

# **Enseñar arte rupestre**

## **Estrategias de comunicación y atención al visitante**

Feliciano Ordóñez  
Asun Martínez

### **I. Atención al visitante.**

1. Introducción: El cliente.
2. Dimensiones de la comunicación.
  - 2.1. Las reglas de la situación y los objetivos en la comunicación interpersonal.
  - 2.2. Su naturaleza comportamental.
  - 2.3. Función interactiva.
  - 2.4. Su dimensión recompensante.
3. La información telefónica, presencial y escrita.
  - 3.1. Componentes de la comunicación telefónica.
  - 3.2. La entrevista telefónica.
  - 3.3. La información oral/ presencial.
  - 3.4. La información escrita.

### **II. Enseñar arte rupestre: Estrategias de comunicación.**

1. La visita guiada a un lugar de patrimonio.
2. El guión de la visita.
3. La Interpretación del patrimonio como estrategia de comunicación.
4. Algunas reflexiones de guías e intérpretes sobre su trabajo.

### **III. Lecturas recomendables**

## **II. ENSEÑAR ARTE RUPESTRE: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.**

### **1. La visita guiada.**

- a. Qué es una visita guiada.**
- b. El entorno profesional de la visita guiada a un lugar de patrimonio.**
  - **Servicio público.**
  - **Divulgación del patrimonio cultural. Recurso educativo.**
  - **Producto cultural: recurso para el turismo y el ocio.**
- c. El público visitante**
  - **Características, necesidades y expectativas.**
  - **¿Quién, por qué y para qué visita lugares de patrimonio?.**
  - **Cómo aprenden nuestros visitantes.**
- d. Estrategias de comunicación para una visita guiada a un lugar de patrimonio.**

### **2. El guión de la visita.**

- a. Elementos de un guión.**
- b. Planificación para el diseño de un guión.**

### **3. La Interpretación del patrimonio como estrategia de comunicación.**

- a. Definiciones.**
- b. Los principios de la Interpretación, por F. Tilden.**
- c. Los principios de la Interpretación, por L. Beck y T. Cable**
- d. Finalidades y objetivos de la Interpretación del Patrimonio**
- e. El mensaje interpretativo.**

### **4. Algunas reflexiones de guías e intérpretes sobre su trabajo.**

FERNÁNDEZ BALBOA, C. "Interpretando al intérprete", Boletín AIP, nº 13, p.7.

BERTONATTI, C. "Interpretación y turismo: ¿nos interesa dejar un mensaje al turista?",  
Boletín AIP, nº 12, p.2

PINTO CEBRIÁN, M.A. "La presentación ante los grupos", Boletín AIP, nº 6, p.6.

ARENAS, A. (1999): "Los museos y sus palabras: los deberes corregidos", Revista de  
Museología, nº18.

PINTO CEBRIÁN, M.A.: "Preguntar no es interpretar", Boletín AIP, nº 8, p.9.

PINTO CEBRIÁN, M.A.: "¿Acaso los guías somos un disco rallado?", Boletín AIP, nº 10, p.7.

ALDRIDGE, D. "La interpretación como indicador de la convicción cultural", Boletín AIP, nº  
12, p.11

MARTÍN, M. "Objetivo: la Historia", Boletín AIP, nº 10, p.19.

### **3. La interpretación del patrimonio cultural como estrategia de comunicación.**

#### **1. Definiciones**

Enons Mills (1920)

Un intérprete de la Naturaleza es un naturalista que puede guiar a otros hacia los secretos de la Naturaleza. No es necesario que sean una enciclopedia andante. Provocan el interés tratando los grandes principios, no con información inconexa y poco significativa.

Freeman Tilden (1957)

La interpretación es una actividad educativa / recreativa que pretende revelar significados e interrelaciones 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.

Don Aldridge (1973)

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

Yorke Edwards (1976)

La interpretación posee cuatro características que hacen de ella una disciplina especial:

- Es comunicación atractiva,
- Ofrece una información breve y concisa,
- Es aportada en presencia del objeto o patrimonio que se muestra, y
- 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)

La interpretación es exactamente lo que la palabra quiere decir: 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 sensibilidad, conciencia, entendimiento, entusiasmo y compromiso.

