



Boletín de Interpretación

ISSN 1886-8274 – Depósito Legal: GR-1361/2002 – España

Septiembre de 2017 – Número 36

Se permite y aconseja su reproducción y difusión. La AIP no es responsable de las opiniones expresadas por los autores.

www.interpretaciondelpatrimonio.com



La Garriga, Barcelona. Foto: Ajuntament de La Garriga

Editores: Jorge Morales Miranda y Francisco J. "Nutri" Guerra Rosado

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

ESTE BOLETÍN

EDITORIAL

ARTÍCULOS

- **El Museo del Hombre: un museo militante en París.** Óscar Navajas Corral
- **Scape Moixina, una manera diferente de conocer el patrimonio.** Anna Escarpanter
- **La planificación interpretativa efectiva: Más que solo contestar preguntas técnicas.** Jon Kohl
- **Manos Patagónicas, la “visión del todo” en un territorio de la Patagonia Verde (Chile).** Juan Carlos Castaing

DOCUMENTO

- **El imperativo moral de la interpretación.** Will LaPage

Amigas y amigos:

Como cada equinoccio, llega un nuevo número del *Boletín de Interpretación*, como siempre cargado de interesantes artículos y con la firme voluntad de dar mayor visibilidad a las múltiples posibilidades de nuestra disciplina.

Nuestro primer artículo, cuyo autor es Óscar Navajas Corral, se centra en la evolución de *El Museo del Hombre* de París, desde su concepción original a la actualidad. Óscar reflexiona sobre la deuda que la museología contemporánea tiene con esta institución y su modelo de trabajo. Según el autor, tras su reapertura en 2015 este museo se ha convertido en un referente al llevar al visitante a reflexionar sobre sí mismo, sobre la condición humana o sobre cuestiones tan trascendentes para nuestro futuro como humanidad, como el racismo o la xenofobia.

Anna Escarpanter y Guillem Vila, por su parte nos hablan de Scape Moixina, una actividad que realizan Olot (Parque Natural de la Zona Volcánica de la Garrotxa). Está basada en los *escape rooms* que, mediante “juego de enigmas”, y con temas y subtemas ocultos tras una serie de pistas, muestra a los visitantes los valores naturales y culturales de este espacio de interés patrimonial. La provocación del pensamiento se consigue con el juego.

Nuestro tercer artículo es obra de Jon Kohl, en el que retoma el concepto de “Planificación interpretativa holística”, aspecto sobre el que ya ha escrito en otras ocasiones. Para Jon, cualquier forma de planificación interpretativa que no involucre a la comunidad y se desarrolle de manera participativa desde los primeros momentos del proceso de planificación tendrá pocas oportunidades de alcanzar el éxito. Como en la *Ítaca* de Kavakis, lo importante no está tanto en el destino como en el camino que nos conduce hacia él.

El último artículo de esta sección nos llega desde Chile de la mano de Juan Carlos Castaing; nos muestra cómo la interpretación puede contribuir a poner en valor y aumentar la visibilización del trabajo comunitario mediante la tematización y el uso de técnicas propias de la disciplina en el empaquetado de productos artesanales. El objetivo de esta estrategia no se enfoca hacia objetivos meramente

mercantilistas, sino que busca mantener viva la memoria y la tradición del lugar. Es una contribución a los vínculos entre la interpretación y el turismo.

Finalizamos este número con la sección Documentos, reproduciendo un artículo de Will LaPage, un gran profesional de la interpretación que nos dejó hace solo unos meses. El autor nos recuerda que la interpretación en su aplicación –partiendo de la base de que se dirige a la conservación de todas las formas de patrimonio–, lleva implícita una obligación y un compromiso moral por parte de quienes nos dedicamos a ella. Es por ello que Will nos ofrece un conjunto de recomendaciones –que cada lector o lectora debe completar– sobre cómo actuar a fin de ser consecuentes con este imperativo moral, y ser la voz de quienes no tienen voz.

Esperamos que esta edición os parezca interesante, y nos vemos dentro de seis meses.

Jorge Morales Miranda

Francisco J. (Nutri) Guerra Rosado

EDITORES

El Museo del Hombre: un museo militante en París

Óscar Navajas Corral
oscar.navajas@uah.es

«No creo en el objeto en sí, sino tan solo como testigo del hombre. Vivo para enlazar los objetos en un sistema de expresión; hay que unirlos a la naturaleza, a la vida del hombre» (G.H. Rivière: 1989, 9).

Los museos son laboratorios (Rivière, 1989). Los museos son espacios para la educación popular (Chiva, 1985, 1987). Los museos son lugares para la transformación social y para generar una museología combativa (Mayrand, 2002; Varine-Bohan, 2005). Los museos son sitios para el anonimato, para conocerse y reconocerse. Sin embargo, la concepción social de estas instituciones es que la mayoría de los museos se dedican únicamente a coleccionar, a realizar exposiciones de objetos en vitrinas destinados al deleite, a organizar actividades reservadas fundamentalmente al público escolar y, en raras ocasiones, vincular el pasado (la colección) y el presente (la actualidad). No obstante, esta sensación social —y todo hay que decirlo, personal— que permanece latente y acecha sobre los templos de las musas creo que ya ha dejado, o debería haber dejado, de tener sentido, o al menos en lo que respecta a algunos museos, como es el caso del Museo del Hombre de París.

En 1937 Paul Rivet (1876-1958), etnólogo francés y médico de formación, fundó en París el *Musée de l'Homme*. Rivet quería crear un museo que fuera únicamente un lugar que contase la evolución del ser humano de forma cronológica y taylorista, sin que se convirtiese en un observatorio de las culturas denominadas primitivas, oprimidas o colonizadas, sino que deseaba crear una institución educativa para la población.

“En 1936, Rivet definía así el Museo del Hombre: Será el primer museo de Francia puesto realmente a disposición de la población, ya que estará abierto por la noche, es decir, en las horas en las que los trabajadores, intelectuales y manuales, estén liberados de sus obligaciones profesionales” (Rosse, 1999: 105)♦.

♦ Traducción propia del francés.

Rivet se había encargado de reorganizar el Museo de Etnografía del Trocadero desde la década de los años veinte del pasado siglo, y se había consolidado como uno de los padres de la etnografía y la etnología modernas, iniciando los estudios comparados basados en el lenguaje y en la cultura material. Gracias a la Exposición Internacional de París de 1937, consiguió emprender el nuevo proyecto, ese museo que se convertiría en un laboratorio para la ciencia y para la sociedad. Y es justo en ese momento cuando comienza una de las etapas más fructíferas para la museología, al menos desde el punto de vista conceptual y, al mismo tiempo, un calvario para la institución que marcaría dicho cambio.

El Museo del Hombre se pensó desde el primer momento como un “museo absolutamente revolucionario para su tiempo y que pretendía ser una máquina de guerra contra las ideas prevalentes sobre el primitivismo de las poblaciones exóticas, contra su inferioridad, al tiempo que se proponía desmontar el racismo y sus prejuicios” (Laurière, 2008: 458), es decir, “un bastión antirracista” (Rosse, 1999: 104). Cuando uno lee y analiza los diferentes programas que fueron gestando y dando forma al museo, así como los que fueron germinando de él, se es consciente de la “deuda” que tiene la museología contemporánea con esta institución y sus responsables.

