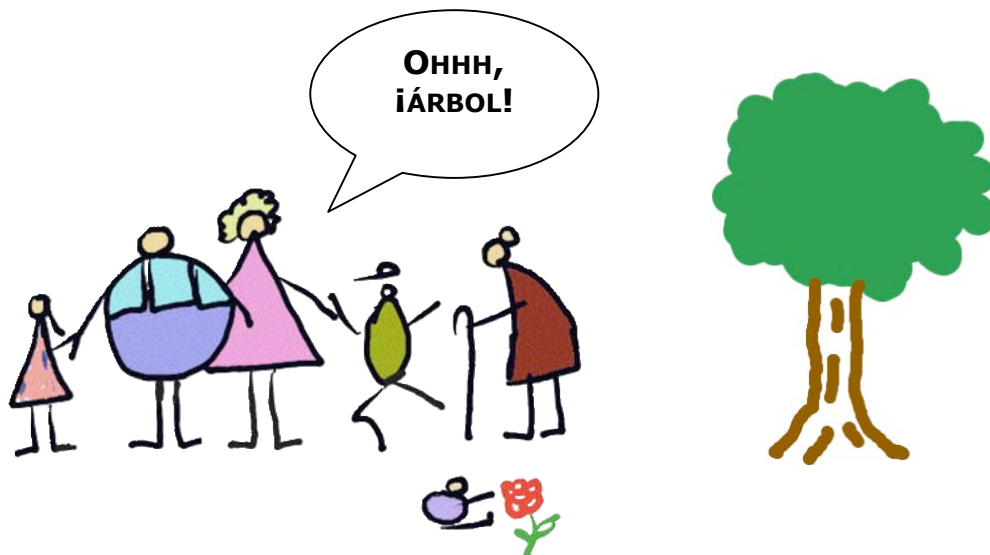


## **XIX Simposio de Cooperativismo y Desarrollo Rural**

### **Desarrollo sostenible: una apuesta de futuro**

Morillo de Tou (Huesca)  
21, 22 y 23 de abril de 2006



Documentación ponencia

**La interpretación del patrimonio:  
Una herramienta para acercar el patrimonio  
natural y cultural de nuestra tierra a nuestros  
vecinos y a los turistas que nos visitan, en  
beneficio de todos: habitantes, visitantes y  
territorio**



Jesús de la Osa Tomás  
Colectivo de Educación Ambiental s.l. (CEAM)  
C/ Conde Aranda 68, 7º - 50003 Zaragoza  
Tel 976 28 45 68 Fax 976 44 33 32  
Email: [ceam@ceam.net](mailto:ceam@ceam.net)  
Web: <http://www.ceam.net>



# La interpretación del patrimonio:

Una herramienta para acercar el patrimonio natural y cultural de nuestra tierra a nuestros vecinos y a los turistas que nos visitan, en beneficio de todos: habitantes, visitantes y territorio

Colectivo de Educación Ambiental s.l. (CEAM)

Esta documentación está basada fundamentalmente en materiales de **Jorge Morales y Sam Ham,,** citados en la bibliografía.

## Índice

	página
1. La interpretación del patrimonio, buena para la gente, buena para el patrimonio	4
2. Los <b>orígenes</b> de la IP están en Estados Unidos, hace ahora un siglo más o menos	4
3. Pero no siempre la han llamado Interpretación del Patrimonio	5
4. Las buenas relaciones (y las diferencias) entre la <b>Educación Ambiental</b> y la Interpretación del Patrimonio	5
5. La IP se define por sus <b>destinatarios</b> : el público visitante en tiempo de ocio o vacaciones	7
6. Las múltiples <b>definiciones</b> de la Interpretación del Patrimonio: cada una con su matiz	8
7. Los <b>finés y objetivos</b> de la IP son ambiciosos: a ver si los conseguimos	11
8. Releyendo nuestros clásicos: los <b>principios</b> de la Interpretación de Freeman Tilden	12
9. Los <b>principios</b> de la interpretación para el siglo XXI	13
10. Algo para recordar: la gran <b>chuleta</b> de la interpretación	14
11. La interpretación del patrimonio es un importante instrumento de <b>gestión de los Espacios Naturales Protegidos</b>	15
12. El <b>rasgo</b> interpretativo: lo que merece ser interpretado	16
13. La interpretación ha de ser siempre <b>comunicación</b> atractiva, relevante, entretenida y bien estructurada	17
14. Las tres estrategias básicas para la <b>comunicación</b> en Interpretación del Patrimonio	19
15. Los <b>medios</b> interpretativos: elegir los más adecuados para cada momento y sitio, dentro de la planificación interpretativa global del espacio	21
16. El/la <b>guía</b> intérprete:	22
17. Las <b>publicaciones</b> interpretativas: interpretación sobre papel	23
18. <b>Señales y carteles</b> interpretativos: hitos en el paisaje para comprenderlo mejor	24
19. El <b>Centro de Visitantes</b> , una invitación a conocer un lugar	26
20. Bibliografía y recursos	27

**La interpretación del patrimonio<sup>1</sup>:**  
una herramienta para acercar el patrimonio natural y  
cultural de nuestra tierra a nuestros vecinos y a los  
turistas que nos visitan en beneficio de todos:  
habitantes, visitantes y territorio

Colectivo de Educación Ambiental s.l. (CEAM)

## 1. La interpretación del patrimonio, buena para la gente, buena para el patrimonio

La **Interpretación del Patrimonio** (en adelante **IP**) es una disciplina, una herramienta, una estrategia de comunicación, o quizá un arte, que resulta de gran utilidad para todas aquellas personas que realizan actividades en el medio con el **público general visitante** en su tiempo de ocio o vacaciones y que pretenden trabajar en torno a los valores del patrimonio natural y cultural de un determinado lugar.

Una actividad de senderismo, la visita a un Espacio Natural, a un pueblo, a un sitio o conjunto histórico o arqueológico, a una instalación (industria, granja...), a un museo, el tiempo de descanso de una actividad deportiva intensa en la montaña, pueden convertirse en una experiencia mucho más gratificante y enriquecedora para el destinatario (incluyendo los clientes de las actividades que programa nuestra empresa o equipamiento o la empresa para la que trabajamos como guías, monitores, etc) si tenemos presentes algunos de los principios de la IP. Seguramente, y si existe una adecuada planificación de esa IP, ganaremos calidad en nuestro trabajo, satisfacción de los destinatarios y aprecio, respeto y conservación por el patrimonio, nuestro principal recurso.

