

Creación y desarrollo de productos turísticos: innovación y enfoque experiencial

Edición a cargo de
José Antonio Fraiz Brea

*Universidad de Vigo.
Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo.*

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE EXPERTOS CIENTÍFICOS
EN TURISMO**



AECIT
2012

**Creación y desarrollo de productos turísticos:
innovación y enfoque experiencial,
Actas del XVII Congreso de la AECIT.**

O Carballiño, Ourense. 21-23 de noviembre de 2012.

Esta publicación ha estado coordinada
desde la Secretaría Técnica del Congreso.

Servicio de Fomento do Emprego,
Igualdade e Asuntos Sociais.
Deputación Ourense.

Esta publicación está financiada por
la Diputación Provincial de Ourense.

Edita: AECIT Asociación española de expertos científicos en turismo

Diseño, maquetación y fotografía: Nacher Publicidad

ISBN: 978-84-616-1805-7

Los centros de interpretación basados en la valorización de los recursos ¿son instrumentos para el desarrollo turístico?. Estudio de caso.

Araceli Serantes Pazos.¹

Universidade da Coruña. España

1. OBJETIVOS

Los objetivos que perseguimos con este trabajo son, en primer lugar, identificar, clasificar y categorizar los centros que existen en Galicia y, en segundo lugar, caracterizar la potencialidad de estos centros como recurso para el desarrollo turístico local.

2. ALGUNAS CONSIDERACIONES PARA ENTENDER LA RELACIÓN ENTRE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO Y TURISMO

El despegue de la actividad turística en el Estado español se sitúa en los años 60; la oferta se centraba en las zonas de playa y en litoral, y originó destinos masificados e intensamente explotados que, al adolecer de estrategias de desarrollo y de planificación, originaron impactos negativos de carácter ambiental, sociocultural y económico. Aún así, el turismo se erige en la primera industria nacional.

Ante la masificación y la demanda caprichosa de destinos, muchos expertos recomiendan ampliar y diversificar la oferta, que debería basarse en las características identitarias del lugar; frente a los efectos de la globalización, existen corrientes de revalorización de lo local como estrategia de desarrollo y de reafirmación o de resignificación de la identidad territorial, corrientes que también se hacen sentir en el ámbito del turismo. En las últimas décadas, el perfil de turista que nos visita es más heterogéneo y con intereses diversos, lo que origina la aparición de “productos” más diversificados (turismo cultural, turismo rural, turismo de balnearios, ecoturismo, turismo náutico, bioturismo, turismo cinegético...).

Hasta la década de los 70 del siglo XX, la relación entre turismo y desarrollo local se basaba exclusivamente en la dimensión económica del turismo. A partir de esta fecha surgen nuevos enfoques, basados en las transformaciones territoriales, la configuración de nuevas realidades y el impacto sobre la población local; se introduce en la actividad turística el concepto de “sostenibilidad”, término que se extenderá partir de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Río de Janeiro, 1992); en el Forum de Barcelona (2004) se reconocía que:

“el turismo no puede ser visto sólo en términos de riqueza y ocupación sino que puede fomentar la educación y estimular la conservación de la biodiversidad y patrimonios culturales que son, justamente, los principales reclamos turísticos. Para ello necesitamos un modelo que concilie la competitividad con la conservación del patrimonio, aprovechando las oportunidades de conocimiento e intercambio que ofrece el turismo y minimizando su poder destructor”.

El turismo se puede analizar desde una doble perspectiva (Fernando Muñoz, 1997): (i) como práctica social y cultural justificada por cubrir necesidades de placer, descanso, evasión, relación, conocimiento, etc. y (ii) como sistema económico industrial formado por medios de transporte, estructuras hoteleras, etc. que buscan generar beneficios económicos. Actualmente, los trabajos e investigaciones conjugan ambas perspectivas, abordando al tiempo la dimensión económica, territorial, social, cultural y ambiental del turismo; aún así, siguen siendo escasos los estudios centrados en las personas que visitan lugares de valor patrimonial, sobre sus motivaciones para conocer en profundidad el lugar y comprender algunas de las características socio-culturales que lo convierten en singular y, sobre todo, sobre como tienen una experiencia gratificante; en este sentido, es necesario hacer referencia a la **Interpretación del Patrimonio (IP)**, técnica para mejorar la calidad de la experiencia del visitante.

La IP es una técnica de comunicación estratégica, es decir, “una forma planificada y consciente de dirigir mensajes a un determinado público del que se espera una respuesta” Araceli Serantes (2010:1b). Para Sam H. Ham (1992:3) se trataría de traducir el lenguaje técnico a conceptos e ideas que los visitantes sin conocimiento científico puedan entender. Esta estrategia ayuda a valorizar aquellos lugares y bienes de interés patrimonial (natural o cultural), poniendo a los visitantes –que acuden en su tiempo de ocio– en contacto directo con los bienes, y mostrando el significado y los valores del mismo para que esta experiencia sea realmente relevante para ellos. Freeman Tilden es la primera persona en teorizar y sistematizar sobre esta forma de transferencia de vivencias y conocimientos, por lo que muchos lo consideran el padre de esta disciplina; para este autor la IP es

“una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones mediante el uso de los objetos originales, experiencias de primera mano y medios ilustrativos, en lugar de simplemente transmitir la información de los hechos” (Tilden, 2006:35). La IP sirve “para revelar el significado de un sitio” (Don Aldridge²:1973).

El patrimonio (natural y cultural) es un elemento esencial cuando se habla de identidad, calidad de vida, desarrollo y cohesión social. Para Josep Ballart Hernández y Jordi Juan i Tresserras (2001:171-174) la valorización de los bienes culturales se basa en cuatro pilares (Figura 1): la investigación de los valores y los impactos sobre los bienes, la protección legal y administrativa de los mismos, su conservación y restauración y, por último, la divulgación dirigida a distintos públicos y colectivos. Uno de los fines de la IP está directamente vinculado con los planes de difusión, didáctica y educación, por ser su objetivo facilitar la comprensión del recurso y añadirle significados. No por ello hay que obviar facetas tan importantes de la IP como las relacionadas con la gestión de los visitantes, la conservación de espacios naturales, el desarrollo turístico, la educación ambiental o el desarrollo local.