La primera de las premisas que se tuvo fue la de constituirlo como un museo-laboratorio, eliminando las connotaciones pasivas y vetustas que arreciaban sobre las instituciones museológicas finiseculares, y apostando por un museo que fuese más allá de sus muros, que estuviera inmerso en su sociedad. Para lograr esto, el proyecto se elaboró desde la interdisciplinariedad, creando un entorno en el que la cultura (material) fuese explicada en su relación con el medio en el que se había creado. Al mismo tiempo, y quizás más interesante, sea el empeño que puso el propio Rivet en hacer el museo “accesible” a toda la población. En este sentido, su visión no se limitaba a realizar una programación de actividades educativas o de exposiciones, sino en una revisión de los planteamientos y guiones museográficos y de la participación de la sociedad en el propio museo. El objetivo era conseguir que cada individuo de la sociedad sintiese el museo como suyo, que pudiese

comprender la evolución del ser humano y entender o reflexionar sobre su contemporaneidad.

Es fácil ver en esta pequeña descripción del proyecto gran parte de los postulados de la museología contemporánea posterior, como son sobre todo el énfasis en las funciones de difusión y comunicación, pero también otras dos influencias. Por un lado, la de su colaborador, Georges Henri Rivière, con el que desarrollaría el museo fuera de sus muros, intentando fusionar en una misma línea entorno natural, cultura material y sociedad. No es de extrañar que años más tarde Rivière (junto con Hugues de Varine-Bohan) desarrollase en Francia una política de museos al aire libre asociados a los parques regionales, y que surgieran, así, los primeros ecomuseos. Por otro lado, las experiencias que comenzaban a desarrollarse, tanto en los museos al aire libre y etnográficos de los países escandinavos, como las que llegaban de los parques naturales estadounidenses, fueron cruciales para una propuesta museográfica más didáctica e interactiva, rompiendo las ataduras con el fetichismo al objeto consagrado a la vitrina impertérrita.

Pero, como he mencionado más arriba, con el nacimiento del museo también llegó un calvario. Desde que Rivet tomase el rumbo de separar el Museo Etnográfico del Trocadero en el Museo de Artes y Tradiciones Populares y el Museo del Hombre, el recorrido de ambos museos ha sido tortuoso. El primero no llegó a ver la luz definitiva hasta 1972 y, aun así, habría que esperar al actual *Musée de la civilisation de l'Europe et de la Méditerranée* para tener un espacio definitivo, eso sí, siempre salpicado por la polémica de tratarse de un proyecto más político que científico y social (Roigé, 2007). En cuanto al Museo del Hombre, el periodo bélico de la Segunda Guerra Mundial, los condicionamientos sociales y políticos de la postguerra, diferentes proyectos de reformas y la división de una parte de sus colecciones con motivo de las inauguraciones de otras instituciones similares (*Quai Branly, Musée de la civilisation de l'Europe et de la Méditerranée*, etc.), hicieron que su halo innovador, incluso la figura del propio Rivet, quedasen relegadas a una visión de gabinete donde se podía visitar la cultura material del ser humano, sin más.

En el año 2015, y tras seis años de reformas, el Museo del Hombre volvió a abrir sus puertas al público. La gran expectación para los profesionales era: ¿qué quedaría de aquel proyecto que consiguió romper con la tradición del museo-conservador?, ¿qué es lo que quedaría de un museo que explicaba la memoria del ser humano sin nacionalidades, sino con un plan museográfico basado en la interculturalidad?

“El hombre evoluciona, el Museo también (...)
Después de seis años de trabajo (...) el Museo del

Hombre ya está listo para hablar del hombre como nadie lo hizo. ¿Quiénes somos? ¿De dónde venimos? ¿A dónde vamos?” (Bruno, 2015: 3)♦.



En el nuevo Museo del Hombre cada visitante se considera un “invitado a” descubrirse a sí mismo junto con los orígenes del propio ser humano; a comprender la evolución cultural marcada, en numerosos casos, por el entorno natural en el que habita; y, en el último apartado, a reflexionar sobre el estado actual en el que se encuentra, como individuo y como parte del conjunto de una sociedad global. Esas tres preguntas que distribuyen temáticamente las salas del museo y que invitan al visitante a interactuar son, en realidad, parte del proyecto primigenio de Rivet y de su equipo en los años treinta.

El nuevo museo no ha escatimado esfuerzos ni económicos ni creativos para plantear el discurso narrativo. Las zonas dedicadas a explicar las diferencias idiomáticas o a comprender la fisiología de nuestros antepasados en función de su pisada, por mencionar algunos ejemplos, son realmente increíbles, “provocativas” y atractivas para el conocimiento y el ocio (por qué no, también para el ocio). Pero si algo ha logrado el museo es conseguir que la interacción no sea con los innumerables medios interpretativos y museográficos de última generación (paneles, elementos interactivos, audiovisuales, etc.), sino

♦ Traducción propia del francés.

que se interactúe con uno mismo, que uno se sienta un eslabón más del pasado, el presente y el futuro de la evolución del ser humano.

Rivet vivió un momento histórico que le llevó, por su militancia social y política, a crear un proyecto abierto a una comprensión entre pueblos y naciones, a la lucha contra los totalitarismos y el fascismo, para reflejar los dramas de la segunda guerra mundial, de la Shoah y de los cataclismos nucleares de Hiroshima y Nagasaki, a erradicar el racismo y a reivindicar los valores humanistas. Un museo que pretendía ver más allá de las dificultades y los conflictos del momento, con espíritu crítico y constructivo y, ante todo, donde el ciudadano fuese el protagonista de esa reflexión y no solo el discurso científicista.

El nuevo Museo del Hombre ha intentado seguir esta misma línea argumental, convirtiéndose en algo más que una institución renovada tecnológica e interactivamente. Únicamente hay que darse una vuelta por su última exposición temporal: *Moi et les Autres*, un auténtico manifiesto a favor de la humanidad, de su riqueza y diversidad cultural, de sus problemas y necesidades del pasado y del presente. Si el patrimonio y los museos son el espejo en el que uno se mira para verse reflejado (Rivière, 1989), el Museo del Hombre, al menos con esta última exposición temporal, lo consigue. La entrada a dicha exposición es la escenificación de una sala de espera de embarque de un aeropuerto. Un no-lugar de la sobremodernidad de Marc Augé donde el público coincide, como en un aeropuerto, en un espacio en el que todos sufrimos, sin distinción, la misma variable: la espera. En esa espera podemos comenzar a leer, ver audiovisuales o interactuar con otros visitantes, hasta que decidimos (o somos llamados) para emprender el embarque por las diferentes puertas que se han instalado; y que aunque indican diferentes destinos, al final son el mismo: el camino de la raza humana, de la diferencia, del racismo, de la igualdad, de una vida que por mucho que intentemos dividirla y separarnos, al final corre conjunta en las marcas del ADN de cada individuo.