## 2. Los orígenes de la IP están en Estados Unidos, hace ahora un siglo más o menos



La IP nació en los Parques Naturales de Estados Unidos de América principios del siglo XX, donde entusiastas naturalistas conocedores de los Parques realizaban actividades informativas e itinerarios guiados con el público visitante, en los que explicaban los distintos fenómenos naturales mientras avanzaban, intentando que aquel participara y utilizara los sentidos para captar de manera profunda la esencia de las cosas.

Después se extendió por el resto de países de América (Canadá, Latinoamérica), Europa (Gran Bretaña y Escandinavia, con sus museos etnológicos) y Australia. En España el término Interpretación Ambiental (ver apartado siguiente) se utiliza desde principios de los años 80.

---

<sup>1</sup> Esta documentación ha sido elaborada fundamentalmente a partir de textos de **Jorge Morales Miranda**, citados en la bibliografía, auténtico impulsor, inspirador, compilador, traductor y "aplicador" de la IP en España y otros países de Latinoamérica, así como de Sam Ham Nos hemos basado sobre todo en sus numerosos artículos de revistas y documentación de cursos recolectados y buscados con ahínco a lo largo de los años, recogidos después en su magnífico libro Guía Práctica para la Interpretación del Patrimonio, obra en castellano de imprescindible lectura y estudio para quien quiera saber y trabajar con criterio en IP.

### 3. Pero no siempre la han llamado Interpretación del Patrimonio

En nuestro país al menos, la **Interpretación del Patrimonio (IP)** se ha redenido de esta manera recientemente, tomando fuerza a raíz de la fundación de la **Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP)** en 1996 que, como veremos, incluso ha acuñado su propia definición de IP.

En un primer momento, y hasta la década de los 50, cuando se encontraba ligada a los parques de EEUU, a los servicios que ofrecía se les denominaba servicios de **interpretación** y a sus profesionales intérpretes naturalistas, de donde viene el concepto de **Interpretación de la Naturaleza**, con el que se tituló esta clase originariamente. Con la importancia adquirida por el concepto de medio ambiente, que comienza en los años 60, durante años, se ha llamado en muchos lugares y por muchos autores **Interpretación Ambiental (IA)**, nombre de gran uso entre los años 60 y mediados de los 80, que todavía se sigue utilizando en numerosas ocasiones y ámbitos.<sup>2</sup>

Recomendamos, como indica la AIP, denominarla hoy **Interpretación del Patrimonio**, ya que considera e incluye al amplio concepto, lleno de multiplicidad de significados, de la palabra **patrimonio** (legado de tipo natural, ambiental, cultural, inmaterial, etc...) que responde más a la realidad y al deseo de lo que es la interpretación hoy.

### 4. Las buenas relaciones (y las diferencias) entre la Educación Ambiental y la Interpretación del Patrimonio

La Educación ambiental es una corriente **internacional de pensamiento y acción** cuya meta es procurar cambios **individuales y sociales** que provoquen la **mejora ambiental** y un **desarrollo sostenible**. En definitiva pretende un cambio de valores, actitudes y comportamientos de sus destinatarios y actores que le capacite y dé la determinación para participar en la resolución de los problemas ambientales.

La educación ambiental se puede llevar a cabo con todo tipo de destinatarios y en ámbitos muy distintos.

Así, en España y en el sistema educativo formal la EA es un materia transversal del currículo escolar. Para los educandos existe una tecnología educativa específica y una didáctica (procesos de enseñanza-aprendizaje) y materiales acordes con su edad / nivel / intereses. En el campo que nos interesa existen equipamientos diseñados para ellos: aulas naturaleza, granjas escuelas, campamentos, colonias, itinerarios educativos, etc. En estos momentos constituyen en general un público cautivo y obligado.

Con el público general la EA puede trabajar de muy diversas maneras: campañas en medios de comunicación, campañas y programas específicos (actividades proentorno), trabajo en el ámbito laboral, gremial y asociativo a todos los niveles, etc. Sólo cuando se trabaja con público general en tiempo de vacaciones es cuando estamos haciendo interpretación ambiental y del patrimonio.

---

<sup>2</sup> Y eso considerando que en el año 1957 Freeman Tilden (auténtico padre de la Interpretación) había publicado el clásico *Interpreting Our Heritage* (Interpretando nuestro patrimonio o nuestro legado)

Por tanto EA - IP pueden coincidir en objetivos y planteamientos, en metodologías y funciones, pero la IP una disciplina con entidad propia dentro de la EA, y existe una diferenciación y una línea divisoria entre ambas.

Sureda considera que la interpretación es una forma de **Educación ambiental no formal**, entendiendo esto como aquellos fenómenos educativos que, aunque se realicen al margen del sistema estructurado de enseñanza, están organizados expresamente para lograr determinadas disposiciones cognitivas y valorativas; se trata, pues, de procesos intencionales, estructurados y sistemáticos.

Por tanto, en la atención de usuarios de parques, espacios naturales, centros divulgativos y otros espacios de interés patrimonial podremos distinguir dos áreas de trabajo con programas bien diferenciados

- **programas didácticos**, destinados a personas o a grupos homogéneos con una expresa intención educativa que provienen fundamentalmente del sistema formal de enseñanza, a los que se ofrecen equipamientos y actividades concretas adaptadas a sus necesidades y nivel. Es un público cautivo
- **programas interpretativos**, destinados a público general que acude a visitar estos espacios de forma voluntaria en su tiempo de ocio, con una finalidad recreativa. Se trata de un colectivo heterogéneo tanto en los tipos de grupos como en la propia composición del grupo. Es un público libre, no cautivo.



Realizando una actividad de educación ambiental en el Parque Grande de Zaragoza, con escolares (público cautivo), casualmente con un panel interpretativo para el público general al fondo. Sin embargo en esta ocasión se utilizó como recurso para realizar un juego de pistas.

## 5. La IP se define por sus destinatarios: el público visitante en tiempo de ocio o vacaciones

Por tanto, y visto lo anterior, la IP se define estrictamente por sus **destinatarios**: es el visitante casual de ciertos espacios (naturales, rurales, urbanos, histórico-artísticos) que se encuentra de **vacaciones o un momento de ocio**.

Se trata de un público no obligado que busca recreación, disfrute, esparcimiento, cultura. Abarca un amplio rango que va desde el injustamente denominado "dominguero" hasta el turista de alto nivel en busca de lugares de alto valor patrimonial, o el que por ejemplo ha contratado una actividad de descenso de barrancos con nosotros como guías.

