conceptos intangibles que representen valores universales.
- Paso 4. Identificar a la audiencia.
- Paso 5. Escribir un enunciado en forma de oración-tema que represente lo esencial de ese recurso, qué tiene de especial o por qué es importante. Conviene incluir un concepto universal en ese enunciado.

- Paso 6. Seleccionar las técnicas interpretativas adecuadas para facilitar las oportunidades de conexión con los significados por parte del público.
- Paso 7. Utilizar la oración-tema para organizar oportunidades de conexión y desarrollar las ideas secundarias de forma cohesiva.

En detalle:

Paso 1. Seleccionar un lugar, objeto, personaje o acontecimiento tangible sobre el cual se quiera destacar su significado e importancia ante los visitantes.

Hay que analizar exhaustivamente toda la información necesaria. Normalmente, se revisarán una serie de datos y se identificarán los lugares y objetos a interpretar. Los descriptores (fechas, medidas, materiales, características físicas, nombres) son los atributos concretos, conceptos tangibles que describen al “icono” considerado como rasgo con potencial interpretativo.

Aunque un producto o servicio interpretativo puede incluir varios recursos tangibles, generalmente es uno de ellos el que actúa como icono o símbolo. El icono es el motor que le da fuerza a la presentación. El icono proporciona un punto de partida y la referencia para explorar los recursos tangibles asociados y los múltiples significados del recurso.

Un producto o servicio interpretativo puede utilizar más de un recurso tangible como icono. Un recorrido interpretativo generalmente enfoca un objeto o rasgo diferente en cada parada para explicar un significado o significados singulares. Sin embargo, cuantos más símbolos se utilizan en un producto interpretativo más complicado será su desarrollo y transmisión.

Paso 2. Identificar los significados intangibles que surgen de ese patrimonio tangible.

Los enlaces tangible-intangible son los ladrillos básicos de la interpretación. Las experiencias de conexión (por parte del público) se dan cuando se vincula un recurso tangible con un significado intangible más amplio, de manera que el visitante pueda relacionarse personalmente con él y le produzca comprensión y/o aprecio. Esto se consigue preguntándose “¿qué representa esto?” Por ejemplo, para una fortaleza medieval se pueden considerar los siguientes conceptos intangibles: defensa, abastecimiento, protección, guerra, refugio, cultura, historia, aislamiento, estrategia, apoyo, solidez, dolor, cambio, triunfo, derrota, etc. Es conveniente revisar estos conceptos intangibles con los técnicos e investigadores, de forma que sean unos significados que sin ninguna duda se puedan atribuir al recurso.

Los significados intangibles hablan a distinta gente de distintas maneras. Solamente cuando el enlace tangible-intangible resulta de importancia personal, conectará a esa persona con el recurso. Al relacionar algo tangible con significados intangibles más amplios, su valor se convierte en algo relevante para más gente; su importancia se hace más evidente y accesible. Luego, en el paso 5, algunos de los conceptos intangibles determinados en este punto serán fundamentales para formular el “tema

interpretativo”, ya que, en lugar de buscar conexiones aisladas en una presentación, el intérprete será más efectivo si estos enlaces se explicitan en la idea central.

“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” (Tilden, 1957).

Cuanto mayor es el Conocimiento del Recurso (CR) y el Conocimiento de la Audiencia (CA) por parte del intérprete, mayor número de significados podrán ser vinculados a los recursos tangibles. A veces esto ocurre cuando el técnico en interpretación ayuda a comprender mejor el contexto o a profundizar con un descubrimiento o revelación –en otras palabras: por el intelecto–. Otras veces la conexión llega a través de las emociones, produciendo sentimientos de placer, empatía, admiración, interés, asombro u orgullo.

Paso 3. Identificar los conceptos que representen valores universales.

Algunos significados intangibles son conceptos universales. En la lista de “intangibles” del Paso 3 hay que encontrar aquellos que posean más fuerza, los que representen valores universales para casi todas las personas, aunque no sean vistos exactamente igual por más de una persona. Los conceptos universales son significados intangibles importantes, y proporcionan una gran relevancia a una audiencia más amplia.

Los enlaces que incluyen un concepto universal suelen funcionar mejor si se presentan con otros enlaces tangible-intangible. Por ejemplo, para la hipotética fortaleza medieval, no basta con hablar de defensa, protección y triunfo, también convendría hablar de guerra, sufrimiento y derrota. Estos conceptos universales son los que producirán significados más potentes en la mente de los visitantes, porque conectarán más con ellos.

Los conceptos universales, unidos a otros enlaces tangible-intangible pueden producir deseos de comprender y apreciar los significados intangibles que de otra manera podrían parecer sin interés, porque esos conceptos universales llegan a un fragmento más amplio del espíritu humano.

Paso 4. Identificar a la audiencia.

Es crucial saber cuáles son las características de la audiencia, pues así se podrán seleccionar las técnicas más adecuadas y ajustar mejor el estilo del mensaje. Si se conoce al público, se puede hacer más relevante el mensaje, brindando mejores ejemplos, analogías y comparaciones, por ejemplo.

Para que la programación interpretativa sea lo más relevante posible se debería examinar la cultura, tipo de aprendizaje y motivaciones para la visita de los grupos de público. ¿Cuáles son las expectativas e intereses de los miembros de la audiencia? ¿Qué significados, creencias y actitudes traen consigo al recurso? Es importante entender y respetar los motivos que tienen los visitantes para venir a nuestros sitios. Los visitantes pueden encontrar valioso el recurso por variadas razones. Sea cual sea la motivación que les trae, es tarea del intérprete hacer posible que cada visitante tenga una experiencia positiva que promueva el cuidado del recurso.

Paso 5. Escribir un enunciado en forma de oración-tema que represente lo esencial de ese recurso. Conviene incluir un concepto universal en ese enunciado.

El tema (u oración-tema) es una de las principales herramientas de la interpretación. Consiste en un enunciado que desarrolla una idea con el fin de servir de soporte conceptual a todo el programa o producto interpretativo. Es una frase con verbo que expresa la esencia o “lo más importante” con respecto al recurso y sus rasgos. Además, si esa oración está bien desarrollada (oralmente o por escrito), puede ayudar al público a establecer sus conexiones con los significados del recurso concreto, estimulando nuevos pensamientos y sentimientos.

El enunciado del tema se debe fundamentar en el objetivo específico de conocimiento para el programa en cuestión, y los productos interpretativos más convincentes y efectivos contienen temas que vinculan un recurso tangible con un concepto universal. Por ejemplo, en el caso de una muralla histórica, se puede considerar el uso de la siguiente oración-tema: *Esta muralla medieval sirvió de barrera contra asaltantes y diversas enfermedades, salvando a miles de personas de una muerte segura*. Las palabras “salvar” y “muerte” se pueden considerar como conceptos universales.

Un programa bien presentado, basado en una oración-tema sólida, probablemente producirá conexiones que el intérprete no tenía previstas y de las que puede que nunca se dé cuenta. Puede que ninguno de los visitantes sea capaz de repetir exactamente el tema interpretativo, pero el punto central debería estar claro y las versiones que dé la mayoría de la gente estarán relacionadas con él y serán reconocibles.

La idea central u oración-tema:

- Es una idea completa que expresa un significado (y puede estar compuesta por una oración principal y –circunstancialmente– varias oraciones complementarias)
- Es la esencia del mensaje de un producto interpretativo
- Es una afirmación que expresa una creencia o convicción
- Cuenta una noticia, por lo tanto es análoga a un titular de prensa
- Es más potente si contiene un concepto universal
- Vincula un recurso tangible con sus significados intangibles
- Sirve para dar cohesión a los productos interpretativos
- Utiliza atributos tangibles para enfocar conceptos universalmente importantes, enlazándolos.

Un tema no es un refrán, un eslogan o un lema. Es una afirmación que estimula el pensamiento. Pero su artesanado requiere cuidado, tiempo y una buena edición. Con frecuencia necesita varios borradores, hasta que el técnico en interpretación tenga claro “qué quiere que el visitante sea capaz de comprender”.

Paso 6. Seleccionar las técnicas interpretativas adecuadas para facilitar las oportunidades de conexión con los significados.

El término “técnica interpretativa” se refiere a un tipo de lenguaje (estilo) o tratamiento organizacional que desarrolla un vínculo entre un recurso tangible y sus significados intangibles (Scherbaum, 2006).