El discurso interpretativo nos lleva de sala en sala para poder ser partícipes de esas características de la condición humana y que a lo largo de la historia marcaron el miedo al Otro, la dominación y enfermedades sociales como el racismo. Una proyección de las escalas del racismo: del racismo hacia el inmigrante hasta el propio racismo entre miembros de una misma comunidad y clase social. Una sala dedicada a desmitificar los estereotipos de la xenofobia: delincuencia, enfermedades, gasto de las arcas públicas... mediante estudios cuantitativos. Otra sala en la que se puede rastrear el ADN personal y descubrir que, posiblemente, se esté emparentado con aquel(la) que nos

produce “rechazo”. Pero lo más “provocativo” son las cuantiosas preguntas que surgen de sala en sala: ¿qué nos lleva al racismo y a la xenofobia?, ¿cuáles son las diferencias reales entre los seres humanos?, ¿quién decide o inicia ese miedo al Otro?, ¿cómo es posible que se siga produciendo?, ¿cuál es el futuro y cómo ponerle fin? Quizás solo se saque una única respuesta: la solución está en cada individuo, en su voluntad, responsabilidad y condición humana.

Este es posible el mensaje que el Museo del Hombre de 2017 ha conseguido: ser un espacio comprometido y, como defendieron numerosos de sus profesionales, un museo militante..., con el ser humano.

Referencias

- Chiva, I. (1985): “Georges-Henri Rivière un demi-siècle d’ethnologie de la France”, en *Terrain*, nº 5, pp. 76-83.
- Chiva, I. (1987): “Le musée-laboratoire, service public de recherche”, en *Ethnologie française*, t. 17, nº 1, pp. 61-63.
- Laurière, C. (2008): “Paul Rivet: hombre político y fundador del Museo del Hombre”, en *Revista Colombiana de Antropología*, 44 (2), 481-507. [Consultado el 5 de Julio de 2017], http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0486-65252008000200008&lng=en&tlng=es.
- Mayrand, P. (2004): *Haute-Beauce. Psychosociologie d’un écomusée*, en *Cadernos de Sociomuseología*, nº 22, Lisboa: Centro de Estudos de Sociologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Rivière, G. H. (1989): *La Museología. Curso de Museología. Textos y testimonios*, Madrid: Akal.
- Roigé i Ventura, X. (2007): “Museos etnológicos: entre la crisis y la redefinición”, en *Quaderns-e de l’Institut Català d’Antropologia* nº. 9 [Consultado el 6 de Julio de 2017], <http://www.raco.cat/index.php/QuadernsICA/article/view/73519/131240>.
- Rosse, P. (1999): *Les Musées à la lumière de l’espace public. Histoire, evolution, enjeux*. L’Hamarttan, París.
- Roth, M. (1989): “Collectionner ou accumuler? A propos des musées ethnographiques et historiques régionaux en Allemagne et en France”, en *Terrain*, nº12 avril 1989, pp. 125-137.
- Varine-Bohan, H. de (2005): *Les racines du futur. Le patrimoine au service de development local*, Montreuil (Francia): ASDIC.

Scape Moixina, una manera diferente de conocer el patrimonio

Anna Escarpanter

Diseño de proyectos interpretativos: Dinàmic-co.
Construint patrimoni, anna@escarpanter.cat

Guillem Vila

Guía del Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa y Guía del Parc Natural del Cap de Creus,
guillem@domanatural.cat

Scape Moixina nació para dar significados. Solo 60 minutos. Un espacio apacible en la ciudad de Olot, los Parajes de La Moixina, una reserva natural del Parque Natural de la Zona Volcánica de la Garrotxa. Basado en los *escape rooms*, Scape Moixina presenta al visitante los valores naturales y culturales del lugar escondidos en enigmas, ofreciéndole la construcción de un discurso a partir de la resolución del juego.

La Moixina atrae al público porque es sinónimo de postales idílicas de fuentes, humedales y tonalidades de verde. Pero en La Moixina se conforman diferentes paisajes patrimoniales que describen los cambios producidos por el campo volcánico donde se sitúa, los valores naturales que acoge este ambiente y parte de la historia de la ciudad.

La metodología de los *escape rooms*, basada en la resolución de enigmas a través de la investigación, la lógica y el ingenio, nos condujo a plantear ir más allá del simple juego, siguiendo la **provocación** versus la **instrucción** de Tilden (1957). Scape Moixina no es una actividad interpretativa en su procedimiento, pero sí en su resultado final.

Los *escape rooms* actuales están fundamentados en la "Teoría del Flow", del psicólogo húngaro Mihály Csíkszentmihályi¹, que relaciona el aprendizaje a través de los juegos con la felicidad. Una de las características de la metodología es la alta concentración que conlleva el reto como objetivo del juego, ya que uno pierde la noción del tiempo y por tanto se aleja del factor aburrimiento. Un estado mental donde "todo fluye" (*flow*). Y resolver un reto siempre conlleva orgullo.

Así, planteamos una actividad en formato "juego de enigmas" y limitada en un tiempo determinado. Como

finalidad: los objetivos de conocimiento, afectividad y actitud.



Aprendizaje sin saberlo

Con el estímulo del reto provocamos el pensamiento a partir de los tópicos, planteados en enigmas o pistas que llevan a intuir un conocimiento (o una información) de un valor natural o histórico. Para ello hace falta observar, investigar y deducir. Y aquí entra en juego un tipo de público.

La actividad se dirige principalmente a un público no cautivo², que disfruta de su tiempo libre y que además no viene predispuesto a conocer los significados del lugar, sino que su principal interés es que le planteen un reto.

Hemos planteado tres niveles de dificultad, que son en sí mismos tres niveles de aprendizaje; porque atraer y mantener la atención del público es importante.

¹ Csíkszentmihályi, M. 2009. El flujo. Emociones positivas (181-193). Madrid: Ediciones Pirámide.

² Ham, Sam H. 2005. Audiencias cautivas y no-cautivas. Un relato de cómo llegué a esa idea y a qué me refiero con esto. *Boletín de Interpretación* número 13: 2-4. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.

Entre los niveles de dificultad hay uno destinado al público familiar. Este tipo de público ha sido, para nosotros, un reto. Porque la actividad debe estar dirigida a cada miembro de la familia, cada uno con diferentes conocimientos, edades y experiencias previas. Teniendo en cuenta el Principio de Tilden “la interpretación dirigida a los niños necesita un programa específico, un enfoque diferente”, hemos planteado una actividad donde la suma de los conocimientos y lógica de los miembros de la familia puedan resolver los diferentes retos que se plantean. Es decir, un trabajo en equipo.

De lo tangible a lo intangible

El público observa el lugar, busca a través de las pistas y de sus conocimientos previos. También puede ayudarse de internet. Hace sus conexiones y descubre posibles relaciones. Adquiere, sin saberlo, pequeños conocimientos que más tarde conformarán un discurso.

A diferencia de los *escape rooms*, este ocurre en un espacio abierto, al aire libre. El tema y los subtemas están ocultos bajo las pistas y se encuentran en distintos lugares. Cada lugar desvela una información.

El discurso interpretativo no se desvela hasta el final, pero está todo premeditado para que sea temático y organizado.

Cuando la información se convierte en interpretación

Una vez pasados los 60 minutos y resuelto el reto final, es cuando la información se convierte en interpretación.

