

El sentido y metodología de la interpretación del patrimonio

Morales Miranda, Jorge. 2008. El sentido y metodología de la Interpretación del Patrimonio. En: Santos Mateos Rusillo (coord.), *La comunicación global del patrimonio cultural*, Gijón: Trea.

Por: Jorge Morales Miranda
Consultor en Interpretación del Patrimonio
Algeciras, España

Desde tiempos inmemoriales las sociedades han custodiado lugares y objetos importantes, significativos. Actualmente protegemos espacios naturales, culturales, monumentos, etc. Seguramente, 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. Son símbolos de ideales, triunfos o tragedias y desgracias humanas. En definitiva, los consideramos como recursos patrimoniales y, como tales, los podemos utilizar en mayor o menor medida.

Hoy en día tenemos la posibilidad de conocer estos sitios de manera real o virtual. Podemos ver un documental televisivo acerca de un castillo o un espacio natural, y también podemos visitarlos en un sitio Web; pero el hecho de que los visitemos de forma física –real– representa una experiencia muy distinta, muchísimo más potente y memorable que, por ejemplo, la visita a través de Internet. Según David Larsen (1997, 2007), estos recursos patrimoniales son como **iconos**, portales o plataformas tangibles que proporcionan a los visitantes la oportunidad para conectarse con significados más profundos e intangibles, significados vinculados al lugar o al objeto patrimonial tangible.

Los motivos por los cuales la gente acude a visitar estos recursos son, como cabe suponer, extremadamente variados, desde el elemental esparcimiento hasta la búsqueda de sensaciones elevadas, pasando por el interés genuino y la simple curiosidad. Pero todos los visitantes tienen en común el buscar algo de valor para ellos mismos (Larsen, 1997). Por tanto, además de la posibilidad de conocer estos recursos patrimoniales a través de diversos medios indirectos, en algún momento estas personas pueden hacer acto de presencia en el sitio.

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.

¿Qué estrategia podríamos utilizar para “revelar” los significados del sitio a los visitantes que se encuentran disfrutando de su tiempo libre en él o en sus cercanías? ¿Cómo *conectar* los intereses del público con esos significados? La respuesta nos la ofrece la **interpretación del patrimonio**, una disciplina un tanto especial –tal vez de moda, aunque poco comprendida–, cuyos matices y aspectos metodológicos voy a exponer aquí.

El sentido de la interpretación del patrimonio

Innumerables espacios protegidos y no protegidos, paisajes culturales, sitios urbanos, rurales o naturales, son visitados diariamente como parte de los circuitos turísticos o simplemente para disfrutar del tiempo libre, tanto por turistas como por habitantes locales. Cada cual con sus propios intereses, aunque habrá bastantes coincidencias en las motivaciones y expectativas. Incluso puede haber visitantes con actitudes de indiferencia o con comportamientos negativos. En cualquiera de los casos, el hecho de las visitas siempre ocasionará impactos en el recurso patrimonial y en la infraestructura, impactos por el uso y el desgaste, por actos de vandalismo o por la mera presencia física de gente en el bien patrimonial y su entorno. Y la misión fundamental de los gestores es conservar dichos recursos patrimoniales, una dura tarea.

Las labores de gestión relativas a los visitantes llevan implícito el propósito de lograr –como si de un proceso se tratara– 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 entorno, pérdida y deterioro de objetos, vandalismo, e incluso molestias a otros visitantes y a los habitantes locales.

Aquí nos encontramos con una situación muy particular: además de algunas acciones a distancia (informativas, divulgativas y educativas), hay que resolver **in situ** el asunto de las visitas. A las personas que acuden a visitar el sitio hay que atenderlas proporcionándoles las “claves” para que comprendan, aprecien e incluso –como señala Delibes de Castro (2001)– *se enamoren* del lugar. Para esta particular situación y contexto ha surgido y evolucionado la disciplina que actualmente conocemos como **interpretación del patrimonio**, y que ya adelanto: consiste en unas técnicas de comunicación estratégica para hacer evidente lo que no siempre es evidente, o que sólo es conocido y entendido por los expertos: el *significado*, la *importancia* y el *valor* de esos lugares patrimoniales visitados por el público. Por lo tanto, “esta” interpretación tiene que ver con *sitios* de interés patrimonial (Aldridge, 1975, 2004; Peart, 2005), y con personajes, procesos, paisajes, seres vivos, historias y objetos contextualizados en esos lugares.

Por hacer algo de historia, tras la creación de los primeros parques nacionales en los Estados Unidos, éstos comenzaron a ser visitados por una creciente cantidad de público. Sin embargo, estos primeros visitantes se encontraban con la sorpresa de que los expertos que trabajaban en los parques no sintonizaban con ellos, les costaba comunicarse en un lenguaje llano y asequible. El Servicio de Parques Nacionales de aquel país consideró que debería desarrollarse alguna metodología que permitiera “traducir” lo que conocían los expertos de esos parques a un lenguaje sencillo y comprensible para el público visitante, que en su gran mayoría no eran expertos. La fórmula encontrada pasó a denominarse “interpretación”, por aquello de “traducir” el lenguaje técnico para que los visitantes pudieran comprender el significado y el valor de estos territorios. Y hace casi un siglo se viene utilizando este mismo término: interpretación.

En la segunda mitad del siglo XX esta disciplina entra en una etapa de maduración, impulsada ciertamente por el monumental y serio trabajo de los parques nacionales norteamericanos por atender de una forma correcta, profesional y humana a sus visitantes. Esta metodología no tardó en “exportarse” a otros países, del ámbito anglosajón primero, y a Iberoamérica, Europa y a algunos países africanos y asiáticos, con posterioridad, no siempre con éxito.

Los escenarios tradicionales de tipo naturalístico, principalmente parques nacionales, parques naturales, reservas ecológicas, etc., fueron el laboratorio para el crecimiento y consolidación de la disciplina. Y durante varias décadas del siglo XX se la denominó “interpretación ambiental”, como cabía esperar.

Hoy en día los escenarios han cambiado, se han diversificado. Tras reconocerse que estas “técnicas de comunicación estratégica” denominadas interpretación *ambiental* también podían emplearse para explicar a los visitantes el significado de lugares de importancia histórica, prehistórica y cultural en general, su utilización se extendió a museos, jardines históricos, parques arqueológicos y sitios históricos de diverso tipo. La consolidación de este cambio tiene como referente al Primer Congreso Mundial de Interpretación *del Patrimonio*, celebrado en Banff, Canadá, en 1985 (Lunn, 1988). En la actualidad ya casi todos hablamos de interpretación *del patrimonio*, entendiendo que nos referimos a la aplicación de esta disciplina en un patrimonio *integral*, es decir, que abarca al patrimonio natural y al cultural –y que en la mayor parte de los casos no se pueden disociar–.