En esta etapa se desarrollan los “vínculos” (enlaces) entre tangibles e intangibles con las técnicas que se consideren idóneas, de forma que ilustren de manera efectiva la idea expresada en la oración-tema. Los vínculos no proporcionan en sí mismos oportunidades para conectar emocional e intelectualmente con el recurso (por ejemplo: muralla-muerte). Los vínculos se deben convertir en “oportunidades de conexión” con los significados, con el fin de presentar el recurso de forma convincente y atractiva, y esto se consigue a través de técnicas interpretativas específicas, tales como:

- Cuentos
- Citas de textos importantes
- Desarrollo de actividades prácticas
- Uso del humor
- Uso de la imaginación
- Comparaciones y analogías
- Ironía
- Demostraciones
- Misterio, prefiguración
- Personificación
- Uso de los sentidos
- Estrategia de preguntas y respuestas
- Debates
- Refranes
- Ir de lo particular a lo general
- Etc.

Una descripción continua de hechos no es una técnica: es información, no interpretación (aunque en ciertos momentos del programa haya que hacerlo).

Para que sea relevante, *personal* para el visitante, un producto interpretativo debe ofrecer oportunidades para conectar tanto intelectual como emocionalmente con los significados del recurso. Una parte de los vínculos deberían desarrollarse con la intención de brindar oportunidades de conexión intelectual, y otra parte para la conexión emocional. El técnico en interpretación debe crear (planificar) oportunidades específicas pensadas para inspirar o provocar sentimientos de asombro, pena, dolor, alegría, empatía, melancolía o indignación, según convenga a su programa. Otras oportunidades específicas deberían producir un mayor entendimiento, comprensión del contexto y descubrimiento de nuevas cosas, además de revelar interrelaciones. Algunas técnicas son mejores que otras para desarrollar uno u otro tipo de oportunidades.

Hay muchas técnicas que pueden ser utilizadas para generar conexiones intelectuales y emocionales con los significados del recurso. El éxito depende del enlace tangible-intangible, de la oración-tema, del CR y el CA del técnico en interpretación, del estilo y del propósito del producto interpretativo.

Paso 7. Utilizar la oración-tema para organizar oportunidades de conexión y desarrollar las ideas secundarias de forma cohesiva.

El enunciado de la oración-tema del producto interpretativo debe servir para organizar las oportunidades de una secuencia programática y desarrollar de forma cohesiva la idea o ideas expuestas en ese tema (muy parecido a como se organizan las partes de una redacción en clase de lengua).

Las oportunidades para conectar emocional e intelectualmente con los significados del recurso proporcionan el marco para el desarrollo cohesivo de la idea principal (tema) y las secundarias (subtemas); para ello es necesario crear transiciones efectivas y dispuestas de forma que apoyen la exposición del tema interpretativo y los aspectos complementarios (los detalles).

La mejor manera de revelar significados es a través de la exploración de una idea. Una idea que exprese un significado claro captura, ayuda a organizar la información y mantiene la atención de la audiencia. Además, proporciona oportunidades para que la audiencia establezca sus propias conexiones con los significados del recurso.

Si la idea central no se desarrolla de forma cohesiva, bien conectada con sus conceptos complementarios, los programas o productos sólo son recopilaciones de información: no son interpretativos.

7. Pautas para la efectividad del mensaje interpretativo

La expresión “interpretativo” se refiere a las especiales características del mensaje, es decir, el tratamiento de los contenidos ofrecidos en un programa o producto.

Los actuales postulados de la interpretación (Ham, 2006 y 2007; National Park Service, 2007; Leftridge, 2006; Larsen, 2003; Merriman y Brochu, 2003), permiten establecer esta sencilla pauta para analizar los mensajes interpretativos, con el fin de poder evaluarlos y hacerlos más efectivos. Estos aspectos contienen aportaciones de la Lista de Discusión de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio.

El mensaje se considera *interpretativo* porque:

1. **Contiene elementos y atributos tangibles.** Es decir, el mensaje identifica con claridad las características físicas y concretas del rasgo.
2. **Contiene elementos o conceptos intangibles.** Se refiere a ideas abstractas contenidas en el mensaje que surgen a partir de (o relacionadas con) los atributos tangibles del recurso.
3. **Utiliza conceptos universales.** El mensaje contiene ideas intangibles con un nivel de relevancia superior para los visitantes. Surgen del punto 2, y son conceptos más elevados, importantes para una amplia mayoría de visitantes. Los conceptos universales expresan con más profundidad y de manera más personal "qué representa" ese recurso para el visitante.
4. **Crea conexiones intelectuales con el visitante.** Oportunidad que ofrece el mensaje para que el público comprenda conceptos e ideas nuevas.
5. **Crea conexiones emocionales con el visitante.** Oportunidad que ofrece el mensaje para producir emociones en el público.
6. **Estimula el pensamiento.** Capacidad del mensaje para provocar en el visitante un pensamiento más profundo. Es la provocación lo que causa el pensamiento.
7. **Puede infundir una actitud de custodia/respeto.** Actitud que podría generar el mensaje para que el público aprecie y contribuya a la salvaguarda del recurso. Si las actitudes son positivas, es probable que los comportamientos también lo sean.
8. **Desarrolla una idea central clara.** Un *tema* potente que dé cohesión a los distintos aspectos tratados en el mensaje –en forma de oración, con sujeto, verbo y predicado–. Además, el propósito de comunicar el tema es estimular el pensamiento del visitante.

8. Aspectos competenciales para los técnicos en interpretación del patrimonio

Adaptado de “Bases para la capacitación en interpretación del patrimonio” (Morales, 2005), recomendamos los siguientes aspectos competenciales para los técnicos en interpretación del patrimonio, a desarrollar en la formación correspondiente:

En los contenidos

- El técnico en interpretación posee un conocimiento cabal acerca del significado de la interpretación del patrimonio (natural y cultural), su contexto, los entornos para su aplicación, y su potencial como instrumento de comunicación y de gestión in situ.
- Conoce las herramientas metodológicas básicas para el análisis de los visitantes (reales y potenciales).
- Conoce los procedimientos para el análisis del recurso patrimonial (natural o cultural), la identificación de rasgos con potencial Interpretativo, y la determinación de los significados del recurso (tangibles, intangibles y conceptos universales).
- Conoce la metodología esencial de la interpretación y las técnicas interpretativas para adecuar los mensajes a diversos tipos de público y generar oportunidades para la interpretación.
- Conoce el proceso de la interpretación y sabe cómo crear productos interpretativos.
- Conoce los medios y soportes para la interpretación, así como los criterios para la selección de medios interpretativos.
- Conoce los procedimientos para realizar planificación interpretativa, y sabe elaborar un plan de interpretación.
- Sabe cómo analizar y evaluar productos y servicios interpretativos.

En las habilidades

- Tiene capacidad para argumentar (describir, relatar) las potencialidades de la interpretación, como instrumento de comunicación en entornos no formales y como instrumento de gestión.
- Posee habilidades para analizar a los diferentes tipos de audiencias.
- Posee capacidades para analizar y definir rasgos y puntos con potencial interpretativo en el área o territorio de trabajo.
- Tiene habilidades para identificar los significados intangibles y de valor universal atribuibles al recurso tangible.
- Posee habilidad para identificar la idea clave del sitio, su esencia, o “el espíritu del lugar”, y para transformarla en una oración-tema sobre la que orbite un producto interpretativo.

- Es hábil para tomar decisiones con respecto a dónde realizar interpretación y dónde no realizarla.
- Tiene habilidad para elaborar (redactar) mensajes interpretativos impactantes (efectivos) y creativos (amenos), que “conecten” los intereses del visitante con los significados inherentes del recurso.
- Posee destrezas para seleccionar y decidir la oportunidad de utilizar diversos medios interpretativos, incluida –eventualmente– su propia intervención como guía intérprete.
- Tiene habilidades para el trabajo interdisciplinario de planificación interpretativa, incluyendo destrezas para potenciar la participación ciudadana en dicho proceso.
- Tiene habilidades para analizar y evaluar la efectividad de la interpretación, tanto en la transmisión y asimilación del mensaje interpretativo, así como su impacto social y ambiental.

En las actitudes

- El técnico en interpretación posee la convicción de que su trabajo contribuye a cambiar el estado de las cosas: a mejorar, a prevenir, a promover actitudes favorables a la conservación del sitio en concreto y del patrimonio (natural y cultural) en general, a mejorar la calidad de la experiencia del visitante, y a mejorar la calidad de vida de la población local.
- Posee unos valores y actitudes congruentes con la acción interpretativa que realiza.
- Es sensible a las necesidades, creencias y valores del público destinatario, así como de la población local anfitriona.
- Es sensible a las diversas y complejas necesidades del patrimonio natural o cultural.
- Tiene actitudes positivas y favorables para el trabajo en equipo, ya que en su trabajo tiene que contar con profesionales y técnicos de otros ámbitos de la gestión y el conocimiento científico.