Durante la actividad, el público ha relacionado los diferentes enigmas con los valores naturales y culturales del lugar. Les hemos presentado, en cierta manera, los tópicos. Son simples piezas de puzle, informaciones descubiertas, pero no enlazadas entre ellas.

Pero cuando aparece el discurso con el tema y los subtemas, el público relaciona sus retos y la experiencia obtenida con la narración del discurso. Es la hora de los “clics”, de los “¡claro!”. A partir de lo resuelto se construye el discurso en la cabeza del visitante. Sería el “relacionar, provocar, revelar” de Sam H. Ham³.

La Moixina sigue siendo una postal idílica pero también un patrimonio a preservar.

¡La Moixina está en peligro de desaparecer! Una importante constructora quiere construir 440 pisos de lujo en este paraje protegido.

El director del Parque Natural de la Zona Volcánica de la Garrotxa ha redactado en un informe los valores geológicos, histórico-culturales y del ecosistema de la zona. Este informe está en su ordenador, su mujer no sabe la contraseña y el director del Parque Natural está en la selva amazónica, sin cobertura, haciendo una investigación.

Su mujer ha encontrado esta caja con estos materiales, pero tampoco entendemos nada. En una hora termina el plazo para presentar este informe; en 60 minutos tenemos que encontrar el código de su ordenador.

Un mapa, un cuaderno de campo y otros materiales. Un recorrido circular de 980 metros con cuatro espacios distintos, ocho enigmas y una contraseña para descubrir.

³ Ham, Sam H. 2014. Un poco de psicología ayuda mucho. *Boletín de Interpretación* número 29: 17-20. Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.

La planificación interpretativa efectiva: Más que solo contestar preguntas técnicas[♦]

Jon Kohl

jon@pupconsortium.net

Hay que transformar supuestos, no métodos técnicos, para evitar que los planes se queden sin implementar.

La tendencia en la planificación interpretativa –y también en otras disciplinas de planificación– es concentrar esfuerzos en la elaboración de documentos de alta calidad técnica: temas potentes, audiencias bien definidas, objetivos relevantes y medios interpretativos seleccionados estratégicamente. Pero incluso los mejores planes técnicos no pueden cruzar esa profunda brecha, al otro lado de la cual espera la implementación de dichos planes. Por eso, aunque de este lado de la brecha están los planes técnicos elaborados con las mejores intenciones, se desactualizan rápidamente y perecen.

Muchos planificadores y administradores culpan de su incapacidad para cruzar la brecha a la falta de recursos, sea dinero, tiempo, información, personal o voluntad política. Pero hacerlo, sin embargo, es culpar a personas y entidades ajenas, lo que hace que el planificador nunca sienta la necesidad de examinar sus propios supuestos, que fundamentan su planificación.

Un examen honesto de estos, sin embargo, revelará que la implementación exitosa de un plan depende de nuestro concepto profundo de la planificación y de qué tipo de mundo creemos necesario para alcanzar el éxito. No depende tanto de los recursos disponibles ni de las herramientas técnicas usadas, como comúnmente se cree.

Por tanto, superar las barreras para la implementación basadas en estas supuestas carencias exige una nueva cosmovisión: una transformación del enfoque centrado en un plan técnico hacia un proceso de planificación social que sea continuo, participativo, adaptativo y holístico, características necesarias para sobrevivir en un mundo que cambia a gran velocidad.

Muchos planes no tienen éxito porque sus supuestos propician un diseño y un proceso de elaboración que no motivan a su implementación.

Según varios autores, un plan exitoso es aquel que: 1) logra poner en acción sus estrategias principales, 2) tiene un alto porcentaje de cumplimiento de las tareas programadas, 3) genera beneficios no planificados, 4) sirve como referente para quienes toman decisiones, 5) sirve como referente metodológico para procesos de planificación posteriores, y 6) posee alta calidad técnica.

Sin embargo, en muchos lugares del mundo, los planes relacionados con la gestión del patrimonio, de todo tipo, terminan yaciendo sin uso en las estanterías de las oficinas. Ni siquiera cumplen con el punto 2, el indicador tradicional de éxito. Aunque los planificadores buscan diversas causas para sus problemas, un hecho frecuente aflige a muchos de ellos. En un mundo de incertidumbre y cambio acelerado, donde los gobiernos poseen cada vez menos recursos, afrontan más exigencias de la sociedad civil, atienden una cantidad creciente de actores en foros más abiertos (especialmente por redes sociales), enfrentan mayor complejidad y globalización, y, por supuesto, se enfrentan al cambio climático, los gobiernos ya no pueden implementar la mayoría de sus planes de manejo independientemente. Necesitan los recursos, ideas y apoyo político de terceros. Necesitan a su comunidad de actores interesados.

Pero los planes de manejo de todo tipo normalmente son elaborados por técnicos, muchas veces externos a la unidad de gestión del sitio, quienes emplean un lenguaje, herramientas y conceptos técnicos. Rara vez comparten el poder con actores locales no técnicos, ya que temen que su influencia pueda lesionar la calidad técnica del documento. Sus contratos no les piden el fortalecimiento de actores comunitarios o que analicen las barreras para la implementación de los planes que han diseñado. Como consecuencia, los actores no participan en la definición de los términos de referencia para la planificación, no colaboran en el proceso de diseño, no se apropian de los productos (por ejemplo, los temas interpretativos) y, normalmente, tampoco leen los documentos finales.

[♦] Modificado desde la versión original en *Legacy Magazine*, marzo/abril 2017.

Entonces, no sorprende que, como resultado, no apoyen su implementación y, a veces, hasta se opongan a ella.

Asimismo, los administradores y planificadores del patrimonio hablan muy bien de los beneficios de la participación pública, resiliencia comunitaria, pensamiento sistémico y documentos vivos, pero confunden el proceso de planificación que tiene el potencial de generar estos beneficios con el documento que, por sí solo, no puede. Por lo tanto, todos los planes repiten el mismo esquema y son imposibles de actualizar debido a su formato, conceptualización y financiamiento, dedicados exclusivamente a la producción de un documento escrito en papel. Entonces, por un lado, a poca gente le importa implementar estos planes y, por otro, cuando sí les importa, la estructura de los documentos de planificación casi lo imposibilita (encuadernación permanente, paginación secuencial, alta inversión en diagramación y diseño, es decir, un paradigma de publicación que se remonta prácticamente sin cambios a la época de la Biblia de Gutenberg). Ambos factores contribuyen a que los planes pierdan vigencia, abandonados por un mundo que no respeta planes que prestan poca atención a las realidades sociales, culturales y políticas.

Una respuesta holística puede trascender las barreras que los mismos planificadores erigen a su alrededor.

El problema de implementación de los planes se nutre de una mentalidad tecno-racional que percibe la planificación y los desafíos que pretende superar como puramente técnicos. La política, la cultura, los sesgos de los actores, todos impiden el buen desarrollo de la mejor solución técnica interpretativa. Basado en esta cosmovisión modernista, los planes y su creación se desarrollan de manera similar a los estudios científicos:

Propuesta → Financiamiento extraordinario → Investigación de línea de base → Análisis de los datos → Primer borrador → Revisión por pares → Publicación → Esperanza en que alguien lo implemente.