¹ Grupo de Investigación Política Educativa, Historia e Sociedade. Rede de Investigación en Educación e Formación para a Cidadanía e a Sociedade do Coñecemento.

Figura 1: Fundamentos de la valoración de los bienes culturales (Basado en Josep Ballart Hernández y Jordi Juan i Tresserras, 2001)



La IP difiere de otras técnicas de comunicación e información en que es “PATO”, es decir, pertinente, amena, temática y organizada (Sam H. Ham, 1992:7-29). *Pertinente* porque es relevante para quien la recibe; *amena* porque entretiene y mantiene la atención; *temática* porque se basa en un mensaje claro a transmitir; y, *organizada* porque es fácil de seguir.

La IP se viene utilizando en los planes de desarrollo turístico sostenible y como estrategia para evitar su impacto negativo. En este sentido, David Uzzell (1998:11) afirma que esta disciplina ha tenido un papel fundamental en la regeneración de zonas rurales a través del turismo y de programas de conservación. La IP, a través de los procesos de planificación interpretativa, ayuda a diversificar, ampliar y crear “productos” turísticos basados en la singularidad y en la identidad de esos lugares, lo que se denomina como “alma” del lugar: para Tim Merriman (2000:6) la interpretación ayuda a crear un valor añadido y “ayuda a crear una sensación de lugar”. Por su parte, Jorge Morales (2001:64) señala que la IP añade al turismo ciertas plusvalías: “inyecta recursos, crea nuevas e interesantes posibilidades y proporciona una “aceptabilidad política” al asociar interpretación a una industria muy favorecida”.

Obdulia Monteserín (2007:56-57) recoge en su Tesis doctoral que “la interpretación se nos presenta como:

Un instrumento que proporciona diferentes lecturas y alternativas para el uso activo de los recursos patrimoniales tangibles e intangibles.

Un instrumento de territorialización en el sentido en que los recursos están vinculados con el territorio y la dinamización del patrimonio pasa por su contextualización original con el objetivo de proporcionar a los visitantes un significado y una vivencia (Ballart y Juan i Tresserras, 2001), teniendo en cuenta la complejidad y fragilidad del territorio para su participación del proceso. En este sentido, los Planes de Dinamización Turística constituye un instrumento para la interpretación y puesta en valor del territorio.

Un instrumento de turistificación y patrimonialización (Bazin, 1995), es decir, de valorización como patrimonio y de identidad territorial y su introducción en el proceso turístico.

(i) Un instrumento de valoración de la función social y económica del patrimonio y el territorio. La acepción social del patrimonio proporciona al patrimonio un valor de capital, convirtiéndolo además recurso sociocultural en recurso económico.”

(ii) Un instrumento de territorialización en el sentido en que los recursos están vinculados con el territorio y la dinamización del patrimonio pasa por su contextualización original con el objetivo de proporcionar a los visitantes un significado y una vivencia (Ballart y Juan i Tresserras, 2001), teniendo en cuenta la complejidad y fragilidad del territorio para su participación del proceso. En este sentido, los Planes de Dinamización Turística constituye un instrumento para la interpretación y puesta en valor del territorio.

(iii) Un instrumento de turistificación y patrimonialización (Bazin, 1995), es decir, de valorización como patrimonio y de identidad territorial y su introducción en el proceso turístico.

(iv) Un instrumento de valoración de la función social y económica del patrimonio y el territorio. La acepción social del patrimonio proporciona al patrimonio un valor de capital, convirtiéndolo además recurso sociocultural en recurso económico.”

3. LOS CENTROS DE INTERPRETACIÓN, UN RECURSO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

Los Centros de Interpretación (CI) son aquellas instalaciones fijas que sirven de referencia para las personas visitantes que buscan tener información previa antes de conocer un recurso o un lugar de interés patrimonial, lo que le confiere un gran valor estratégico. Son espacios construidos para desvelar a los visitantes el significado de ese patrimonio, ayudar a comprender lo que van a visitar, favorecer el disfrute a través del contacto con los objetos, reproducciones, maquetas, exhibiciones, proyecciones... (Araceli Serantes, 2010a:187). El fin último es que participen (activa o indirectamente) en la conservación de ese recurso.

Con frecuencia están localizados en el lugar donde se halla el objeto o lugar patrimonial —lo que les confiere un estatus de “recurso contextual”—, de fácil identificación, desde los que se facilita información para apreciar y deleitarse de ese bien, al tiempo que ofertan otros servicios, sin poner en riesgo los valores patrimoniales; Marcelo Martín (2008:5) recuerda que deberían responder a una necesidad recogida en el plan de uso público.

Los CI no son Museos, porque no suelen tener colecciones ni objetos reales y por lo tanto no tienen como misión la custodia e investigación de los fondos, aunque tiene bastantes características en común (comunicación y divulgación de ese patrimonio, capacidad didáctica, servicio técnico de comunicación, gestión del flujo de visitantes...). Son una herramienta de conexión significativa y relevante entre el patrimonio y las personas que lo visitan: la IP no es algo ajeno al individuo, sino que ocurre “entre las orejas” de los visitantes, o como señalaron Lisa Brochu y Tim Merriman (2004), es la herramienta que facilita que las personas realicen conexiones intelectuales y emocionales; los CI deberían propiciar que ocurra “algo” en el interior de los visitantes, que puedan construir su propio conocimiento.

² En la ponencia “Mejora de la Interpretación de los Parques y la Comunicación con el Público” presentada por Don Aldridge en el marco de la 2ª Conferencia Mundial sobre Parques Nacionales, de la UICN, celebrada entre el 18-27 septiembre de 1972 en Yellowstone y Grand Teton (EE.UU). Un año más tarde quedará recogida en el Informe coordinado por Sir Hugh Elliott.