9. Referencias

- Beck, L., y T. Cable. 1998. *Interpretation for the 21st Century*. Champaign, IL: Sagamore Publishing.
- Edwards, R. Yorke. 1976. Interpretation: What Should it Be? *Journal of Interpretation* 1(1).
- Ham, Sam H. 1983. Cognitive Psychology and Interpretation: Synthesis and Application. *Journal of Interpretation* 8(1):11-27.
- Ham, S.H. 1992. *Environmental interpretation: A practical guide for people with big ideas and small budgets*. Golden, CO: North American Press.
- Ham, S.H. 2002. Meaning Making - The Premise and Promise of Interpretation. Keynote presentation to Scotland's First National Conference on Interpretation. Royal Botanic Gardens, Edimburgh, April 4, 2002.
- Ham, S.H. 2005. Audiencias cautivas y no-cautivas. Un relato de cómo llegué a esa idea y a qué me refiero con esto. *Boletín de Interpretación* número 13:2-4. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Ham, S.H. 2006. La psicología cognitiva y la interpretación: síntesis y aplicación: *Boletín de Interpretación* número 15:14-21. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Ham, S.H. 2007. ¿Puede la Interpretación marcar una diferencia? Respuestas a cuatro preguntas de psicología cognitiva y del comportamiento. *Boletín de Interpretación* número 17:10-16. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Larsen, David (Ed.). 2003. *Meaningful interpretation*. Eastern National.
- Larsen, D.L. 2007. Ser relevante al público o convertirse en una reliquia. *Boletín de Interpretación* número 16:18-23. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Leftridge, Alan. 2006. *Interpretive Writing*. The National Association for Interpretation, InterPress. Fort Collins (CO).
- Merriman, Tim; y Lisa Brochu. 2003. *Interpretación personal*. The National Association for Interpretation, InterPress. Singapur.
- Mills, Enos A. 1920. *The Adventures of a Nature Guide*. Doubleday Page, Garden City, NY.
- Morales, Jorge. 2001. *Guía Práctica para la Interpretación del Patrimonio - El Arte de Acercar el Legado Natural y Cultural al Público Visitante*. Consejería de Cultura (Junta de Andalucía), y TRAGSA. Segunda edición.
- Morales, J. 2005. Bases para la capacitación en interpretación del patrimonio. *Boletín de Interpretación* número 12:24-27. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.

- Morales, J. 2008. El sentido y metodología de la interpretación del patrimonio. En: Santos Mateos Rusillo (coord.), *La comunicación global del patrimonio cultural*, Gijón: Trea.
- Morales, J.; y S.H. Ham. 2008. ¿A qué interpretación nos referimos? *Boletín de Interpretación* número 19:4-7. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Muir, John. 1896. The national parks and forest reservations. *Sierra Club Bulletin* 1(7), 271-284.
- National Park Service. 2003. *Visitor Use and Evaluation of Interpretive Media*. U.S. Dept. of the Interior, NPS, Social Science Program.
- National Park Service. 2004. The Interpretive Process Model. NPS-Interpretive Development Program. <www.nps.gov/idp/interp/101/ProcessMod.doc> [Consulta: abril de 2009].
- National Park Service. 2007. Foundational Competencies for All National Park Service Interpreters. Tomado de: <http://www.nps.gov/idp/interp/101/FoundationsCurriculum.pdf>, [Consulta: mayo de 2008].
- Scherbaum, Peggy A. 2006. *Handles - A Compendium of Interpretive Techniques To help Visitors Grasp Resource Meanings*. Eastern National.
- Sharpe, Grant. 1982. *Interpreting the environment* (2nd ed.). New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Tilden, Freeman. 1951. *The National Parks - What They Mean to You and Me*. Alfred A. Knopf, New York.
- Tilden, F. 1957. *Interpreting our heritage*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press. (En castellano: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Asociación para la Interpretación del Patrimonio (ed.). Primera edición en castellano. España, 2006).
- Tilden, F. (sin fecha). *The fifth essence*. Washington, DC: The National Park Trust Fund Board.
- Wallin, Harold. 1965. Interpretation: A manual and survey on establishing a naturalist program. In *Management Aids Bulletin* No. 22 of American Institute of Park Executives. Arlington, VA: National Recreation and Parks Association.
- Wikipedia. 2009. *John Muir*. Tomado de: <http://es.wikipedia.org/wiki/John_Muir> [Consulta: abril de 2009].

RESPUESTA A LA PROPUESTA DE COLABORACIÓN DE LA FEDERACIÓN DE ENTIDADES DE EDUCACIÓN AMBIENTAL (FEEA) AL SEMINARIO DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO

En primer lugar, desde el Seminario de Interpretación del Patrimonio se agradece la propuesta de colaboración realizada desde la FEEA con motivo de aunar esfuerzos en las iniciativas relacionadas con la profesionalización en Educación Ambiental e Interpretación del Patrimonio.

El Seminario, como grupo de reflexión, dependiente del CENEAM acepta la invitación a colaborar en los términos y líneas de trabajo que establece la FEEA. Así:

- 1) Definimos la Interpretación del Patrimonio como un conjunto de métodos y técnicas de comunicación que se utilizan para "revelar" el significado de un lugar que es visitado por el público. El objetivo de esta acción es conseguir que, con el entendimiento de los significados por parte del público, éste adopte una actitud de respeto y aprecio por el lugar que visita. Es una disciplina que se puede utilizar por distintos profesionales: biólogos, técnicos en turismo, arqueólogos, historiadores, museógrafos, educadores ambientales, etc. Por lo tanto, la interpretación es "una herramienta", una estrategia de comunicación a disposición de quienes estén atendiendo "in situ" a visitantes de diverso tipo, principalmente público "no-cautivo" (no obligado a prestar atención). Los programas y servicios interpretativos son amenos, breves y claros, además de directos en el lenguaje. La Educación Ambiental, como movimiento y enfoque pedagógico, indudablemente puede utilizar las técnicas de la interpretación, pues de esta forma hará más efectiva parte de su esfuerzo.
- 2) Aunque puede haber especialistas en Interpretación del Patrimonio, considerados como profesionales en esta materia, lo más habitual es que se considere una disciplina más que una profesión. Esto quiere decir que, de momento¹, se tiene que integrar como materia de estudio para diferentes profesiones y ocupaciones.
- 3) En cuanto a la formación en Interpretación, lo más recomendable sería desarrollar un módulo (o módulos) formativo de interpretación en los ciclos de otras enseñanzas. Hay que definir "un mínimo común" de competencias profesionales para que cualquier persona -de cualquier profesión de origen- que tenga entre sus funciones "interpretar a los visitantes" conozca, asuma y utilice el lenguaje técnico y la metodología de la interpretación.
- 4) Puesto que se prefiere la opción de que la Interpretación del Patrimonio forme parte del acervo de competencias de otras profesiones, consideramos que estas otras profesiones-ocupaciones son, entre otras, las siguientes²:

¹ El seminario considera ésta la mejor opción ante las nuevas cualificaciones profesionales, aunque su perspectiva a futuro podría ser una nueva profesión de "Técnico en interpretación".

² Listado sin finalizar por parte del Seminario de IP

Planificador de la interpretación
Gestor de equipamientos
Diseñador de medios interpretativos -TICS
Personas formadoras en interpretación
Creadores de contenidos para la formación
Educador ambiental
Planificadores y gestores de uso público
Guías de turismo
Guía intérprete del patrimonio natural
Guía de montaña
Museógrafos
Agentes medioambientales
Informadores en centros de visitantes
Informadores en ENP
Informadores en OIT/ OET/ CIT
Marketing turístico

5) Las competencias básicas que estos profesionales deben poseer con respecto a la interpretación son:

- Comprender su misión como mediadores en el proceso de generar conexiones entre los significados del recurso y los intereses de la audiencia.
- Comprender la importancia de los tres pilares de la interpretación y las relaciones equilibradas entre sus componentes: conocimiento del recurso, conocimiento de la audiencia y las técnicas interpretativas, para diseñar productos y actividades de interpretación bien fundamentados en estos tres elementos.
- Comprender y ser capaces de aplicar en la metodología del trabajo los fundamentos teóricos enunciados por S. Ham, según los cuales, la interpretación es Amena, Relevante, Organizada y Temática.
- Ser capaces de desarrollar de forma cohesiva una idea central (oración-tema) en sus productos y actividades de interpretación, así como de comprender la importancia y utilidad de la interpretación temática.
- Comprender y reconocer las oportunidades para aplicar las técnicas necesarias para que la audiencia realice sus propias conexiones intelectuales y emocionales con los significados del recurso que es interpretado.
- Estar resueltos a reflexionar sobre los principios, las bases metodológicas, el proceso de interpretación y sus mejores prácticas, profundizando en su conocimiento para aplicar estos avances y madurez profesional en todas las actividades interpretativas.
- Desarrollar y aplicar las técnicas necesarias para evaluar cuantitativa y cualitativamente los éxitos y fracasos de sus productos y actividades de interpretación con el objetivo de optimizarlos.