Para crear este tipo de plan, los planificadores tienen que asumir que el mundo es PLUS (por sus palabras en inglés): predecible, lineal, entendible (*understandable*) y estable. Estas condiciones son necesarias para producir los planes interpretativos técnicos. De este modo, la ciencia domina en lugar de acompañar la toma de decisión, ya sea para conservar jaguares o para seleccionar medios interpretativos.

Pero no vivimos en un mundo PLUS, donde *plus* o “más” representa la operación matemática más sencilla. Vivimos en el mundo DICE, donde *dice* significa “datos”, en inglés, que cuando los tiras, no se puede predecir cuál será el resultado final. DICE es dinámico, imposible de entender

por completo, complejo y siempre cambiando y evolucionando. Para sobrevivir en este mundo, se requiere un proceso de planificación que tenga que adaptarse, transformarse y actualizarse continuamente. En este mundo, vemos la planificación como una rara oportunidad no solo para pensar constructivamente sobre el futuro, sino también para construir capital social comunitario del lugar patrimonial. Pero en lugar de construir este singular y muy necesario recurso para la implementación –“cohesión comunitaria”, “capital social” o “alineamiento de objetivos”–, los gobiernos y los donantes en realidad se enfocan a la producción de otro documento más. Por eso están viendo el otro lado de la brecha.

Un enfoque alternativo llamado Planificación Holística, descrito en el libro *El Futuro Tiene Otros Planes: Planificación holística para conservar el patrimonio natural y cultural* (Kohl y McCool, 2016), concibe la planificación como un diálogo facilitado y continuo entre miembros de la comunidad de interesados en el sitio patrimonial, que establece un rumbo hacia el futuro y fortalece a la misma comunidad para que sus integrantes puedan trabajar juntos hacia su implementación. En lugar de esperar a que el plan sea el "producto final" para considerar la implementación, este proceso de planificación negocia las condiciones favorables para ejecutar el plan antes de que comience cualquier planificación. Por ejemplo:

- Involucra a la comunidad lo más pronto posible para poder decidir cómo se desarrollará el proceso de planificación.
- Evita la creación de un cronograma rígido antes de que se haya definido qué se debe hacer y por quién.
- Sitúa en el mismo punto de partida a la comunidad para que la mayoría de actores estén de acuerdo con los objetivos y productos de la planificación, aunque sus intereses siempre varían.
- Da legitimidad al proceso de planificación, por ejemplo, a través de la toma conjunta de datos y definición de problemas de manera participativa.
- Incrementa la confianza y transparencia para poder trabajar juntos.
- Capacita en interpretación, en el proceso de dialogar y en la toma de decisiones. Si la comunidad no está lista para entrar en un proceso de planificación, sus actores no comprometerían sus recursos, energías o tiempo en la implementación.
- Forja una nueva relación entre el gobierno, actores y consultores. El enfoque convencional encarga la mayor parte de la investigación, facilitación, toma de decisión y

redacción a los consultores ajenos. Esto no solamente priva la comunidad de oportunidades para fortalecer su capacidad de trabajar juntos, sino que asegura que nadie, aparte de los consultores, tendrá un sentimiento de propiedad por el documento (el plan).

Para ayudar a que la comunidad de interesados de un sitio patrimonial, tanto locales como más lejanos, personas o instituciones determinen su futuro con algún grado de consenso, la Planificación Holística hace lo siguiente:

- Reconoce los fenómenos emergentes y los interpreta por medio de la realidad interior y exterior de cualquier situación.
- Equilibra el poder al integrar diferentes formas de saber e implementar esquemas de gobernanza democrática en el proceso.
- Integra visiones de los actores por medio de una conversación auténtica que define las muchas facetas de visión.
- Cultiva la comunidad y fortalece su capital social, cohesión y confianza para aprender de su experiencia e implementa decisiones sobre la gestión.
- Fomenta el aprendizaje e implementación con suficiente adaptabilidad para poder proteger los valores del patrimonio y los comparte con el público en general a largo plazo.

Mientras que los procesos tradicionales crean planes interpretativos enfocados a responder preguntas técnicas (¿Cuáles son los objetivos? ¿Temas? ¿Audiencias? ¿Medios interpretativos?), su éxito depende mucho más de la inversión que hagan en el fortalecimiento de la comunidad de actores interesados, de tal modo que estos consideren lo planificado como propio y transformen las ideas escritas en un papel en acciones concretas hacia una mejora en la calidad de la experiencia del visitante y de su propia vida.

Jon Kohl es presidente del Consorcio PUP para el Patrimonio Global, una red global sin fines de lucro que implementa la Planificación Holística alrededor del mundo. Su libro en inglés fue publicado por Fulcrum Publishing y editado por Dr. Sam Ham en su Serie sobre la Comunicación Aplicada, la misma serie que publicó sus reconocidos libros sobre la interpretación.

Manos Patagónicas, la “visión del todo” en un territorio de la Patagonia Verde (Chile)

Juan Carlos Castaing. Técnico en Turismo, Facilitador Comercial en la Cooperativa Manos Patagónicas. Instituto de Turismo, Universidad Austral de Chile juancarlos.castaing@gmail.com

El planeta necesita cambios radicales en la forma de enfrentar nuestra vida social y económica, por lo que deberíamos tener presente que ya en el pasado existían formas de colaboración que eran parte de una cultura que hoy se regenera poco a poco. ¿Cómo logramos darnos cuenta del valor patrimonial de un territorio? Pues poniendo la atención en el hecho de quién nos habla del mapa (y no solo del mapa en cuestión).

Si estás leyendo esto en el *Boletín* es porque al menos te causa algo de curiosidad explorar nuevas técnicas, alcances y metodologías para interpretar. Ya hemos leído de herramientas, también de sensibilidades, de sentidos y de interpretar no solo desde la perspectiva cognitiva de elaborar mensajes estratégicos, que es una excelente forma de aplicar una interpretación TORA (Sam Ham, 2014). En este artículo comentaré otra forma de aplicar esta y también otras metodologías en la gestión del patrimonio.

Hoy en día la interpretación es más bien un gran fenómeno en sí. Un gran fenómeno humano, de estos sociales y también psicológicos, enmarcado en la idea de una filosofía que logra transmitir lo esencial de nuestro legado.

Buscamos nuevos indicadores metodológicos basados en lo que observamos o medimos con nuestros ojos, tal como lo propone la planificación interpretativa holística frente a la planificación interpretativa convencional (Kohl, 2015). Lo que nos ayuda a comprender paradigmas tan actuales como el de que el mapa no es el territorio.

La interpretación es terreno del intérprete. Por esta razón, el concepto del *marketing* como una herramienta que ejerce una influencia temática, bajo los modelos pragmáticos de la persuasión, es también a veces parte de este fenómeno de una interpretación efectiva (y nos puede ayudar bastante a definir a nuestra audiencia o segmento). Pero debemos ser cuidadosos y no olvidarnos de que la interpretación del patrimonio no busca simplemente

persuadir, sino que además pretende que desarrollemos nuestra propia ética o –perdónenme quienes creen que este no es el concepto adecuado– que desarrollemos nuestra *conciencia del ser* (vean que aquí utilizo el concepto *conciencia del ser* en el contexto de un fenómeno psicológico que se genera tanto en el visitante, consumidor responsable o también en la comunidad receptora). Puede sonar bastante complejo, pero simplemente puede terminar incidiendo de manera positiva o negativa en una actitud o en un comportamiento social que visibiliza tanto a la comunidad como al comprador consciente o visitante responsable de un atractivo o sitio de interés patrimonial.