Sin embargo, la palabra interpretación “tiene muchas interpretaciones”, por esto se genera cierta confusión cuando queremos referirnos a “nuestra” acepción del término. Por ejemplo, desde el punto de vista científico, en el proceso de estudio y análisis, los investigadores tienen que hacer una “interpretación” de sus hallazgos o de sus resultados (en arqueología, antropología, sociología, ecología, etc.). Esta *primera* interpretación la podemos encontrar en tesis de doctorado, en publicaciones especializadas y, en fin, en el ámbito de una élite profesional que es capaz de acceder a esa información y comprender la terminología científica utilizada.

Pero el público general no comprendería esa jerga compleja y lejana; por lo tanto hay que realizar una *segunda* interpretación” (en su sentido original: traducción) para que este público no erudito comprenda el significado del patrimonio.

Y una *tercera* interpretación 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.

Por lo anterior, cuando nos proponemos interpretar *algo* al público, en cierta forma estamos planteándonos tres aspectos: 1) “les voy a brindar una visión, basada en el conocimiento científico”, 2) “les voy a traducir para que comprendan mejor”, 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).

Comúnmente, a este proceso le podemos llamar también “difusión”, “divulgación” o “socialización” del patrimonio –y de hecho esto se hace con efectividad a través de diversos medios *in situ* o fuera del sitio–, incluso utilizando las herramientas que proporcionan las ciencias de la educación: didáctica, o las ciencias de la información: periodismo de divulgación. Pero hay un matiz importante: esta “socialización” del patrimonio pasa a denominarse “interpretación” en el hecho muy concreto de las visitas, *in situ*, y cuando la metodología reúne unas características que permiten “conectar al visitante de forma emocional e intelectual con los significados inherentes al recurso patrimonial”.

Por lo tanto, el término *interpretación* se emplea en un *contexto* muy determinado: un lugar con valores patrimoniales que es visitado por el público y la utilización de una *estrategia* amena y efectiva que “conecta” al público con el recurso; éste es el contexto que define a *nuestra* interpretación, y es el marco en el que ha evolucionado en todos estos años. Las bases metodológicas y la filosofía subyacente de todo este proceso fueron brillantemente explicadas por Freeman Tilden en su obra clásica de mediados de los años 50: *Interpreting Our Heritage* (1957; en castellano: 2006)[♦], libro que recomiendo encarecidamente a quienes estén interesados en esta materia.

A estas alturas conviene definir a “nuestra” interpretación, para los lectores no familiarizados con esta disciplina.

La primera definición consensuada es la que propuso Freeman Tilden en 1957 en el libro citado:

“La interpretación es una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones a través del uso de objetos originales, por

[♦] La Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP) lo ha editado en español en 2006: *La interpretación de nuestro patrimonio*.

un contacto directo con el recurso o por medios ilustrativos, no limitándose a dar una mera información de los hechos”.

Esta definición se ha venido utilizando durante décadas. Sin embargo, 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 (Morales, 2001a). Más tarde el propio Freeman Tilden reconoció este hecho, y así lo comentó en una de sus últimas conferencias, en 1975; lo que hubiese querido expresar era que "la interpretación es una actividad *recreativa*", pues define mejor el contexto de la interpretación, y que lo pondría de este modo en su libro si emprendiera una revisión del mismo (Randall, 1995). No obstante, Freeman Tilden y los trabajadores de la interpretación asumimos que, por sus características, la interpretación es una forma más de educación. Hoy en día esta definición todavía sigue siendo la base –y toda la obra de Tilden– sobre la que se sostienen los principios y los enfoques metodológicos contemporáneos de la disciplina.

La Asociación para la Interpretación del Patrimonio (España) propone la siguiente definición:

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

Con esta definición se pretende destacar que se trata de una intervención destinada en primera instancia al público general, al visitante “no cautivo” de lugares de importancia patrimonial, que se encuentra en su tiempo de ocio, de vacaciones o con días libres, y que, por lo tanto, no está obligado a prestar atención, y es libre para decidir si participa o no en los programas interpretativos. De acuerdo con lo expresado por Tilden, consideramos que es un “arte” puesto que para llevarla a cabo se requiere creatividad; la interpretación no es una ciencia exacta. Implica un esfuerzo siempre creativo, que se nutre del empirismo y de la investigación social.

Actualmente, me siento alentado a proponer una definición propia, basada en la revisión de los enfoques más recientes, sobre todo los desarrollados por el Servicio de Parques Nacionales de Estados Unidos (para la formación de sus miles de intérpretes), en los planteamientos de diversos autores (Larsen, 2007, 2003; Leftidge, 2006; Merriman y Brochu, 2003; Chen, 2003), así como en mi propia experiencia. Ésta es la definición que propongo:

“La interpretación del patrimonio es un proceso creativo de comunicación estratégica, que ayuda a conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso patrimonial visitado, para que lo aprecie y disfrute”.

La interpretación es un *proceso* porque consta de varias etapas que pueden ser enfocadas desde diferentes perspectivas. Y es comunicación *estratégica* porque persigue unos propósitos muy concretos: unos objetivos específicos, entendidos como la guía para lograr un mayor aprecio y disfrute por parte de los visitantes, por una parte, y, por otra, la conservación del patrimonio merced

a las actitudes de esos mismos visitantes (Ham, 2003; Morales, 2001b). Una parte fundamental de la estrategia consiste en saber quiénes son los visitantes, cómo varían, qué traen en sus experiencias vitales, y cuáles son sus intereses y preferencias, para ajustar y realizar *estratégicamente* la intervención.

La misión de la interpretación es *producir significados* en la mente de los visitantes (Ham, 1983, 2002). No consiste solamente en “explicar unos hechos”, sino en *dar sentido* al lugar que visitan, llegando a conectar incluso emocionalmente al público con los significados profundos de ese patrimonio, para que le encuentren un valor personal y su experiencia (la visita) sea más enriquecedora y gratificante.

La interpretación es, pues, la estrategia ideal para brindar el “sentido de lugar” a los visitantes, ya que les conecta con el cuadro total y les ayuda a construir la “noción” del sitio. Y puede reforzar la identidad y el “sentido de pertenencia” en los habitantes locales (Morales, 2001a) al contribuir a que revaloricen su patrimonio.

La metodología de la interpretación

La metodología de la interpretación se tiene que adecuar a la realidad, muy bien definida por el profesor Sam Ham (1992):

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

Por ello, este tipo de comunicación debe tener presente el *contexto recreativo* en el que se encuentra el público. Sin embargo, tengo que puntualizar que el concepto de “cautividad” y “no-cautividad” se refiere al hecho de estar o no estar obligado a prestar atención. En las circunstancias de estudio formal, en la enseñanza, el nivel de atención se ve forzado por una motivación externa (los exámenes y otras exigencias) en la mayoría de los casos –aunque hay excepciones–; y en el 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 resolver. 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. Y esto, indudablemente, no se consigue con discursos plagados de tecnicismos, o con textos extensos.