6) Las funciones y tareas imprescindibles que debe desempeñar un técnico en interpretación están por definir y serán objeto de trabajo de este Seminario, así como su relación con las ocupaciones antes citadas.

IV Seminario de Interpretación del Patrimonio

Mini - estrategia de difusión de la IP

Documento de discusión

Avance – Junio 09

1. Antecedentes y justificación.

Durante las sesiones de trabajo del **II Seminario de Interpretación del Patrimonio** (Valsaín, junio 2007) se planteó definir un escenario de futuro de la IP a partir de la evolución de la situación actual y la detección de los retos para afrontar su implementación.

En la lluvia de ideas sobre los problemas de la IP en España y sus posibles causas se identificaron algunas limitaciones muy claras, como:

- Desconocimiento social de la IP y ausencia de reconocimiento (población en general y otros sectores profesionales).
- Desconexión entre gestores (planifican) y técnicos (ejecutan) con competencias en IP.
- Falta de difusión de la profesión y su alcance.
- Dificultad para comunicar las bondades de la disciplina desde el sector profesional.

Posteriormente, la dinámica estuvo enfocada a proponer alternativas para abordar los problemas detectados, y a priorizar qué actuaciones se podrían poner en marcha desde el Seminario, partiendo de las propias inquietudes de los/as participantes.

Entre las actuaciones seleccionadas se planteó esbozar una estrategia dirigida a **promover la difusión de la IP entre la población, desde diversas instancias y niveles de intervención/acción** (administraciones, empresas, profesionales, público en general, etc).

En el **III Seminario de Interpretación del Patrimonio** (Valsaín, junio 2008) se avanzó un esquema básico del contenido de esta estrategia, y se propuso abordar con mayor decisión su elaboración desde el Seminario.

Se acordó iniciar la redacción de un documento de referencia por parte del grupo de trabajo que se constituyó al efecto, integrado inicialmente por Malena Llorent (Alicante), Carmina Bonmatí (Alicante) y Lola Falcó (Murcia).

En el **IV Seminario de Interpretación del Patrimonio (Valsaín, 2009)** se presenta un avance de la Estrategia para su discusión e implementación, en el que se plantean diversas cuestiones relacionadas con:

- El alcance de la estrategia (ámbito, objetivos, acciones prioritarias, etc).
- Puesta en marcha y entidades implicadas. Papel y compromisos del Seminario de IP.
- Estimación presupuestaria y posibles fuentes de financiación.

2. Los ámbitos posibles de intervención son muy diversos.

Como principales conclusiones del proceso de análisis realizado se constata que la Interpretación del Patrimonio es una disciplina de carácter horizontal, relacionada con múltiples ámbitos, entidades, y desarrollos competenciales:

- Diversidad de entidades implicadas en la comunicación del patrimonio a diversas escalas (internacional, estatal, regional y local, públicas y privadas, etc).
- Importante proyección profesional de la comunicación del patrimonio: yacimiento/oportunidad de empleo para diversidad de profesionales.
- Relevancia del sector turístico por su gran incidencia actualmente en las decisiones sobre la intervención en materia de recuperación y puesta en valor del territorio, y por que aglutina diversas vertientes de la gestión y comunicación del patrimonio.

| Ambito | Entidades relacionadas | Observaciones/Competencias |
|--|--|---|
| Formación Reglada | Ministerio de Trabajo Subdirección General de Formación Ocupacional | Sistema de Cualificación y Certificación profesional – Instituto de Cualificaciones INCUAL |
| | Consejería de Educación | Desarrollo de Módulos Formativos |
| | Universidad | Escuelas de Turismo: Diplomatura de turismo. Otras titulaciones relacionadas con la comunicación del patrimonio. |
| Formación no reglada | Ministerio Medio Ambiente | Centro Nacional de Educación Ambiental (CENEAM) – Seminario IP |
| | Consejería de Turismo | Habilitación de guías de turismo Centros de Cualificación Turística |
| | Consejería Administración Pública | Formación Continua de Funcionarios |
| Gestión patrimonio cultural | Ministerio de Cultura | Patrimonio de la Humanidad Patrimonio Europeo Red de Museos |
| | Consejería de Cultura | Bienes de Interés Cultural Red de Museos / Yacimientos Centros de Estudios Museográficos Proyectos de adecuación |
| Gestión turística | Ministerio de Turismo | Planes de Dinamización Turística Q Calidad |
| | Consejerías de Turismo | Consortios Turísticos Implantación de Sistemas de Calidad ICTEC Turística – SICTED |
| Gestión Ambiental | Ministerio Medio Ambiente | Reservas Biosfera Parques Nacionales Q Calidad ENP |
| | Consejería de Medio Ambiente | Espacios Naturales Protegidos Red Natura 2000 |
| Colectivos profesionales | Colegios Profesionales | Diversos: Biólogos, Arquitectos, Historia / Arqueología |
| | Asociaciones profesionales | Federación de Entidades de Educación Ambiental (FEEA) |
| | | Asociaciones Guías Turísticos |
| | | Asociación de Interpretación del Patrimonio (AIP) |
| Empresas de Consultoría /Producción/Comunicación | Muy diversas | |

2. Criterios orientadores, alcance y objetivos de la estrategia.

Como criterios orientadores para la definición de la estrategia se establecen los siguientes:

- Que sea sencilla, sin retórica, comprensible, que vaya al grano.
- Que priorice agentes con potencialidad real de ejercer un efecto multiplicador en su ámbito de intervención: buscar aliados clave.
- Que considere las líneas de trabajo actuales en IP que se están desarrollando desde diversas instancias (Seminario IP, AIP, Guías Turísticas, etc), como oportunidades de aprovechar y rentabilizar los esfuerzos.
- Que seleccione y asigne acciones claras, concretas y viable a cada agente implicado.
- Que establezca escenarios temporales realistas.
- Que estime asignación de medios y presupuestos razonables.
- Que defina indicadores medibles o evaluables.
- Que determine responsabilidades o funciones de negociación / ejecución: ¿Quién asume dinamizar y evaluar los logros alcanzados y retroalimentar la estrategia?.

Por operatividad (por dónde empezar) y cercanía a la gestión del territorio, se plantea como ámbito territorial de intervención básico (experiencia piloto que se podría adaptar a la realidad de otros territorios) el de una **Comunidad Autónoma**, aunque también se proponen acciones que, por su alcance y carácter horizontal, son más viables y efectivas a escala estatal.

Se definen también tres grandes grupos de agentes “diana”, por su capacidad para actuar como elementos de presión sobre las decisiones políticas y técnicas, y por tanto reguladores del “mercado”:

- Responsables de la gestión del patrimonio ambiental y cultural en las administraciones públicas (políticos y técnicos): uso público y turístico de espacios naturales, desarrollo local, patrimonio cultural, turismo.
- Profesionales de la comunicación del patrimonio: estudiantes de turismo, guías turísticos, consultores que diseñan y ejecutan proyectos, etc.
- Usuarios de productos turísticos patrimoniales.

Así, para la estrategia de difusión de la IP se define una propuesta piloto con los siguientes objetivos específicos:

- Dar a conocer los principios, metodología y técnicas de la IP a los responsables de la gestión del patrimonio, de forma que los puedan aplicar en la definición, contratación y seguimiento (ejecución y puesta en marcha) de proyectos de comunicación de elementos y hechos patrimoniales.
- Potenciar la formación técnica de los profesionales de la comunicación del patrimonio relacionados con el turismo, dado que este ámbito integra actualmente buena parte de las iniciativas de recuperación y puesta en valor de los recursos patrimoniales ambientales y culturales a través de proyectos de detalle (elementos del patrimonio concretos) e intervenciones territoriales (Planes de dinamización, consorcios).
- Fomentar entre los usuarios de productos turísticos patrimoniales capacidades de análisis y valoración de equipamientos y servicios de calidad, de forma que se conviertan progresivamente en demandantes y consumidores responsables de productos de calidad desde la óptica de la IP.

4. Definición de posibles líneas y acciones a desarrollar: un esqueleto.

Las líneas y acciones para la promoción de la IP pueden ser muy numerosas y diversas.

Atendiendo a los criterios y objetivos especificados, se propone la realización de las siguientes líneas (3) y acciones (11). Cada una de estas acciones deberá concretarse, especificando el proceso a seguir (fases), identificando las entidades implicadas y sus funciones específicas, presupuestos orientativos, posibilidades de financiación, y plazos.

A) Materiales informativos y orientadores (2).

Estos materiales tendrán que definirse en cuanto a contenidos, diseño y difusión (preferiblemente en soporte electrónico para acceso libre en web, etc)

- A1 - Folleto general sobre la comunicación del patrimonio y su importancia en la recuperación y gestión de los recursos patrimoniales.
- A2 -Manual de buenas prácticas para la comunicación del patrimonio.