Sam Ham (1992)

Interpretación ambiental incluye traducir el lenguaje técnico de una ciencia o campo relacionado a términos e ideas que puedan ser comprendidos por las personas que no son científicos.

Servicio de Parques Naturales (EEUU) (1996)

La interpretación facilita la conexión entre los intereses del visitante y los significados del recurso cultural.

Rideourt-Civitarese, Legg y Zuefle (1997)

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.

Asociación Española para la Interpretación del Patrimonio

La interpretación del patrimonio es el arte de revelar in situ el significado del legado natural, cultural o histórico al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio.

Asociación Nacional para la Interpretación (EEUU) (2000)

La interpretación es un proceso de comunicación que forja conexiones emocionales e intelectuales entre los intereses de una audiencia y los significados inherentes en el recurso cultural.

Manual de formación de intérpretes para museos (2004)

Interpretación es conversación, interacción guiada, o cualquier comunicación que enriquezca la experiencia del visitante realizando conexiones significativas entre los mensajes y colecciones de la institución (museo) y el mundo intelectual y emocional del visitante.

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. Sin embargo, la interpretación no es lo mismo que dar información.

Countryside Comisión (Gran Bretaña)

La interpretación es el proceso de desarrollar el interés, el disfrute y la comprensión del visitante por un área, mediante la explicación de sus características y sus interrelaciones.

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.

Czikszentmihalyi & Hermanson, 1995

La interpretación no sólo debe aumentar la curiosidad (atraer la atención central), también debe proporcionar oportunidades para autoimplicarse, relacionando el contenido con un significado personal.

Giovanni Netti, 2003

La interpretación es provocación, revelación, estímulo de la inspiración, enriquecimiento de la experiencia del visitante con respecto al lugar o al objeto que es interpretado, y también el desarrollo de actitudes positivas hacia la conservación del patrimonio. Los objetivos principales de la interpretación son algo distintos a los de la educación ambiental. Son más amplios, dirigidos a un destinatario muy heterogéneo, y que se pretenden cumplir en un contexto “no escolar”, como en parques naturales, museos o sitios históricos.

La interpretación tiene dos cosas especiales. Primero, desde el punto de vista profesional, tiene un método, es una disciplina, y posee una fuerte organización conceptual, que transforma en una verdadera profesión la tarea de quien comunica por la conservación del patrimonio (muchas veces de manera instintiva y desorganizada). En pocas palabras, hace que nuestro trabajo sea más eficaz, y capaz de responder a los problemas actuales de la conservación del patrimonio.

En segundo lugar, en lo emocional y filosófico. La interpretación tiene el poder de evocar la vida que nos rodea y lo que rodea a todas las cosas.

Cualquier cosa está viva o ha vivido. Transmitir esa verdad a los ojos, a la mente, al cuerpo y al corazón de la gente, hace de la interpretación un trabajo maravilloso y fundamental para la supervivencia y la calidad de nuestra sociedad.

Nosotros (los guías –intérpretes) somos los modernos chamanes, cantautores y cuentacuentos.

## 2. Principios de la interpretación (F. Tilden):

### 1. Toda forma de interpretación debe relacionar los objetos (o el patrimonio cultural) que presenta y describe con algún aspecto de la experiencia y la personalidad de los visitantes; de lo contrario, será totalmente estéril.

- a. La interpretación de un lugar de patrimonio debe relacionarse con la experiencia y la personalidad del visitante.
  - Para entablar una relación con el visitante, el intérprete debe conocer sus necesidades y características, y, además, los principios de un aprendizaje en un contexto informal, como es la visita a un museo o lugar de patrimonio.
  - Es fundamental el primer contacto con el visitante, antes de comenzar el recorrido, para conocer sus experiencias anteriores, sus expectativas de la visita.
  - El visitante aprenderá y aprehenderá la información si le resulta significativa, si puede relacionarla con sus conocimientos previos o con su experiencia personal.
- b. La interpretación no debe mostrar hechos aislados o informaciones inconexas.
  - El guión de la visita debe constituir un todo, ser coherente, estructurado y planificado.