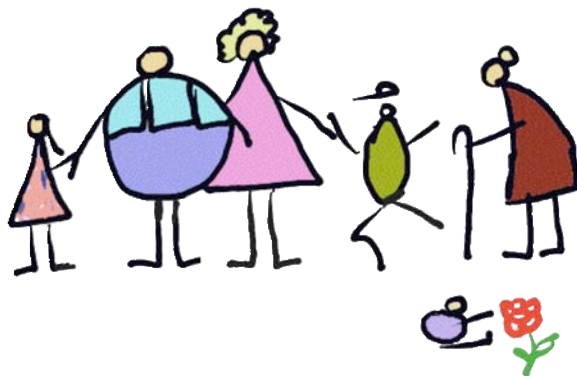
El prototipo habitual y más frecuente de destinatario de la IP es la familia Simpson.

La estrategia y las técnicas de comunicación con los visitantes vienen determinadas por tanto, por el carácter de

- *voluntariedad*
- *ocupación del tiempo de ocio*
- *heterogeneidad del público* (el denominado "público general" presenta en general un marcado índice de heterogeneidad que hace que no sea tan general).

Por tanto el reto será saber adaptarse a la personalidad y características de todos los individuos a los que va dirigida. La clave del interpretador es **sintonizar con la audiencia**.

Ello no quiere decir que en un determinado momento, con público cautivo (los chicos y chicas de un campamento o de una actividad de tiempo libre, por ejemplo) no se puedan utilizar las técnicas y metodologías de la IP, que puede aportarnos muchos instrumentos y enfoques útiles.



El público tipo de la Interpretación del Patrimonio



## 6. Las múltiples definiciones de la Interpretación del Patrimonio aportan cada una su matiz

A continuación recogemos diversas definiciones de Interpretación del Patrimonio, que básicamente, coinciden plenamente en el concepto que transmiten, pero cada una con sus enfoques, aportaciones y matices. Se ha recogido de publicaciones diversas y de la página web de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio.

### **Freeman Tilden, 1957, en "Interpreting Our Heritage"**

La interpretación es una actividad educativa (recreativa)<sup>3</sup> que pretende revelar significados a través del uso de objetos originales, por un contacto directo con el recurso o por medios ilustrativos, no limitándose a dar una mera información de los hechos.

### **Countryside Commission, England, 1970**

El proceso de desarrollar el interés, el disfrute y la comprensión del visitante por un área, mediante la explicación de sus características e interacciones.

### **Countryside Commission for Scotland**

La interpretación es el arte de explicar al público el carácter de un lugar, especialmente a los visitantes casuales, de forma que tomen conciencia del significado del sitio que visitan y desarrollen el deseo de conservarlo.

### **Don Aldrige, 1973**

La interpretación es el arte de explicar el lugar del hombre en su medio, con el fin de incrementar la conciencia del visitante acerca de la importancia de esa intervención y despertar en él un deseo de contribuir a la conservación del medio ambiente.

### **Yorke Edwards, 1976**

La IA posee 4 características que hacen de ella una disciplina especial

- es comunicación atractiva
- ofrece información concisa
- es entregada en presencia del objeto en cuestión
- su objetivo es la revelación de un significado

### **Bob Peart, 1977**

La interpretación es un proceso de comunicación diseñado para revelar al público significados e interrelaciones de nuestro patrimonio natural y cultural, a través de su participación en experiencias de primera mano con un objeto, artefacto, paisaje o sitio

### **Paul Risk, 1982**

Es lo que la misma palabra quiere decir: la traducción del lenguaje técnico y a menudo complejo del ambiente a una forma no técnica, -sin por ello perder su significado y precisión-, con el fin de crear en el visitante una

---

<sup>3</sup> (Esta fue la primera definición "académica" de la interpretación, y no estuvo exenta de polémica por su encabezamiento: "una actividad educativa ..." El empleo del término "educativa" se prestó a muchas confusiones, puesto que en los países anglosajones lo educativo lleva a pensar en escolares y en un marco curricular. Más tarde el propio Freeman Tilden reconoció este hecho, y así lo comentó en una de sus últimas conferencias (en 1975): lo que había querido decir era que "la interpretación es una actividad recreativa ...", y que lo pondría de este modo en su libro si emprendiera una revisión del mismo)



sensibilidad, conciencia, entendimiento, entusiasmo y compromiso hacia el recurso que es interpretado

### **Asociación para la Interpretación del Patrimonio, 1996**

La IP es el arte de revelar in situ el significado del legado natural, cultural e histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo libre.<sup>4</sup>

### **División de Bosques y Parques de Massachusetts**

La interpretación es una actividad educativa que revela a los visitantes los rasgos naturales y culturales, la gestión de los recursos y los elementos recreativos de un bosque, un parque, etc., de una forma emocionante y provocativa, de modo que incremente el disfrute de ese público y su aprecio por el sitio.

### **Queensland National Parks and Wildlife Service ( Australia )**

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

### **Peak National Park Study Centre (Gran Bretaña)**

La interpretación explica el lugar a sus visitantes no sólo en cuanto a unos hechos, sino para que la gente establezca conexiones personales con las ideas que se le presentan. El resultado final de la interpretación debe ser un estado de conciencia y un deseo de contribuir a la conservación del patrimonio. Sin embargo, la interpretación NO ES LO MISMO QUE el dar información, la educación ambiental, decidir qué es lo que la gente "debería" apreciar de un lugar, o la obtención de apoyo público para lograr los objetivos de gestión.

### **NAI (National Association for Interpretation)**

La interpretación es un proceso de comunicación que produce conexiones emocionales y cognitivas entre los intereses del público y los significados inherentes al recurso.

### **Rideout-Civitarese, Legg y Zuefle**

La interpretación es una actividad de comunicación diseñada para mejorar la calidad de la experiencia recreativa del visitante, y para inspirar, de una forma agradable, un mayor aprecio por el recurso.

### **John MacFarlane**

La interpretación es el proceso de comunicación que pretende que el visitante descubra el significado de cosas, lugares, personas y acontecimientos. Es más que información, es más que educación... implica ayudar a que la gente cambie la forma que tiene de verse a ella misma y al mundo, a través de una mayor comprensión de si misma y del mundo que le rodea.