Otro detalle de suma importancia es el limitado periodo de tiempo que dura una visita. Por esta razón, los programas interpretativos también son de corta duración (minutos, unas pocas horas). La gente en su tiempo libre no está muy dispuesta a leer paneles durante horas o a oír discursos interminables de los

guías. Y en tan breve periodo de tiempo no es probable que el público “desarrolle actitudes” o “establezca vínculos” con el lugar que está visitando. El público debe recibir cierta ayuda para comprender y desarrollar actitudes (Holtz, 1976); ayudas que no son otra cosa que pistas, claves y elementos de juicio para que en sus mentes surja un *¡clic!*, un *¡ahora entiendo!* Esto es posible mediante la aplicación de las técnicas de la interpretación, derivadas de un proceso de planificación y diseño enfocados a obtener unos mensajes significativos e impactantes, adecuados al contexto en que se encuentra el público, esto es, sin obligación para poner atención.

Quiero recordar que la interpretación *final* no está en los paneles, ni en los sistemas de audio, ni en el discurso del guía... ahí sólo está *nuestra intención de producir interpretación*. La interpretación ocurre en última instancia dentro de la cabeza del visitante. Si le estimulamos a reflexionar, si provocamos el pensamiento y logramos que esta persona sea activa en la generación de significados, el mensaje cobrará más valor para ella.

En un sentido muy amplio, puedo describir el *proceso* de la interpretación de la siguiente manera:

- a) Se parte del reconocimiento de una necesidad: hay que conservar el patrimonio –visitado o visitable– explicándolo *in situ*, para conseguir el aprecio y una actitud de custodia por parte del público visitante.
- b) Se estudia y se analiza toda la información posible relativa al recurso patrimonial. Incluso hay que analizar qué recursos tienen más potencial interpretativo y cuáles tienen menos (no se puede hacer interpretación en todas partes).
- c) Hay que determinar y analizar a la audiencia real y potencial: qué tipo de público es el que visita o podría llegar a visitar el lugar.
- d) Se comienza a concebir y diseñar de forma creativa un mensaje atractivo, breve, claro y directo (ABCD).
- e) Hay que seleccionar el medio y las técnicas de interpretación adecuadas.
- f) Tenemos que conseguir que el público tome contacto con ese mensaje: que lean un texto de una exposición, que escuchen a un guía, etc.
- g) El proceso concluye con una idea bastante clara en la mente de los visitantes: un significado que les estimule a una determinada actitud.

En otro sentido, más ortodoxo tal vez, pero complementario al anterior, este proceso es abordado de la siguiente manera por el *National Park Service** (adaptado de Larsen, 2003):

- a) Definir el sitio tangible, objeto, persona o acontecimiento que queremos que el público aprecie y respete. Analizar exhaustivamente toda la

* Menciono en varias ocasiones al *National Park Service*, pues es la institución que teniendo bajo su custodia espacios naturales y sitios históricos, es la que más ha desarrollado las bases teóricas y las aplicaciones prácticas de la interpretación, incluido el trabajo de Freeman Tilden en la década de los 50.

información necesaria.

- b) Identificar los significados intangibles que enlazan con los atributos tangibles del recurso.
- c) Identificar los conceptos universales (ideas intangibles importantes para la mayoría de las personas).
- d) Identificar las características del público.
- e) Determinar la idea central o “tema interpretativo”, incluyendo en ella un concepto de valor universal (esta idea central se define como una oración, con *sujeto, verbo y predicado*).
- f) Seleccionar técnicas interpretativas que ayuden a conectar al visitante emocional e intelectualmente con los significados, relacionando éstos con la idea central.
- g) Presentar al público las ideas complementarias de forma cohesiva, desarrollando oportunidades para establecer conexiones (intelectuales y emocionales) y reforzando la idea central.

Este enfoque se basa en la aplicación de una “ecuación”, en sentido figurado, obviamente, cuyos componentes constituyen los pilares de la interpretación, la materia prima: **(CR + CD) x TA = OI**, donde

CR: Conocimiento del recurso

CD: Conocimiento del destinatario

TA: Técnicas apropiadas

OI: Oportunidades para interpretar

El *recurso* tiene que ser estudiado determinando, además de sus atributos tangibles, los intangibles y sus valores profundos. Hay que buscar la forma de presentar diversos puntos de vista –todos basados en el rigor científico o empírico– para conectar emocional e intelectualmente con un público diverso. Esto va más allá de los meros hechos “neutrales” o poco comprometidos, abordando valores humanos, conflictos, ideas, tragedias, logros, ambigüedades y triunfos (National Park Service, 1999). Así, una vez identificados los conceptos intangibles, se destacan ante el público aquellos que representan “conceptos universales” y que son de importancia para una amplia mayoría de personas (por ejemplo: vida, muerte, sufrimiento, libertad, amenaza, amor, guerra, paz, hogar, etc.). La utilización de estas ideas universales contribuye a dar “relevancia personal” al mensaje, conectando con el ego de los visitantes.

Con respecto al *destinatario*, hay algunos aspectos básicos que son esenciales para definir el alcance y nivel de complejidad del mensaje, como su edad, sus intereses, sus creencias y planteamientos previos, su nivel cultural, la procedencia, etc., y la variación entre estos aspectos, teniendo en cuenta que no existe un público “promedio”. Sin embargo, la interpretación debe procurar brindar conceptos y significados que tengan un valor para cada participante en sus programas y servicios.

El conocimiento del recurso y de los destinatarios es previo a la determinación de las técnicas a utilizar, ya que éstas son función de los dos primeros; por eso se representan entre paréntesis en la “ecuación” (National Park Service, 1999).

Las *oportunidades* para producir interpretación surgirán si se aplican las técnicas apropiadas en un recurso patrimonial, para un público determinado. Este factor depende en gran medida de las posibilidades de poder establecer conexiones emocionales e intelectuales entre el público y los significados del sitio; unas personas conectarán emocionalmente y comprenderán mejor determinados conceptos (porque conectan con su personalidad y su ego), y otras lo harán con otros conceptos e ideas. Por este motivo, es conveniente ampliar el abanico de *enlaces* del recurso (tangible) con una variedad de conceptos universales (intangibles); así se amplían las oportunidades para producir interpretación en personas diferentes.