### 2. La Interpretación es revelación basada en información.

- a. La interpretación es más que información. Toda interpretación incluye información.
  - A partir de la información seleccionada sobre el lugar del patrimonio, elaboramos nuestro discurso.
  - El objetivo no es aportar meros datos, ni aportar la máxima cantidad de información posible sobre el lugar.
  - El objetivo de nuestro guión es comunicar para generar conocimiento, y, a partir de él, aprendizaje.
  - El guión de la visita debe traducir y amoldar el mensaje a las múltiples necesidades y condiciones de sus destinatarios para poder revelar los significados.
- b. Dado que las experiencias del público, así como las formas de comprender y aprender, son diversas, el intérprete debe utilizar diversos estímulos para activar la atención y el interés.

### 3. La interpretación es un arte (que combina muchas artes). Y cualquier forma de arte, hasta cierto punto, puede ser enseñada.

- a. El objetivo es que el público se entusiasme, responda, se cuestione acerca del significado de alguna cosa, y utilice todos sus sentidos para conocer.
  - El guía tiene que provocar una reacción y conmover al público con su discurso y sus estrategias de comunicación.
- b. La provocación y estímulo emocionales e intelectuales son compatibles con la transmisión de información rigurosa.
- c. La construcción del discurso requiere un método para realizar la cuidadosa selección de información, de conceptos y términos técnicos. La información debe ser ordenada en una secuencia lógica y progresiva, en función del objetivo que hayamos definido para nuestra visita.
- d. La visita guiada es un "saber-hacer", es comunicación, debe basarse en el diálogo con el visitante.

**4. La interpretación persigue la provocación y no la instrucción.**

- a. El objetivo de una visita guiada a un lugar de patrimonio debería tener como finalidad inculcar determinados valores en el visitante, así como estimularle intelectualmente.
  - La visita debe propiciar que el visitante aprecie los valores del monumento o lugar, y concienciarle así de la necesidad de su conservación.
  - El estímulo intelectual provocará el interés por conocer más sobre el patrimonio.
- b. El guión de la visita no debe ser el resumen o adaptación del discurso disciplinar o académico.

**5. La interpretación debe ser la presentación del todo y no de las partes aisladas, y debe dirigirse al individuo como un todo y no sólo a una de sus facetas.**

- a. El mensaje debe interpretar el lugar de patrimonio en un sentido global, y de forma significativa para el visitante.
- b. El guión de la visita debe presentar un mensaje ordenado, coherente y estructurado. Deben destacarse las ideas principales, explicarlas o ejemplificarlas, y asociar unas con otras.
- c. Debe tenerse en cuenta la capacidad de atención del público en una visita. Se estima que una persona adulta puede "absorber" unos siete fragmentos de información o ideas fundamentales.

**6. La interpretación destinada a niños no debe ser una mera dilución de lo entregado a los adultos. Requiere un enfoque diferente.**