---

<sup>4</sup> En la página principal de su web, se recoge este textos que es también casi una definición, o al menos una explicación. **Es una disciplina que posee una amplia gama de pautas y directrices metodológicas para la comunicación con el público, para la presentación del patrimonio in situ a ese público, y para** transmitir un mensaje impactante que, en lo posible, trascienda al mero hecho de la visita. Es un eficaz instrumento de gestión que merece ser bien planificado, para reducir los impactos negativos e infundir unas actitudes y comportamientos positivos para con el patrimonio (incluido el entorno social). La interpretación no es un campo cerrado, y se encuentra en permanente evolución.

### **Miguel Delibes de Castro**

La interpretación consiste en ayudar a enamorar... el patrimonio natural y cultural necesita ser querido. En ese sentido, no debería molestar a los intérpretes ser tildados de alcahuetes, de amables celestinas ocupadas en descubrir al visitante los más secretos atractivos, las más disimuladas virtudes, del espacio –parque natural, conjunto histórico, ecomuseo... – que interpretan.

### **¿Con cuál de estas definiciones te quedarías?**

Un pequeño resumen para recapitular

La IP es, por tanto:

- una estrategia y un proceso de **comunicación,**
- destinada al **público general visitante** (personas o grupos que se encuentran visitando algún sitio con **valor patrimonial** en su tiempo de **ocio**)
- que revela el **significado** del lugar
- con el fin de que lo **aprecien**
- y adopten una **actitud favorable a su conservación**

Es el **lenguaje para comunicarse con el turista** (cultural, rural o de naturaleza)

## 7. Los fines y objetivos de la IP son ambiciosos: a ver si los conseguimos

Por tanto los **fines** de la IP son los siguientes:

*revelar significados.*

*enriquecer la experiencia de la visita.*

*contribuir a la conservación y gestión de aquello que es interpretado.*

Los **objetivos** que se marca en diferentes ámbitos son éstos:

En relación con el **sitio**

- alentar un uso adecuado del lugar
- conseguir defensores para él ¿por qué no?



En relación a la **institución** que la promueve

- favorecer su imagen
- estimular la participación ciudadana en su gestión
- ayudar a comprender determinadas políticas de gestión



En relación al **visitante** se pretende

- proporcionarle recreación.
- aumentar la conciencia y comprensión acerca del patrimonio natural y cultural.
- inspirarle y brindarle una nueva perspectiva de su actividad o visita.



## 8. Releyendo nuestros clásicos: los principios de la Interpretación de Freeman Tilden

1. La interpretación debe **relacionar** los objetos de divulgación o rasgos interpretativos con algo que se encuentre en la **experiencia y personalidad** de las personas a las que va dirigida

2. La información, como tal, no es interpretación; esta última es una forma de comunicación que, aunque basada en la información (toda interpretación incluye información), debe tratar además con significados, interrelaciones, implicaciones e interrogantes sobre ciertas cuestiones o materias: debe ser pues **revelación**

3. La IP. es un **arte** que combina muchas artes para explicar los temas presentados (bien sean científicos, naturales, históricos, culturales, etc), en el que se hace uso de todos los sentidos para construir conceptos y conseguir reacciones en el individuo. Y todo arte puede aprenderse, al menos en cierta medida.

4. La IP. persigue la **provocación** y no la instrucción; debe despertar curiosidad, resaltando lo que en apariencia es insignificante (provocar antes que instruir)

5. Debe tratar de **presentar el todo** antes que las partes aisladamente o una mezcla de información. Los temas deben estar interrelacionados dentro de un marco conceptual común. Y debe dirigirse al individuo como un todo y no sólo a una de sus facetas.

6. La interpretación debe estar dirigida a un **público determinado**: ni-os/adultos/intereses/niveles. La interpretación destinada a niños debe ser una mera dilución de lo entregado a los adultos, requiere un enfoque radicalmente diferente.



Freeman Tilden, el "padre" de la interpretación

## 9. Los principios de la interpretación para el siglo XXI

Presentados por los profesores Larry Beck y Ted Cable en la obra *Interpretation for the 21<sup>st</sup> Century* (1998), revisan los del Tilden y otros autores, dándoles un aire nuevo.

- Para despertar el interés, los intérpretes deben conseguir que los **contenidos** de sus **mensajes** se **relacionen** con la **vida de los visitantes**.
- El propósito de la interpretación va más allá de la entrega de información, consiste en **revelar** una verdad y un significado profundos.
- Toda presentación interpretativa –al igual que una obra de arte- se debería diseñar como una **historia que informe, entretenga e ilustre**.
- El propósito del mensaje interpretativo es **inspirar y provocar** a la gente para que amplíe sus horizontes.
- La interpretación debería presentar **un tema o un planteamiento completo**, y debería ir dirigida al **individuo como un todo**.
- La interpretación para niños, adolescentes y personas de la tercera edad –cuando éstos constituyen grupos homogéneos- debería aplicar **enfoques diferentes**.
- Todo lugar tiene su historia. Los intérpretes pueden revivir el pasado para hacer que el presente sea más placentero y que el futuro adquiera un mayor significado.
- Las altas **tecnologías** pueden revelar el mundo de maneras nuevas y apasionantes. Sin embargo, la incorporación de estas tecnologías a los programas interpretativos debe realizarse con cuidado y precaución.
- Los intérpretes deben cuidar la **cantidad y calidad** de la información a presentar (en cuanto a su selección y precisión). Bien sintetizada y fundamentada en una buena investigación, la interpretación tendrá más poder que un gran discurso.
- Antes de aplicar diseños en interpretación, el intérprete debe conocer las **técnicas básicas de comunicación**. Una interpretación de calidad se fundamenta en las habilidades y los conocimientos del intérprete, atributos que se deben poder desarrollar de forma continua.
- Los **textos** interpretativos deberían transmitir aquello que a los lectores les gustaría conocer, con la autoridad del conocimiento, y la humildad y responsabilidad que esto conlleva.
- Un programa interpretativo debe ser capaz de conseguir **apoyo** –político, financiero, administrativo, voluntariado- sea cual sea la ayuda necesaria para que el programa prospere.
- La interpretación debería **estimular** las capacidades de la gente e infundir un deseo de sentir la belleza de su alrededor, para elevar el espíritu y propiciar la conservación del rasgo que es interpretado.
- Los intérpretes deben ser capaces de promover actividades interpretativas **óptimas**, a través de programas y equipamientos bien concebidos y diseñados de forma intencionada.
- La **pasión** es el ingrediente para una interpretación poderosa y efectiva: pasión por el rasgo que es interpretado y por aquellos que vienen a inspirarse con él.