Las funciones de los CI, para Carlos Fernández Balboa (2007:125) son: (i) dar la bienvenida, (ii) presentar el lugar o el recurso patrimonial y las instituciones que lo gestionan, (iii) facilitar información sobre las normas que deben asumir los visitantes, (iv) orientar a las personas para que su visita se ajuste a sus expectativas, (v) sensibilizar acerca de los valores del lugar y (vi) facilitar información que les permita colaborar en la conservación y mejora del mismo. Para este autor el CI

“no tiene como objetivo la conservación y exposición de objetos, sino la motivación, orientación y comprensión del público para un mejor aprovechamiento y control de las acciones que se desarrollen dentro del área de preservación” (Ob.cit.: 128). En este sentido, Jorge Morales (2001:262) señala –haciendo referencia a los de los Espacios Naturales Protegidos, pero que es transferible a todos los CI– que puede ser

“un enlace o punto de transición entre el nuevo ambiente que representa un parque para el visitante y el medio urbano del que probablemente es originario”.

Además, los CI bien localizados ayudan a reducir el impacto de la afluencia de visitantes a lugares sensibles, porque concentran a los visitantes en puntos controlados y menos vulnerables; son un medio eficaz para motivar e introducir al visitante en un lugar probablemente novedoso y les servirá de marco de referencia; satisfacen muchas de las necesidades de información y orientación para conocer el lugar; aúnan otros servicios destinados al visitante (actividades en el entorno, alojamiento y servicios de hostelería, información sobre el transporte...). Para Jaume Sureda, Francisco J. Guerra y Margarida Castells (2008:87) son el punto de partida para adentrarse en el territorio, y

“también un medio ideal para aquellas personas que no tienen tiempo o la oportunidad para realizar una visita detallada, puesto que les proporciona las herramientas fundamentales de comprensión del lugar”. Una buena interpretación, o un buen CI, consigue que *“la audiencia regrese, que comparta su entusiasmo sobre la experiencia con los amigos, y que permanezca más tiempo la próxima vez”* (Lisa Brochu y Tim Merriman, 2004:19) y, además, convierte al visitante en un agente motivado y receptivo porque entiende el por qué y el cómo conservar ese patrimonio.

No podemos obviar que los CI también pueden ser un peligro: cuando no responde a una planificación previa (localización, acceso, servicios etc.) acaba siendo un problema. Existen verdaderos ejemplos de despilfarro en costosísimas infraestructuras, de promotores que gastaron todo el presupuesto en el continente y se olvidaron de reservar fondos para su funcionamiento, por lo que permanecen cerrados, con el consiguiente rechazo de la población local; algunos tienen demasiada información y poco relevante, otros son copias casi exactas de CI de lugares que no tienen nada en común, por lo que no reflejan sus singularidades; también los hay que son un fin en sí mismo, en vez del instrumento para la comunicación y la gestión. Para Jorge Morales (2001:259) los CI no son la unidad fundamental para interpretar un espacio, porque no permiten el contacto directo con el recurso, y porque la mayoría se limitan a informar, proporcionando contenidos estancos y con recursos tecnológicos que acaban enmascarando el mensaje.

Es alarmante la cantidad de iniciativas que se están desarrollando y que no responden a una planificación de uso y gestión del recurso; y más alarmante la cantidad que se cierran una vez inaugurados (Jorge Morales, 2001:260; Pablo Meira y Araceli Serantes, 2005:54; Araceli Serantes, 2010a: 188); en la misma línea, el escritor Manuel Rivas³ (2012) denuncia que la “moda” de abrir CI duró tanto como el derroche presupuestario. También recoge esta denuncia J.M.Nieto (El Mundo)(Ilustración 1).

Ilustración 1: El exceso de Centros de Interpretación (JM Nieto)

4. METODOLOGÍA



Este artículo es un avance de un estudio más amplio sobre los CI en Galicia. Los objetivos que nos hemos marcado son caracterizarlos y detectar su potencial para promover el desarrollo turístico. Se trata de un estudio de carácter inductivo, basado en el análisis de los CI a través de una serie de criterios. Helmsley (en Jorge Morales, 2001:263) señala que el CI se puede dividir en dos secciones, la destinada a mostrar los valores del lugar y la parte administrativa; en este estudio nos centramos exclusivamente en la primera sección.

La muestra la componen las infraestructuras (funcionando o no) identificadas en Galicia durante el bienio 2011-12. La información se recogió “in situ”, atendiendo a una serie de categorías predefinidas que hacían referencia a las instalaciones, a los recursos, a los servicios y a los mensajes (orales, escritos, gráficos, audiovisuales...). En cada visita además se realizamos fotografías, recogimos material impreso y la documentación facilitada por el centro.

En este trabajo hemos considerado como CI, al margen de su denominación, todas las instalaciones que ofrecen material expositivo (e interactivo) para valorizar y divulgar el patrimonio natural y/o cultural, que tienen como actividad principal la información y la comunicación a través de diferentes recursos, y que pueden exigir cierta participación e interacción –bien de forma guiada, bien de forma autoguiada– (Araceli Serantes, 2005:34). No hemos hecho distinción entre los centros que cuentan con guías para realizar visitas dentro y/o fuera del propio centro.

³ http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/09/20/galicia/1348172866_214406.html