Según Ham (1992), esta labor representa un gran desafío, ya que la interpretación está obligada a ser *probable*, es decir, tiene que poder ocurrir... Por ejemplo, si ponemos un rótulo o un cartel, el público tiene que pararse delante y leer su contenido, por lo tanto, hay que esforzarse en **atraer la atención del visitante**. Los mensajes interpretativos tienen que ser **fáciles de comprender**, o relativamente fáciles de procesar por la mente de los sujetos. Y la interpretación-presentación ha de ser **entretenida y agradable**, por la razón antes expuesta: no existe ninguna obligación para prestar atención.

Para resolver esta cuestión, 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. Muchos colegas en todo el mundo consideramos que ésta es una de las principales aportaciones metodológicas a la interpretación, y postula lo siguiente:

La interpretación tiene que ser (Ham, 1992):

- 1) **Amena:** agradable, atractiva, con poder para captar la atención.
- 2) **Relevante** para el público, en dos aspectos: a) con mensajes comprensibles que evoquen *significados* claros, y b) *relevante para el ego* del visitante, que lo involucre y tenga en cuenta sus experiencias personales. Así se consigue mantener la atención.
- 3) **Ordenada:** 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 del cuento). También ayudará al público el hecho de que los sub temas se formulen como oraciones completas y sean menos de cinco (para evitar el efecto de “ensalada mental”).
- 4) **Temática:** con esta expresión, Ham se refiere a que el mensaje interpretativo debe tener una idea o *tema* claro y definido. La

estructura de esta idea es la de una oración, **con sujeto, verbo y predicado** (*oración-tema* prefiero emplear para que se comprenda mejor). Esta oración-tema debe sintetizar 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, 2007b).

Este enfoque, sin embargo, debe ser congruente con unas metas y unos objetivos (Ham, 2003). La interpretación, como comunicación estratégica, debe tener algún propósito, alguna finalidad pensada para que contribuya a un mejor estado de las personas y las cosas (Morales, 2001b). Según Morgan y sus colaboradores (1997), la finalidad instrumental de la interpretación es producir cambios en los ámbitos cognitivos, afectivos y actitudinales del visitante, que se manifiesten luego en comportamientos duraderos. Este mismo punto ya lo había expresado veinte años antes el profesor J. Alan Wagar (1976), indicando que la interpretación no será efectiva a menos que:

- a) *atraiga y mantenga* la atención del visitante;
- b) éste *entienda y retenga* cierta información;
- c) que gracias a esa información *adopte una actitud positiva*; y
- d) se observe en él *un cambio permanente de comportamiento*.

Este planteamiento es, obviamente, muy ambicioso. Sam Ham (2007a; 2007b) indica que hoy en día, gracias a innumerables estudios sobre modificaciones del comportamiento humano, se sabe que la comunicación puede influir en el desarrollo de determinadas creencias o convicciones (por la provocación del pensamiento y la comprensión), lo que puede conducir a una actitud con respecto a esas creencias (principio de simetría o compatibilidad, según Ham). Pero no existe evidencia de que una actitud pronostique de manera directa un determinado comportamiento, salvo comportamientos muy simples y específicos, como “no salirse del sendero”, “caminar en silencio”, “no usar el flash ante las pinturas”, etc., y esto puede ocurrir cuando estos comportamientos se corresponden con una creencia muy concreta (Ham, 2007a; 2007b). Por lo tanto, tal vez baste con que la persona visitante se sienta estimulada a pensar, esperando con ello que *adopte una actitud positiva*.

La interpretación es un instrumento muy útil para el patrimonio, y no sólo “algo entretenido para los visitantes”. Hay que trabajar en esa dirección para hacer rentable social y culturalmente todo el esfuerzo, tanto de creatividad y de planificación, como de dinero invertido. Y aunque la interpretación no debe tener aspecto de “enseñanza” o de “instrucción”, pues es más bien *provocación* –del pensamiento–, tiene unas connotaciones educativas evidentes.

Es posible que este trasfondo educativo de la interpretación coincida con el de otros enfoques u otras denominaciones, o, por lo menos, es posible que tenga importantes puntos en común con otras disciplinas. Por ejemplo, algunos encuadran a la interpretación en la “didáctica del patrimonio” aduciendo que *en el fondo la interpretación es un tipo de didáctica* (Araceli Serantes,

comunicación personal[♦]); desde el punto de vista de la sensibilización y concienciación ambiental, otros la consideran formando parte de la “educación ambiental”; al igual que los que se dedican a la enseñanza del patrimonio cultural la pueden clasificar como un enfoque de la “educación patrimonial”.

Creo que es muy necesario hoy en día buscar puntos de encuentro entre la didáctica, la interpretación, la museografía, etc., pero sin olvidar lo importante: hacer bien el trabajo, conseguir que el público visitante comprenda el significado profundo del lugar que visita, independientemente de cómo denominemos a la estrategia comunicacional para conseguir este propósito.

Por otra parte, la interpretación es para todo tipo de personas, por tanto, los intérpretes deben estar capacitados para atender también a los grupos provenientes de la enseñanza formal, y esas habilidades deben estar incluidas en sus competencias. ¡Claro que es posible hacer interpretación con escolares! Así lo constaté hace más de dos décadas, tras varios años de experiencia con grupos de la enseñanza formal en el Parque Nacional de Doñana (Morales, 1987): considerábamos que hacíamos interpretación pues las técnicas eran las mismas, y los destinatarios... no se sentían cautivos, sino, más bien, “cautivados”. Y en muchos otros programas de museos y conjuntos históricos sucede lo mismo.

La consideración de que la interpretación es para el público visitante *en su tiempo libre* no es dogmática, solamente pretende destacar que se trata de la estrategia óptima y pertinente para esa situación. Ésta es la realidad y el contexto en que ha surgido la interpretación, como estrategia de comunicación para audiencias en tiempo de ocio. Pero no es una disciplina “sólo” para el público general en su tiempo libre, sino para todos los públicos. Incluso, quien se dedique a la enseñanza puede utilizar las técnicas de la interpretación con sus educandos en un aula, en un parque arqueológico o un paraje natural; con toda probabilidad su trabajo será más efectivo.

La práctica es más bien escasa

En España y el mundo es posible que en cada momento se estén llevando a cabo miles de intervenciones de carácter interpretativo. ¿Quién realiza estas actividades? Innumerables guías de turismo cultural y de ecoturismo, en el medio urbano, en yacimientos arqueológicos o realizando recorridos en espacios naturales. Y muchos de ellos y ellas tal vez no hayan oído nunca hablar de esto que denominamos interpretación. Pero, atención: no todos los guías hacen interpretación, pues muchísimos sólo recitan contenidos sin tener en cuenta al público que tienen delante. Muchos hemos pasado alguna vez por esa experiencia.