El cuarto principio de la IP (Tilden, 1957) dice que la interpretación no busca la instrucción, sino la provocación (del pensamiento). Hoy en psicología esto podría ser simplemente un *insight* (Palma y Cosmelli, 2008), aunque Freeman Tilden hablaba de *mindsight* para referirse al fenómeno (Tilden, 1969). Un concepto ampliamente usado, pero que viene de la exploración de la conciencia y del ser en su complejidad. En la psicología de la Gestalt es el *darse cuenta*. Cuando nos damos cuenta de algo fundamental pareciera que toda nuestra percepción cambia; también nuestras actitudes y comportamientos, un hecho demostrable (Stevens, 2003).

Es así que, cuando colaboramos organizadamente, nuestro mapa de la realidad también cambia. Esto es porque lo hacemos desde nuestro ser orgánico. El científico chileno Humberto Maturana habla de las organizaciones amorosas como sinónimo de colaborativas (Maturana, 2007). Cambiando el prisma de lo que es ético, lo que es correcto con el otro, y dejando de lado las ideologías. La idea aquí es bastante simple y es un terreno muy conocido; hablamos de esa identidad colectiva o comunitaria que surge en la relación orgánica con el otro (y que luego definimos como un legado identitario, pero que aquí surge desde un *darse cuenta operativo*).

La interpretación del patrimonio, al elaborar mensajes que pongan en valor y visibilicen el trabajo comunitario, está cumpliendo el rol de dar coherencia al *ser comunitario* y al

ser individual en su relación con la comunidad, como parte de un territorio que requiere de un orden temático, operacional o protocolar para mantener vivos sus rasgos patrimoniales.

Mi ejemplo en este caso ha sido ver nacer una organización muy particular que se gestó gracias a un Fondo para la Innovación y la Competitividad del Gobierno Regional de Los Lagos, donde he tenido la oportunidad de colaborar como parte del apoyo técnico del Instituto de Turismo de la Universidad Austral de Chile. Es nada menos que una cooperativa de la Patagonia chilena. Se llama Manos Patagónicas, y ha sido parte de un proceso en que el patrimonio familiar y personal de productores artesanales se ha vuelto *demostrable*⁴ como patrimonio comunitario gracias al visibilizar, poner en valor y finalmente comercializar artesanías que son parte de recetas familiares y que utilizan claros elementos que definen los rasgos del patrimonio comunitario de Patagonia Verde (destino turístico que es parte de la Patagonia chilena).

Cada producto tiene un relato, un tema, pero sobre todo tiene ese sentido de desarrollar una respuesta colectiva a un mercado que parece dominado por la agresiva competencia y que ha olvidado la raíz patrimonial de la colaboración. Pareciera que estos productos están hechos para hablar de un mapa que hoy es mucho más que una simple marca territorial; ha sido un auténtico camino de autodescubrimiento, de darse cuenta de esa identidad comunitaria que es la Patagonia y que ha sido mercantilizada (pero que buscamos defender con denominaciones de origen y otros sellos que logren evidenciar su autenticidad patrimonial).

En conclusión, la rosa mosqueta (*Rosa eglanteria*), que hoy crece de forma asilvestrada en la precordillera andina, habla por sí misma en las mermeladas y otros productos. Las aguas de uno de los ríos más caudalosos del mundo son la excusa perfecta para seguir con una tradición cervecera, y así como las ovejas son parte de las lanas que nos abrigan mientras tomamos mate, los árboles frutales que nos deleitan con jugos, y los derivados de la miel, son parte de los huertos vecinales. Esto existe porque cada uno de los productos de Patagonia Verde los puedes probar, oler y degustar en sitios muy puntuales. Están reforzando nuestra memoria emotiva, reconociendo lo auténtico y verdadero de cada uno de los productos patrimoniales que hoy buscan un espacio, que por cierto no es un estante de supermercado. Buscan un espacio que por derecho tienen

⁴ La demostración es una técnica ampliamente utilizada en interpretación del patrimonio y permite hacer vívido un relato o fortalecer una explicación (en este caso, la experiencia de conocer productos y productores artesanales auténticos).

en la memoria de Futaleufú, de Palena y de toda la Patagonia chilena y argentina.

A modo de ejemplo, uno de los mensajes tematizados para ser parte del empaque de un producto o del relato del mismo productor y de otros canales de comercialización:

“El té Monte Sagrado, elaborado por la señora Leticia Leal, es preparado con más de siete hierbas de su propio huerto y ha sido elaborado con una receta familiar de más de tres generaciones. Su abuela lo bendecía y preparaba para el bienestar de amigos y familiares, y hoy ella lo ha rescatado para que la Cooperativa Manos Patagónicas lo tenga a disposición como parte de un patrimonio familiar, siendo también parte de una receta tradicional de la Patagonia”.

(Leticia Leal es productora-artesana de Futaleufú y propietaria de Relmu Agroturismo)



De esta manera, los potenciales visitantes tienen la oportunidad de generar un *insight* sobre el territorio a veces sin haberlo visitado y, finalmente, al visitarlo y entenderlo como un destino turístico, se logra comprender el *todo* en cuestión. Ellos tendrán el comportamiento esperado desde el arquetipo del consumidor responsable; el turista buscará la experiencia de comercio justo, que ya es parte de este producto-productor donde la comunidad juega un rol fundamental en visibilizar esta identidad colectiva, que también define a *quién* es huésped y *quién* es visitante como un proceso de relaciones y vínculos de un *todo temático*, donde logramos ver la autenticidad y el valor inseparable de cada productor, su producto y el territorio al que pertenece.

La sinergia que produce la tematización de estos productos genera una diversificación productiva virtuosa entre la organización colaborativa, que busca desarrollar el comercio justo para los productores, con todos los establecimientos particulares orientados a hospedar visitantes y de operaciones turísticas en el mismo destino de Patagonia Verde. Los productos promocionan a los

productores y el turismo que desarrollan durante todo el año, ayudando a vencer la marcada estacionalidad.

Mindsight sobre el territorio comunitario de Manos Patagónicas y su modelo de un comercio justo integral y tematizado bajo una metodología TORA (Sam Ham, 2014).

¿Quién lo dice? ¿Quiénes participan? ¿Quiénes lo producen? ¿Quiénes lo consumen?



Basados en la idea de que un *mindsight* se produce al ver el *todo* en lugar de las partes, podemos entender que si bien es importante el mensaje, también es igual de importante *quién lo dice, cómo lo dice y cuál es su relación con la audiencia* como un *ser integral*. Es importante saber *quién* es la audiencia, pero no es más importante que el saber cómo el interlocutor se relaciona con ella, y de esta forma, cómo una identidad individual está vinculada a una identidad colectiva.