5. LOS CENTROS DE INTERPRETACIÓN EN GALICIA: CARACTERIZACIÓN

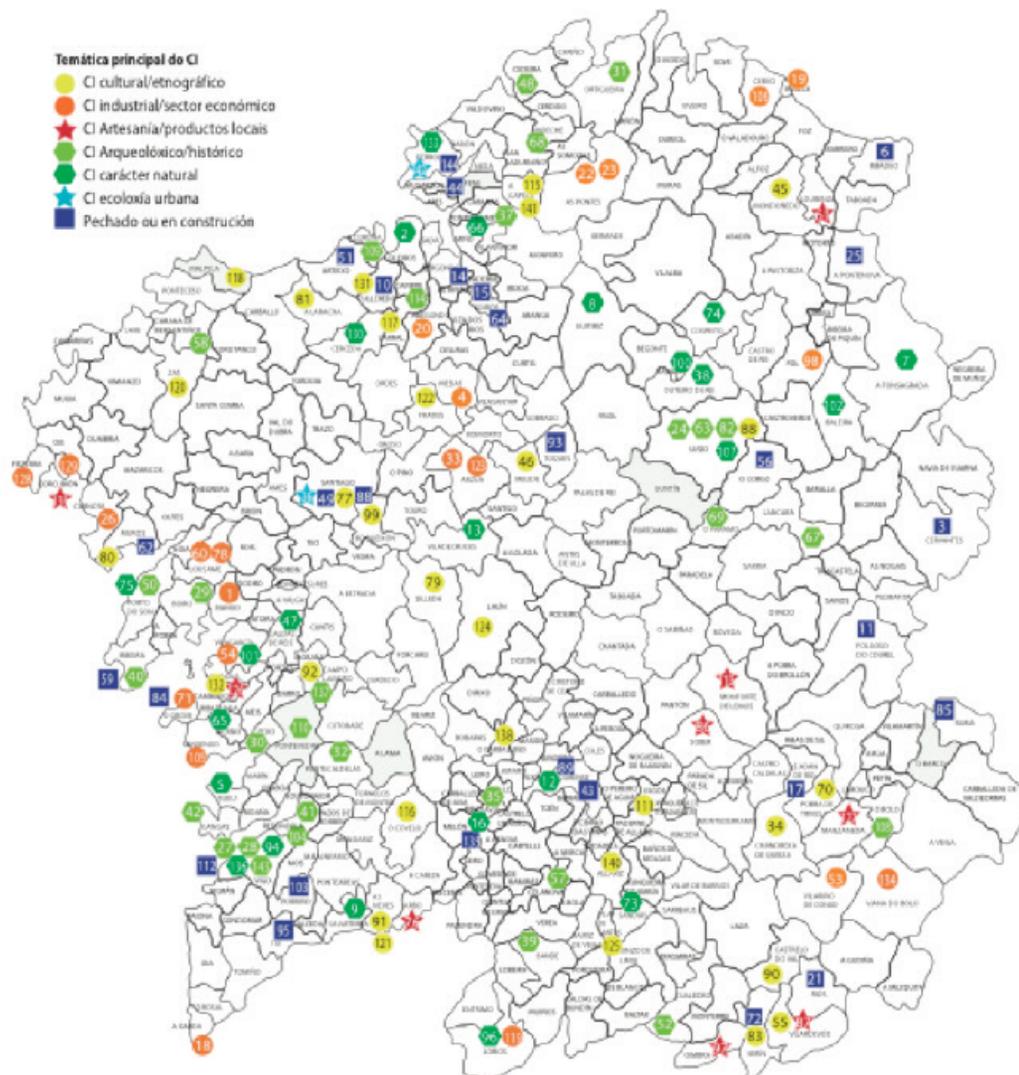
Galicia, Comunidad Autónoma desde 1981, está localizada al noroeste de la península ibérica. Está dividida en cuatro provincias y en 315 municipios, de los cuales sólo 22 tienen más de 20.000 habitantes y 199 menos de 5.000 habitantes. Se caracteriza por concentrar su población⁴ en la franja litoral, quedando el interior prácticamente despoblado. La mayor parte de la economía gallega se centra en el sector terciario, aunque el sector primario (pesca y actividades agroforestales) sigue teniendo un peso importante. El turismo se ha desarrollado más tarde que en otras comunidades, concentrándose en la costa y en Santiago de Compostela.

Los CI son un fenómeno bastante reciente en Galicia. Aunque las primeras experiencias están muy ligadas a la declaración de Espacios Naturales Protegidos (ENP) y financiadas desde la Administración autonómica, pronto surgirán otros centros ligados al ámbito de la educación ambiental, de la divulgación del patrimonio arqueológico, del desarrollo local y del turismo, financiados casi en su totalidad con ayudas europeas a través de fondos para la conservación, el desarrollo y la valorización.

En el Mapa 1 situamos las 144 experiencias estudiadas, localizadas en su municipio, y señalamos la temática principal de sus contenidos (de carácter cultural y etnográfico, los referidos a un sector económico o actividad industrial, los que se centran en sobre producto o en una actividad artesanal local, los de contenido arqueológico e histórico, los referidos al patrimonio natural y los centrados en temática urbana); presentamos también en una única categoría aquellos que en el momento del muestreo estaban inaugurados pero que permanecían cerrados o aquellos otros que estaban aprobados o con licencia de obra, la mayor parte de estos últimos en proceso de construcción o rehabilitación.

En el mapa se observa que no hay una relación directa entre localización de los CI y los destinos turísticos más habituales⁵: sólo el 30,28% de los centros están localizados en estos municipios. Un número muy importante se encuentra en comarcas poco pobladas y con un turismo incipiente, con economías basadas en el sector primario (agricultura y ganadería) y el de servicios (hostelería); se trata, en general, de zonas de interior, desde la que se impulsa el turismo como una actividad complementaria extra, basado sobre todo en los recursos naturales. Estamos hablando de ofertas de turismo rural, de naturaleza, de montaña, deportivo, bioturismo, de aventura, activo, de balneario, de salud o de ecoturismo.

apa 1: Localización de los Centros de Interpretación en Galicia por categorías



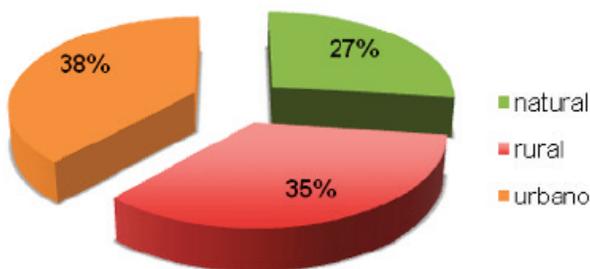
⁴ Galicia es la Comunidad que más población pierde de España. En el año 2011 estaban censados 2.795.422 habitantes y en el 2012 2.778.913, según recoge el Instituto Nacional de Estadística.

⁵ Las zonas con mayor afluencia de turistas son las Rías Baixas y Santiago de Compostela, seguido de A Coruña, Islas Cíes, Lugo, A Guarda, Costa da Morte, Corrubedo y A Mariña lucense.