Los guías “intérpretes” tienen una idea central clara y potente, que desarrollan como una *oración-tema* muy concreta (con sujeto, verbo y predicado), son sensibles al público, utilizan conceptos universales y otros recursos para hacer

[♦] Araceli Serantes Pazos, Departamento de Pedagogía y Didáctica, Universidad de A Coruña.

“relevante” al ego del público su mensaje; hacen preguntas abiertas y trabajan con las respuestas obtenidas; tienen un discurso claro, ameno, ordenado y pertinente; y conectan emocional e intelectualmente al público con los significados intangibles del recurso, sin faltar al rigor. Estos profesionales son los que logran que los visitantes *se enamoren* del lugar y, por ende, lo respeten y lo cuiden. Tal vez el número de este tipo de guías sea inferior al de los “guías-grabación”, pero existen, independientemente de que estén acreditados o habilitados.

Hace años, en Chiloé, en el sur de Chile, mientras visitaba el museo de Ancud, una persona (no recuerdo si era un guía o el director del museo) nos dijo al grupo de visitantes, ante una gran prensa rústica de madera: “¿Han probado la chicha –sidra– de manzana de esta zona?” A muchos de los que estábamos ahí nos surgió el “clic” en la cabeza, ¡ya sabíamos para qué servía esa prensa! Otro guía, uno del tipo *grabación*, seguro que hubiese dicho: “Esto que tienen delante es una prensa que sirve para exprimir las manzanas, cuyo jugo se deja fermentar, y así se obtiene la sidra de manzana”. Esto es información, muy correcta, pero sólo información. Lo otro, lo que me ocurrió a mí, fue interpretación, porque yo mismo tuve que poner una parte importante del significado.

Recientemente, en la visita a la ciudad romana y Conjunto Arqueológico de Itálica, en Santiponce, cerca de Sevilla, tuve la ocasión de participar en la actividad guiada “Los Sentidos de Itálica”. El guía, con una sensibilidad exquisita y agudo sentido del humor, presentó las “ruinas” al grupo de visitantes desde diversos ángulos, invitándonos a utilizar los cinco sentidos. El guía involucró de forma personal a cada uno de los asistentes; pudimos dialogar, responder a preguntas y actuar realizando acciones físicas y sensoriales. ¿Qué indica que esta actividad sea interpretativa? Lo evidencia el hecho de que el guía creó múltiples *oportunidades* para conectar intelectual y emocionalmente con los significados del recurso; había para todos los gustos: unos se sintieron “conectados” por los sentidos directamente, a la vez que comprendían una idea; otros “conectaron” con la rutina de la vida cotidiana en la época de los romanos, por ejemplo conociendo parte de las actividades del comercio en la ciudad; y otros le dieron sentido al aspecto monumental. ¿Casualidad? No. ¿Sabía interpretación del patrimonio el guía? Sí♦.

Por formación y entrenamiento, o simplemente por “don de gentes”, muchos guías logran este acercamiento emocional e intelectual del público hacia el patrimonio visitado. Unas veces es por sus invitaciones a utilizar los sentidos (tocar, oler, agudizar la vista) o por motivar un nivel de pensamiento profundo; por su forma de hacer las preguntas y luego atender las respuestas; por hacer comparaciones y analogías, o poner ejemplos muy pertinentes ¡o por todos estos motivos! Sin embargo, el uso de la *oración-tema* como la idea principal que sirve de adhesivo al resto de las ideas es menos habitual; pero eso se puede aprender ¡y es fundamental para la interpretación! Un par de ejemplos:

♦ Esta actividad está descrita en el *Boletín de Interpretación* (Campuzano, 2007).

El Castillo de Santa Cruz siempre estuvo destinado a la defensa, y hoy en día defiende el medio ambiente. Esta es la idea central (que nunca se me olvida) desarrollada por el equipo de guías del Castelo de Santa Cruz, en Oleiros, tras algunos procesos formativos en interpretación en el mismo Castelo. Esta idea planteada como *oración-tema* permite desarrollar de forma cohesiva varias etapas de la historia del recinto, desde sus funciones militares a partir del siglo XVI, después como residencia de Emilia Pardo Bazán (defensa de la cultura), albergue para huérfanos (defensa de la integridad humana), hasta su actual condición de Centro referente en educación ambiental para Galicia. Y la “defensa” es un *concepto universal* que a casi todos nos interesa, para bien o para mal.

En Bolivia, cerca de Santa Cruz de la Sierra, el guía que nos atendió en el yacimiento arqueológico Ruinas de Samaipata “bordó” la interpretación. Prestaba atención a nuestras preguntas, nos condujo con delicadeza, tenía recursos en su mochila... pero lo que nunca se me olvidará es que *a ese lugar confluían todos los caminos del Imperio Inca*, oración que repitió varias veces y explicó el porqué durante el recorrido. ¿Intuición? ¿había estudiado interpretación del patrimonio? No lo sé, pero funcionó.

Una última consideración respecto al trabajo de los guías. Algunos de los guías tradicionales, los que sólo entregan información y no trabajan estos aspectos que consideramos “interpretativos”, manifiestan que por exigencias de su empresa o institución están obligados a transmitir una determinada *cantidad* de contenidos, y que no se pueden permitir el lujo de salirse de ese guión; si tuviesen que aplicar las técnicas de la interpretación (hacer preguntas, por ejemplo), eso les supondría un tiempo extra que haría imposible poder cumplir con los horarios establecidos y con el guión de contenidos. Seguramente esta realidad ilustra una parte importante del problema, pero la solución estaría entonces en que conciban su trabajo desde otra perspectiva y, en definitiva, en definir sus funciones con un enfoque totalmente diferente. Para ello habría que realizar una profunda labor tendente a conseguir un cambio de mentalidad en los responsables de estas instituciones y agencias de guías, así como ir incorporando paulatinamente competencias en interpretación (ya se está haciendo) en las escuelas de turismo y centros de formación de estos guías.

En la interpretación no atendida por personal, la denominada autoguiada, los “casos” de interpretación son más difíciles de encontrar, ello a pesar de la ingente y creciente cantidad de instalaciones que reciben como apelativo “...de interpretación”.

A falta de personal, o para complementar el trabajo de éste y así brindar una variedad de medios interpretativos a un sitio, es bastante frecuente que nos encontremos con paneles y rótulos (además de audioguías y otros sistemas), tanto en interiores como en exteriores, señales pequeñas *in situ* o unidades expositivas de diversa complejidad en museos. Los buenos rótulos interpretativos rara vez presentan información detallada o con excesiva profundidad; por el contrario, son muy simples y su función consiste más bien en estimular a los visitantes a saber más (Trapp y colaboradores, 1992). Para incrementar su efectividad, el diseño es crucial, pero los excesos, la falta de

equilibrio y los textos mal compuestos y demasiado largos son el peor enemigo del público (o sea, de la interpretación). Una recomendación general puede ser el no exceder las 80 palabras por panel (en inglés se indica que sean menos de 60 palabras).