B) Formación y Cualificación Técnica en IP (6).

- B1 - Incorporación de la IP en la formación de técnicos de turismo (Planes de Estudio de las Escuelas de Turismo).
- B2 - Cursos de sensibilización/formación para responsables de gestión del patrimonio en las iniciativas públicas a través del sistema de formación de empleados públicos.
- B3 – Incorporación de la IP en el proceso de habilitación de guías de turismo a través de formación obligatoria en técnicas de IP.
- B4 – Cualificación profesional en IP (Gestiones INCUAL)
- B5 -Fomento de la formación e investigación en IP a través de becas de formación y tesis doctorales.
- B6 - Congreso de Interpretación del Patrimonio.

C) Información y sensibilización social (3).

- C1 - Integración de criterios IP en el sistema Q de calidad de equipamientos y servicios turísticos relacionados (museos, centros de visitantes, guías turísticos).
- C2 - Elaboración y difusión de Carta de derechos y deberes de los usuarios de equipamientos y servicios de comunicación del patrimonio (adscripción voluntaria).
- C3 - Premios de calidad a las buenas prácticas en Interpretación del Patrimonio.

| | Seminario IP | Asociación IP | Administraciones Universidad | Profesionales |
|--|--------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------|
| A1 - Folleto. | Contenidos | Contenidos | Diseño y difusión | |
| A2 -Manual de buenas prácticas | Directrices | Directrices | Financiación Diseño y difusión | Elaboración de contenidos |
| B1 - Formación de técnicos de turismo (Planes de Estudio) | Directrices Gestiones | Directrices Gestiones | Escuelas de Turismo Contenidos y docencia | |
| B2 - Cursos de formación para responsables de gestión del patrimonio. | Directrices Gestiones | Directrices Gestiones | Función Pública Centro de Cualificación Turística RM | Contenidos y Docencia |
| B3 –Habilitación de guías turísticos | Directrices Gestiones | Directrices Gestiones | Consejerías de Turismo | Contenidos y Docencia |
| B4 – Cualificación profesional en IP | Directrices Gestiones | Directrices Gestiones | INCUAL/Ministerio | |
| B5 - Becas de formación y tesis doctorales | Directrices Gestiones | Directrices Gestiones | Concesión | |
| B6 - Congreso Interpretación del Patrimonio. | Directrices Gestiones | Directrices Gestiones | Financiación Patrocinio | Asistencia técnica |
| C1 – IP en la Q de calidad de equipamientos y servicios turísticos | Directrices Gestiones | Directrices Gestiones | Ministerio de Turismo/ICTE Centro de Cualificación Turística RM | Docencia |
| C2 - Carta de derechos y deberes de los usuarios | Directrices Gestiones | Directrices Gestiones Promoción | Promoción (Q, etc) Adscripción Voluntaria | Adscripción Voluntaria |
| C3 - Premios de calidad a las buenas prácticas | Directrices Gestiones | Directrices Gestiones | | |

Se constata la necesidad de **coordinación de actuaciones entre el Seminario IP / AIP** en materia de difusión de la IP para evitar duplicidad de acciones, división de esfuerzos y pérdida de efectividad.

5. Estimación presupuestaria.

En una primera aproximación, el desarrollo de las actuaciones planteadas se estima en unos 71.000 €

| | Presupuesto | Observaciones |
|--|--------------------|---------------------------------|
| A1 - Folleto. | 3.000 | Diseño / edición / distribución |
| A2 - Manual de buenas prácticas | 10.000 | Contenidos, diseño y edición |
| B1 - Formación de técnicos de turismo (Planes de Estudio) | 0 | Gestiones |
| B2 - Cursos de formación para responsables de gestión del patrimonio. | 9.000 | 3 Cursos de 30 horas a 100 €/h |
| B3 – Habilitación de guías de turismo | 9.000 | 3 Cursos de 30 horas a 100 €/h |
| B4 – Cualificación profesional en IP | 0 | Gestiones |
| B5 - Becas de formación y tesis doctorales | 0 | Gestiones |
| B6 - Congreso de Interpretación del Patrimonio. | 30.000 | 1 Congreso trianual |
| C1 - Q de calidad de equipamientos y servicios turísticos | 0 | Gestiones |
| C2 - Carta de derechos y deberes de los usuarios | 0 | Gestiones |
| C3 - Premios de calidad a las buenas prácticas en IP | 0 | Gestiones |
| Gastos de gestión y seguimiento (anual) | 10.000 | Gasto anual |
| Total | 71.000 | |

6. Indicadores de seguimiento y evaluación.

El seguimiento se realizaría atendiendo a la evolución de los siguientes parámetros:

- Número de descargas de material informativo en webs.
- Numero de cursos de formación realizados y participantes.
- Valoración cuantitativa y cualitativa de cursos de formación.
- Número de guías turísticos homologados.
- Número de becas y tesis doctorales.
- Número de equipamientos y servicios distinguidos con la Q de calidad turística.
- Número de instalaciones y servicios que se adhieren a la Carta de derechos y deberes de los usuarios de equipamientos y servicios de comunicación del patrimonio.
-

Referencias de interés

- Documentos generados en el Seminario de Interpretación del Patrimonio (2006, 2007 y 2008).
- Libro Blanco de la Educación Ambiental en España (versión completa). Ministerio de Medio Ambiente (1998)
http://www.mma.es/portal/secciones/formacion_educacion/recursos/rec_documentos/libro_blanco.htm
- Libro Blanco de la Educación Ambiental en España en pocas palabras (versión reducida). Ministerio de Medio Ambiente (1998)
http://www.mma.es/secciones/formacion_educacion/recursos/rec_documentos/pdf/pocas.pdf.
- Documentación generada por los Grupos de Trabajo de “Comunicación, Educación y Participación en la Red Natura 2000”, y el de “Educación y Comunicación para la Conservación de Humedales”, impulsados desde el CENEAM.
http://www.mma.es/portal/secciones/formacion_educacion/grupos_ceneam/

Direcciones de Interés:

- Escuela de Administración Pública de la Región de Murcia. <http://eapmurcia.carm.es>
- Escuela Universitaria de Turismo (Universidad de Murcia) <http://www.eutm.net/plan.php>
- Habilitación de Guías de Turismo – Dirección General de Promoción Turística
<http://www.carm.es/newweb2/servlet/integra.servlets.ControlPublico?IDCONTENIDO=853&IDTIPO=240&NO>

1. Datos de la persona que cumplimenta el cuestionario

Datos básicos del perfil

Mujeres: 15
Hombres: 12

Edad promedio (de los que la declaran-23/27-): 41,1

1.1. Persona que cumplimenta el cuestionario:

Profesional En formación o en prácticas Voluntario/a Otro (especificar):

Profesionales : 27 Otros: 0

1.2. Función que desempeñas actualmente:

- Técnico gestor responsable de uso público del Parque Rural de Anaga
- Atención al público / diseño de actividades de comunicación-interpretación del patrimonio
- Investigación histórica. Desarrollo de contenidos museográficos para un centro de Interpretación
- Definición y desarrollo de proyectos museográficos y expositivos
- Gerente de empresa dedicada al desarrollo de proyectos culturales, educativos y turísticos.
- Guía-Interprete
- Guía cultural y de naturaleza
- Técnico de uso público en espacios naturales
- Guía intérprete de Parque Nacional
- Directora Técnica
- Guía Intérprete
- Profesora. Eventualmente, guía turística
- Director Técnico
- Interprete-informador
- Técnico (superior) de Uso Público
- Coordinación y gestión académica de alumnado de ciclos de Formación Profesional/ Coordinación de cursos de formación no reglada en temas relacionados con la interpretación del patrimonio/ diseño interpretativo para la puesta en valor del patrimonio natural y cultural.
- Guía
- GUIA OFICIAL DE CANTABRIA Y FORMADORA OCUPACIONAL CURSOS GUIA DE RUTA, AGENTE DESARROLLO TURISTICO Y AZAFATA DE CONGRESOS
- Guía de Turismo autónomo

1.4. Titulación académica

Por titulación

| | |
|----------------------------|----|
| Doctores | 2 |
| Licenciados y diplomados U | 20 |
| FP | 2 |
| Bachillerato | 2 |
| No consta | 1 |

Por tipo de estudios

| | |
|--|---|
| Biología | 8 |
| Ciencias agrarias | 1 |
| Historia del arte | 4 |
| Otros geografía e historia y arqueología | 3 |
| Estudios turísticos y traductores | 7 |
| Interpretación del patrimonio | 1 |
| Otras | 4 |