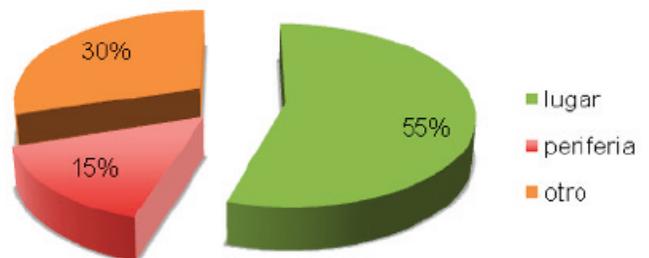
- | | | |
|---|--|--|
| 1. Aula Activa do Mar | 49. C. I. Castelo da Rocha Vella | 97. CI do Pemento Branco |
| 2. Aula do Mar | 50. C. Interpretación Castro de Baroña | 98. C de Interpretación da pesca fluvial |
| 3. Aula da Natureza dos Ancares | 51. C. Interpretación Castro Cociñadoiro | 99. C. Interpretación do Pico Sacro |
| 4. Natureza das Brañas de Vaiga | 52. Centro de Interpretación dos Castros | 100. CI/R da Biosfera Insuas do Miño |
| 5. Aula da Natureza Cabo Udra | 53. C. Interpretación do Cogumelo | 101. CIRA-C.I. da Ría de Arousa |
| 6. Aula da Natureza Casa da Ría | 54. Centro de Interpretación da Conserva | 102. C.I. Río Eo e do bosque da Marronda |
| 7. Aula da Natureza da Fonsagrada | 55. C.e Interpretación do Contrabando | 103. CI das Ribeiras do Louro |
| 8. Aula da Natureza de Guitiriz | 56. Centro de Interpretación O Corgo | 104. C. Interpretación San Simón |
| 9. Aula da Natureza Illa de Fillaboa | 57. CI da cultura castrexa de Castromao | 105. Centro de Interpretación A Tellería |
| 10. A.N. Juan Lembeye-Jardín Botánico | 58. C. I. do Dolmen de Dombate | 106. CI-Ecomuseo Terras de Azul Cebalho |
| 11. Aula da Natureza Moreda do Caurel | 59. CIELGA | 107. C. Interpretación Terras do Miño |
| 12. Aula da Natureza de Oira | 60. C. Interpretación da Estación Decca | 108. C de Interpretación da Torre do Bolo |
| 13. Aula da Natureza dos Ollares | 61. Centro de Interpretación da faba | 109. CI da Torre de Hércules |
| 14. Aula da Natureza do Pasatempos | 62. C. Interpretación forestal | 110. CI das Torres Arzobispaes |
| 15. Aula da Natureza Río Chelo | 63. C. Interpretación Forum Umicorum | 111. C. Interpretación da Vida Monástica |
| 16. Aula da Natureza San Cristovo | 64. Centro de Interpretación Fluvial | 112. CI da vía romana de Toralla |
| 17. Aula da Natureza de Trives | 65. C. Interpretación fluvial do río Urmia | 113. CI do viño da Ribeira Sacra |
| 18. Aula Etnográfica do Mar | 66. CI das Fragas do Eume | 114. CI do xacemento romano |
| 19. Barco M. Bonifero Reina del Carmen | 67. CI da Historia de Láncara | 115. CI dos xogos populares |
| 20. Casa das abellas | 68. CI da Historia de Moeche | 116. Centro Etnográfico Terra de Montes |
| 21. Casa da castaña | 69. CI Histórica de Vilarmosteiros | 117. Eco-Museu de Costa da Égoa |
| 22. Casa da enerxía | 70. C.I. Histórico Cultural Santa Leonor | 118. Ecomuseo Forno do Forte |
| 23. Casa do Mel | 71. CI intermareal, da pesca e da salga | 119. Ecomuseo do queixo do Xurés |
| 24. Casa dos mosaicos | 72. C. Interpretación do Invernadeiro | 120. Ecomuseo Torres do Aílo |
| 25. Casa do Salmón | 73. C. Interpretación da Lagoa de Antela | 121. Museo da Auga |
| 26. Caseta de Pepe do Cuco | 74. CI Lagoa de Cospeito | 122. Museo do Campo |
| 27. Castro de Vigo | 75. C.I. Lagoas de Xuño-S. Pedro d Muro | 123. Museo O enredo do abelleiro |
| 28. Centro Arqueolóxico Areal-Salinas | 76. CI da Lamprea e o Viño | 124. Museo Etnográfico Casa do Patrón |
| 29. C. A. Barbanza-Castro Neixón | 77. CI do medio Rural da Portela | 125. Museo etnográfico de Limia |
| 30. Centro Arqueolóxico Casira | 78. CI das Minas de San Fins | 126. Museo etnográfico e do viño |
| 31. C. Arqueolóxico Federico Maciñeira | 79. CI do Mosteiro de Carboeiro | 127. Museo do Liño |
| 32. Centro Arqueolóxico Tourón | 80. CI Muíño do Pozo de Cachón | 128. Museo do Mar |
| 33. C. Divulgación do Queixo e do Mel | 81. C.I. Muíños de Auga Costa da Morte | 129. Museo Marítimo Seno de Corcubián |
| 34. Centro da Identidade Galega | 82. Centro de Interpretación da Muralla | 130. Museo do Moucho |
| 35. C. de Información Xudía de Galicia | 83. Centro de Interpretación Museística | 131. Museo Os Muíños de Acea de Ama |
| 36. C.I. Ambiental de Compostela | 84. C.I. Natureza A Siradella | 132. Museos Muíños de Mareas A Seca |
| 37. C de Interpretación des Andrade | 85. CIN PN Serra de Enciña da Lastra | 133. Museo da Natureza |
| 38. Centro de Interpretación Avifauna | 86. CI da Oleiría de Gundivós | 134. Museo Pazo do Mel-Casar Vizcaia |
| 39. C. Interpretación Aquis Querquennis | 87. Centro de Interpretación do olivo | 135. Museo do Viño |
| 40. C.I. Arqueolóxica San Roque | 88. CI Parques e Xardíns de Compostela | 136. Naturnova |
| 41. C. Interpretación da Batalla de Rande | 89. C.I. dos Parques Naturais de Galicia | 137. P. Arqueolóxico da Arte Rupestre |
| 42. C.I. de Berobreo (Cangas) | 90. C.I. do Patrimonio de Castelo do Val | 138. Parque Etnográfico do Arenteiro |
| 43. Centro de Interpretación das Burgas | 91. CI do Patrimonio Local Taboexa | 139. PE dos Batáns de Mosquetín |
| 44. Centro de Interpretación Caldoval | 92. CI do Patrimonio Cultural | 140. Parque Etnográfico do Río Amola |
| 45. CI. e Información do Camiño Norte | 93. C. I. Patrimonio e a paisaxe A Capela | 141. Parque Etnográfico do Sesín |
| 46. C. I. do Camiño de Santiago | 94. CI do P. Nacional das Illas Atlánticas | 142. Reciclaterra |
| 47. C. de Interpretación da Carballeira | 95. C. Interpretación do PN Monte Aloia | 143. C. Divulgación Arqueolóxico Municipal |
| 48. C.I. Castelo da Concepción | 96. CI PN Serra do Xurés e Baixa Limia | 144. C Interpretación Cabo Prioriño |