Entonces, podemos ver resultados concretos, desde lo que es la interpretación del patrimonio como fenómeno; una definición comercial más justa y digna, desde la perspectiva de un desarrollo colaborativo, temático, integrado y a una escala que no olvida la poética original de su mismo patrimonio; mantener viva la memoria.

El aporte de los productos artesanales tematizados bajo una gestión integrada o comunitaria es que *nos damos cuenta* de lo que somos -o vamos siendo- al colaborar y hacernos cargo del otro; reforzando los mensajes con una experiencia operacional viva o en un espacio relacional compartido, que tiene integradas las dimensiones patrimoniales de la comunidad. Así, el visitante puede darse cuenta del patrimonio comunitario y al mismo tiempo vivenciar esa incalculable trazabilidad humana del producto, que hoy es

parte inseparable del productor: en su vida y accionar cotidiano, en su historia y en su auténtica expresión.

Bibliografía

- Ham, Sam H. (2014). *Interpretación – Para marcar la diferencia intencionadamente*. Edita: Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España.
- Kohl, Jon (2015). Estándares más holísticos para la interpretación del siglo XXI. *Boletín de Interpretación* número 30 España, marzo de 2015.
- Maturana, H. (2007). La Gran Oportunidad: Fin de la psiquis del liderazgo en el surgimiento de la psiquis de la gerencia co-inspirativa. *Revista Chilena de Administración Pública*, páginas 109-123, 10 de Diciembre de 2007.
- Palma, Bárbara, y Diego Cosmelli (2008). Aportes de la Psicología y las Neurociencias al concepto del “Insight”: la necesidad de un marco integrativo de estudio y desarrollo. *Revista chilena de neuropsicología* 14-27.
- Stevens, J., y Bruggendieck, M. (2003). *El darse cuenta*. 1ª ed. Santiago de Chile: Cuatro vientos.
- Tilden, Freeman (2006). *La interpretación de nuestro patrimonio*. Asociación para la interpretación del Patrimonio, España.
- Tilden, F. (1969). *Mindsight: The Aim of Interpretation*, *National Parks* 43, no. 260 (May 1969), 9-12. Reprinted with permission of National Parks magazine; © 1969 by National Parks Conservation Association.
- Tilden, F. (1957). *Interpreting our heritage*. The University of North Carolina Press, EE. UU.

Con la publicación de este Documento queremos hacer un homenaje a la memoria de un gran profesional de la interpretación: Will LaPage, quien nos dejó en marzo de este año. Su legado como profesor, autor y fundador de la NAI, será siempre recordado.

DE LA SERIE *DEEP INTERPRETATION*:

El imperativo moral de la interpretación[♦]



Will LaPage

Traducido por *Boletín de Interpretación*.

Si la interpretación se basa en imperativos morales, ¿en qué consisten?, ¿cómo se comunican en nuestras políticas de interpretación, en las prácticas, en la administración, la formación y la evaluación?

En un vuelo de Austin a Albuquerque estaba imbuido en el capítulo uno de *El Imperativo moral*, cuando sentí un ligero tirón en mi manga, seguido de un acento claramente escocés: “Perdone que le moleste, solo le quería preguntar ¿qué es un imperativo moral?”. Observando mi expresión, mi compañera de asiento, ahora sonrojada de vergüenza, se

[♦] Artículo publicado en *Legacy Magazine*, March/April 2015: 34-36.

Los Editores agradecemos a Paul Caputo, Editor de *Legacy Magazine*; Cem Basman, ex directivo de la NAI; y especialmente a Susan Cockrell, viuda de Will, por las gestiones y autorización para realizar la traducción y publicación de este artículo.

disculpó una segunda vez y volvió a estudiar el paisaje que había cuatro millas más abajo. “En realidad”, tartamudeé, “le estaba dando vueltas para llegar a una definición sencilla. ¿Cuánto tiempo tenemos antes de aterrizar?”. Inmediatamente recibí la recompensa de una sonrisa agradecida. Por suerte, justo en ese momento llegó el auxiliar de vuelo (*steward*) con la bandeja de aperitivos y bebidas. Me pregunté casi en voz alta por qué simplemente no mostraban unas fotos a color de los alimentos de la línea aérea, como en los viejos tiempos. De todas formas, esta asistencia a los pasajeros (*stewarding*) me dio la oportunidad que estaba buscando.

“¿Sabía que el concepto de ‘custodia’ (*stewardship*) viene de los Estuardo (Stewarts) de Escocia?”. Ahora era su turno para lanzarme una mirada de perplejidad. Sin esperar una respuesta, le comenté que la custodia es un ejemplo perfecto de un “imperativo moral”, porque cuidar de los recursos es lo correcto. De hecho, el fracaso en la custodia conducirá, en última instancia, al colapso de la comunidad que necesita esos recursos. Su perplejidad se transmutó en una sonrisa pensativa. “O sea, si eso fortalece a la comunidad, es un imperativo moral, ¿no?”. En ese momento me percaté de la portada del libro que estaba leyendo: *El Tercer Reich*, de William Shirer. Ella continuó, muy lentamente: “¿De modo que Hitler creía que estaba siguiendo un imperativo moral, haciendo lo correcto, cuando comenzó a fortalecer a la comunidad alemana mediante la eliminación de todos los no arios?”. Y yo

respondí, sin mucha convicción: “Las creencias por sí solas rara vez son suficientes... solo intentaba encontrar una explicación sencilla. Lo siento, quizás mi ejemplo fue demasiado simple”.

Durante la siguiente hora y diez minutos, Sheila y yo (ya nos habíamos presentado) nos enfrascamos en un rápido y encendido intercambio de conceptos, intentando aclarar preguntas como: *¿La comunidad de quién?, ¿los imperativos de quién?, ¿las creencias de quién?*

Ella preguntó: “¿Qué define *lo correcto* de algo?”.

“Supongo que tiene que ser ético para ser correcto, ¿no?”, le contesté.

“¿De modo que hay maneras éticas y no éticas de fortalecer a una comunidad?”, preguntó.

“Obviamente. Bueno, quizás no es muy obvio en la práctica”, le dije.

“¿Qué sucede con la *lealtad* y el *honor*?”, preguntó, “¿son imperativos? ¿No tienes que tener lealtad para tener *comunidad*? Y, ¿qué pasa con el *orgullo*? ¿Puedes honrar a una comunidad de la que no estás orgulloso?”.

“Tal vez”, le dije, “¿pero qué pasa si es una comunidad de ladrones y vendedores de droga? Sabes que parece haber cierto tipo de *honor entre los ladrones*”.

“Por lo tanto, además de las creencias, tenemos que incluir *comunidad* y *honor*, como conceptos que no son tan simples como nos gustaría que fueran”, dijo ella.

“En la práctica, es mucho más complicado”, le dije. “¿Acaso no somos todos nosotros miembros de varias *comunidades* a la vez? Por ejemplo, ¿cómo podemos hacer lo correcto si los valores de nuestra comunidad de trabajo no se corresponden con nuestros valores familiares, o nuestros valores ambientales, o los valores en las relaciones humanas?”.