### 3. Principios de la interpretación para el siglo XXI

L. Beck y T. Cable, 1998: Interpretation for XXI century: fifteen principles for interpreting nature and culture.

1. Para despertar el interés, los intérpretes deben conseguir que los contenidos de sus mensajes se relacionen con la vida de los visitantes.
2. El propósito de la interpretación va más allá de la mera información, consiste en revelar una verdad y un significado profundos.
3. Toda presentación interpretativa se debería diseñar como una historia que informe, entretenga e ilustre.
4. El propósito del mensaje interpretativo es inspirar y provocar a la gente para que amplíe sus horizontes.
5. La interpretación debería presentar un tema o un planteamiento completo, y debería ir dirigida al individuo como un todo.
6. La interpretación para niños, adolescentes y adultos (cuando estos constituyen grupos homogéneos) debería aplicar enfoques diferentes.
7. Todo lugar tiene su historia. Los intérpretes pueden revivir el pasado para hacer que el presente sea más placentero y que el futuro adquiriera un mayor significado.
8. La incorporación de las nuevas tecnologías a los programas interpretativos debe realizarse con cuidado y precaución.
9. Los intérpretes deben cuidar la cantidad y calidad de la información que se presente, en cuanto a su selección y precisión. Bien sintetizada y fundamentada en una buena investigación, la interpretación tendrá más poder que un "gran discurso".
10. 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 debe desarrollar de forma continua.
11. El guión de la visita debería estimular las capacidades del público visitante. Debe transmitir aquello que a los lectores les gustaría conocer, con la autoridad del conocimiento, y la humildad y responsabilidad que ello conlleva.
12. Un programa interpretativo debe ser capaz de conseguir apoyo (político, financiero, administrativo) para poder prosperar.
13. Los intérpretes 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.
14. Los intérpretes deben ser capaces de promover actividades interpretativas óptimas, a través de programas e infraestructuras bien concebidas, diseñadas de forma intencionada.
15. La pasión es el ingrediente indispensable para una interpretación poderosa y efectiva. Pasión por el patrimonio que es interpretado y por aquellos que vienen a inspirarse con él.



### 3. Finalidades y objetivos de la Interpretación del Patrimonio:

<b>Sensibilizar</b>	➤ Promover la aprehensión y el uso social del Patrimonio
<b>Comunicar Enseñar Adaptarse al público</b>	➤ Ofrecer al público un significado y desarrollar una serie de servicios o conocimientos a partir de unos dispositivos de presentación y comunicación
<b>Emocionar Divertir</b>	➤ Provocar o desarrollar la emoción base con el objetivo de comunicar toda una serie de conocimientos
<b>Satisfacer la curiosidad Explicar el contexto y las interrelaciones</b>	➤ Explicar al público que no se ve y qué no puede entenderse directamente
<b>Auténtica y científica</b>	➤ Intentar que se pase del conocimiento científico al conocimiento de las emociones, los sentidos
<b>Provocar Estimular</b>	➤ Motivar al público a partir del choque emocional y de vivencias gratificantes.

### 4. El mensaje interpretativo.

Morales, J.: "La interpretación del patrimonio natural y cultural: todo un camino por recorrer".  
Boletín del Patrimonio Histórico Andaluz.

La interpretación requiere la aplicación de ciertas técnicas, sea en un museo cerrado o al descubierto en un parque natural. Esas técnicas son un recetario útil, pero completamente estériles si no se acompañan del toque personal de los planificadores, los diseñadores o los guías. Es preciso conocer, además, a qué tipo de público irá dirigida la interpretación, para afinar el mensaje y elegir la metodología que más les convenga a esos usuarios.

#### A. Para el diseño del mensaje interpretativo:

Permítanme antes un inciso: nunca se debería usar la palabra interpretación ante el público. Al público no le dice nada, e incluso puede llegar a confundirlo; dejémosla como una palabrota para su uso por los técnicos. En consecuencia, la denominación *centro de interpretación* habría que erradicarla, al menos paulatinamente. El público se sentirá más aludido si se le presenta un equipamiento como museo, centro de información o centro de visitantes.

Plantear objetivos específicos en cada programa, en tres aspectos:

**1) Para el conocimiento:** ¿qué queremos que la gente sepa?

Ejemplo: "Que el 80% de los visitantes sea capaz de comentar que los factores que influyeron en la colonización de este territorio fueron el agua y los recursos mineros".

**2) Para la afectividad:** ¿qué queremos que la gente sienta?

Ejemplo: "Que la mayoría de la gente sonría tras la lectura del texto en los carteles".

**3) Para las actitudes/comportamientos:** ¿qué queremos que la gente haga (o no haga)?

Ejemplo: "Que todos los visitantes se comporten de forma respetuosa con el entorno, y sigan las indicaciones entregadas en el folleto".

Este planteamiento de objetivos contribuye bastante a orientar los esfuerzos de interpretación, y se puede aplicar a pequeña escala, por ejemplo en cada parada de un recorrido o en cada *stand* de exhibición; o a una escala mayor, como a toda una sala con exhibiciones/exposiciones o para todo un itinerario por el casco antiguo de un pueblo.