## 10. Algo para recordar: la gran chuleta de la interpretación

1. Ir dirigida al **público en general**
2. Ser considerada como un **eficaz instrumento de gestión** en espacios naturales protegidos y otros sitios con valor patrimonial
3. Ser una actividad **libre y voluntaria** para los usuarios
4. Mantener el **contexto recreativo** que tiene o busca el visitante
5. **Ser inspiradora**, que llegue al espíritu de los individuos
6. Estimular el **uso de los sentidos** para captar mejor el mensaje
7. Ser **motivadora y provocativa**
8. Ser **sugerente y persuasiva**
9. **Estimular la participación activa** no sólo apretando botones
10. Orientar e informar acerca de **hechos concretos**
11. Estimular el **sentido crítico**
12. Entregar un **mensaje claro**
13. Entregar un **mensaje breve**: de 10' a 2 h como mucho
14. **Ser comunicación atractiva** en todos los casos
15. **Revelar significados e interrelaciones**
16. Contribuir a la **concienciación ciudadana**
17. Contar con la **presencia del objeto real**
18. Recaer en lo posible en **actividades atendidas por personal**
19. Mantener como **meta la conservación del patrimonio** que explica



## 11. La interpretación del patrimonio es un importante instrumento de gestión de los Espacios Naturales Protegidos

1. Contribuye directamente a **enriquecer** la visita a un parque
2. Hace al visitante **consciente** de su lugar en el entorno total y le proporciona una mejor comprensión acerca de las complejidades que coexisten en ese medio
3. Amplia los horizontes del visitante más allá del parque en cuestión, brindando una mejor **comprensión** del cuadro total de los recursos naturales
4. Informa al público, y un público bien informado puede tomar **decisiones** juiciosas con respecto al manejo de los recursos naturales
5. Puede **reducir la destrucción** o degradación innecesaria de un área, trayendo consigo bajos costes de mantenimiento
6. Permite manejar sutilmente los movimientos de personas desde áreas vulnerables a otras que pueden soportar mejor un fuerte impacto humano, con lo que se protege el medio
7. Es una forma de **mejorar una imagen** y establecer un apoyo público
8. Puede desarrollar en los visitantes un **sentido de orgullo** hacia su país, región, cultura o patrimonio
9. Puede colaborar en la **promoción de un área** o parque, donde el turismo es esencial para la economía de la zona
11. Puede ser efectiva para **presentar** un sitio histórico significativo o un área natural, al despertar una preocupación e interés ciudadano
10. Puede motivar al público para que emprenda **acciones de protección** en pro de su entorno de una manera lógica y sensible



## 12. El rasgo interpretativo: lo que merece ser interpretado



Es cualquier objeto, animal, planta, paisaje, sitio o fenómeno que merece ser interpretado. Puede ser un punto en concreto (por ejemplo una cueva, un árbol centenario) o un conjunto de elementos (por ejemplo un paisaje)

Cualquiera de estos elementos que reúna las condiciones necesarias tendrá un determinado "potencial interpretativo".

Siempre es preciso realizar una detallada **planificación interpretativa**, que no entraremos a trabajar aquí por ser una sesión básica sobre IP, aunque la carencia de una adecuada planificación es uno de los principales lastres y carencia de la IP en muchos lugares. En el libro de Jorge Morales se explica detalladamente este apartado.

Para la interpretación de territorios grandes es preciso aplicar unos criterios para la evaluación del potencial interpretativo de diferentes subáreas o sitios y elementos de interés, de manera que nos permita seleccionar los recursos o rasgos principales estableciendo unas prioridades. Esto se puede hacer, por ejemplo, con una matriz para la evaluación del potencial interpretativo (Badaracco, Scull, 1978, Morales y Varela, 1986) que evalúa cada lugar (un punto definido en un área extensa) permitiendo hallar el índice de potencial interpretativo, un valor numérico para cada punto

<b>Criterios</b>	<b>bueno</b>	<b>regular</b>	<b>malo</b>
Singularidad	12-9	8-5	4-1
Atractivo	12-9	8-5	4-1
Resistencia al impacto	12-9	8-5	4-1
Acceso a una diversidad de público	9-7	6-4	3-1
Estacionalidad	9-7	6-4	3-1
Afluencia actual de público	9-7	6-4	3-1
Facilidad de explicación	6-5	4-3	2-1
Pertinencia de contenidos	6-5	4-3	2-1
Seguridad	6-5	4-3	2-1
Facilidad de instalación	6-5	4-3	2-1





## 13. La interpretación ha de ser siempre comunicación atractiva, relevante, entretenida y bien estructurada

La interpretación es una forma de comunicación, con emisor, receptor, mensaje y medio. El reto de la interpretación es atraer la atención y mantenerla. Nuestro público es voluntario, no cautivo, está en tiempo de ocio y en este *contexto recreativo* no quiere que le metamos un "rollo", está desarrollando quizá paralelamente una determinada actividad física y por ello su capacidad de atención es baja.

Por tanto hemos de hacer que el mensaje de la IP sea:

1. **Atractivo**: es preciso que el visitante o destinatario **se sienta atraído**, que no se nos escape. También es cierto que hay que cuidar que la espectacularidad no enmascare o disuada el destinatario por exceso o saturación de los factores que pretenden contribuir a su atractivo. La sencillez y el sentido común han de ser sus principales virtudes.

2. **Comprensible (SIGNIFICANCIA)**: los conceptos han de ser **comprendidos** por el público, han de **tener un significado** para él para que pueda realizar su procesamiento mental sin dificultad. Esta cualidad está, evidentemente, condicionada por el nivel educativo y cultural de los destinatarios, pero recordemos que si algo no se entiende, provoca la pérdida de interés. Es preciso que lo que explica el guía o el texto de una exhibición se pueda entender con facilidad.

3. **Interesante y entretenido**: no basta con que el público lo entienda, le tiene que agradar. Es preciso que el contenido de la presentación tenga RELEVANCIA para el destinatario de forma personal (**relevancia al ego**). La relevancia es el grado en el que nuestro ego tiene relación con el tópico o materia en cuestión y es más importante que la significancia.