La tentación –y a veces obligación– de añadir más contenido puede ser muy fuerte, pero hay que resistir. Lo que buscan los visitantes es tener una experiencia directa con el lugar, y lo más probable es que ignoren los textos extensos y los mensajes complejos (Trapp y colaboradores, 1992).

Aunque estas recomendaciones son en general para carteles pequeños situados en exteriores o de forma aislada, algo similar ocurre en muchos museos y centros de visitantes: la mayoría del público no lee nada, algunos leen muy poco (Ham, 1992), o el tiempo que destinan a prestar atención a las unidades expositivas es, según Eloísa Pérez (2000), de unos 30 segundos en promedio, un tiempo sorprendentemente bajo para la mayoría de los investigadores, según señala esta misma autora.

Indudablemente, en estos centros y museos debe haber información suficiente para una importante minoría de visitantes que desean aprender más, que están altamente motivados e interesados. Pero hay que diseñar fórmulas para “disimular” dicha información, para que no desaliente a la mayoría del público que va a leer poco; por ejemplo, con solapas o pequeñas portezuelas que el mismo visitante deba accionar; atriles que contengan textos más detallados, como si fueran revistas (con las páginas plastificadas); textos retro iluminados para leer con una lupa; sistemas de audio; etc.

Lo que hay que conseguir es que el visitante preste atención el tiempo necesario para captar el mensaje de cada unidad expositiva. Seguramente, si el mensaje es “relevante a su ego”, utiliza un lenguaje directo (se dirige al que lee como *segunda persona del singular*: “tú”), es ameno e inspirador, contiene conceptos universales, y tiene menos de 80 palabras... tal vez el resultado sea otro. Los métodos de evaluación están perfectamente descritos en el trabajo de Eloísa Pérez (2000): “Estudio de Visitantes en Museos: metodología y aplicaciones”, y hay bastante documentación acerca de la evaluación de múltiples aspectos de la interpretación (Ham, 1986, Morales, 2001a). Lo que ocurre es que se evalúa poco.

En congruencia con los actuales postulados de la interpretación, Alan Leftridge (2006) utiliza una pauta muy sencilla para analizar los mensajes interpretativos escritos, tanto en rótulos como en folletos, con el fin de mejorar su redacción y hacerlos más efectivos. Con una ligera adaptación, siguiendo los consejos del profesor Sam Ham (comunicación personal[♦]) –que pongo en letra cursiva–, y omitiendo el índice de legibilidad de Flesch, que no es aplicable al castellano, la pauta es la siguiente:

[♦] Sam H. Ham es Director del Center for International Training & Outreach; Department of Resource Recreation and Tourism, University of Idaho, Moscow, Idaho, U.S.A.

- 1. Elementos y atributos tangibles.** Es decir, el mensaje identifica con claridad los aspectos y características físicas del rasgo.
- 2. Elementos intangibles.** Se refiere a ideas abstractas contenidas en el mensaje que surgen a partir de los atributos tangibles del recurso.
- 3. Conceptos universales.** El mensaje conlleva ideas intangibles con un nivel de relevancia superior para los visitantes. Surgen del punto 2, y son las ideas que representan conceptos más elevados, importantes para una amplia mayoría de visitantes.
- 4. Conexión intelectual con el visitante.** Oportunidad que ofrece el mensaje para que el público comprenda conceptos e ideas nuevas.
- 5. Conexión emocional con el visitante.** Oportunidad que ofrece el mensaje para producir emociones en el público.
- 6. Estímulo al pensamiento.** *Capacidad del mensaje para provocar en el visitante un pensamiento más profundo. Es la provocación lo que causa el pensamiento.*
- 7. Actitud de custodia/respeto.** *Actitud que podría generar el mensaje para que el público aprecie y contribuya a la salvaguarda del recurso.*
- 8. Idea central clara.** Una oración-tema que dé cohesión a los distintos aspectos tratados en el mensaje –con sujeto, verbo y predicado–. *Además, el propósito de comunicar el “tema” es estimular el pensamiento del visitante.*

Con el fin de ilustrar el uso de esta pauta, a continuación la aplicaré a tres ejemplos para mostrar, en parte, lo que se pretende conseguir con los textos interpretativos, habida cuenta que también se podría realizar un análisis similar o más complejo al trabajo de los guías.

Ejemplo 1: texto de una exposición en Casa Galeano, en la ciudad de Gracias, Honduras.

El papel de la mujer ha evolucionado muy poco en la Colosuca

En la sociedad colonial el centro de la familia y el que ejercía la autoridad era el hombre. A las mujeres se las suponía inferiores y quedaban bajo el mando de un hombre durante toda su vida.

...

A usted le puede extrañar, pero la situación de las mujeres rurales prácticamente no ha cambiado: se encargan del cuidado de la familia, de los animales pequeños y de los terrenos cercanos a la vivienda.

Análisis:

- 1. Elementos y atributos tangibles:** sociedad colonial, sociedad rural, hombre, mujer, animales, vivienda
- 2. Elementos intangibles:** el papel de la mujer, cambio social, autoridad y mando

3. *Conceptos universales*: situación de inferioridad, centro de la familia, autoridad y mando[♦], cuidado de la familia, cuidado del sustento (animales)
4. *Conexión intelectual con el visitante*: reconocimiento de una situación de desigualdad e injusticia
5. *Conexión emocional con el visitante*: Posible empatía con la situación de la mujer
6. *Estímulo al pensamiento*: posiblemente
7. *Actitud de custodia/respeto*: respeto por la situación de esfuerzo y trabajo de la mujer, y tal vez, una actitud en pro de la igualdad
8. *Idea central clara*: “El papel de la mujer ha evolucionado muy poco en la Colosuca”

Se trata de un mensaje muy valiente, pues alude a una situación actual del propio entorno social. Nótese que la idea central está en el mismo título del rótulo, y luego es el eje cohesivo del texto; por otra parte, lo más recomendable es que los títulos contengan esta idea central, pues hay quien sólo lee los titulares. Si el título fuese “La mujer en la Colosuca”, ¿no transmitiría ninguna idea!

Ejemplo 2: texto concebido para explicar un molino de marea en la Reserva Natural de las Marismas de Santoña, Noja y Joyel, Cantabria.

La Luna y el agua daban fuerza a la molienda

Este es el Molino de Santa Olalla. Molía el grano gracias a la Luna.

En efecto, las mareas existen gracias a la fuerza de gravedad de la Luna. Al subir la marea, el agua era embalsada en el estanque, adentro del dique. Al bajar la marea el molinero abría las compuertas, y el gran chorro que salía durante horas movía las ruedas de molienda.