1. Licenciado en Filosofía
2. Licenciada en Hª de Arte
3. Licenciada en Historia, especialidad Arqueología
4. Licenciatura en Historia del Arte.
5. Ingeniera Técnica Forestal
6. Licenciada en Historia del Arte
7. Licenciado en Ciencias Biológicas
8. Técnico Superior en Información y Comercialización del producto turístico

- | | |
|---|---|
| 9. Autodidacta, cursos de interpretación en Inglaterra | |
| 10. FP II | 11. Licenciado en CC Biológicas |
| 12. Maestra Especialista en Educación Física. | 13. Licenciada en CC Biológicas |
| 14. Licenciatura traducción e interpretación | 15. COU |
| 16. Licenciada en Geografía e Historia, Diplomada en Turismo | |
| 17. Licenciado en CC Biológicas | 18. Licenciado en CC Biológicas |
| 19. Licenciado en CC Biológicas | 20. Licenciado en Historia del Arte |
| 21. Doctor Geografía e Historia ULL | 22. Doctora Biología ULL |
| 23. Técnico de Empresas y Actividades Turísticas | 24. Zootecnista homol Ingeniera Técnico Agrícola (Colombia) |
| 25. Diplomada en Turismo-habilitación guía Provincia Alicante | 26- DIPLOMADA EN TURISMO |
| 27- Traductor e Intérprete | |

1.5 Formación (lo más destacado de tu formación, en sentido general):

- 1- Licenciatura y de forma autodidacta y a través de la experiencia profesional en educación ambiental, planificación y gestión de Espacios Naturales Protegidos
- 2- Máster en Conservación, Gestión y Difusión del patrimonio (UOC) / Postgrado en interpretación cultural y ambiental del patrimonio (UOC), AIP
- 3- Doctorado en Didáctica de las Ciencias Sociales y del Patrimonio. Línea de investigación Museografía Didáctica. Universidad de Barcelona.
Postgrado en Interpretación del Patrimonio. UOC. Postgrado en Gestión de Recursos Culturales. Universidad de Deusto.
- 4- ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DEL PATRIMONIO, Univ. Alcalá de Henares (Master en Restauración y Rehabilitación del Patrimonio). Octubre 2002-noviembre 2002. MASTER EN GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL, Univ. Complutense de Madrid. 2002-2004. POSTGRADO, "INTERPRETATION COURSE: INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL", CEI Manchester. Abril 2003.
- 5- ¡Error! La autoreferencia al marcador no es válida.6- Master en Gestión Cultural
- 7- Profesor Ocupacional. Nivel alto de Inglés. Agente de desarrollo Turístico.
- 8- Formación en naturaleza a través de diferentes cursos en diferentes instituciones, autodidacta en IP.
- 9- veterinaria (sin concluir), cursos de Interpretación en Inglaterra, y estudio autodidacta
- 10- Curso Posgrado en Interpretación del Patrimonio; Curso de Interpretación Ambiental; Curso de Planificación Interpretativa en Parques Rurales Canarios
- 11- Postgrado en Interpretación del Patrimonio de la UOC. Diversos cursos con el Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico relacionados con la puesta en valor y difusión del patrimonio.
- 12- Guía de Montaña. Técnica superior en organización y gestión de recursos naturales y paisajísticos. Instructora de la Escuela Gallega de Alta Montaña
- 13- Master en Ingeniería y Tecnología Ambiental. Educación Ambiental. Planificación Turística. Interpretación del Patrimonio
- 14- postgrado en IP por la UOC
- 15- Diversos cursos de EA e Interpretación del Patrimonio
- 16- En historia del Arte, Turismo, Patrimonio. En los últimos años he procurado formarme en Interpretación del Patrimonio
- 17- Autodidacta
- 18- MASTER EN EDUCACIÓN AMBIENTAL, MASTER EN GESTIÓN AMBIENTAL, CURSOS DIVERSOS EN INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO
- 19- Diversos cursos y jornadas de Educación Ambiental y Interpretación del Patrimonio.
- 20 Monitor de tiempo libre, cursos de guía de turismo, y educación y patrimonio.
- 21- Doctor en Geografía e Historia
- 22- ESPECIALISTA UNIVERSITARIA EN EDUCACIÓN AMBIENTAL
- 23- Reciclaje y la formación continua en todos los aspectos relacionados con mi actividad, tanto de formación en contenidos de las diversas materias como los didácticos y legislativos que enmarcan la actividad de los docentes.
- 24- Formación complementaria en materia educativa, tanto en Colombia como en España. Formación complementaria -no reglada- en interpretación del patrimonio.
- 25- CURSOS DE INTERPRETACION
- 26- TECNICO SUPERIOR EN PREVENCIÓN DE RIESGOS SEGURIDAD, ERGONOMÍA E HIGIENE
- 27- Estudios de idiomas Alemán, Inglés, Francés 1977 - 1978

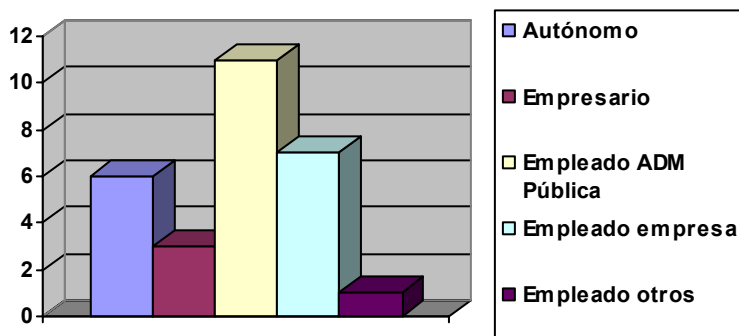
1.9. Años de servicio:

Promedio: **12,4**
Máximo 25

1.10. Situación laboral actual:

Laboralmente activos: 27/27

| | | |
|----------------------|----|--------------|
| Autónomo | 6 | |
| Empresario | 3 | |
| Empleado ADM Pública | 11 | |
| Empleado empresa | 7 | |
| Empleado otros | 1 | (Fundación) |



1.12. Tu experiencia práctica está relacionada principalmente con:

| | |
|---------------------|----|
| Patrimonio cultural | 7 |
| Patrimonio natural | 3 |
| Ambos | 17 |

1.11. Tu experiencia práctica en materia de IP es sobre todo ...

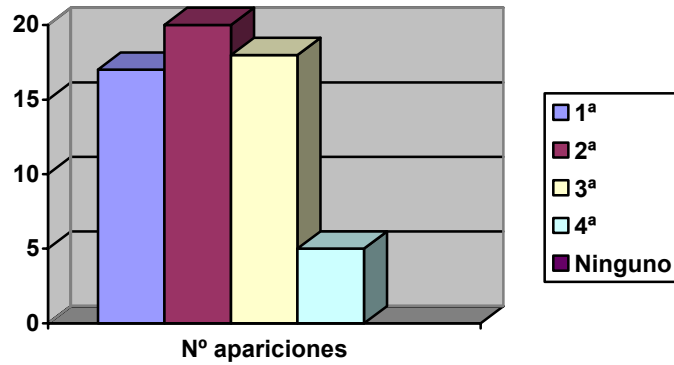
| | Nº apariciones | en 1ª lugar | Puntuación | |
|---------|----------------|-------------|------------|-----------|
| 1ª | 17 | 9 | 39 | |
| 2ª | 20 | 5 | 42 | |
| 3ª | 18 | 7 | 41 | |
| 4ª | 5 | 3 | 12 | formación |
| Ninguno | | 3 | | |
| total | 26 | | | |

1º Como guía-intérprete, guía, informador(a), etc., en contacto directo con personas y grupos

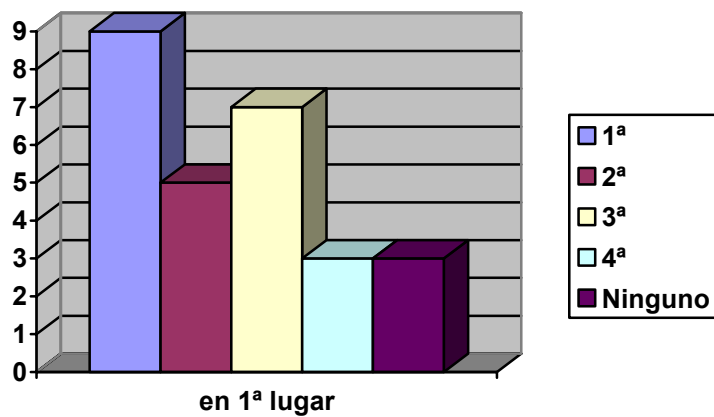
2º Como diseñador(a) de programas, actividades, medios, etc.

3º Como planificador(a) y redactor(a) de proyectos y acciones de comunicación del patrimonio.