En este estudio no resulta tan interesante conocer la localización de los CI (espacios naturales, rurales o urbanos) (Gráfica 1), como conocer su localización respecto al recurso (en el recurso, cerca o lejos) (Gráfica 2). La mayor parte de los centros están localizados en espacios habitados, rurales o urbanos (73%), lo que en principio los hace más visibles y accesibles a los turistas, y además están en lugar donde se halla el recurso o en un emplazamiento cercano (70%); es difícil defender que un centro que no está en el lugar del recurso favorezca la IP.

Gráfica 1: Localización en el medio



Gráfica 2: Localización respecto al recurso



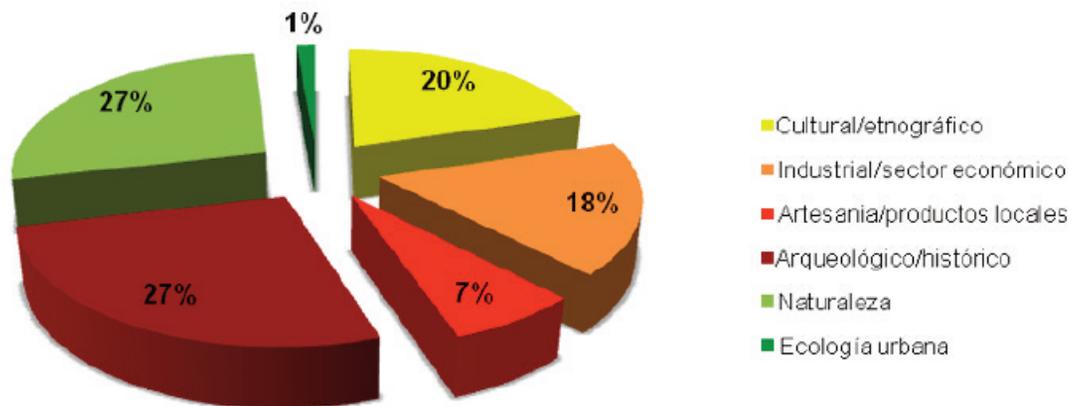
El problema más importante de los CI en Galicia tiene que ver con su funcionamiento: el 11% de las instalaciones están cerradas, y más del 60% están infrautilizadas, ya que se abren exclusivamente bajo demanda o en horarios de oficina (por lo que no cubren las necesidades de los visitantes que acuden los fines de semana, festivos y vacaciones).

Podemos afirmar que por su número y localización los CI en Galicia constituyen un importante recurso para el desarrollo turístico.

6. LOS CENTROS DE INTERPRETACIÓN, VALORIZACIÓN DE LOS RECURSOS Y DESARROLLO TURÍSTICO

Para abordar la relación entre valorización de los recursos, ofertas interpretativas y desarrollo turístico comenzamos analizando la temática principal⁶ de estos centros (Gráfica 3).

Gráfica 3: Temática principal

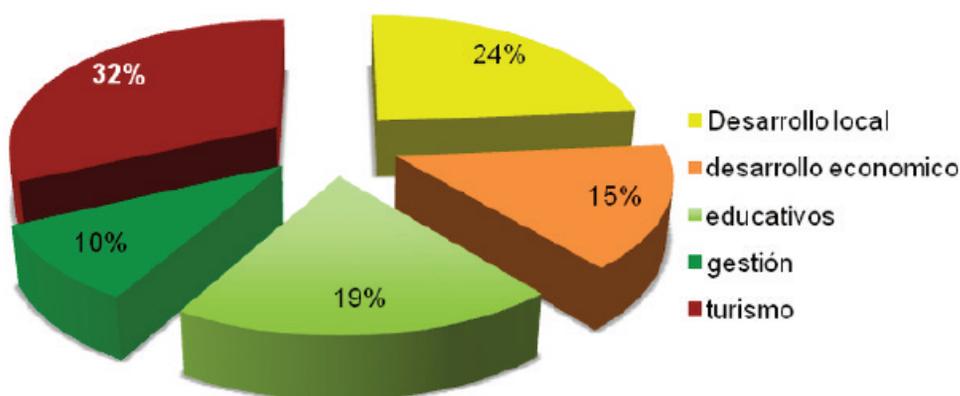


En Galicia existen numerosas experiencias que abordan temáticas relacionadas con los valores naturales –fundamentalmente los referidos a los espacios naturales protegidos– y con los yacimientos arqueológico y patrimonio construido de valor histórico –son más abundantes los primeros–. Estos suponen el 54% de todas las experiencias. Además, en Galicia, sus gestores han sido los pioneros en la creación y promoción de estos centros, por lo que constituyen un verdadero referente para evaluar el sector. Es muy relevante también la cantidad de centros que se centran en aspectos etnográficos y de cultura local, de ellos, los más numerosos son los dedicados a los molinos; constituyen una categoría emergente los dedicados al Camino de Santiago, bien como tema principal (3) o bien como uno de los tópicos abordados (7). Destacar también los relacionados con el mundo de la pesca, del vino, de la cerámica y de la minería.

Aunque todos los CI se basan en la valoración de un recurso patrimonial, en su enfoque inicial persiguen distintas finalidades; en concreto, identificamos cinco tipos de fines: (i) colaborar y facilitar la gestión del recurso, (ii) informar, divulgar y educar sobre el recurso, (iii) favorecer el desarrollo local, (iv) potenciar el desarrollo económico, e (v) impulsar distintas estrategias turísticas.