Es conveniente definir **una frase que queramos que el público recuerde**. A este proceso se le denomina **interpretación temática**, y el **tema** tiene que contener todos los ingredientes de una oración (sujeto, predicado y complementos). Así se prepara el tema:

Por ejemplo:

¿Qué queremos explicar? "Queremos explicar las rocas calizas".

Más concretamente ¿qué de las rocas calizas? "Queremos explicar el origen de la roca caliza".

Entonces, ¿qué queremos que la gente sepa? (o qué le diremos al visitante, en definitiva) Al visitante le diremos que "La roca caliza se origina en el fondo del mar"

Este tipo de frase representa el concepto de *tema interpretativo*, que luego se desarrolla con más explicaciones que giran en torno a él: "La caliza se formó por el depósito de las conchas y caparazones de animales marinos hace más de cien millones de años. Ahora forma montañas en algunas regiones". Esta explicación la puede dar un guía (o preguntárselo al público) o bien puede aparecer como texto en los carteles de un itinerario o en una exhibición de un centro.

Ayuda bastante el utilizar la **frase-tema** como título de las presentaciones, o en los titulares de las exhibiciones, en los encabezados de los folletos, carteles, etc. Así, quien no lea la letra pequeña tendrá ya una información, una noticia (esta acepción de la palabra *tema* es como el titular de un periódico). Incluso puede estimular a seguir leyendo.

No hay nada más tedioso e inútil en una sala de museo o de un centro de visitantes que leer titulares como estos: La Fauna, La Geología, Calcolítico, Orogenia Alpina, Usos y Costumbres... en lugar de leer, por ejemplo (extraídos del Plan de Interpretación para el Futuro Parque Natural del Delta del Llobregat):

Los asentamientos humanos en el Delta se encuentran alejados de la costa

El ruido de los aviones depende de la tecnología de los motores y de la aceleración que impriman los pilotos

Los cultivos son una transición hacia el medio natural

Los humedales del Delta sirven a las aves como un puente entre otras zonas húmedas de Cataluña

Hay que usar un lenguaje sencillo, comprensible por la audiencia. La utilización de **preguntas** (sin abusar de esta estrategia) estimula y motiva al visitante. Las respuestas las debe proporcionar él, o las debe encontrar sin dificultad. En el mensaje, sea el comentario de un guía o el texto de un folleto, hay que incluir invitaciones a hacer algo y a utilizar los sentidos.

Es importante tener presente que un mensaje interpretativo sólo puede ser un simple poema. No se trata de describir fenómenos o explicar objetos en todas las ocasiones.

La parte final del programa debe retomar el *tema*, esa frase que se ha reiterado y desarrollado con ideas complementarias. Aquí se concluye.

## **B. Para las exhibiciones en museos y centros de visitantes:**

Las exhibiciones más simples son las más efectivas. Muchas veces la espectacularidad puede enmascarar al mensaje.

Hay que tener en cuenta que el público empleará como promedio sólo un minuto frente a cada *stand* o unidad de exhibición, por tanto, el mensaje tiene que poder ser captado con rapidez. Tenemos que atraer la atención del visitante, pero luego hay que lograr mantenerla para que le dé tiempo a captar todo el mensaje (o los niveles de lectura que él decida).

Si la exhibición pretende ser interpretativa, ha de tener volúmenes, contrastes, cierto grado de dinamismo y partes que se puedan manipular (cuando sea pertinente). El público debe poder interactuar física y/o intelectualmente con la exhibición. Y si está bien concebida, no hará falta que un guía la explique.

La sala en que se encuentran las exhibiciones debería tener un nombre que emplee el concepto de frase-tema, explicado anteriormente.

Cada *stand* debería desarrollar el mensaje con temas y subtemas, es decir, en los títulos y en sus correspondientes subtítulos el público tendría que obtener una información, una "noticia".