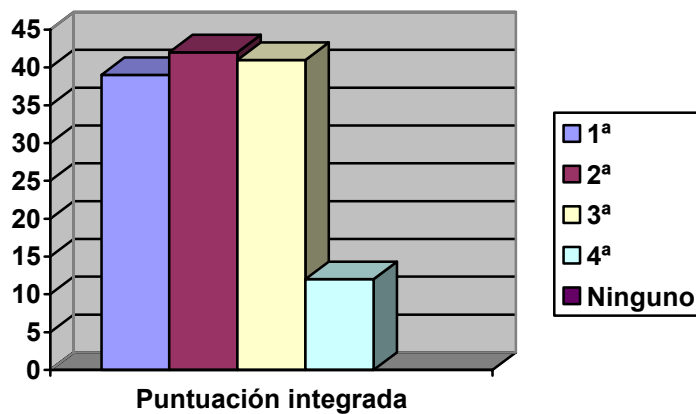
4º De otro tipo: especialmente formación



Tipo de experiencia más reseñada: diseño de programas, actividades y medios



Destaca como actividad en primer lugar (actividad principal) la de guías intérpretes

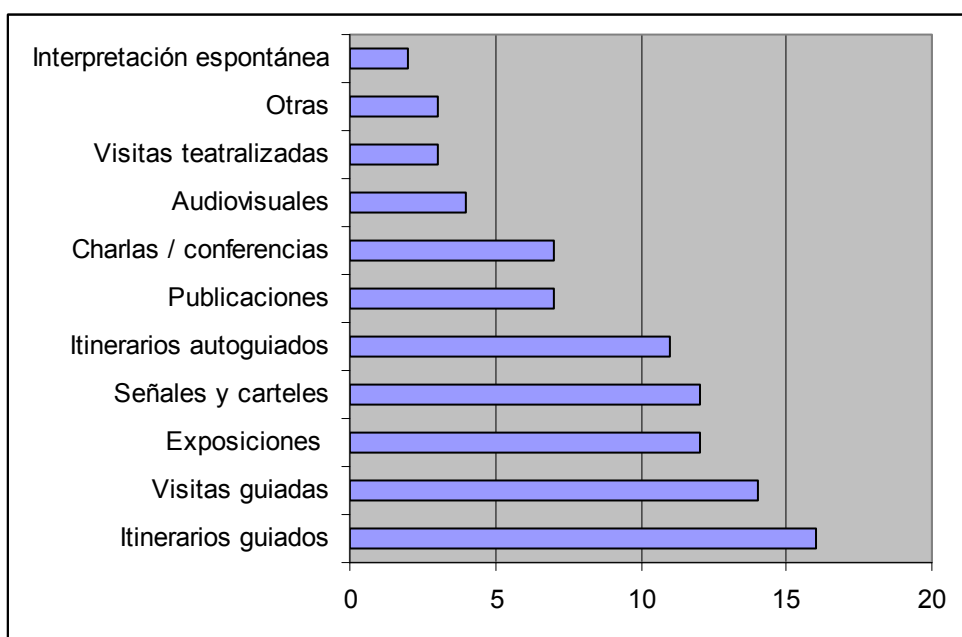


Al integrar los tipos de actividades destacadas en 1º, 2º y 3º lugar, destaca la planificación y redacción de proyectos y acciones de comunicación del patrimonio primero y en segundo término el diseño de programas, actividades, medios, etc.

Detectamos que debió incluirse una referencia expresa a la formación como actividad principal, pues lo es en un número significativo de casos.

1.13. Si es tu caso, ¿con qué tipo de intervenciones tiene que ver principalmente tu experiencia en comunicación del patrimonio?

| | | |
|-----|----------------------------|-----------|
| 1º | Visitas guiadas | 14 |
| 2º | Visitas teatralizadas | 3 |
| 3º | Itinerarios guiados | 16 |
| 4º | Interpretación espontánea | 2 |
| 5º | Exposiciones | 12 |
| 6º | Señales y carteles | 12 |
| 7º | Itinerarios autoguiados | 11 |
| 8º | Publicaciones | 7 |
| 9º | Audiovisuales | 4 |
| 10º | Charlas / conferencias | 7 |
| 11º | Otras | 3 |

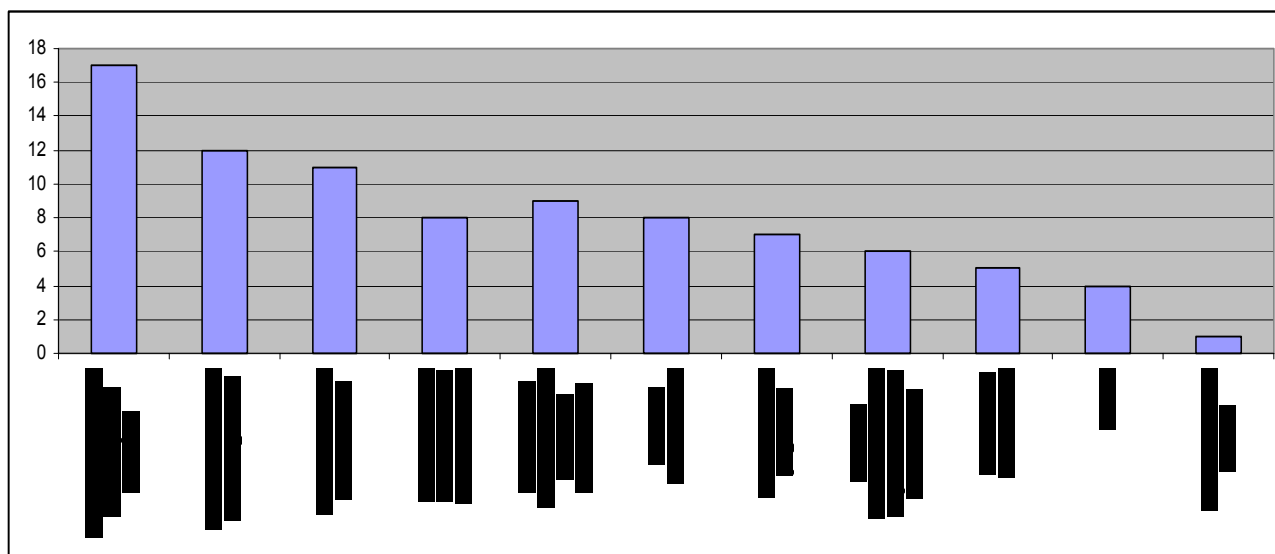


2. Vinculación con el sector de la comunicación del patrimonio

| 2.1 Vinculado a entidad significada en materia de comunicación/IP | | | |
|---|----|---|-----------|
| Sí | 22 | por nº apariciones | |
| No | 4 | AIP | 19 |
| NC | 1 | pequeñas empresas sector | 5 |
| | | museos y asociaciones de museólogos | 4 |
| | | Entidades formativas públicas | 1 |
| | | asociaciones IP extranjeras | 2 |
| | | asociación gestores patrimonio cultural | 1 |
| | | CENEAM | 1 |
| | | Lista Interpreta | 1 |
| | | Asociación Educación ambiental | 1 |
| | | No consta | 6 |
| | | TOTAL REFERENCIAS | 41 |

2.2. ¿Cuáles son los principales déficit para una adecuada comunicación del patrimonio que contemplas en tu ámbito de trabajo o actividad?

| | |
|--|----|
| <input type="checkbox"/> Desconocimiento de disciplinas como la interpretación del patrimonio | 17 |
| <input type="checkbox"/> Déficit formativo de los agentes que intervienen | 12 |
| <input type="checkbox"/> Falta de interés institucional | 11 |
| <input type="checkbox"/> Falta de rigor, calidad de los servicios, etc. | 8 |
| <input type="checkbox"/> Falta de visión estratégica del papel del patrimonio como oportunidad | 9 |
| <input type="checkbox"/> Falta de financiación | 8 |
| <input type="checkbox"/> Servicios mal pagados (falta de reconocimiento profesional) | 7 |
| <input type="checkbox"/> Falta de conocimiento o valoración de la importancia del patrimonio de referencia | 6 |
| <input type="checkbox"/> Intrusismo profesional | 5 |
| <input type="checkbox"/> Otros | 4 |
| <input type="checkbox"/> Discontinuidad laboral | 1 |



3. Formación relacionada

3.1 ¿Has recibido formación en esta materia –Interpretación del Patrimonio, Educación Ambiental, o de otro tipo relacionada con la comunicación acerca del patrimonio-?