Los CI gallegos (Gráfica 4) se caracterizarían por perseguir fines relacionados con el desarrollo turístico, y en menor medida, con el desarrollo local (56%); en ambos casos se parte de la valoración de un recurso patrimonial. Aunque los CI en sus inicios estuvieron muy vinculados a fines educativos y de apoyo a la gestión de los espacios, en la actualidad se trata de experiencias más bien escasas (29%).

Gráfica 4: Tipología de exposiciones



⁶ Muchos CI no son temáticos, si no que abordan diferentes tópicos; para este apartado hacemos referencia a la temática que reconocimos como “principal”.

Los CI se caracterizan por contar con una serie de exposiciones y recursos expositivos con carácter permanente; de hecho, una de las críticas generalizadas es la escasa o nula inversión en actualizar o sustituir los contenidos. Para analizar las características de las exposiciones hemos tomado como referencia las categorías propuestas por Michael Belcher (1997:85-86):

Interactivas: las que involucran al espectador en actividades relacionadas que impliquen una acción tanto intelectual como física. Funcionan sobre el principio de persona-muestra y no están pensadas para grupos.

Reactivas: la que se pone en marcha, se ilumina o se enciende cuando entran los visitantes.

Dinámicas: las animadas por medios mecánicos o las manipuladas por los visitantes.

Centradas en el objeto: no tienen un tema, si no la suma de objetos que no tienen porque estar interrelacionados.

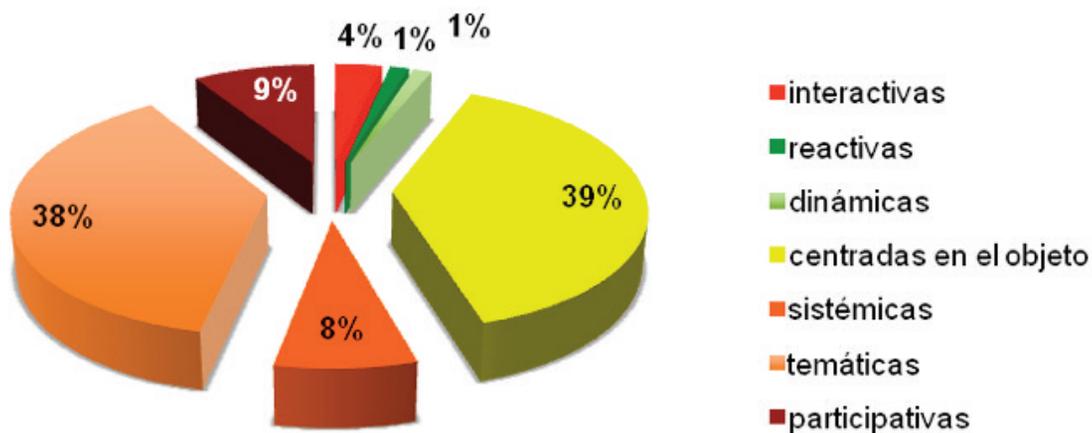
Sistemática: siguen un modelo o criterio. Son el punto de partida para profundizar en el tema.

Temática: tiene una línea argumental que ilustra con objetos y recursos. El tema es quien enlaza los objetos.

Participativa: involucra a través del tacto a los visitantes, invitando a tocar, hacer, dibujar, escribir, opinar...

Como se puede observar en la Gráfica 5, la mayor parte de las exposiciones (77%) serían, o del tipo “centradas en el objeto” porque no tienen un tema principal, si no que presentan distintos tópicos relacionados con el recurso, o de carácter “temático”, porque se centran en un tópico que sirve de hilo conductor, y recurren a la presentación de diversos objetos para ir definiendo sus características. En ambos casos se trata de mera transmisión de información, en la que los visitantes son receptores pasivos, y que difícilmente pueden provocar que se establezcan interconexiones entre la experiencia de las personas que lo visitan y los objetos. Comprobamos que las que requieren un mayor compromiso y participación son muy escasas (13%), aunque son estas las que tienen mayor potencial comunicativo y mejor efectividad a la hora de implicar a los visitantes en la conservación del patrimonio.

Grafica 5: Tipología de exposiciones



7. CONCLUSIONES

El objetivo de la IP es provocar interés por un recurso patrimonial y potenciar la colaboración (más o menos activa) para su conservación; una buena IP ayuda a las personas que visitan los lugares de valor patrimonial, a modificar aquellas actitudes y hábitos que pudieran ser perjudiciales para su protección. Los CI son un medio para desarrollar programas interpretativos; una de sus finalidades es dinamizar y apoyar estrategias de turismo responsable.

En Galicia, al igual que en otros países europeos y anglosajones, existen numerosas iniciativas que se identifican como Centros de Interpretación: lo más costoso ya existe, las instalaciones. En el caso que nos ocupa, Galicia, constituyen un recurso valioso tanto para la valorización del patrimonio como para el desarrollo turístico porque están repartidas por todo el territorio, y porque se centran en temáticas heterogéneas; consideramos que esta distribución es una oportunidad para coordinarse con otras iniciativas y sumar sinergias, porque permite promover productos turísticos complementarios y de mayor alcance. La mayor parte de estos centros están localizados en el mismo lugar donde se haya el recurso o en su entorno inmediato, lo que permite que se realice una Interpretación del Patrimonio de calidad.

No se está aprovechando el potencial de los CI para presentar las características identitarias a nivel local, ni aquellos productos singulares que tienen un alto potencial como producto de interés turístico (sólo el 7% se centran en estos aspectos). La mayor parte de los CI se basan en divulgar los valores de espacios naturales o de interés histórico, por lo que van dirigidos a un sector muy concreto de la población; Freeman Tilden (2006) señalaba en su quinto principio que es necesario presentar el “todo” y no las partes aisladamente, al tiempo que es necesario dirigirnos al visitante como un todo y no como un especialista en una faceta concreta del conocimiento. Es preciso mejorar los contenidos de la mayor parte de los CI para que realmente pueden mostrar el “alma” del lugar.

Hemos comprobado que muchos de los CI están directamente ligados con planes de desarrollo turístico; al analizar los mensajes observamos

que los que tienen otra finalidad principal (educativa, apoyo a la gestión del recurso, desarrollo local o desarrollo económico), contemplan el desarrollo turístico como objetivo secundario.