Lamenté mucho que nuestro vuelo llegara antes del horario previsto. Sheila y yo no habíamos comenzado a explorar los imperativos de *verdad*, de *educación* y de *ciencia*. Me gusta verme como un educador que busca la verdad. Aunque suscribamos el imperativo de *educación* si queremos que el mundo sea un lugar mejor, sabemos que hay una buena educación, una educación mediocre y hasta una mala educación; y esta última abunda en los medios de comunicación, en las calles, y donde quiera que el odio busque esparcir sus pringosas semillas. Por no mencionar la confusión entre buena ciencia y mala ciencia.

No llegué a comentarle a Sheila que estaba trabajando en una serie de artículos para la revista *Legacy* alrededor de la idea –espero que útil– de *interpretación profunda*. Por lo

tanto, ahora tengo que preguntar a los lectores ¿cuáles son los imperativos morales de nuestra profesión? ¿Cuáles cree usted que son los valores fundamentales, los más sólidos que intentamos fomentar, aquellos que nos hacen felices con nuestro trabajo, que dan sentido y valor a nuestra comunidad? ¿Estamos de acuerdo en cuál es la comunidad a la que intentamos servir? ¿Estamos de acuerdo en que nuestra comunidad no son solo los colegas de profesión y nuestros contactos en el trabajo, sino que incluye otra *comunidad de relevancia*, compuesta por los futuros habitantes de este planeta, los lugares, las criaturas y las personas que no tienen voz en los foros actuales? Y, ¿estamos de acuerdo en que no solo buscamos promover el aprecio por nuestro patrimonio ambiental y cultural? *Promoción*, en realidad no transmite el sentido de urgencia, ni la sensación de *antes de que sea demasiado tarde*, o nuestro sentido de la responsabilidad. ¿Y qué pasa con *construir, fomentar, realzar, o mejorar*?

Si estamos de acuerdo en que un sector muy amplio de nuestra comunidad relevante no tiene voz, ¿no es imperativo que nosotros brindemos esa voz?

Y si estamos de acuerdo en que es esencial un mayor aprecio público para proteger el patrimonio natural y cultural para esa comunidad, ¿no es imperativo que interpretemos no solo el patrimonio, sino también las amenazas a ese patrimonio? Por lo tanto, ¿cuáles podrían ser los imperativos que podríamos abrazar para entregar nuestro producto con profesionalidad y estar en el buen camino para perfeccionar el aprecio entre nuestra amplia comunidad? Si tuviéramos esta discusión cara a cara en el estrecho espacio de un cilindro de aluminio que volara sobre la Tierra a gran velocidad, posiblemente nuestro debate tomaría la forma de una contundente serie de preguntas, como estas:

- Si la interpretación es *lo correcto* para mejorar las visitas y alcanzar nuestros objetivos de conservación a largo plazo, ¿por qué no ha sido adoptada en el espectro de las instituciones y agencias de servicios en todos los niveles de la administración?
- Si la interpretación es la manera correcta de conservar nuestro patrimonio, ¿por qué la capacitación y la experiencia en interpretación no es un requisito para todos los trabajos administrativos en recursos patrimoniales? ¿No tendría que estar a bordo el jefe?
- Si la interpretación produce entendimiento, aprecio y, en última instancia, protección, ¿por qué no tenemos los indicadores *in situ* para probarlo, que demuestren si estamos progresando? Contamos con numerosos indicadores para los imperativos de la economía y de la salud pública.

- Si la interpretación es lo correcto para llegar a donde deberíamos estar, ¿por qué el lugar que ocupa en las políticas y presupuestos institucionales no refleja esa importancia? ¿Acaso ya hemos conseguido el reconocimiento perfecto?

En las últimas dos décadas, en un intento de abordar estas mismas cuestiones, muchos intérpretes (no todos) han abrazado imperativos tales como profesionalidad, investigación, educación, certificación, promoción y acreditación. El avance ha sido impresionante, pero ¿es suficiente? ¿Qué es lo siguiente en la evolución normal de la interpretación como profesión?

Durante el corto tiempo que me tomó el vuelo de Austin a Albuquerque, la población de Estados Unidos aumentó en varios cientos. Al final de ese día, habíamos añadido varios miles más; y para el año, cerca de medio millón. Durante ese mismo año, el número de intérpretes del patrimonio con contratos reales obviamente disminuyó sobre la base per cápita y, sin duda, disminuyó en números reales debido a los recortes de los presupuestos.

Si el aprecio por el patrimonio es importante para mantener la integridad de una comunidad, entonces el aprecio debería crecer con esa comunidad. Ese es un imperativo moral. Y quienes formamos parte esencial de esa conexión debemos asumir la responsabilidad de fomentar ese crecimiento o, por lo menos, asumir la responsabilidad de vigilar su declive. Eso también es un imperativo moral. Corremos un riesgo si hacemos caso omiso de nuestros imperativos.

¿Cómo deberían abrazar esa responsabilidad y hacer lo correcto los intérpretes profesionales liderados por la NAI? Aquí está mi pequeña lista, en forma de una flota compuesta por seis *naves*. Espero que usted añada algunas naves propias a la flota:

Nave del estadista: Conviértase en defensor de la conservación del patrimonio allí donde se encuentre.

Nave del agente comercial: Sea un agente de la persuasión. Venda la idea de que el país no puede permitirse dar un portazo a su patrimonio por intereses políticos.

Nave del custodio: Invite a voluntarios, patrocinadores, suscriptores y amigos. Disfrute con ellos la interminable colección de relatos del patrimonio.

Nave del artesano: Conviértase en un experto en el dinámico campo de elaborar mensajes. Aprenda a hablar de internet, pero nunca olvide cómo *hablar de un árbol*.

Nave de liderazgo: Rompa la rutina. Levante la cabeza. Descubra cómo es de refrescante el aire que tiene frente a usted. Sea un activista. Opine.

Nave de la colaboración: Asuma la filosofía realista de que todos necesitamos ayuda. Este trabajo es muy importante como para ser el centro de atención, o incluso pretenderlo.

Todas las profesiones, incluidas las de servicio público, tienden a tener un efecto de estrechamiento en nuestras perspectivas e intereses. Sin embargo, la primera regla de la interpretación profesional es la relevancia. *Ser relevantes* nos obliga a salir de la fascinación de nuestros propios programas. Significa poner al cliente primero. Significa la escucha, la preocupación y la curiosidad. La relevancia es el timón de cada una de las naves de la flota. Ese timón nos conduce hacia un resultado compartido, a una conexión significativa: el propósito toda experiencia interpretativa.

Quizás lo más noble que podemos hacer por otras personas es hacerlos sentir relevantes, importantes, útiles, necesarios.

No es casualidad que relevancia sea la primera preocupación de los intérpretes profesionales.

Es imperativo provocar el interés de los demás por su propio patrimonio. El segundo paso, evidentemente, es conseguir su apoyo para la protección de ese patrimonio. Ya se llame *activismo*, *interés propio*, o se llame *imperativo moral*; en última instancia, esto es lo más importante que tiene entre manos la interpretación profesional. ¡Es una de mis convicciones fundamentales!

Will LaPage es autor de *Rethinking Park Protection*, CABI, 2012; y *Parks for Life*, Venture Pub. 2007.