La información que tiene una relevancia personal es codificada con mayor profundidad que otras y se recordará con mayor facilidad. Un mensaje será relevante al ego si alude directamente al sujeto (usted probablemente conoce algún otro río) o si contiene elementos de relevancia personal (al igual que usted protege su casa, los agricultores protegen sus cosechas de las crecidas del río por diferentes medios)

La relevancia alude al sujeto y toca elementos de interés personal, por lo que está influida por las *experiencias anteriores del receptor* (valores, cultura, trabajo, personas).

4. **Un buen guión lógico**: la presentación de mensajes ha de tener una adecuada *organización conceptual*. Debe haber una línea argumental estructurada en secuencias lógicas para que la información se integre en un esquema que ayude al receptor a organizar y entender la información, comprendiendo las conexiones entre "paquetes" de información.

El esquema conceptual tiene que ir en la estructura, en el guión de la presentación interpretativa: 5 +/- 2 ideas a tratar (unidades o paquetes de información).

### 5. El tema interpretativo o la idea central

Es la idea central o tema interpretativo, y que el público debe recordar con facilidad después de una presentación. Debe estar redactada como una oración completa, con acción, con verbos y en un estilo lo más cercano posible al coloquial. Los textos y relatos tienen que girar en torno a esa idea central. Se recordará más si se enuncia claramente al principio y se repite al final

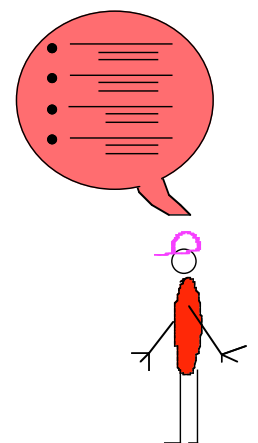
Denominamos **técnicas de la interpretación** a la aplicación de una idea que puede ser usada para incrementar la conciencia y el entendimiento del público, a través de un método menos tangible que el uso de un medio de comunicación específico; comúnmente la técnica se utiliza asociada a varios medios de comunicación, y puede incluir varias combinaciones de aquellos"

No consiste tanto el uso de aparatos o materiales de IP como **estilos en la presentación de contenidos**

1. Han de alentar la participación
2. Debe utilizar la provocación
3. Tener relevancia para el individuo
4. Utilizar temas interpretativos
5. Agrupar la información por temas
5. Secuenciar bien la información
6. Utilizar gráficos para mejorar la comprensión
7. Crear un clima adecuado
8. Uso del humor

Aspectos fundamentales para transmitir el mensaje serán los siguientes:

1. Objetivos, según los destinatarios
2. Tipo de mensaje (entretener, inspirar)
3. Tópico (contenidos)
4. Tema (punto principal para el público, una frase)
5. Guión (estructura)
6. Medio (personas o medios materiales)



## **14. Las tres estrategias básicas para la comunicación en Interpretación del Patrimonio**

### **1. La estrategia de estructurar y organizar**

- Estructuración verbal
- Estructuración no verbal
- Estructuración gráfica
- Estructuración para organizar al grupo
  - Estructura de tarea individual
  - Estructura de tarea en pequeño grupo
  - Estructura tutorial
  - Estructura didáctica
  - Estructura de conferencia
  - Estructura de reunión de grupo
  - Estructura socrática

### **2. La estrategia de preguntar**

- Preguntas de recordar
  - (fáciles, en pasado, al principio de la actividad)
- Preguntas para analizar
  - (algo más complejas, en presente, a mitad de actividad)
- Preguntas de aplicación
  - (complejas, en condicional, requieren trabajo previo)

### **3. La estrategia de responder**

- Aceptar
  - pasivo
  - activo
  - con empatía
- Usar silencios
- Clarificar
- Facilitar información

Sam Ham establece unas **cualidades de la interpretación**, algunas de las cuales ya se recogían en los apartados anteriores, pero que podemos recordar según la siguiente regla nemotécnica, en la que la interpretación nos **APORTA** mucho:

**A**mena: entretiene / es informal

**P**ertinente

- **significativa:** Relacionar, vincular la información con algo que el público conoce bien: la entendemos en el contexto de algo que ya sabemos. Si no nos recuerda nada, no tiene sentido para nosotros, carece de significado para la audiencias. Crear puentes: ejemplos, analogías y comparaciones.

- **personal:** relacionarlo con algo por lo que se interesan. Nosotros, nuestras familias y nuestros valores, calidad de vida, salud, creencias, convicciones. Atención selectiva de audiencias no cautivas. Gran tendencia a poner atención en la información personal aunque no queramos conscientemente. Ponemos atención a la información que nos interesa. Atención selectiva de audiencias no cautivas. Lo conseguiremos mediante:

- **la autoreferencia:** hacer que la audiencia piensa acerca de ella misma y de su propia experiencia a medida que se la va proporcionando información nueva:

- piensen ustedes en la última vez que...
- alguna vez usted ha...
- Cuántos de ustedes alguna vez han.....
- Sus niños alguna vez...
- En un momento u otro la mayoría de ustedes...
- Su perro...

- **la clasificación:** diferenciar personas o clases de personas en su forma positiva, negativa o neutral. Las personas de la audiencia o se asocian o disocian y se identificarán con esa clasificación, por lo que la información les parecerá más personal

- la gente que acude a cursos como éste...
- Si usted es de los que se preocupan por el medio ambiente...

**O**Rganizada: 5 ± 2 ideas principales

**T**ema: tiene un tema o punto principal

**A**gradable

## 15. Los medios interpretativos: elegir los más adecuados para cada momento y sitio, dentro de la planificación interpretativa global del espacio

En la elección, planificación, diseño y utilización de medios interpretativos, hay que considerar una serie de hechos que determinarán su adecuada selección y utilización espacial y temporal

1. Características de los sujetos que reciben el mensaje
2. El material a transmitir
3. El entorno de esa transmisión
4. Los propósitos de la intervención
5. La modalidad sensorial implicada
6. El coste
7. Facilidad de manejo y mantenimiento
8. Capacidad de carga del lugar
9. Necesidades y preferencias del visitantes
10. Patrones de uso por parte del visitante
11. Estética