Es necesario actualizar los contenidos e información de la mayoría de los CI por resultar obsoletos o encontrarse muy deteriorados por el tiempo (e incluso por el uso!). Sería recomendable que estas nuevas exposiciones se centrasen más en la interactividad y la participación de los visitantes. Es necesario invertir también en la formación y actualización de las personas que están al frente, y apostar por su estabilidad laboral, para que realmente puedan profesionalizarse en este sector. No hacerlo es un derroche estratégico difícil de justificar.

No es justificable la cantidad de inversiones que se han desembolsado en crear o rehabilitar infraestructuras y que se abandonan o se están deteriorando por estar los CI cerrados o infrautilizados. Sería necesario hacer un mayor esfuerzo en hacer más visibles estos centros; en muchos casos se trata de iniciativas locales, mantenidas por pequeñas corporaciones locales, con dificultades para divulgar estos servicios; la creación de una Red Gallega de CI no sólo permitiría realizar una divulgación conjunta, si no que facilitaría el intercambio, la formación continua de los profesionales, la resolución conjunta de problemas concretos y la colaboración de cara a aumentar la calidad de los servicios.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Aldridge, D. (1975), *Principles of Countryside Interpretation and Interpretive Planning. Guide to countryside interpretation*, Edimburg, UK, HMSO for Countryside Commission and Countryside Commission Scotland.
- Bazin, C.M. (1995), Industrial heritage in the tourism process in France, en Lanfant, M.F: y Bruner, J.B. (eds), *International tourism. Identity and Change: Sange*, Londres, Inglaterra, 113-126.
- Ballart Hernández, J.; Juan i Tresserras, J. (2001). *Gestión del Patrimonio Cultural*, Barcelona, España, Ariel.
- Belcher, M. (1997). *Organización y diseño de exposiciones. Su relación con el museo*, Gijón, España, Trea.
- Brochu, L.; Merriman, T. (2004). *La interpretación personal. Concetando su audiencia con los recursos patrimoniales*, Singapur, NAI-Interpress.
- Fernández, H; Faardo, V. (2008). "Impacto expositivo de los museos y de los espacios de patrimonio en Lanzarote: la comunicación con el visitante", H. Fernández Betancort (Ed.), *Turismo, Patrimonio y Educación. Los museos como laboratorios de conocimientos y emociones*, Lanzarote, España, Universidad de las Palmas de Gran Canarias, 161-188.
- Fernández Balboa, C. (2007). "Museos y Centros de Visitantes. Espacios para acercarnos a nuestro patrimonio", C. Fernández Balboa (coord.), *La Interpretación del Patrimonio en la Argentina*, Buenos Aires, Rep. Argentina, Administración de Parques Nacionales, 123-134.
- Forum Barcelona (2004). *Dialogo Turismo, diversidad cultural y desarrollo sostenible*, Barcelona, España, Forum Universal de las Culturas [www.barcelona2004.org/esp/banco_del_conocimiento/documentos/ficha.cfm?ldDoc=1448]
- Ham, S.H. (1992). *Environmental Interpretation: A Práctical Guide for People with Big Ideas and Small Budger*, Colorado, USA, North American Press.
- Martín, M. (2008), *La memoria está llena de olvidos. Apuntes para una interpretación del patrimonio en el Memorial los Merivales* [www.scrib.com/doc/5001315/Articulo-Canal-de-los-Presos]
- Merriman, T. (2000). "Interpretación del Patrimonio como un producto de valor añadido", *El intérprete*, agosto, 6-10.
- Meira, P.; Serantes, A. (2005). "Sobre cultura e cultura ambiental: os "centros de interpretación" invaden Galiza", *Interea visual*, 5 (setembro), 54-60.
- Monteserín Abella, Obdulia (2007), *Turismo y desarrollo territorial: los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio*, Madrid, España, Universidad Complutense de Madrid (Tesis Doctoral).
- Morales, J. (2001). *Guía práctica para la Interpretación del Patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cutural al público visitante*, Sevilla, España, Junta de Andalucía.
- Morales, J. (2008). "El sentido y metodología de la interpretación del patrimonio" Mateos, S.M. (coord.), *La comunicación global del patrimonio cultural*, Gijón, España, Trea, 53-77.
- Muñoz, F. (1997). *Marketing turístico*, Madrid, España, Centro de Estudios Ramón Areces.
- Ramos, M. (2007). *El turismo cultural, los museos y su planificación*, Gijón, España, Trea.
- Serantes Pazos, A. (2005). *Guía dos equipamentos para a Educación Ambiental na Galiza e doutras instalacións para a divulgación do Patrimonio*, A Coruña, España, CEIDA.
- Serantes Pazos, A. (2009). "A interpretación do Patrimonio como instrumento na xestión turística dos espazos naturais protexidos", Brigida Rocha Brito (coord.), *Desenvolvimiento comunitário: das teorías às prácticas. Turismo, Ambiente e Práticas Educativas em São Tomé e Príncipe*, Lisboa, Portugal, Fundação para a Ciencia e a Tecnologia, CPLP y Delta, 67-76.
- Serantes Pazos, A. (2010a). A interpretación do patrimonio. Bases e recursos, en C. Vales (Coord), *Manual de gestión de áreas protegidas para los países lusófonos*, A Coruña, España, CEIDA y Fundación Biodiversidad, 167-194.
- Serantes Pazos, A (2010b). "Interpretación del Patrimonio, Turismo y Espacios Naturales Protegidos o como comunicar el legado natural a nuestros visitantes, TURyDES Revista de Investigación en Turismo y desarrollo local, 8, 1-39.
- Sureda, J.; Guerra, F.J.; Castells, M. (2008). *Interpretación del Patrimonio. Diseño de programas de ámbito municipal*, Barcelona, España, UOC.
- Tilden, F. (2006). *La interpretación de nuestro patrimonio*, Sevilla, España, Asociación para la Interpretación del Patrimonio.
- Uzzell, D.L. (1998). "Interpreting Our Heritage A Theoretical Interpretation", D.L. Uzzell; R. Ballantyne (eds.), *Contemporary Issues in Heritage and Environmental Interpretation: Problems and Prospects*, London, England, The Stationery Office, 11-25.