Era un trabajo sin horario fijo porque las mareas, al igual que la Luna, se presentan cada jornada con un cierto retraso diario. ¿Sabe cuántos minutos más tarde sale cada día la Luna?

Análisis:

1. *Elementos y atributos tangibles*: luna, agua, molino, fuerza gravitacional, mareas, embalse, molienda, molinero
2. *Elementos intangibles*: fuerza y energía, paso del tiempo, duro horario de trabajo
3. *Conceptos universales*: trabajo difícil (sin horario fijo), energía limpia y asombrosa
4. *Conexión intelectual con el visitante*: comprensión de un ingenioso sistema de aprovechamiento hidráulico y la procedencia de su fuente de energía

[♦] Algunos conceptos considerados como “universales” también pueden estar citados en los elementos intangibles, pues de hecho lo son.

5. *Conexión emocional con el visitante:* admiración, sorpresa ante las características del molino
6. *Estímulo al pensamiento:* sí
7. *Actitud de custodia/respeto:* no
8. *Idea central clara:* Sí, las mareas generadas por la fuerza de gravedad de la luna permitían embalsar el agua que luego haría funcionar el molino

Nótese cómo la primera frase (*párrafo de atracción*) empieza contando algo insólito: “molía el grano gracias a la luna”. Y la idea central está sugerida en el título.

Ejemplo 3: parte del texto de un panel en el Conjunto Arqueológico de Madinat Al-Zahra, Córdoba.

La gran arquería fue concebida para impresionar

El Gran Pórtico que ve enfrente es la entrada emblemática, simbólica y ceremonial al Alcázar. Es una construcción puramente escenográfica, para deslumbrar a los visitantes, concebida con catorce arcos practicables (abiertos) que cierran la parte oeste de la Plaza de Armas en que usted se encuentra ahora.

...

Análisis:

1. *Elementos y atributos tangibles:* pórtico, ceremonia, Alcázar, escenografía, visitantes de esa época, arcos abiertos, Plaza de Armas
2. *Elementos intangibles:* emblemático, simbólico, deslumbrar a los visitantes de esa época
3. *Conceptos universales:* una gran obra, impresionar
4. *Conexión intelectual con el visitante:* da a conocer una función un tanto peculiar de la gran arquería
5. *Conexión emocional con el visitante:* sorpresa
6. *Estímulo al pensamiento:* sí
7. *Actitud de custodia/respeto:* no
8. *Idea central clara:* “La gran arquería fue concebida para impresionar” (también está en el título)

El análisis de este caso no detecta precisamente grandes oportunidades para establecer una conexión emocional e intelectual entre el visitante y los significados intangibles del recurso, pero cumple con el objetivo de explicar con claridad la función de dicha estructura. Y se complementa con el resto de paneles dispuestos en diversos puntos (“rasgos”) del itinerario por el Conjunto Arqueológico. Quiero destacar también, que aunque la “relevancia al ego” no se consigue con elevados conceptos universales (hay pocos), sí lo logra por una redacción y estilo cercano al visitante, con un lenguaje que alude

directamente a la persona que está leyendo –es decir, la segunda persona del singular–.

Además de otros sistemas de análisis y evaluación, hay que contar también con la opinión de los visitantes, que para el caso de los paneles de Madinat Al-Zahra es bastante positiva (Antonio Vallejo, comunicación personal[♦]), hecho que alienta a seguir trabajando en esta dirección.

Obviamente, el análisis con este método es subjetivo; por este motivo se aconseja que lo realicen varias personas a la vez, conocedoras de la interpretación del patrimonio y su metodología. Es un procedimiento que nos permite enfocar el asunto y aclarar a qué nos referimos con “aspectos interpretativos”, en este caso, de un texto, sin olvidar que el propósito último es conseguir que los visitantes adopten una actitud de aprecio y custodia por el patrimonio. Para ello, también habría que revisar los objetivos, es decir, qué se pretende conseguir con cada mensaje emitido al visitante, y qué se pretende lograr tras la “conexión” entre el visitante y los significados del sitio, independientemente del soporte utilizado.

Por lo demás, hay que ser conscientes de que la interpretación no obedece a fórmulas exactas, por lo que su consistencia, estilo y acabado final, sin duda, podrá ser objeto de opiniones distintas. Pero puede ser estudiada, y sus productos pueden ser analizados con rigor, como lo demuestra la tesis de doctorado de Jasmine Chen (2003), en la que aplica un modelo de investigación para conocer la efectividad de algunos *productos interpretativos*.

Sin embargo, y volviendo a nuestra realidad, no es habitual que se enfoque así a la interpretación, y en muchos lugares de España e Iberoamérica se ha aplicado de una manera bastante simplista, entendiéndola sólo como una actividad para “explicar el lugar a los visitantes”. En otros casos, se ha intentado teorizar al respecto asociándola con la ordenación y planificación del territorio... aspecto indispensable, por supuesto, pero que se centra en factores *macroscópicos* de la gestión, sin profundizar en cómo resolver la comunicación (interpretación) en la práctica, lo que denomino lo *microscópico* de la interpretación, y que expuse en el apartado de La Metodología. Y en muchas ocasiones, simplemente se utiliza el vocablo interpretación porque luce bien, está de moda o es “vendible”.

La utilización del término *interpretación* en muchas instalaciones y programas realizados en las últimas décadas, dudosamente cumpliría con los *estándares para las buenas prácticas en la interpretación*, que los hay en diversos documentos (véase por ejemplo: Scottish Natural Heritage, 2007; Asociación para la Interpretación del Patrimonio, 2006; Leftridge, 2006; Larsen, 2003; Ham, 1992). Han abundado y se siguen construyendo los erróneamente llamados *centros de interpretación*; unos con exposiciones bidimensionales aburridas (paneles con textos e ilustraciones), o concebidas para eruditos (Morales, 1989, 1994), y otros con instalaciones sofisticadas carentes de efectividad.

[♦] Antonio Vallejo Triano, Director del Conjunto Arqueológico Madinat Al-Zahra, Córdoba.

¿Qué sucede con los *medios* interpretativos? Los soportes donde se pretende resolver o plasmar esta interpretación, en general, no provienen del análisis realizado en una planificación interpretativa, lamentablemente. Elegir el medio adecuado es crucial, aunque todos seamos capaces de reconocer y afirmar que el *medio* más eficaz es el mismo ser humano, es decir, los servicios que son directamente atendidos por personal. Esto es incuestionable.