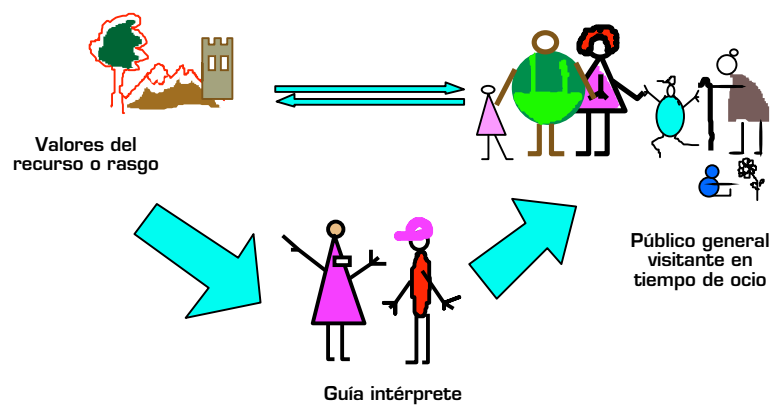
Los medios interpretativos son clasificados por Stewart (1981) en

ATENDIDOS O PERSONALES	NO ATENDIDOS O NO PERSONALES
<p>Recorridos y paseos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- paseos guiados</li> <li>- recorridos en vehículos motorizados</li> <li>- recorridos en vehículos no motorizados</li> </ul> <p>Audiovisuales atendidos por personal</p> <p>Personal especializado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- demostraciones</li> <li>- desarrollo de actividades</li> <li>- conferencias</li> </ul> <p>Animación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- animación pasiva</li> <li>- animación activa</li> </ul> <p>Servicios casuales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- información</li> <li>- recepción (bienvenida)</li> <li>- asistencia espontánea</li> </ul> 	<p>Señales o marcas</p> <p>Publicaciones</p> <p>Medios de comunicación de masas</p> <p>Senderos autoguiados</p> <p>Audiovisuales automáticos</p> <p>Exposiciones</p> <p>Exhibiciones</p> <p>Centros de visitantes</p> 

Siempre que sea posible, y como norma general, los servicios interpretativos de un lugar han de ser atendidos o personales: el mejor cartel o exhibición no puede sustituir a un buen guía intérprete haciendo bien su trabajo

## 16. El/la guía intérprete:

1. Es un profesional que conoce su medio (el recurso) y sus posibles destinatarios
2. Sabe cómo adaptarse a cada tipo de público
3. Es un educador ambiental, especializado en IP
4. Aplica los principios de la interpretación
5. Sabe cómo y cuándo utilizar otros medios interpretativos
6. Es formal, amable, creativo, equilibrado
7. Representa a una institución (puede ser su propia empresa)



- Mediador
- Revela esencias, no apariencias
- Descifra
- Explica (>informa)
- Revela (>muestra)
- Interpreta
- Despierta la curiosidad (>satisface)

## 17. Las publicaciones interpretativas: interpretación sobre papel

Las principales **características** de las publicaciones interpretativas son las siguientes:

- han de estar fundamentadas en un *guión detallado*, una investigación seria y deben desarrollar un tema de forma lógica
- simplifican los *conceptos* transmitiéndolos de forma más *sencilla*
- intentan implicar al lector a través del *impacto emocional*
- deben *evitar las jergas y modismos*
- el texto debe estar dividido en *bloques asimilables* y ha de poder relacionarse con las *experiencias e intereses* del lector

A la hora de realizarlas hay que tener claros los **objetivos** que pretendemos alcanzar con la publicación

- qué ha de aportar su utilización a la *gestión* global de un área
- qué se pretende *lograr en los destinatarios*: ¿cambio actitudes, conocimiento ciertos rasgos, apropiación y vinculación afectiva hacia el lugar...?

Algunos consejos para el **texto** de las publicaciones interpretativas

- claro, breve, ameno (ponernos en el lugar del visitante)
- comenzar con breve introducción
- organizar el texto
- estilo compatible con público destinatario
- tono amable y acogedor (sin pasarse)
- lenguaje simple y cotidiano
- evitar conceptos técnicos y nombre científicos, o explicarlos
- equilibrar el tratamiento de distintos aspectos
- para la normativa o restricciones, utilizar una redacción persuasiva en lugar de prohibir, enfocando la atención hacia la importancia del recurso y solicitando la colaboración del visitante
- incluir recomendaciones para que la gente haga algo: huela, toque, reflexiones ante alguna pregunta
- ser franco y directo, evitando prejuicios institucionales o personales

Algunos aspectos sobre el **aspecto gráfico** de los materiales interpretativos

- formato: díptico, tríptico, desplegable, ...
- portada: llamada atractiva, título (tema)
- aspecto general
  - atractivo (capacidad atraer atención público)
  - materiales: papel y tintas
  - diseño, composición, maqueta
  - homologación a otras publicaciones o a las directrices de diseño e identidad corporativa de una institución
- color
- tipos de letras: no > 2
- ilustraciones: fotografías, dibujos, esquemas

- espacios "en blanco": transición, descanso, no saturar el espacio con texto e ilustraciones
- créditos

## **18. Señales y carteles interpretativos: hitos en el paisaje para comprenderlo mejor**

### **A. TIPOS**

#### **A.1. Administrativos**

- Dan Información para facilitar orientación del visitante
- Ordenan los patrones de movimiento dentro del espacio
- Contienen indicaciones de dirección y señalización de lugares (nombres, información tránsito vehículos)

#### **A.2. Interpretativos**

- Explicar a los visitantes los rasgos interpretativos del lugar

### **B. EL MENSAJE DEL CARTEL INTERPRETATIVO**

#### **B.1. Características básicas**

1. Tiene que llamar la atención del visitante (sin ser discordante con el entorno)
2. Tiene que mantener el interés
3. Tiene que asegurar la comprensión de lo que se comunica
4. Tiene que provocar acción específica en el comportamiento del visitante
5. Tiene que tener credibilidad. Información correcta. No errores
6. Brevedad: mejor decir poco que demasiado

#### **B.2. Estructura del texto**

Mensajes cortos ----> un solo párrafo

Mensajes más largos ----> cierta estructura

1. Título
2. Párrafo de atracción
3. Párrafo interior
4. Párrafo de clausura
5. Créditos

### **C. DISEÑO FÍSICO DE LA SEÑAL INTERPRETATIVA**

Elementos del diseño y textos enfocados a obtener un alto cociente de selección. Factores a considerar en el diseño serán los siguientes

1. Forma
2. Tamaño
3. Materiales
4. Color
5. Letras
6. Espacio en blanco, texto e ilustraciones
7. Resistencia al vandalismo

### **D. UBICACIÓN**



### D.1. Recomendaciones

Ubicado de forma que no quepa duda de cuál es el rasgo interpretado

Que se pueda leer el texto y observar el rasgo sin que visitante cambie de posición

Punto óptimo entre visibilidad cartel y grado de mínimo impacto

Alcanzado y utilizado con facilidad: ni agacharse ni postura incómoda

Mesas interpretativas, borde inferior entre 40-60 cm

Superficie panel 90º con la línea de visión, sobre todo en los carteles bajos

### D.2. Ventajas

Relativamente baratos

El mantenimiento no es muy costoso, si están bien realizados

Permiten al visitante avanzar y leer a su propio ritmo

Refuerzan la sensación de autosuficiencia del visitante

Son permanentes (no horario laboral)

### D.3. Limitaciones

Son pasivos y no responden a todas las dudas (público promedio)

Pueden atraer una atención no deseable a sitios frágiles

Si mal diseñados o situados son vulnerables a condiciones climáticas y al vandalismo

En sitios de uso intenso, pueden llegar a provocar erosión en los alrededores.