Cada exhibición requiere una iluminación específica, que no interfiera con las luces del resto de la sala. Hay que evitar, también, los reflejos en los cristales o en las superficies reflectantes.

El público es libre para elegir el recorrido a seguir, por lo tanto, no deberíamos supeditar la captación del mensaje a una secuencia determinada. La secuencia y el sentido la podemos sugerir, pero siempre será el propio visitante quien decida qué ver, cuánto ver/atender, y por dónde. (Recordemos que este tipo de comunicación no está destinado, en principio, a grupos escolares, sino al público general en su tiempo de ocio)

En los centros de visitantes la interpretación *en interiores*, normalmente, no utiliza objetos reales. Se suelen exponer "representaciones" de la realidad; por este motivo, la interpretación debería posibilitar un contacto con el objeto real afuera, en el entorno del parque o del sitio histórico. La oportunidad de que el visitante tenga ese contacto con el objeto real es lo que da sentido a la interpretación del patrimonio.

El caso de los museos es diferente, porque sí es probable que tengan más objetos originales, y, dependiendo del tipo de museo que se trate, habrá que aclararle al visitante cuál es el contexto (espacial, temporal, funcional) de las piezas expuestas.

### **C. Para los carteles (de paisaje, de sitio, de itinerarios, de parques urbanos)**

Es aconsejable utilizar títulos del tipo *frase-tema*, y luego desarrollarlos en el resto del texto. El texto base deberá tener entre 90 a 100 palabras, y su estilo será directo e inspirador. Las ilustraciones que acompañen al texto tienen que ser pertinentes y, aunque generalmente se utilizan como simple decorado, las puede haber de tipo descriptivo. Las ilustraciones que describen no deben restarle la capacidad de "inspirar" al resto del cartel. No es obligado que haya ilustraciones.

### **D. Para otros medios de interpretación, las recomendaciones pueden ser muy parecidas**

Audiovisuales con argumento (vídeo, diapositivas): duración de diez a quince minutos, de alta calidad artística, impactantes, y con comentarios que no saturen al público. Algunos pueden tener sólo música.

Sistemas de audio (cassette transportable, teléfonos y postes de escucha): tienen que regirse por unas reglas similares a las de la persona-guía.

Teatro, animación, fiestas, cuentacuentos, marionetas, charlas y demostraciones. Son posibilidades poco utilizadas, pero todas ellas poseen la mayor de las ventajas en interpretación: son ejecutadas por personas, el mejor sistema conocido para interpretar el patrimonio.

La consideración de éstos y otros aspectos, muy simples, hará que una presentación del patrimonio al público sea *interpretativa*. Y como se habrá podido apreciar, la interpretación hay que realizarla –casi– más en función del visitante que del patrimonio que se le quiere presentar. La interpretación es una estrategia de *intervención social* para conseguir un entendimiento, unas actitudes y un aprecio que, a la postre, revertirán en una mejor conservación del medio biofísico, social, e histórico cultural que consideramos como patrimonio.