Lo paradójico es que no cuesta mucho dinero poner en práctica “grandes ideas” en interpretación, como dice el profesor Ham, sino que lo difícil es que éstas sean aceptadas y se lleven a cabo finalmente. Nuestra misión no es deslumbrar al visitante con efectos especiales; nuestro cometido es evocar *significados* claros y precisos en la mente del público, provocar el pensamiento con respecto al patrimonio que está visitando, porque así se generan las actitudes. En este sentido, la interpretación se centra más en la efectividad del **mensaje**, aunque esta efectividad se vea influida también por el soporte utilizado, los factores ambientales y el propio usuario.

El camino recorrido por esta disciplina no ha sido fácil, hasta su denominación es objeto de confusión y controversia. Todavía está evolucionando, y se sigue nutriendo del campo de las ciencias sociales y de la propia experiencia. Creo que Beck y Cable (2002) aciertan al sugerir que tal vez su carácter especial radique en que se trata de un acto creativo para revelar significados profundos a partir de objetos y lugares tangibles, para relacionar esos significados con conceptos universales; y cada intérprete hará el trabajo de forma diferente, al igual que cada persona responderá de forma distinta a la interpretación.

Bibliografía

- Aldridge, Don. 1975. Guide to Countryside Interpretation, Part I: Principles of Countryside Interpretation and Interpretive Planning. HMSO for Countryside Commission and Countryside Commission for Scotland.
- Aldridge, D. 2004. De cómo la nave de la interpretación fue arrojada a la tempestad: Algunos pensamientos filosóficos. *Boletín de Interpretación* número 11:19-32. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP). 2006. Recomendaciones para las Buenas Prácticas en Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural. Comisión de Calidad y Buenas Prácticas en la Interpretación. En: www.interpretacióndelpatrimonio.org
- Beck, Larry; y Ted Cable. 2002. The meaning of interpretation. *Journal of Interpretation Research* 7(1):7-10. USA.
- Campuzano, Santiago. 2007. Los Sentidos de Itálica. *Boletín de Interpretación* número 16:12-13. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Chen, W. Jasmine. 2003. The craft and concepts of Interpretation: A look at how National Park Service interpreters reveal and facilitate opportunities for connections. Unpublished doctoral dissertation, West Virginia University, Morgantown. En:

www.nature.nps.gov/helpyourparks/diversity/pdf/Chen_W_Jasmine_NPSConnections.pdf

- Delibes de Castro, Miguel. 2001. En: *Prólogo*, J. Morales: 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.
- Ham, Sam H. 1983. Cognitive Psychology and Interpretation: Synthesis and Application. *Journal of Interpretation* 8(1):11-27. USA.
- Ham, S.H. 1986. Social Program Evaluation and Interpretation: A Literature Review. En: G. Machlis (ed.), *Interpretive Views*. National Park and Conservation Association, Washington D.C.
- Ham, S.H. 1992. Interpretación Ambiental, Una Guía Práctica para gente con grandes ideas y pequeños presupuestos. North American Press, Colorado.
- 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. 2003. Rethinking Goals, Objectives and Themes. *Interpscan* May/June 2003:9-12. Canadá.
- 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. 2007a. From interpretation to protection. *Interpretation Journal* 12(3):20-23. UK.
- Ham, S.H. 2007b. ¿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.
- Holtz, R. 1976. Nature Centers, Environmental Attitudes and Objectives. *Journal of Environmental Education* 7(3):34-37. USA.
- Larsen, David L. 1997. Module 101: Fulfilling the NPS Mission. Component: What Interpretation Is. En: www.nps.gov/idp/interp/101/whatisit.htm
- Larsen, D.L. (Ed). 2003. Meaningful Interpretation: How to Connect Hearts and Minds to Places, Objects, and Other Resources. Fort Washington, PA: 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. National Association for Interpretation, InterpPress. USA.
- Lunn, John (ed.). 1988. Proceedings of the First World Congress on Heritage Presentation and Interpretation, Banff, Alberta, Canada, 1985. Heritage Interpretation International, Alberta Culture and Multiculturalism.

- Merriman, Tim; y Lisa Brochu. 2003. Interpretación personal. The National Association for Interpretation, InterpPress. Singapur.
- Morales, Jorge F. 1987. Some Interpretive Approaches in Spain. *Heritage Communicator* 1(4):22. Canadá.
- Morales, J.F. 1989. The Birth of Interpretation in Spain. En: D. Uzzell (ed.), *Heritage Interpretation*, Vol. 1, Belhaven Press, London.
- Morales, J.F. 1994. ¿Centros de Interpretación? Carpeta Informativa del CENEAM (Centro Nacional de Educación Ambiental), "Firma del Mes", octubre de 1994. En: www.interpretaciondelpatrimonio.com/docs/docs/CentrosdeInterpretacion.pdf
- Morales, J.F. 2001a. 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.F. 2001b. Los Objetivos Específicos en Interpretación - Para Saber, Sentir y Hacer. *Boletín de Interpretación* número 4:8-9. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Morales, J.F. 2006. A Interpretación do Patrimonio (natural e cultural), unha disciplina para Producir Significados. *Ambientalmente Sustentable* Volume I, números 1-2:209-220. Revista Científica Galego-Lusófona de Educación Ambiental. Xuño-Decembro 2006.
- Morgan, J. Mark; J. Absher; B. Loudon; y D. Sutherland. 1997. La Efectividad Relativa de Programas Interpretativos Dirigidos por Naturalistas Jóvenes y Adultos en un Bosque Nacional. *Investigaciones en Interpretación* 2(1):9-18. USA.
- National Park Service. 1999. Module 101. Fulfilling the NPS Mission: The Process of Interpretation. En: www.nps.gov/idp/interp/101/components.htm
- Peart, Bob. 2005. La definición de interpretación. *Boletín de Interpretación* número 13:113-16. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Pérez Santos, Eloísa. 2000. Estudio de visitantes en Museos: metodología y aplicaciones. Trea. Gijón.
- Randall, William E. 1995. Why Interpretation - Motivations, Justifications and Values. Comunicación presentada al IV Congreso Mundial de Interpretación del Patrimonio, Heritage Interpretation International, Barcelona, 15 - 20 de marzo de 1995.
- Scottish Natural Heritage. 2007. Tan fácil como contar hasta tres - Buenas prácticas en interpretación. *Boletín de Interpretación* número 16:14-15. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Tilden, Freeman. 1957. *Interpreting Our Heritage*. The University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- Tilden, F. 2006. La interpretación de nuestro patrimonio. Asociación para la Interpretación del Patrimonio (ed.). Primera edición en castellano. España.
- Trapp, Suzanne; M. Gross; y R. Zimmerman. 1992. Signs, Trails, and Wayside Exhibits. *Interpreter's Handbook Series*. UW-SP Foundation Press, Inc.; University of Wisconsin.

Wagar, J. Alan. 1976. Evaluating the Effectiveness of Interpretation. *Journal of Interpretation* 1(1):1-8. USA.