Panel interpretativo en un itinerario botánico autoguiado en el Parque Miguel Servet de Huesca. Cuenta con el texto en Braille y una hoja en relieve para uso por los invidentes.



Una mesa de interpretación en el Parque Oliver de Zaragoza muestra un conjunto de rasgos interpretativos más importantes divisibles desde ese lugar.

## 19. El Centro de Visitantes, una invitación a conocer un lugar

### A vueltas con el nombre

¿Centro de visitantes? ¿Centro de acogida de visitantes? ¿Centro de recepción de visitantes? ¿Un nombre propio? Un gran abanico de posibilidades entre las que, posiblemente, debemos desechar la de "Centro de Interpretación", salvo como denominación interna, ya que es la naturaleza de la información y no las características del edificio o la mera presencia de una exposición o exhibición la que confiere el atributo de interpretativo.

### Primero estudiar su necesidad, emplazamiento e impacto

No siempre es necesaria la construcción de un centro de visitantes. Sí lo es cuando medios interiores son los más efectivos para comunicar el mensaje y/o se precisa un punto central o concreto para tomar contacto con el público que visita un espacio. Su presencia va a tener una gran influencia en la gestión del espacio y en la variación y ordenación de los visitantes en la zona, por lo que debe ser cuidadosamente estudiada. Por ello ha de considerar la capacidad de carga recreativa del lugar. El diseño debe ser acorde con arquitectura local y adaptado a minusválidos. Debe asimismo cuidar los aspectos de seguridad (sistemas contra incendios, salidas de emergencia, electricidad).

### Sus principales características y funciones

Da la bienvenida.

Informa y orienta.

Ofrece una oportunidad para hacer una introducción al recurso.

Actúa como zona de transición entre el parque y el entorno cotidiano del visitante (para que descubra funcionamiento de ese nuevo sistema).

Estimula a los visitantes a recorrer el parque.

Presentar una síntesis comprensible de los temas del lugar.

Da profundidad y amplitud a toda la visita.

Da seguridad y satisface necesidades básicas.

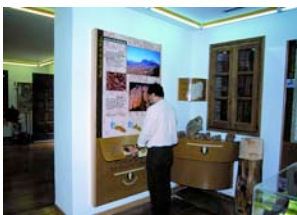
### Los servicios complementarios con los que debe contar

Mesa de información: atendida por personal preparado, (amabilidad, conocimientos, idiomas) y suficiente para atender al público, con horarios amplios y turnos adecuados a las visitas del público

Material impreso acerca de la zona o ENP: folletos o mapas, gratuitos y que se puedan vender, con diferentes niveles de complejidad y precios variados

Parking (si acceso en vehículo privado), lavabos, primeros auxilios, teléfono, bar

Exposición que cumpla requisitos de IP. Presencia de sala multiuso (audiovisuales, charlas), aulas para trabajo con escolares, itinerarios autoguiados o no colindantes, administración.



## 20. Bibliografía y recursos

### Bibliografía

1. Brochu L, Merriman T. *Interpretación personal. Conectando su audiencia con los recursos patrimoniales*. InterpPress – The National Association for Interpretation, 2003.
2. Crosby A (dir). *Interpretación ambiental y turismo rural*. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística CEFAT, 1994.
3. Ham, S. *Interpretación Ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*. Colorado: North American Press, 1992.
4. Morales Miranda J. *Guía práctica para la Interpretación del Patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Sevilla: Junta de Andalucía, 1998.
5. VVAA. *Boletín de Interpretación*. Asociación de Interpretación del Patrimonio AIP-España. 14 números. (nº 14 corresponde a marzo de 2006)
6. VVAA. Documentación del curso de *Interpretación del Patrimonio Natural*. Zaragoza: Gabinete de Educación Ambiental del Ayuntamiento de Zaragoza, 2004.
7. VVAA. Documentación del curso *El arte de acercar nuestro patrimonio a los visitantes. Técnicas interpretativas para guías ecoturísticos*. Valsain (Segovia): Aula de Verano de Interpretación y Educación Ambiental CENEAM, 1994.
8. VVAA. Documentación del curso *Paseos para descubrir el entorno*. VII Aula de Verano de Interpretación y Educación Ambiental CENEAM, 1999.
9. VVAA. Documentación del seminario *La Interpretación del Patrimonio: la presentación del Patrimonio "in situ"*. Zaragoza: Museo Pablo Serrano, Centro Europeo del Patrimonio, Gobierno de Aragón, 1995.

### Otros recursos

ASOCIACIÓN PARA LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO (AIP – ESPAÑA)  
Avda de Zaragoza 35, oficina 1. 31005 Navarra • Teléfono/fax: 948 150012  
<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/>

La **Asociación para la Interpretación del Patrimonio** (AIP - España) tiene por finalidad promover el desarrollo profesional de la *interpretación* en nuestro país (y otros de habla castellana). Presentó públicamente sus postulados en el IV Congreso Mundial de Interpretación del Patrimonio, celebrado en Barcelona el 18 de marzo de 1995, fecha que se considera como fundacional.

La AIP pretende promocionar la esencia de la disciplina (antes conocida como interpretación ambiental), sintetizada en la siguiente definición: "*La interpretación del patrimonio es el arte de revelar in situ el significado del legado natural, cultural o histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo libre*".

Partiendo de la base de que la interpretación tiene que ver con **COMUNICACIÓN**, los principales objetivos de la AIP son: 1) servir de enlace entre los profesionales entregados al arte de la divulgación *in situ* del patrimonio –sea en parques, sitios históricos, yacimientos arqueológicos, etc.–; y 2) promover actividades encaminadas a la mejora profesional de los encargados de transmitir esos valores al público.