### III. Lecturas recomendables:

#### Sobre la divulgación del patrimonio cultural

- ASENSIO BROUARD, M.; POL MÉNDEZ, E. (1998): **“La comprensión de los contenidos del museo”**, Iber, 15. pp. 15-30.
- Asociación Americana de Museos. **Excelencia e igualdad: la educación y la dimensión pública de los museos**. 1992.
- IBER. **Yacimientos arqueológicos de la sierra de Atapuerca**. Iber: didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia. Grao, 2001.
- FALK, J.G.; DIERKING, L.D. **Learning from museums. Visitor experiences and the making of meaning**. NY Altamira Press, 2000.
- GARCÍA BLANCO, A. **Aprender con los objetos**. Guías didácticas del M.A.N. Serie métodos, 1997.
- GONZÁLEZ MARCÉN, P. (ed): **Comunicar el passat. Creació i divulgació de l'arqueologia i de la història**. Actes del V Seminari d'Arqueologia i Ensenyament. Museu d'Història de Catalunya. Treballs d'Arqueologia, núm. 10. Museu d'Història de Tarragona, 25-27 de novembre de 2004.
- HEIN, G.E.; ALEXANDER, M. **Museums: places of learning**. American Association of Museums: Education Committee. 1998.
- HOOPER-GREENHILL, E. **El museo y sus visitantes**. Trea, 1998.
- KOTLER, N. (1999): **“La experiencia museística. Cómo disfrutar de todo lo que ofrece el museo”**, en Revista de Museología nº 18, Asociación Española de Museólogos. Pp. 19-27.
- LASHERAS, J.A.; DE LAS HERAS, C. (2005): **“El arte paleolítico y su significado. Su presentación en el museo”**, en LASHERAS CORRUCHAGA, J.A.; GONZÁLEZ ECHEGARAY, J. (Coords): El significado del arte paleolítico. Escuela de cultura y patrimonio “Marcelino Sanz de Sautuola”, UIMP Santander, 2005.
- SANTACANA, J.; HERNÁNDEZ, X. **Enseñanza de la arqueología y la prehistoria. Problemas y métodos**. Ed. Milenio, 2003.
- SERRAT, N. (2005): **“Las visitas”**, en SANTACANA MESTRE, J.; SERRAT ANTOLÍ, N. (coords): Museografía didáctica, Ariel.
- VALDÉS SAGÜÉS, M.C. **La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público**. Trea, 1999.
- VV.AA. (2002): **“¿Usuarios o visitantes?”**, en Revista Museo “Museos locales. Los usuarios del museo”, nº6-7, Asociación Profesional de Museólogos de España.

## **Sobre la Interpretación del patrimonio**

- ALDRIDGE, D. **The Monster Book of Environmental Education**. Council of Europe. Geo Abstracts Ltd. Norwich, Uk. 1981.
- ALDRIDGE, D. (1988): “**De cómo la nave de la interpretación fue arrojada a la tempestad: algunos pensamientos filosóficos**”, en Uzzell (ed). Heritage Interpretation, Belhaven Press, London.
- BECK,L.; CABLE,T. **Interpretation for the 21<sup>st</sup> century. Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture**. Sagamore Publishing, Cahmpaign, IL. USA. 1998.
- BLINKS, G.; DYKE,J.; DAGNALL,Ph. **Visitors Welcome: a manual on the presentation and interpretation of archaeological excavations**. London, English Heritage, 1988.
- CARRIER, Ch. **La presentation du patrimoine in situ. Communiquer, exposer, exploiter**. Ministere de la Culture, de la communication, des grands travaux et du bicentenaire. 1989.
- HAM, S. **Interpretación Ambiental Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños**. North American Press, Colorado.
- KUDSON, D.M.; CABLE,T., BECK, L. **Interpretation of Cultural and Natural Resources**. Venture Publishing, USA. 1995.
- LARSENS, D.L. (ed). **Meaningful Interpretation: How to connect hearts and minds to places, objects, and other resources**. Fort Washington, p.a Eastern National, 2003.
- MORALES, J.F. **Guía práctica para la Interpretación del Patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante**. Consejería de cultura de la Junta de Andalucía y Tragsa. 2001.
- MORCARDO, G. **Making Visitors mindful: principles for creating sustainable visitor experiences through effective communication**. Aces in tourism applications series. Sagamore Publishing. Illinois.
- TILDEN, Freeman. **Interpreting our heritage**. The University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- VV.AA. (2001): **I Congreso Internacional de Musealización de Yacimientos Arqueológicos**. Alcalá de Henares, 2000.
- VV.AA (2003): **II Congreso Internacional sobre musealización de yacimientos arqueológicos: nuevos conceptos y estrategias de gestión y comunicación**. Barcelona, Museo de Historia de la Ciudad, 2002.
- VV.AA. **III Congreso Internacional de Musealización de Yacimientos Arqueológicos**. Zaragoza, 2004.
- VV.AA. (2005): **Museos, arqueología y nuevas tecnologías**. Actas I Jornadas de museos, arqueología y nuevas tecnologías (Alicante, 2005). MARQ. Arqueología y Museos.