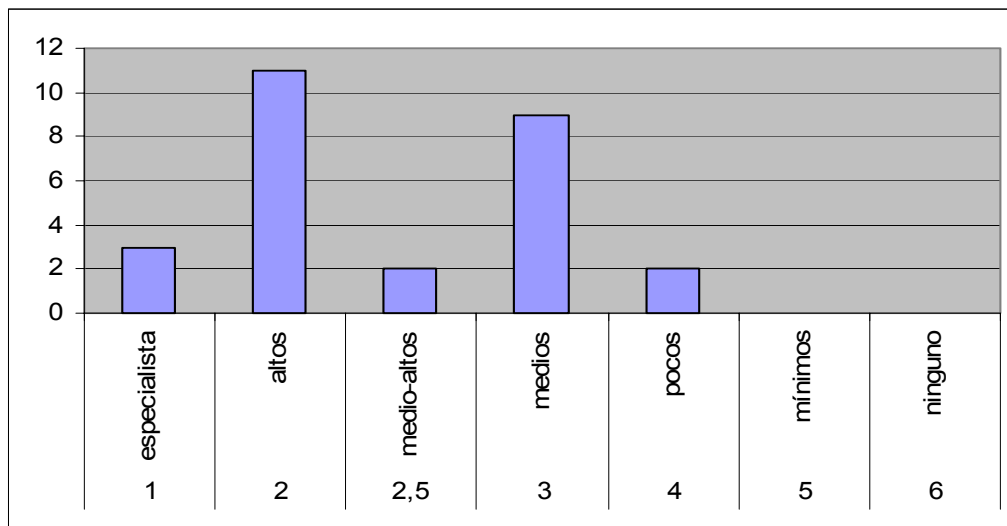
| | | | | |
|----|----|----------------------|--|----|
| Sí | 25 | Reglada | | 2 |
| No | 2 | No Reglada | | 15 |
| | | Reglada y no reglada | | 8 |

3.2. ¿Participas (en) o recibes actualmente algún tipo de acción formativa en esta materia?

| | |
|----|----|
| No | 15 |
| Sí | 12 |

3.3. En concreto, tus conocimientos y capacitación en materia de Interpretación del Patrimonio ¿cómo los consideras actualmente?

| | |
|--------------|----|
| especialista | 3 |
| altos | 11 |
| medio-altos | 2 |
| medios | 9 |
| pocos | 2 |
| mínimos | 0 |
| ninguno | 0 |



Promedio: 2,41

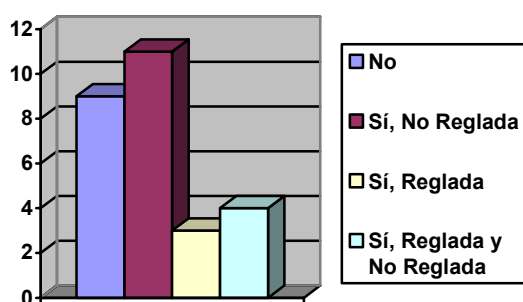
Valor medio (mediana): alto

3.4. ¿En qué aspectos te gustaría completar / mejorar tu formación en materia de comunicación del patrimonio?:

1. Especialmente en lo que se refiere a los procesos de aprendizaje y cambios relacionados con la motivación y las emociones en las experiencias que revelan significados nuevos, la IP como herramienta para la gestión. Evaluación
2. Bibliografía más asequible, cursos de formación para "ya conocedores" de la materia.
3. Diseño de mensajes no convencionales, creatividad, escenografías
4. En aquellos que estudian el público, su psicología...

¡Error! La autoreferencia al marcador no es válida.3.5. ¿Has sido o eres formador/a en este tipo de materias?

| | |
|--------------------------|----|
| No | 9 |
| Sí, No Reglada | 11 |
| Sí, Reglada | 3 |
| Sí, Reglada y No Reglada | 4 |



4.1. Indica alguna(s) experiencia(s) que conozcas personalmente y no haya(n) sido desarrollada(s) por ti, que te resulte(n) muy significativa(s) como buena comunicación del patrimonio en España:

| | 4.2 | 4.3 |
|--|-----|--|
| Itinerarios guiados en los Parques Nacionales del Teide y Garajonay, ruta etnográfica en Teno Alto y ruta del agua en el Albergue de Bolico (El Cardón, Parque Rural de Teno). Itinerarios guiados en el Parque Rural de Anaga | 2 | Son ese tipo de experiencias que no se olvidan, de las que te queda siempre la sensación de que te mostraban algo a la vez mágico y comprensible, la experiencia de la revelación. |
| Museu dels Volcans, Olot | 4 | pero se ven indicios (e interés para llegar a la comprensión del público). Es un museo del año 92 |
| Centro de Interpretación de Igartubeiti | 3 | El visitante sale del lugar conociendo cómo era un lugar del siglo XVI. El guía sabe transmitir los contenidos de forma amena y relevante. |
| Visitas nocturnas teatralizadas por Ubeda y Baeza | 3 | |
| ¡Error! La autoreferencia al marcador no es válida. | 2 | ¡Error! La autoreferencia al marcador no es válida. |
| La labor que se desarrolla en el P.N. del Teide. | 3 | Por el contacto directo con el recurso a interpretar y el vivir una experiencia directa en el medio natural |
| Recreacionismo medieval en las Alfonsadas de Calatayud aprovechando y reivindicando el patrimonio de la ciudad y su puesta en valor | 3 | |
| Museo de la Vila Joiosa; Programa "Los sentidos de Itálica"; Castillo de Cuéllar | 2 | |
| Itinerario guiado Los Sentidos de Itálica | 2 | Utiliza las herramientas de la IP en la comunicación de los valores y significados, aunque le falta un hilo conductor y conclusiones que permitan recordar la idea principal y las secundarias |
| Visitas guiadas a diversos equipamientos y recursos patrimoniales de los productos turístico culturales de Cartagena Puerto de Culturas y Lorca Taller del Tiempo | 2 | Ambas entidades, desde la gerencia, tienen mucho interés en comunicar adecuadamente los valores patrimoniales de los equipamientos y recursos al público, y se esfuerzan en mejorar su organización interna y la formación de sus equipos profesionales y sus instalaciones para atender a los visitantes. Tienen claro que una buena comunicación en todos sus equipamientos y servicios conduce a una mayor satisfacción del visitante, y por consiguiente a mantener e incrementar la afluencia de público (garantía de continuidad para las estrategias de conservación y puesta en valor del patrimonio). Ambos son productos turístico culturales complejos en continuo proceso de mejora. |
| Carpetania madrid, Iconos Barcelona | 2 | |
| Centro de Interpretación A Siradella- Complejo Intermareal Umia-O Grove- Visitas guiadas; Casa del Farero-Costa de Dexo-Mera (Oleiros-A Coruña); Torres do Allo (Zas-A Coruña) | 2 | Cumplen en gran medida, las premisas fundamentales de la IP, utilizan medios que tratan de alcanzar los objetivos de la disciplina y básicamente lo consiguen |
| Actuación de guías intérpretes en Parques Nacionales 2. Los sentidos de Itálica | 1 | En ambos casos se ajustan a los principios de la disciplina |

| | | |
|--|---|--|
| Cursos Ceneam, Universidad Coruña, Centro de Interpretación de Quintanar de La Orden (Salamanca) | 3 | Se utiliza en parte o se dan las claves para utilizarlas |
| ¡Error! La autoreferencia al marcador no es válida. | 3 | ¡Error! La autoreferencia al marcador no es válida. |
| El Cardón Educación Ambiental | 1 | Aplican las bases y las técnicas de la interpretación del patrimonio y la educación ambiental a la mayor parte de sus actividades |
| Villaviciosa- Centro de Interpretación cerca de Gijón. Parque Nacional Illas Atlánticas-Idem Casa-museo de Carballo-A Coruña | 1 | Las tres me cautivaron y quedaron grabadas en mi memoria (aspecto éste difícil). |
| Señalización interpretativa del entorno del Castillo de Santa Cruz. Oleiros. Galicia Visitas Guiadas a los tejados de la Catedral de Santiago de Compostela As Torres do Allo en Allo, Comarca de Terra de Soneiras. Galicia | 2 | Cada uno de los sitios/experiencias mencionadas tienen características diferentes, la primera es la que más se ciñe a los principios de la IP, las otras dos incorporan elementos, sobre todo la de las Torres do Allo |
| LORCA, TALLER DEL TIEMPO. | 1 | en la visita con animadores se interactúa, entretiene y se da información. |
| CENTRO DE VISITANTES PICOS DE EUROPA. SOTAMA, LIEBANA | 2 | |

| | |
|---|--|
| 1 | Sí, totalmente [Es (son) un ejemplo(s) de comunicación interpretativa |
| 2 | Sí, en buena parte [Es buena comunicación que emplea las herramientas de la IP |
| 3 | Sí, en algunos aspectos concretos |
| 4 | No |
| 5 | No lo sé/no me consta [no conozco bien en qué consiste la IP] |

- Respondieron 19/25
- Promedio 2,20